



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

**DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES UNIVERSITARIOS
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL**

**LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTORES, COMO INSTRUMENTO
FUNDAMENTAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ: EL CASO DE
AGROCOM, EN MICHOACÁN, MÉXICO.**

T E S I S

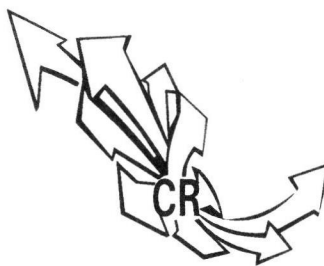
QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

PRESENTA:

JUSTO ESPINOSA GONZÁLEZ



Abril del 2000

Chapingo, Estado de México

Bib. 92503

BIBLIOTECA CENTRAL U. A. CH.

**LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTORES COMO INSTRUMENTO FUNDAMENTAL
PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ: EL CASO DE AGROCOM, EN
MICHOACÁN, MÉXICO.**

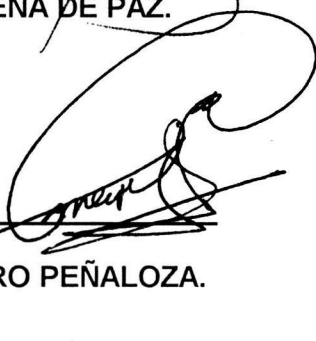
Tesis realizada por Justo Espinosa González bajo la dirección del Comité Asesor
indicado, aprobado por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el
grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

DIRECTOR: _____


M.C. FRANCISCO PEÑA DE PAZ.

ASESOR: _____


M.C. JORGE ROMERO PEÑALOZA.

ASESOR: _____

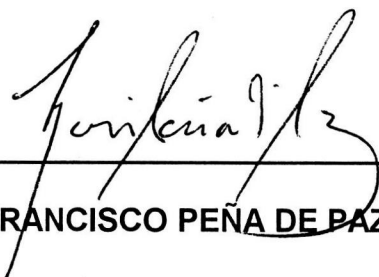

M.C. MARIA DE LOURDES BARÓN LEÓN.

36150

**LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTORES COMO INSTRUMENTO
FUNDAMENTAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ: EL CASO DE
AGROCOM, EN MICHOACÁN, MÉXICO.**

El jurado que revisó y aprobó el examen de grado de Justo Espinosa González,
autor de la presente tesis de Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional
estuvo constituido por:

PRESIDENTE: _____


M.C. FRANCISCO PEÑA DE PAZ.

ASESOR: _____


M.C. JORGE ROMERO PEÑALOZA.

ASESOR: _____


M.C. MARIA DE LOURDES BARON LEON.



DIRECCIÓN ACADÉMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXÁMENES PROFESIONALES

AGRADECIMIENTOS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO CENTRO OCCIDENTE

Por darme la gran oportunidad de estudiar mi maestría.

A MIS MAESTROS

Por su gran empeño y dedicación en salir adelante, especialmente a mi director y asesores.

M.C. FRANCISCO PEÑA DE PAZ.

M.C. JORGE ROMERO PEÑALOZA.

M.C. MARIA DE LOURDES BARÓN LEÓN.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo otorgado a través de la beca-crédito para poder llevar acabo los estudios de la maestría.

A todos mis compañeros del programa de posgrado, especialmente a los serranitos (Paco, Hilario, Chava y Aurelio), por sus consejos.

A los académicos y administrativos del Centro Regional Universitario Centro Occidente (CRUCO). Por todo el apoyo desde el inicio de mi Maestría.

DEDICATORIAS

A DIOS NUESTRO SEÑOR

Por que a él le debo todo lo que soy.

A MIS PADRES

JUSTO ESPINOSA MEDINA Y CARMEN GONZÁLEZ AVÍLA Por la entrega de siempre con sus hijos mostrando una fuerza y fortaleza inaudita e insuperable.

A MIS HERMANOS

LUIS, TERE, JUAN, LOURDES, CARLOS Y LAURA, Así como especialmente a ELENA, Por el valioso apoyo de siempre.

A MI PRESUMIDA, LA C.P. LORENA BRISEÑO RUÍZ

Por su aprecio permanente y ánimo para ser mejor cada día, y por ser la fresa más fresa de toda la región de Maravatío.

A LA Escuela Superior de Agricultura Hermanos Escobar (ESAHE)

Especialmente a los maestros: Marcos L., Temo R., Al Michigan, Barragan, el loco Arzate, Panchito Navarro y a los Viejitos Escobar. Por los consejos de siempre.

DATOS BIOGRÁFICOS

El autor es ingeniero Agrónomo nace el 23 de agosto de 1970 en la ciudad de Maravatío, Michoacán. Realiza sus estudios de licenciatura en La Escuela Superior de Agricultura "Hermanos Escobar" de Ciudad Juárez, Chihuahua, y los concluye en el Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias División de Agronomía de la Universidad de Guadalajara, obtuvo su título profesional el 8 de diciembre de 1995 con la Tesis "La comercialización del maíz en el Ejido de Nextipac, municipio de Zapopan Jal."

Al terminar sus estudios universitarios regresó a su pueblo de origen para poner en marcha la propuesta desarrollada en su tesis de licenciatura: El establecimiento de un complejo empresarial basado en la comercialización de granos básicos e insumos agrícolas, formado principalmente por agricultores de la región, esa experiencia cristalizó en la fundación de AGROCOM, empresa que actualmente dirige y administra.

De agosto de 1997 a agosto de 1999, cursó la Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional, en la Universidad Autónoma Chapingo con sede en Morelia, Michoacán.

RESUMEN

Justo Espinosa González

Universidad Autónoma Chapingo

La organización de agricultores, como instrumento fundamental para la comercialización del maíz: El caso de AGROCOM, en Michoacán, México.

ABRIL del 2000

Bajo la dirección de: M.C. Francisco Peña de Paz.

Una de las principales limitantes en la mayoría de productores maiceros, concretamente en el oriente de Michoacán, es sin duda la falta de organizaciones campesinas que sirvan como instrumento para la adecuada comercialización del maíz. En el presente trabajo se abordará única y exclusivamente el papel que juega la organización campesina en la comercialización del maíz, el caso de la Agrocomercializadora del Oriente de Michoacán, S.P.R. de R.I. (AGROCOM). Esta organización se fundó en 1995, de ese año a la fecha, se lograron avances sustanciales en el acopio y comercialización del maíz actividad importante y clave para que los productores tengan un mayor margen de ganancia, la cual es más que la venta en sí. "La comercialización es vender el maíz en el momento y en el lugar más rentable", ofreciendo calidad y cantidad en condiciones óptimas, con ventajas relevantes para los agricultores de la región. Además se avanzó con éxito en otros proyectos tales como: distribución y venta de insumos, seguro agrícola y otros. El papel social y económico de AGROCOM ha sido reconocido y en los próximos años se vislumbra una mayor actividad.

Palabras-clave: Políticas de gobierno, instituciones, campesinos, maíz, comercialización.

ABSTRACT

Justo Espinosa González

Universidad Autónoma Chapingo

The organization of farmers, as a basic device for corn commercialization. The case of AGROCOM in Michoacán, México.

APRIL, 2000

Under the direction of Francisco Peña de Paz.

One of the main restraint within the majority of corn producers, specifically in the west of Michoacán, is no doubt the lack of farmers organizations in order to serve as a mean for the correct commercialization of the production. This study will deal only and exclusively with the performance of the farmers organizations in such a process, case of AGROCOM. This organization was founded in 1995 and over since it has achieved substantial progress regarding collecting and commercialization of corn, an important activity and the key through which producers increase their profit which sometimes is superior to the selling itself. "Commercialization is to sell the harvest in the right moment and in the best place", offering quality and amount in optimum conditions, which will result in outstanding advantage, to the producers of such region. Besides, the organization has advanced in projects like distribution and selling of factors of production, agricultural insurance, and so forth. The social and economic role of AGROCOM has been recognized and it foresees an increased activity.

Key words: Policies government, institutions, producers, corn, commercialization.

ÍNDICE

PAGINA

Agradecimientos.	iv
Dedicatorias.	v
Datos biográficos.	vi
Resumen.	vii
Abstract.	vii
Lista de cuadros.	xiii

I. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES.

1.1. Introducción.	1
1.2. Antecedentes.	6

II. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA.

2.1. Objetivos.	24
2.2. Hipótesis.	25
2.3. Metodología.	25
2.3.1. Trabajo de campo.	26
2.3.2. Trabajo institucional.	27
2.3.2.1. Piso de remates.	27
2.3.2.2. Cooperativas de agricultores de maíz.	28
2.3.2.3. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria.	28

III. UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE MARAVATÍO.

3.1. Localización geográfica.	32
3.1.1. Ubicación.	32

3.1.2. Vías de comunicación.	33
3.1.3. Clima.	33
3.1.4. Precipitación pluvial.	34
3.1.5. Suelos.	35
3.1.6. Vegetación.	35
3.1.7. Importancia del municipio.	36
3.1.8. Sistema de producción tradicional.	37
3.1.9. Sistema de producción aplicando nuevas tecnologías.	39
3.2. Antecedentes productivos históricos.	42
3.2.1. La producción de maíz en Maravatío.	42
3.2.2. Tecnología disponible.	43
3.2.3. Rendimientos por hectárea.	43
3.2.4. Calidad del maíz.	44
3.2.5. Superficies sembradas de maíz con respecto a otros cultivos.	45
IV. PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ Y SEGURIDAD ALIMENTARIA.	
4.1. Problema alimentario mexicano.	46
4.2. La importancia alimentaria y la balanza producción consumo del maíz.	48
4.2.1. Origen.	49
4.2.2. Dónde, cómo y cuándo surgió el maíz.	50
4.2.3. Influjo cultural del maíz.	52

4.2.4. Utilidad del maíz.	54
4.2.5. Balanza, producción consumo.	56
4.3. Esfuerzos institucionales para la promoción, fomento y aprovechamiento del maíz en el sector alimentario.	56
4.4. La comercialización e industrialización del maíz.	59
4.4.1. Sistemas de acopio.	59
4.5. Crisis alimentaria y sus causas en México.	61
V. LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ BAJO UN ESQUEMA INTERVENIDO.	
5.1. La intervención del Estado en la comercialización agropecuaria.	69
5.2. Evolución de la política de precios y comercialización del maíz.	77
5.3. Subsidio a los consumidores de maíz, industriales de la masa y la tortilla.	82
5.3.1. Comportamiento del maíz dentro del TLC	82
5.4. Procesos de comercialización del maíz.	84
5.4.1. Principales fases de la comercialización del maíz.	84
5.4.1.1. Acopio del grano.	84
5.4.1.2. Almacenamiento del grano.	85
5.4.1.3. Transporte.	86
5.4.1.4. Transformación.	87
5.4.1.5. Distribución.	87
5.4.1.6. Consumo.	87

5.4.1.7. Compra venta.	87
5.5. Maíz.	88
5.6. Normas de calidad del maíz.	88
VI. LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTORES COMO INSTRUMENTO COMERCIAL (AGROCOM S.P.R. DE R.I.).	
6.1. Antecedentes.	90
6.1.1. Estructura organizativa.	94
6.1.2. Cuándo se formó.	97
6.1.3. Para qué se formó.	97
6.1.4. Características.	98
6.1.5. Programas básicos.	98
6.1.6. Objetivos.	99
6.1.7. Misión.	100
6.1.8. Zona de influencia.	100
6.1.9. Logros.	101
6.1.10. Servicios.	104
VII. RESULTADOS Y DISCUSION.	
7.1. Resultados.	106
7.2. Discusion.	141
VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	
8.1. Conclusiones.	144
8.2. Recomendaciones.	149
IX. LITERATURA CITADA.	153
X. ANEXOS.	158

	LISTA DE CUADROS	PAGINA
1.-	Presupuestos para ASERCA y CONASUPO	15
2.-	Funciones de ASERCA y CONASUPO	16
3.-	Compras de maíz por CONASUPO	16
4.-	Volumen importado de maíz durante 94-98	23
5.-	Precios de indiferencia de Mich. y D.F. 1998	31
6.-	Cupos de importación de maíz 1996-2009	83
7.-	Infraestructura de almacenamiento de granos en México	86
8.-	Principales áreas productoras de maíz	88
9.-	Integrantes del Consejo de Administración de AGROCOM	93
10.-	Comportamiento de comercialización de maíz, trigo, fertilizantes y agroquímicos 1994-1999 ton y precio.	103
11.-	Socios que integran AGROCOM.	106
12.-	Reuniones con socios	109
13.-	Ventas de fertilizantes a socios y clientes	110
14.-	Proveedores de fertilizantes químicos	112
15.-	Ventas de fertilizantes por comunidad	114
16.-	Ventas por volumen de fertilizantes	114
17.-	Hectáreas y monto contratado en Ciba-PROCAMPO	115
18.-	Áreas de negocios	124
19.-	Compras de maíz por volumen	125
20.-	Ventas de maíz por volumen	125
21.-	Flujo de efectivo de AGROCOM	139
22.-	Estado de resultados comparativo acumulado 1998	140
23.-	Balance general comparativo al 31 de diciembre de 1998	141

I. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

1.1. Introducción

En la década de los 90's la agricultura mexicana ha sufrido notables cambios, principalmente en lo que se refiere a la comercialización de los granos, concretamente en el precio del maíz, que es uno de los problemas a que los agricultores cada año se enfrentan.

Se han instrumentado varios modelos para que el agricultor tenga un poco más de certidumbre en el proceso comercial, el primero de ellos fue el de fijar precios de garantía, en donde el productor recibía un precio garantizado por el maíz, posteriormente se aplicó otro modelo que se llamó precio de concertación, el cual consistía en convenir con la industria un precio absorbiendo el Gobierno Federal la diferencia entre el precio real que pagaba la industria por el grano y el precio que le pagaba al productor; este modelo sólo operó en trigo. El tercer modelo que puso en marcha se le llamó precio soporte, en éste el gobierno Federal absorbía las pérdidas entre el precio estimado internacional y el subsidio ofrecido y si el precio internacional bajaba el Gobierno aumentaba el subsidio para mantener el precio soporte, este esquema sólo se empleó en los cultivos del frijol y soya, en el caso de este último, se mantenía abierta la frontera con un arancel del 15 %. El cuarto modelo que diseñó el gobierno es el de apoyo directo a la producción, es decir otorgaba una cantidad en efectivo por tonelada a los agricultores y esto dependía básicamente si las fronteras estaban abiertas con aranceles

alrededor del 20 %. Este esquema sólo operó en el caso del arroz. El último sistema hasta antes del 94 fue el de apoyo directo por hectárea, tal era el caso del algodón; es decir, el agricultor recibía un apoyo de \$800.00, independientemente si levantaba 1 ó 3 pacas por hectárea, esto servía como referencia al precio internacional y así estimar su utilidad.

Estos cinco modelos se utilizaron con la finalidad de probar cuál de ellos se ajustaba a la economía mexicana, antes de llegar al PROCAMPO.

Ahora existe una serie de reformas en donde los productores tienen la libertad y responsabilidad de decidir qué y cómo producir, así como vender el maíz a quien le pague mejor, y para lo cual se le llama precios de mercado "libre", esto significó un cambio hacia los agricultores, ya que por muchos años contaron con el respaldo del gobierno a través de las paraestatales Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) y Bodegas Rurales Conasupo, S.A. (BORUCONSA).

El precio de garantía, al ser el único en el país, no permitía que la producción que se encuentra cerca de los centros de consumo se le reconocieran premios por localización, lo que inhibió la formación de mercados regionales; tampoco facilitaba la diferenciación de precios, lo que impidió premios a las mejores calidades. Al ser precios vigentes durante todo el ciclo, no se reconocía el valor agregado por el almacenaje y por el financiamiento, esto desestimuló la inversión privada en la comercialización.

Bajo este nuevo escenario a precios de mercado, el agricultor tiene la libertad de producir y de comercializar lo que más le convenga; pero para esto debe de

tener la suficiente información de la oferta y de la demanda regional, nacional e internacional para poder ver las señales de los precios del maíz, así cómo hacer la mejor decisión de venta de la producción. Esto obliga a conocer las fuentes de información de la oferta y de la demanda, obtenerla en el momento adecuado y hacer los análisis correspondientes, además de identificar los procedimientos para vender de la mejor manera su producción.

La comercialización a precios libres hace conscientes a los agricultores de que la clave de la rentabilidad no radica sólo en aumentar la producción, sino que es fundamental protegerse del riesgo que significa la variación en el precio del maíz, además de conocer las alternativas para su venta. Por tanto, la clave está en la comercialización ya que es vender la cantidad y calidad de un producto obteniendo la mayor ganancia posible; implica fijar el precio en el momento y entregar el bien en el lugar más rentable, y con los plazos más convenientes para los productores.

Planteamiento del problema

Durante muchos años el Gobierno-a través de la paraestatal CONASUPO, a través de BORUCONSA y Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. (ANDSA), hoy desaparecidas-se encargaban del acopio, conservación, almacenamiento, distribución y comercialización del maíz que se produce tanto en la región como en el resto del país, además de controlar las importaciones de maíz procedentes principalmente de los Estados Unidos de América (USA).

La mayoría de los productores en la región y gran parte del país, sólo se encargaban de la producción y nunca de la comercialización, pocos practicaban esta actividad a través de la compactación de volúmenes que ofrecían a la industria, ocasionando un sobreprecio del grano. Además, muchos no contaban con la infraestructura adecuada para el almacenamiento que les brindara una buena oportunidad donde hubiera un incremento en el precio, situación que mantenía a los productores sin que nunca se interesaran por conocer el proceso de la comercialización.

Ante esta situación existían verdaderas mafias para robar a los productores, donde, por un lado, el analista de BORUCONSA les decía a los productores que su grano no contaba con los requisitos de calidad para que este fuera aceptado y que el productor recibiera el precio de garantía. Por tal motivo el productor con la necesidad de vender su maíz, acudía con el acaparador de granos y este le pagaba un precio menor y en ocasiones le robaba en la báscula. Posteriormente este acaparador entraba a los almacenes de BORUCONSA o ANDSA, hasta sin analizar el grano, con su respectiva “mochada”, obviamente.

Como el productor no sabe de análisis de calidad de granos, le descontaban más de lo que le deberían, pues, a fin de cuentas, a él sólo le interesaba vender el maíz, dada su necesidad.

Ha sido un gran error no educar y enseñar a los productores el cuidado, manejo y comercialización de los granos, además de capacitarlos para que conozcan los diferentes esquemas de comercialización ya existentes.

Ante la apertura del Tratado de Libre Comercio (TLC), se ha puesto a competir a los productores mexicanos sin ninguna herramienta que les permita tener alguna noción respecto al problema de la comercialización.

En el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, bajo el Programa "Alianza Para el Campo", la infraestructura de BORUCONSA y ANDSA pasan a manos de los productores, pero de nada sirve esa infraestructura si éstos no tienen la experiencia del manejo y la conservación de los granos.

Por otro lado, no hay una política de precios clara, que les permita a los productores tener mayor credibilidad y certidumbre al momento de sembrar el maíz y al momento de llevar a cabo la comercialización.

Los subsidios que se logran conseguir bajo presión, por lo regular nunca llegan a los productores, pues siempre se quedan los industriales con ellos, debido a que por lo regular, les cuesta más barato importarlo que comprarlo en el país.

En Michoacán se visualiza un monopolio y a la vez un monopsonio respecto a esta actividad de la comercialización y del financiamiento, por ejemplo:

Aprovechando la coyuntura del programa "Alianza para el Campo," durante la entrega de las bodegas de BORUCONSA a los productores de los ejidos donde están plantadas las unidades de acopio, surge una organización estatal llamada "Unión Agrícola Estatal," conformada por asociaciones agrícolas locales, también formadas de un día para otro con la finalidad de operar las 92 unidades de BORUCONSA que hay en el estado, y otra vez volver a dejar a los productores sin la oportunidad de que ellos se involucren en todo el proceso de comercialización.

En el municipio de Maravatío se ha formado un sistema organizativo regional que se incarta en el contexto de la comercialización y trata de resolver problemas con éxito ante la salida del estado, así como eliminar el intermediarismo. En este contexto el problema central de la investigación fue el siguiente:

- 1.- ¿Cuales fueron los elementos de índole político, económicos y sociales que permitieron la formación, el fortalecimiento y la consolidación de AGROCOM?.
- 2.- ¿Cuales han sido los resultados y el papel de la organización y como es que los agricultores ven el presente y el futuro de AGROCOM?.
- 3.- ¿En el marco de una situación nacional cada vez más adversa para la producción y comercialización de granos, cuales serían los elementos de mayor relevancia que podrían influir en una consolidación mayor de AGROCOM o en un reves de la misma?.

1.2. Antecedentes

La comercialización del maíz se daba de la siguiente manera, donde por un lado los agricultores sólo se encargaron de producir y nunca de comercializar su grano y por

otro lado el gobierno a través de las paraestatales BORUCONSA y ANDSA sólo se encargo de comercializar el maíz.

Estas dos contrapartes se encuentran vivas en la actualidad, ya que por un lado la mayoría de los agricultores de la región no han instrumentado un sistema de organización que les permita incursionar y hacer frente a las nuevas políticas de

gobierno, así como hacer frente a la apertura comercial con los países más fuertes en agricultura.

Y por el otro lado tenemos la política actual del gobierno, que cada vez es más notorio que está dejando la mayoría de las actividades de la agricultura en las manos inexpertas de los campesinos que no han contado con capacitación ni mucho menos con la experiencia necesaria, aunado a esto el gobierno ha desmantelado las paraestatales que de alguna manera servían como organismos de última instancia para comercializar sus granos, como eran CONASUPO, BORUCONSA y ANDSA.

Marco internacional

La política económica nacional actual ha sido influida por la expectativa de incorporación de los sectores de la economía en la dinámica de los mercados internacionales y la globalización económica mundial; para ello el país se ha apegado de manera ejemplar a las recomendaciones puntuales de los organismos financieros internacionales para el direccionamiento de estrategias macroeconómicas; los resultados a la vista, a poco más de una década, son suficientes para reconocer que

en ciertos ámbitos aún no se está preparado para enfrentar las exigencias del mercado internacional, como es el caso del sector agropecuario.

Esta afirmación se puede sustentar aún más si hacemos una rápida revisión de la política agrícola e instrumentos de nuestro principal socio comercial y líder del modelo de la política económica que actualmente sigue el Estado mexicano.

La política agrícola de los EUA está definida por una planeación de largo plazo que tiene como característica la intervención estratégica del Estado para planear y normar la asignación de los recursos y su aplicación en la construcción de procesos productivos eficientes. La evolución de esta política económica se resume en 5 grandes fases, (El Financiero; 4 Noviembre, 1998 p 12):

1. Política de Desarrollo. Sus resultados más importantes fueron el desarrollo de infraestructura productiva, la ampliación de superficies de producción, el acceso e incorporación de tecnologías encaminadas a reducir los costos de producción.
2. Política de Transporte y Almacenamiento. Cuyos objetivos centrales han sido tener una respuesta complementaria, mejorar la comercialización y potenciar los esfuerzos y resultados del proceso productivo primario.

Con esta política se dio inicio a un fortalecimiento y consolidación de mercados, en donde se mantiene la intervención del Estado como elemento determinante para garantizar el equilibrio de las relaciones de mercado y conducir las estrategias individuales y de las organizaciones de productores.

3. Política de Estabilización. Tiene como objetivos centrales el propiciar una mayor seguridad y protección a los ingresos de los productores vía precios, a través de los instrumentos compensatorios en donde se tiene como estrategias generales:

- La adaptación de ofertas a necesidades específicas del mercado.

- La garantía de precios a través de los instrumentos: precios, objetivos, pagos compensatorios, precios mínimos y compras gubernamentales.
4. Política de Crédito. Caracterizada por la oferta de instrumentos financieros al sector, con alta flexibilidad y bajo costo de dinero.
 5. Política de conservación del medio ambiente. Cuyos objetivos fundamentales son regular las actividades del sector, para encaminarlas hacia la conservación de los recursos productivos naturales y la intervención en el mejoramiento de tierras para la ampliación de superficies de producción. (La jornada, el campo, 1998 p 46).

En cada una de las políticas la intervención del Estado es definitoria, no tanto como responsable de la instrumentación de las políticas, sino como encargado de planear y dirigir los instrumentos y líneas de acción derivadas.

La participación del sector agrícola de EUA en el comercio mundial, ha sido resultado de una eficiente incidencia de las políticas públicas en el sector para canalizar los excedentes de su producción hacia mercados de exportación cuyos beneficios han sido determinantes para alcanzar la posición actual del sector.

Los efectos en la población rural, en el último de los casos, serían atenuados por dos grandes factores: el número de unidades productivas y el nivel de ingresos de esta población derivado del acceso a otras actividades económicas que son, de hecho, un fuerte complemento de sus ingresos.

Estas reflexiones tienen como objetivo evaluar las implicaciones que en nuestro sector agrícola se tienen, dada la fuerte relación de la economía con la de

nuestro socio comercial; pero, además, analizar los riesgos que se corren al seguir empeñados en trasladar un modelo económico hacia un sector que no cuenta con las bases materiales ni de apoyo para su aplicación, hecho que se corrobora en las evaluaciones del TLC con USA.

Gran parte de los trastornos económicos asociados a la reorganización de la actividad económica y a la definición de los tipos de empleos, forma parte de procesos más amplios e inevitables de globalización, de la competencia económica y no directamente del TLC (BANCOMEX, 1998), sin que se descarten sus repercusiones, porque muchas políticas se toman con base a este tratado.

La agricultura mexicana ha sufrido una grave crisis de rentabilidad, conforme se apreciaba el peso y se reducían considerablemente los subsidios y los servicios al sector; asimismo, la caída de los precios de los principales cultivos en términos reales y la reducción del crédito a la agricultura, trajo como consecuencia que esta actividad se estancara durante el periodo de 1990-1995; para 1996 estos precios aumentaron, poniendo de manifiesto la sensibilidad de los diez productos principales a los incentivos de los precios.

Centrando el análisis en la gravedad que reviste el retiro no planeado del Estado en funciones estratégicas de acopio, almacenamiento y comercialización de los productos agrícolas, se hace el análisis de la evolución de las dos instancias responsables de estas funciones en nuestro país.

Marco nacional

Una de las preocupaciones permanentes del Gobierno Mexicano, es la producción de alimentos, la no especulación y la comercialización de los productos del campo; por ello, a lo largo de la historia se han creado diversos organismos para apoyar la producción y comercialización, con este objetivo en 1937 se crea el Comité Regulador del Mercado de Trigo; el 1 de septiembre de 1937 fue creada la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A. (CEIMSA): No obstante el desarrollo económico que se perfilaba, las condiciones demandaban acciones más amplias, por lo que en 1938 se crea el Comité Regulador del Mercado de Subsistencias Populares, en sustitución al anterior (Diario Oficial de la Federación).

Durante y después de la Segunda Guerra Mundial, la economía internacional sufrió un gran impacto, provocando una reducción en el intercambio comercial entre países, que tuvo repercusiones en el mercado interno de México, por ello, en 1941 fue creada Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A. (NADYRSA), en sustitución al Comité Regulador, cuyas actividades estaban orientadas a controlar los mercados de materias primas y el mantener un equilibrio entre los costos de producción y precios de consumo.

NADYRSA operó como agente comprador del gobierno Federal, adquiriendo artículos alimenticios básicos, con el fin de mantener precios razonables en el mercado, otorgando precios de garantía a los agricultores de maíz.

En 1949 se liquida NADYRSA, absorbiendo CEIMSA las funciones de ambas instancias para mantener un mejor abastecimiento y regulación de los precios

de maíz y trigo, y otros artículos de primera necesidad; en esta etapa el gobierno pretendió ejercer una acción reguladora mediante la presencia oficial en la adquisición, almacenamiento, distribución y comercialización de grandes volúmenes de productos básicos.

Las condiciones socioeconómicas que presentaba el país en 1961 demandaban el perfeccionamiento de la regulación y el abasto del mercado, es así que el 25 de marzo de ese año se liquida CEIMSA y en su lugar se crea la Compañía Nacional de Subsistencia Populares, S.A. (CONASUPOSA). Auxiliada por sus empresas filiales, sobre todo por la Compañía Rehidratadora de Leche, etc. CONASUPOSA desarrolló en 1964 los programas relacionados con la compra de productos a precios de garantía; también llevó la reserva nacional de alimentos básicos y las ventas regulatorias. Respecto a los precios de garantía, se controlaron los relativos a los programas de compra de maíz, trigo, sorgo y frijol, así como aquellos de compra-venta de arroz y chile seco.

Desde luego las deficiencias de estos instrumentos y la agudización de los problemas de comercialización en el sector agropecuario no es primordialmente imputable a alguna institución, sino que es producto de una estrategia económica integral, la cual está basada en:

- Una apertura comercial unilateral y abrupta.
- Una severa reducción de la participación del Estado en el fomento económico.
- Una precipitada liberalización del sistema financiero, y

- Una política cambiaria y crediticia que ha privilegiado la estabilidad monetaria sobre el crecimiento económico, empleo y bienestar social.

Instrumentos que sirvieron de apoyo a la comercialización:

El 1 de abril de 1965 (Diario Oficial de la Federación), se ordenó la liquidación de CONASUPOSA y la creación del Organismo Público Descentralizado denominado CONASUPO; quien fue facultada para desarrollar algunos programas para el cumplimiento de sus objetivos centrales:

- Comercialización al mayoreo de maíz y otros productos básicos.
- Comercialización y distribución de leche fluida y sus derivados..

En apoyo a estas acciones nacen las empresas filiales de CONASUPO, que integraron el sistema CONASUPO entre las que se encontraban: BORUCONSA, IMPECSA, DICONSA, ICONSA, MICONSA, TRICONSA, LICONSA, FICOPRONSA, FIA, CONASUPER Y CECONCA. Esta estructura permitió que a lo largo de 20 años se pudiera construir un sistema integral de comercialización, distribución y abasto, cuya máxima expresión se dejó ver en la cadena de maíz, en donde CONASUPO participaba para 1997 con cerca del 30% de las compras de producción nacional para consumo humano y tenía además el control de la industria harinera más importante, cuya producción se distribuía a través de DICONSA y sus más de 23,000 tiendas comunitarias.

A la fecha, la mayor parte de las filiales de CONASUPO han sido privatizadas, liquidadas o transferidas, dejando al mismo tiempo de realizar las funciones que

éstas llevaban a cabo y manteniendo como principal función la comercialización de granos básicos y abasto de productos de la canasta básica.

Después de la supresión de los permisos de importación y la liberación comercial del sorgo y algunas oleaginosas, se crea Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) para promover el desarrollo de mercados agrícolas privados y para facilitar las negociaciones entre productores y agricultores. ASERCA se creó como un órgano administrativo descentralizado de la SAGAR, como parte del proceso de modernización de los procesos de comercialización de los productos del campo.

Las consideraciones planteadas para la creación de ASERCA, fueron con base en el análisis de las causas de los problemas de comercialización, entre los que se identificaron:

- Falta de información oportuna y clara que regule las decisiones de compra venta de productos, de siembra y de selección de cultivos con criterios de eficiencia.
- Infraestructura ineficiente de acopio, financiamiento y distribución.
- El fenómeno cíclico en la oferta de producción agropecuaria frente a un padrón de demanda estable en el tiempo, y
- El intermediarismo en la cadena comercial.

Adicionalmente en el Programa Nacional de Modernización del Campo 1990-1994, se señala la necesidad de crear un sistema de información y promoción integral de los mercados agropecuario y forestales, para:

- Permitir a los productores tomar sus decisiones en forma óptima.

- Propiciar una mayor participación de empresas comercializadoras.
- Incrementar la eficiencia en estas actividades.

Sin embargo, analizando los objetivos que dieron origen a la creación de ASERCA, a la fecha el balance no es favorable, ya que los alcances y metas de este organismo han sido limitados con respecto a las expectativas de su creación. Prueba de ello es que en los diagnósticos más recientes del sector, siguen de manifiesto las deficiencias que dieron origen a esta instancia.

CUADRO 1. PRESUPUESTOS POR ORGANISMO

(Millones de pesos)

AÑO	CONASUPO						ASERCA	
	Control Directo		Para efectos de consolidación*		TOTAL			
	Original	Ejercido	Original	Ejercido	Original	Ejercido	Original	Ejercido
1995		2,686.0	2,144.5	2,184.6		5,241.5		6,848.8
1996	2,224.7	3,151.4	2,313.0	3,445.6	5,421.5	6,112.4	7,828.8	7,650.0
1997	2,640.3	3,080.9	3,113.3	1,740.7	7,140.4	6,723.4	8,271.0	9,595.3
1998						8,205.0		

* Para efectos de Consolidación de la Sectorización Económica del Gasto del Sector Desarrollo Agropecuario y Recursos Naturales y Subsectores de Salud y Seguridad y Abasto Social y de Nutrición, se eliminan cifras debido a que se encuentran incluidas en el gasto total de las entidades. (Fuente: El financiero, julio 8 1997 p 15).:

El presupuesto de operación de estos dos organismos sumó en 1997 poco más de 16,000 millones de pesos de los cuales ASERCA concentró cerca del 60% del ejercicio del presupuesto total, del cual destinó 1,789 millones de pesos para los programas de apoyo a la comercialización, lo que representa cerca del 22% del presupuesto total ejercido por esta dependencia (Ley de egresos de 1999). Para el caso de CONASUPO se puede tomar como referencia el

porcentaje de gastos corriente y gasto de capital, cuyos valores se ubicaron para 1997 en 78.6 y 21.4%, respectivamente.

CUADRO 2. PRINCIPALES FUNCIONES DE ASERCA Y CONASUPO

FUNCIONES (1991)	
ASERCA	CONASUPO
1. Elaborar, promover y desarrollar sistemas dinámicos de comercialización de productos agropecuarios. 2. Fomentar la organización de productores para la comercialización y capacitación. 3. Fomentar la construcción de infraestructura básica para eficientar los procesos de comercialización. 4. Fomentar el desarrollo de sistemas de información de mercados nacionales e internacionales de carácter público y privado, y promover las negociaciones comerciales de los productores con los compradores. 5. Promover líneas de crédito en el sistema financiero para apoyar la comercialización. 6. Fomentar la creación de una bolsa agropecuaria, hacia la que se oriente la comercialización privada. 7. Fomentar la creación de una sociedad de inversión de capitales, que apoyará la constitución de empresas comercializadoras especializadas por región o por producto. 8. Fomentar la exportación de productos agropecuarios mexicanos. 9. Coordinar sus actividades de apoyo a la comercialización de productos agropecuarios con las entidades y dependencias paraestatales de la administración pública federal, así como con las organizaciones de productores rurales, cámaras de comercio e industriales, instituciones de crédito y demás personas e instituciones que juzgue conveniente.	1. Planificar, organizar y ejecutar, esto directamente o por conducto de otras instituciones oficiales, las intervenciones reguladoras del Estado para el mantenimiento de los precios de garantía o mínimos de compra que estén vigentes, estableciendo los sistemas más adecuados para realizarlas, de acuerdo con las situaciones que guarden las regiones productoras y los mercados nacionales e internacionales. 2. Importar en caso de reservas deficitarias frente a las necesidades del consumo, y exportar excedentes cuando las existencias acumuladas rebasen los niveles previstos, de los mismos productores agrícolas y de cualquiera otros artículos que requiera para el cumplimiento de sus funciones. 3. Actuare con representación propia y como asesora, según proceda en los términos de las Leyes, Decretos y Reglamentos respectivos, ante los organismos oficiales o semioficiales encargados de reglamentare, planear y controlar la producción, distribución, venta e industrialización del maíz, trigo, frijol, arroz y demás productos que maneje la compañía. 4. Hacer los estudios socioeconómicos y técnicos conducentes a la fijación por el ejecutivo federal de los precios de garantía mínimos de compra de los granos y productos agrícolas que maneje, que podrán ser variables por regiones, ciclos, costos y calidades, de acuerdo con las condiciones que prevalezcan.

Fuente: Diario oficial de la federación, Abril, 1 1998 p 16.

Intervención en el mercado de físicos:

El porcentaje de la producción interna de maíz comprada por CONASUPO varía considerablemente respecto a los cultivos y años, aunque generalmente se sitúa entre 15 y 35% para los cereales.

CUADRO 3. COMPRAS DE MAÍZ POR CONASUPO 1988-1998

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
PROD.	10,592.30	10,952.80	14,635.40	14,251.50	16,929.30	18,125.30	18,235.80	18,352.90	18,026.00	18,085.40	16,420.10
COM. CON.	1,742.00	1,753.00	2,490.00	3,255.00	4,604.00	8,148.00	8,130.00	3,729.00	1,579.00	3,471.00	2,275.00
%PART.	16.45%	16.01%	17.01%	22.84%	27.20%	44.95%	44.58%	20.32%	8.76%	19.19%	13.85%

Fuente: Anuario estadístico de conasupo, 1998.

Intervención en la política de precios y subsidios

Precios:

Además de las funciones de comercialización, distribución y abasto, CONASUPO ha participado desde su creación, primero como regulador y más tarde como inductor importante de los precios de los principales granos. Hasta antes de 1988, el Gobierno intervenía en la fijación de precios al productor de doce cereales alimenticios donde destaca principalmente el maíz. La fijación de los precios se hacía mediante la concentración de volúmenes por parte de CONASUPO y la publicación de precios de garantía a los productores, el control de las importaciones (permisos) y las transferencias del gobierno para cubrir las pérdidas de CONASUPO.

Los objetivos iniciales de la política de precios de garantía consistían en:

- Apoyar a los productores con precios más altos que los prevalecientes en los mercados internacionales, esta política en algún momento tomaba también como variable el costo de producción, aunque ésta se determinaba como un costo promedio nacional; sin embargo, durante los años ochenta, los precios de garantía fueron en ocasiones más bajos que los precios internacionales, esto como consecuencia de retrasos en el ajuste a las cambiantes condiciones macro-económicas y a las políticas contra la inflación.

El volumen de producción al que se podían aplicar los precios de garantía era, sin embargo, limitado ya que CONASUPO actuaba como comprador de última instancia de todos aquellos productores que no encontraban un

mercado para sus productos, sin embargo, el modo discrecional con que anunciaban los precios de garantía y con que se ajustaban a la inflación, creaba incertidumbre entre los productores.

- El segundo objetivo de esta política, fue mantener un control en los precios al consumidor, principalmente en los bienes salario, que dio origen a una relación de bienes de consumo desigual en el medio urbano y rural

La adjudicación del manejo de programas sociales y dualidad de funciones que se le confirió a CONASUPO para brindar los mayores precios de garantía posibles, al mismo tiempo que entregar al consumidor un grano subsidiado, propició un demérito de su imagen.

Como parte del proceso general de reforma de la política agrícola, el gobierno decidió en 1989 eliminar progresivamente los precios de garantía, así como las barreras a la importación y los techos a los precios al consumidor de todos los granos y oleaginosas, excepto en frijol y maíz, en donde el esquema de precios de garantía se mantuvo hasta el ciclo P-V de 1993, esto basado en la convicción de que los precios de garantía, al ser fijados al mismo nivel en todo el país, frenaban al desarrollo de mercados regionales y de redes privadas de distribución; obstaculizaba la diversificación de la producción y su orientación hacia el mercado, y no promovía la elaboración de productos de gran calidad. Aun más, la política de apoyo a los mercados implicaba un alto nivel de transferencias gubernamentales para cubrir el déficit de CONASUPO y sus filiales.

Con la apertura comercial, la política de precios dio un giro a partir de 1996 hacia el sistema de precios de indiferencia que ha agudizado aún más las presiones de rentabilidad en la actividad productiva, los efectos del incremento de las importaciones de maíz basado en criterios de diferencial de precio y un aparente ahorro de la adquisición de la materia prima, provocaron una desarticulación sin precedente de la actividad productiva, lo cual que se ha reflejado en un decremento de la producción.

Actualmente CONASUPO y ASERCA son las instancias encargadas de administrar los apoyos encaminados a cubrir el diferencial entre el precio de indiferencia en la zona de producción y el precio ofrecido por CONASUPO para maíz blanco en cada entidad federativa; este apoyo representa como promedio un 20% del precio de indiferencia y está encaminado a reconocer el diferencial de calidad entre el maíz amarillo cotizado en la bolsa y el maíz blanco de consumo preferencial para el mercado nacional, ya que las cotizaciones del maíz blanco en el mercado internacional oscilan entre el 10 y 30% por encima de las cotizaciones de maíz amarillo.

La aplicación de la política de precios de indiferencia ha llevado a que cuando los precios internacionales de cereales tienen un comportamiento a la baja, se hace un ajuste en el precio al productor a la baja, lo que impacta en el margen de utilidad; sin embargo cuando el comportamiento del precio internacional tienen una tendencia alcista, no se da un ajuste al precio al producto, argumentando que se tendría un impacto en el precio al consumo y el monto de subsidios dirigidos al consumo y la planta productiva industrial. En cuanto a esto

aún falta una definición de las implicaciones que al respecto se tendrá después de la liberación del precio de tortilla y la reorientación del subsidio (Matus, 1990).

Subsidios:

La política de subsidios es un factor que ha tenido un alto impacto en la operación de las instituciones de apoyos a la comercialización, en este sentido CONASUPO representa el caso más importante de adaptación de acuerdo al cambio de las políticas agropecuarias y las necesidades de instrumentos.

Durante la vigencia de la política de precios de garantía, CONASUPO operaba la administración de bonificaciones denominada Programa de Apoyos a la Comercialización Ejidal (PACE), que correspondían al pago del costo de transporte por separado del precio de garantía y era el único subsidio dirigido a la comercialización; en tanto que la mayor parte de los subsidios se canalizaron a subsidios de consumo, que tuvieron su máxima expresión en la cadena de maíz-tortilla y prácticamente no se contaba con un subsidio a la producción (Matus, 1990).

El cambio de política hacia el establecimiento de precios de concertación, se caracterizó por la ausencia de subsidios a la comercialización, tratando de subsanar esta condición con el surgimiento de PROCAMPO como instrumento de subsidio a la producción. A partir de octubre de 1995, las bonificaciones por calidad a los productores quedaron integradas en este precio, para el caso de maíz, mientras que para el resto, los apoyos se han otorgado de forma selectiva

en cada ciclo para productos y regiones con problemas severos de comercialización.

A partir del ciclo O-I 1996 los precios están determinados por el mercado internacional y la variación de los precios de indiferencia cambian de acuerdo a las diferentes zonas de producción y consumo, siguiendo vigentes las bonificaciones por calidad para maíz blanco determinadas por CONASUPO, cuyo monto se ubica en un promedio de 20% del costo de indiferencia, que sumados a los subsidios a la producción otorgados por PROCAMPO ubicaron el precio pagado al productor en el ciclo O-I 97-98 en \$1,941.75, el cual comparado con los costos de producción de los principales estados excedentarios ubica el ingreso de los productores en un promedio de \$364 pesos mensuales por hectárea, suponiendo un rendimiento promedio de 4 ton/ha.

Mientras que los apoyos a la comercialización de otros productos, determinados por ASERCA aún sin un criterio establecido, hacen que los apoyos otorgados sean todavía insuficientes para elevar los ingresos del productor y en ocasiones se ubican por debajo de los costos de producción; asimismo, se experimenta poca capacidad de cobertura por los límites presupuestales de esta entidad.

Los subsidios a la comercialización y a la producción mantienen un diferencial significativo con los otorgados en los países con los que compite la producción nacional, que son, además, los que aportan la mayor parte de la oferta mundial de granos con que opera la bolsa agropecuaria que determina los precios que hoy inciden en los precios de indiferencia vigentes.

Intervención en la importación de alimentos:

El volumen de importaciones de maíz creció durante el periodo de 1987 a 1997 a un ritmo anual de 4.6%, propiciado principalmente por el consumo de la industria harinera y el sector pecuario y las variaciones de la producción nacional. Durante los cuatro años anteriores el volumen de importaciones se ha mantenido en márgenes del 6 al 8% en el consumo nacional, ascendiendo en 1994 a un volumen de 2.2 millones; 2.6 en 1995; 4.7 en 1996 y 1.4 millones de toneladas en 1997 (SECOFI, 1998).

Durante 1997 el consumo nacional de maíz alcanzó 20.6 millones de toneladas, distribuido de la siguiente manera:

- 14.3 millones para el consumo humano en forma de tortilla,
- 3.6 millones como forraje,
- 1.6 millones para la industria almidonera y cerealera,
- 0.2 millones para semillas, y
- 0.7 millones correspondientes a mermas por transporte y maniobras.

Este consumo se cubrió con una producción nacional de cerca de 18.1 millones de toneladas (14.0 millones de toneladas durante el ciclo primavera-verano y 4.1 durante el ciclo otoño- invierno) (SECOFI, 1998).

Actualmente los cupos de importación de cereales están determinados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI); en concordancia con ello, creemos conveniente revisar la normativa al respecto para que estas decisiones estén concertadas sectorialmente con la Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR), no sólo a nivel de la reglamentación

fitosanitaria, sino sobre todo en lo que respecta a los volúmenes y calendarios de cosecha a fin de no afectar la comercialización nacional.

Durante el periodo de 1994 a 1998 se ha rebasado sistemáticamente el cupo de importaciones por razones de disminución de la producción y la estacionalidad de las cosechas, por esto, la participación de CONASUPO se vuelve relevante para planear la administración de reservas de cosechas nacionales, a fin de ir sincronizando las demandas con los calendarios de cosecha.

Aun cuando los criterios para el ejercicio de importaciones son asegurar el abasto de los productos al consumidor final o la industria; este factor ha influido negativamente en el comportamiento de los mercados, causando una gran incertidumbre para la venta y los efectos a mediano plazo pueden ser una disminución de la producción no sólo por factores climáticos adversos, sino por la falta de perspectivas de rentabilidad.

Durante el primer semestre de 1998, 62% del cupo de importaciones permitidas provinieron EUA y las importaciones coincidieron con el periodo de cosecha de Sonora y Sinaloa, cuyo volumen asciende a aproximadamente 2 millones de toneladas.

CUADRO 4. VOLUMEN IMPORTADO DE MAÍZ DURANTE 1994 A 1998

CUPO DE MAÍZ (TON)	1994	1995	1996	1997	1998
CUPO NEGOCIADO	2,501,000	2,576,030	2,653,311	2,732,910	2,814,898
CUPO EJERCIDO	2,103,714	2,763,275	5,909,037	2,439,737	4,314,300
% EJERCIDO	84.11%	107.27%	222.70%	89.27%	153.27%
CUPO DE FRIJOL (TON)					
CUPO NEGOCIADO	51,500	53,045	54,636	56,275	57,964
CUPO EJERCIDO	49,687	24,674	122,616	54,915	117,484
% EJERCIDO	1.99%	46.52%	224.42%	97.58%	202.68%

Fuente: Anuario estadístico de conasupo, 1998

II. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

2.1. Objetivos

1. Demostrar el funcionamiento y la utilidad que tiene la organización campesina en la actividad de la comercialización, sin importar que tipo de estructura legal tenga.
- 2.- Desarrollar una propuesta de comercialización para agricultores que tengan las ganas de organizarse no sólo para maíz, sino para otros granos, principalmente trigo y sorgo y que se pueda establecer en otras regiones del Estado y del país.
- 3.- Identificar y analizar las características de la organización de agricultores AGROCOM en su conjunto que le permita incursionar a un nuevo sistema de comercialización de maíz.
4. Demostrar que a través de la organización se puede hacer:
 - Una adecuada comercialización de granos e insumos agrícolas, además de complementaria con un proyecto de asistencia técnica integral apropiado.
 - Mayor capacidad de negociación de precios de los granos e insumos agrícolas.
 - Mayor interlocución con las diferentes instancias de gobierno y las diferentes instituciones encargadas de la rama agrícola.
 - Aprovechar los diferentes apoyos del gobierno, además de tener acceso al financiamiento bajo el instrumento de paraфинancieras.

- Promover y utilizar los mecanismos de comercialización de granos, utilizando coberturas agrícolas y de opciones en los mercados de futuros.

2.2. Hipótesis

1. La participación del Estado en la comercialización del maíz, es un factor que limitó por mucho tiempo la incursión de los agricultores en el desarrollo comercial de la región ocasionando una inexperiencia del mismo.
2. La salida del Estado en la comercialización del maíz, es un factor importante para que los agricultores utilicen esquemas de comercialización y descubran nuevos nichos de mercados.
3. Ante la salida del Estado del proceso comercial, quedan los agricultores de granos de la región con los elementos para participar en el “libre” mercado, donde participan productores líderes de otros países.
4. La falta de elementos tales como la información de la oferta y demanda, apoyos gubernamentales etc., serán limitantes para que los productores de granos participen en un “libre” mercado.

2.3. Metodología

Para la realización del presente trabajo, se llevaron a cabo dos acciones que de alguna manera cumplieron con los objetivos planteados:

2.3.1. Trabajo de campo

Para la elaboración del presente trabajo se llevó a cabo un sistema de aplicación de 67 encuestas directamente en el ejido y en las parcelas de un total de 435 agricultores, los cuales representan el 15.5 % del total de la población, dando una confiabilidad del 95 %. Con un procedimiento de selección de muestra de números Random, utilizando este procedimiento nos da como resultado la misma probabilidad de que cada agricultor puede ser seleccionado y aplicarle la encuesta.

Para la determinación del tamaño de la muestra de acuerdo a Hernández R. Se utilizó la siguiente formula:

S2 Varianza de la muestra

$n' =$ _____

V2 Varianza de la población

$$n' = \frac{S^2}{1 - n'/N} \quad S^2 = P(1-P) = 0.9(1-0.9) = 0.09 \quad V2 = (0.05)^2 = 0.0025$$

$$n' = \frac{0.009}{0.0025} = 36 \quad n' = \frac{36}{1 + 36/45} = 67.425 = 67 \text{ Encuestas}$$

donde:

N =	Población.
Y =	Valor promedio de una variable 0.015.
Se =	Error estándar. 0.015
V =	Varianza de población.
S =	Varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de "Y"

2.3.2. Trabajo institucional

En esta parte de la investigación se llevaron a cabo tres salidas a las bolsas agropecuarias concretamente a las de Kansas y Chicago, donde se logró identificar la cuestión operativa del piso de remates y el funcionamiento de las cooperativas de agricultores que se han cubierto en el precio, así como la exportación a diferentes partes del mundo incluyendo a México. Por otro lado, se visitó la institución encargada de llevar a cabo los trámites para la comercialización a través de las bolsas agropecuarias en México, ASERCA.

2.3.2.1. Piso de remates

Se visto el lugar donde se definen los precios de los granos en todo el mundo, los pisos de remates de la bolsa de futuros donde se realizan las operaciones donde los compradores y los vendedores se encuentran a diario para realizar transacciones. Cada operador que ingresa a dichos pisos trae consigo informaciones específicas sobre el mercado, tales como cifras sobre la oferta y la demanda, tipos de cambio de divisas, tasas de interés, pronósticos meteorológicos, etc., conocimientos que contribuyen al proceso continuo de determinación de precios de los mercados de futuros.

A medida que se realizan las transacciones entre los compradores y vendedores, se establece el valor justo del mercado (precio) de un producto básico dado y el precio se difunde de manera instantánea a todo el mundo a través de avanzados sistemas de telecomunicaciones; tales precios se publican en los diarios y en varios servicios de cotización electrónicos.

Al consultar en el periódico las listas de precios de futuros como las que aparecen a continuación, veremos que se incluyen varias especificaciones de contrato.

2.3.2.2. Cooperativas de agricultores de maíz

Las cooperativas de agricultores maiceros están organizadas de tal manera que logran conseguir todos los apoyos de parte del gobierno para la producción y comercialización del maíz. Por un lado existe un gran apoyo para la producción del maíz y por otro lado para la comercialización del mismo. A través de las cooperativas son apoyados en las tres fases de la producción y además tienen un sistema de acopio y almacenamiento de granos muy sofisticado.

Cuentan con un sistema de planeación para la siembra del grano, por tal motivo no tienen problemas de sobre producción que repercuta en la caída del precio al momento de comercializar.

En este tipo de cooperativas, la mayoría cuentan con un área para la comercialización del maíz, donde se tiene equipo de personal para que esté colocando contratos directamente en el piso de remates y a la vez estén comercializando su maíz en fechas futuras.

2.3.2.3. Apoyos y Servicios a la Coercialización Agropecuaria (ASERCA)

Se realizaron varias visitas a la institución encargada de realizar las operaciones en México; Esta institución cuenta con un programa que permite proteger el ingreso del productor de: maíz, trigo, sorgo, soya, cártamo y

algodón, contra cambios adversos en el mercado, a través de una cobertura de precios con instrumentos del mercado de derivado, específicamente con opciones sobre futuros.

Modalidad del programa cobertura simple:

Para el período 1998-2000, ASERCA asumirá la mitad (50%) del costo de la cobertura y el productor deberá pagar 50% del total.

Modalidad del Programa Cobertura con Formación del Fondo de Inversión y Contingencia para el Desarrollo Rural (FINCA):

Para el período 1998-2000, ASERCA asumirá tres cuartas partes del costo de la cobertura y el productor deberá depositar en el FINCA un monto igual al pagado por esta, la cuarta parte restante deberá abonarse a la cuenta designada por ASERCA.

Modalidad del Programa Combinación de Modalidades:

El productor que se haya inscrito inicialmente en el programa bajo la modalidad de cobertura simple, podrá cambiar a la modalidad de formación de FINCA, hasta 30 días después de la apertura del contrato.

En caso de que se efectúe el cambio, ASERCA restituirá al productor la parte del costo de la cobertura pagada en la modalidad de simple depositándola en el finca, una vez que éste demuestre haber abonado la parte complementaria de la cobertura.

Requisitos Generales:

- Firmar la solicitud de inscripción.
- Inscribir cantidades exactas, y demostrar elegibilidad para participar en el programa de coberturas mediante tres alternativas:
 - a) Folio de inscripción a PROCAMPO vigente.
 - b) Acreditación bancaria con crédito de habilitación o avío.
 - c) Oficio que emita la SAGAR o ASERCA, en donde se demuestre fehacientemente que es productor en los ciclos agrícolas que suscribe.
- Acreditar la posesión legal del predio o parcela.
- Identificación oficial vigente (credencial de elector, cartilla del servicio militar o pasaporte).
- En caso de asociación, copia del acta constitutiva y/o poder notarial.
- Presentar original y entregar copia de los depósitos realizados:

Cobertura simple: en la cuenta de ASERCA, por el 50% del costo de la cobertura.

Cobertura con formación de FINCA: por una cuarta parte del costo de la cobertura.

En caso de solicitar un precio de ejercicio mayor al propuesto por ASERCA: en la cuenta de ASERCA por el diferencial de costos de primas. (ASERCA, 1998)

Mercado Internacional de granos

El reporte mensual del USDA sobre la oferta y la demanda mundial para este ciclo 1997/98 mostró un ligero incremento en la producción de granos

forrajeros, que se debió a las fuertes cosechas de maíz y sorgo que se observaron en Argentina, así como la mayor cosecha en Sudáfrica. Esto implica fuertes proyecciones de exportaciones de maíz y sorgo para Argentina, pero menores importaciones de maíz por parte de África del Sur. Se proyectó un incremento en las exportaciones de maíz por parte de Indonesia. Las expectativas de importaciones del producto cayeron para muchos países de Latinoamérica. La mayor parte del incremento de inventarios a nivel mundial, se vio concentrado en los inventarios estadounidenses y de Argentina (USDA, 1998).

**CUADRO 5. PRECIO DE INDIFERENCIA DE MICHOACÁN Y D.F. EN MAÍZ
CON FECHA DE 09-07-98**

ESTADOS DE DESTINO	PRECIO FRONTERA \$/TON.	PRECIO INTL. 2. CONSUMO \$/TON.
D.F.	1,023.45	1,164.54
MICHOACÁN	1,094.19	1,234.51

Fuente: ANEC (1998).

III. UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE MARAVATIO

3.1. Localización geográfica.

3.1.1. Ubicación

Maravatío se localiza entre las coordenadas 19° 54' de latitud norte, a los 100° 27' longitud oeste y a 2,020 metros sobre el nivel del mar (msnm) dentro del municipio del mismo nombre y el cual se localiza dentro de la región oriente del Estado (DGE, 1995).

Maravatío se encuentra en el Oriente del estado de Michoacán, limitando al Norte con el municipio de Tarandacuao, Gto., al Sur con el municipio de Senguio, al Oriente con el municipio de Contepec y al Poniente con el municipio de Zinapécuaro, Michoacán (INEGI, 1990).

"ZONA MAICERA"
MUNICIPIO DE MARAVATIO



3.1.2. Vías de comunicación

Maravatío cuenta con una amplia red de carreteras que le permite entrar al interior de su municipio, donde se encuentran las 113 comunidades que lo integran; esto es importante, ya que los caminos se encuentran completamente entrelazados para diferentes partes, cabe mencionar que se encuentran en perfecto estado, por lo que esto permite a los agricultores trasladar sus cosechas a la cabecera municipal o a otras partes donde puedan comercializar sus productos, en lo que se refiere al maíz existe una infraestructura con características excelentes, especiales para la conservación y almacenamiento del grano durante todo el año. Cuenta con la autopista México-Guadalajara, por lo tanto el municipio se encuentra a 157 km. del mercado más grande del mundo para comercializar maíz, así como la carretera federal Maravatío-Morelia con un kilometraje de 88 km de la capital michoacana. También está la carretera Maravatío-Cd. Hidalgo, a una distancia de 39 km así como también la carretera de Maravatío a Acámbaro, Gto. situado a 40 km de distancia. Es importante decir que los municipios o ciudades que se mencionaron no son grandes productores de maíz, pero sí son grandes consumidores de este grano. La ciudad cuenta con todos los servicios de telecomunicaciones. Es un municipio con más de 75,000 habitantes (INEGI, 1990)

3.1.3. Clima

El clima que prevalece en el municipio se considera como templado frío, dominando el clima frío. En el norte del municipio existe una porción de clima

templado, se considera como sub-húmedo mesotermo, con lluvias difícilmente en el invierno, con un 35 a 45 % de eficiencia térmica en el verano. La temperatura media anual registrada es de 20.95° C, siendo la media mensual más baja de 13.8° C en el mes de enero y la más alta de 19.9° C en el mes de mayo (SAGAR, 1998).

3.1.4. Precipitación pluvial

La precipitación en el municipio de Maravatío, es la siguiente: el período de lluvias inicia en el mes de junio y concluye en el mes de octubre. Se registra un promedio de 714.3 mm, de los cuales en el período de lluvias se precipitan 628.6 mm, representando un 88 % del total anual y en el período invernal se precipitan 85.7 % que corresponden al 12 % restante. La evapotranspiración potencial promedio anual es de 783.9 mm. La precipitación promedio en forma modal es de 142.9 mm siendo la más alta de un promedio de 186.5 mm en el mes de julio, ocasionando una disminución de temperatura debido a la nubosidad del temporal de lluvias (Estación gigante 252 SAGAR, 1998).

La humedad disponible estimada es de 11 cm. abasteciendo la necesidad de humedad después del período de lluvias que finaliza en el mes de octubre; esta reserva de humedad abarca desde el mes de noviembre y termina en el mes de abril.

3.1.5. Suelos

Los suelos de la citada región pertenecen al grupo zonal de los Chernosem y se encuentran en lugares donde la precipitación es alta, por lo tanto esto permite que la vegetación se desarrolle perfectamente y que dichas lluvias no son capaces de lavarlos a través del perfil, ya que contiene bastante carbonato de calcio (CaCO_3), sin embargo el pH superficial es neutro, tendiendo a ser ligeramente ácido, el color de los suelos del grupo al que pertenecen los suelos en mención son oscuros debido a la descomposición de la materia orgánica (MO), bajo la lluvia limitada y veranos secos; por lo regular son horizontes generalmente profundos lo que nos da un suelo muy rico en elementos y minerales, nitrógeno (N) y azufre (S). Generalmente este tipo de suelos son considerados como suelos muy fértiles (Grupo Industrial Arse, 1998).

3.1.6. Vegetación

De acuerdo a estudios realizados por la Comisión Técnica de Coeficiente y Capacidad de Agostadero (COTECOCA) y la SAGAR en el municipio de Maravatío se localizan tres tipos de producción para forraje dentro del tipo de vegetación de la región, cuyas especies forrajeras y coeficientes de agostadero (SAGAR, 1998) son las siguientes:

Navajita velluda (Bouteloua hirsuta), Navajita pelillo (B. nepens), Navajita banderilla (B. curtipéndula). Además de contar con una gran gama de pastizales gras, alfalfas y tréboles para la alimentación del ganado; este último cobra especial relevancia, ya que por su excelente adaptabilidad y rendimiento hace

que se vuelva el más importante e incluso para la venta a otros estados de la República Mexicana. Además de matorrales y encinos en gran parte del municipio.

3.1.7. Importancia del municipio

La agricultura del municipio de Maravatío se considera de un alto potencial productivo, ya que cuenta con un valle de 5,687 Has. de riego y 27,857 ha de temporal (CADER 1998) donde se producen una gran diversidad de cultivos hortícolas como coles, zanahorias, acelgas, coliflor, cebollas, cilantro, tomate, papas, apio, chiles, calabazas, etc., sin dejar de tomar en cuenta la fresa y la zarzamora; es decir, hay cultivos produciendo todo el año. Por otro lado el municipio representa un granero para el estado, ya que participa con el 13 % de la producción estatal con un volumen de más de 80,000 toneladas de maíz en el ciclo primavera verano y más de 3,500 de trigo en el ciclo otoño invierno.

En Maravatío el maíz es el cultivo principal, pues se han llegado a cosechar más de 80,000 toneladas (SAGAR 1998). Por su cercanía a la Ciudad de México (157 km) el municipio es importante en la producción de granos lo que viene a repercutir en la disminución de costo del transporte, así como en la calidad y tiempo, ya que las cosechas en esta región inician a mediados del mes de octubre en comparación de otras regiones que inician su periodo de cosecha a principios de diciembre; esto es un factor importante puesto que los mercados que ya están identificados a través de la AGROCOM se abastecen primero, logrando un sobreprecio del maíz. Las condiciones naturales

complementan la importancia de la región, ya que existe una zona de humedad residual, con esto se adelanta la siembra y para cuando se establece el temporal de lluvias, ya el cultivo está en desarrollo, permitiendo que se levante la cosecha a mediados de octubre.

3.1.8. Sistema de producción tradicional

En el sistema tradicional se encuentran la mayoría de las tierras de temporal, por lo que se ha dificultado incorporar nuevas tecnologías de punta que permitan incrementar la producción de maíz, sin embargo, se está avanzando en mejorar cada día el sistema productivo incorporando semillas mejoradas que cuenten con las características de adaptación, con la finalidad de incrementar más el rendimiento.

El paquete tecnológico tradicional de maíz en Maravatío, básicamente comprende lo siguiente:

Preparación de terreno: se lleva a cabo un rastreo, barbecho o la labranza mínima.

Época de siembra: la siembra se realiza a principios del mes de abril y concluye en el mes de junio.

Variedades: en este sistema no se utilizan semillas mejoradas, ya que la gran mayoría de agricultores seleccionan su semilla de la cosecha del año anterior, por lo tanto, el tipo de semilla que se siembra es 100% criolla de la región. La

cantidad de semilla va de 25 a 30 kg por hectárea, lo que arroja un promedio de 25 28 mil plantas que dan un rendimiento de 2.5 a 3.5 ton. por hectárea.

Fertilización: la fertilización para la semilla criolla es de 100-50-00, las fuentes son fertilizantes de baja concentración predominando el sulfato de amonio y el super fosfato de calcio simple. La fertilizada se realiza aplicando 50 % de nitrógeno al momento de la siembra y el 100% del super simple y 50 % restante de nitrógeno en la segunda escarda aproximadamente a los 60 días de la siembra.

Control de plagas: en esta región por lo regular las principales plagas que afectan al maíz son: la gallina ciega, gusano de alambre, o larvas de diabrotica y su control es 20 kg de FURADAN al 5% en la siembra, mezclados con el fertilizante; el gusano soldado es otra plaga pero éste se controla con 1 lt de PARATHION METILICO arathion metílico. Picudo de la hoja, frailecillos, chicharritas y pulgones 1 kg, de sevin 80 y para los roedores se aplican cebos envenenados durante los 20 días después de la siembra (AGROCOM, 1998).

Combate de malas hierbas: se aplican 3 lts de PRIMAGRAM 500 FW en una banda de 30 cm después de la siembra, dejando 3 días de intervalo; éste es un herbicida preemergente y para las malezas postemergente se aplica 1 kg de GESAPRIM 50 más 1 litro de HIERBAMINA después de la segunda escarda.

Enfermedades: las enfermedades que se han logrado identificar son achaparramiento y el rayado fino, para lo cual no existe un control, sino más bien se debe de utilizar variedades resistentes a estas enfermedades.

3.1.9. Sistema de producción aplicando nuevas tecnologías

Paquete tecnológico tradicional de maíz en Maravatío, básicamente comprende lo siguiente: Humedad y Temporal.

Preparación del terreno: barbecho, rastra, cruza o 2º barbecho y rastra

Época de siembra: Humedad 15 de marzo al 15 de abril; Temporal 15 de mayo al 15 de junio.

Variedades: Temporal: criollo y halcón (variedad mejorada); Humedad: criollo 100%.

Cantidad por hectárea: Temporal: 20 a 25 kilos; Humedad: 25 a 30 kilos.

Fertilización: normalmente el productor no fertiliza la siembra en los dos sistemas, lo viene haciendo hasta que se establece el temporal del 15 de junio al 15 de julio.

Dosis de fertilización: 100-50-00, las fuentes son sulfato de amonio y el super fosfato de calcio simple, en una sola aplicación.

Control de plagas del suelo: FURADAN 5%, TRIUNFO 5G LORSBAN, 20 kilos/ha en ambos sistemas, lo hacen únicamente cuando se presenta el problema.

Combate de maleza: 1 lt de ESTERON 47 M/ha., en Humedad y Temporal.

Aplicación postemergente. Temporal 3 a 5 lt PRIMAGRAM 500FW. (Sólo algunos lo usan). Aplicación preemergente.

Control de plagas del follaje: PARATHION METILICO 1 lt/ha. MALATION 1000 1 lt/ha.

Enfermedades: uso de variedades resistentes.

Rendimiento: Temporal con variedad mejorada 4.0 a 4.5/ha. Humedad y Temporal con semilla criolla 2.5 a 3.5 ton/ha en grano.

Descripción del Paquete Tecnológico Tradicional Riego.

Preparación del suelo: barbecho, rastra y cruza o 2º barbecho.

Época de siembra: 15 de abril al 15 de mayo. Riego para nacencia.

Variedades: Criollo, H-135, A-791, Aspros 910, C-26, C-27.

Cantidad semilla por hectárea: 20 a 25 kilos.

Primer riego de auxilio, si es necesario del 15 al 25 de mayo.

Fertilización: a la siembra no lo hace ninguno.

Dosis: 180-80-00, fuentes: formula 18-46-00, nitrato de amonio, super fosfato de calcio triple, urea.

Normalmente la dosis se reparte en dos aplicaciones el 100% del fósforo y 50 % del nitrógeno entre los 40 y 60 días y el 50% restante de nitrógeno a los 90 ó 110 días de sembrado.

Control de plagas del suelo: puede utilizarse FURADAN 5%, LORSBAN o TRIUNFO 5G. Sólo cuando atacan las plagas al cultivo.

Control de plagas del follaje: Parathión Metílico 1 lt/ha. Malathión 1000 1 Lt/ha.

Control de malezas: Esterón 47M 1 lt/ha., Hierbamina 1 lt/ha., Sansón 40 SC 1 lt/ha. Aplicación postemergente.

Enfermedades: uso de variedades resistentes.

Rendimiento promedio: 6.0 ton/ha.

En el sistema donde se han incorporado nuevas tecnologías, se han mejorado bastante los rendimientos por hectárea; así mismo mencionamos que las tierras de riego en esta región cuentan con muy buenas condiciones para la producción de maíz y donde se cuenta con un promedio de 5,687 hectáreas.

El paquete tecnológico de maíz en zonas de riego, comprende lo siguiente:

Preparación de terreno: se lleva a cabo un rastreo y un barbecho.

Época de siembra: Está se realiza a principios de abril y concluye en junio.

Variedades: las variedades de semilla que se han estado utilizando son la H-135, H-313, C-22, C-26, C-27 y en gran medida los criollos de la región, la cantidad de semilla por lo regular va de 25 a 30 kg/ha haciendo un total de 50,000 plantas por hectárea.

Fertilización: para esta labor en los mejorados existen fórmulas químicas y físicas de 180-80-00 y la fuente son fertilizantes de alta concentración predominando el DAP urea, T-17, nitrato de amonio, cloruro de potasio, etcétera. La fertilización se realiza aplicando el 50 % del nitrógeno y el 100 % del fósforo en la siembra y el 50 % restante del nitrógeno se aplica en la segunda escarda, a los 60 días después de la siembra.

Control de plagas: al igual que en el sistema tradicional, se identifican las mismas plagas y se aplica el mismo control, ya que éstas son: la gallina ciega, el gusano de alambre o larvas de diabrotica; su control es 20 kg de FURADAN al 5% en la siembra, mezclados con el fertilizante; el gusano soldado es otra plaga, pero esta se controla con 1 lt de PARATHION METILICO picudo de la

hoja, frailecillos, chicharritas y pulgones 1 kg de SEVIN 80; y para los roedores se aplican cebos envenenados durante los siguientes 20 días después de la siembra.

Combate de malas hierbas: se aplica 3 lt de PRIMAGRAM 500 FW en una banda de 30 cm después de la siembra, dejando 3 días de intervalo, éste es un herbicida preemergente y para las malezas postemergentes se aplica 1 kg de GESAPRIM 50 más 1 litro de Hierbamina después de la segunda escarda.

Enfermedades: las enfermedades que se han logrado identificar son achaparramiento y el rayado fino, para las cual no existe un control, sino más bien se debe de utilizar variedades resistentes a estas enfermedades.

3.2. Antecedentes productivos históricos

3.2.1. La producción de maíz en Maravatío

Como se puede observar en uno de los subcapítulos posteriores (ver cuadro 9) , el cultivo del maíz en el municipio ha cobrado especial relevancia, pues cada día se incrementan las tierras de labor al cultivo del maíz debido, a que la mayoría de parcelas con las que cuenta el municipio son de temporal, pero a la vez la región, así como otras partes granelleras del estado y del país, se ven amenazadas con las nuevas políticas instrumentadas por el Estado, así como la entrada al TLC .

3.2.2. Tecnología disponible

En lo que se refiere a la tecnología con la que se cuenta en la región, se considera de buena a excelente, ya que el municipio está ubicado en un valle y cuenta con una superficie de más de 27,857 ha para siembra de maíz. La producción y concentración en el municipio ha sido muy importante, ya que limitan con los municipios de Senguio, Contepec y Epitacio Huerta, y éstos no cuentan con la infraestructura para almacenar, ni con la ubicación adecuada que los conecte con carreteras para comercializar su producción, por lo tanto el mercado de estos municipios es Maravatío, donde se rebasan las 150,000 toneladas comercializadas.

3.2.3. Rendimientos por hectárea

En los diferentes sistemas de cultivo es muy variado el rendimiento por hectárea, (tanto en el tradicional como en el de incorporación de nuevas tecnologías) ya que la diversidad de suelos donde se siembra el maíz son muy variados. Los rendimientos en el primer sistema van de 1.8 a 3.5 ton/ha. El promedio del rendimiento del municipio es de 2.65 ton/ha, lo que nos representa 0.75 ton/ha por encima de la media nacional y 1.25 ton/ha por encima de la media estatal; lo anterior nos da una producción de 56,238.3 toneladas ya que se cultivan 21,222 hectáreas de temporal y en las tierras de riego los rendimientos promedio son de 4.5 a 7.3 ton/ha; es decir, la media en rendimiento en tierras de riego es de 5.9 ton/ha también muy por encima de la media nacional y estatal, ya que éstas son de 2.2 y 2.9 ton/ha, respectivamente.

En el municipio se siembran un promedio de 7,208 ha, lo que representa una producción de 42,527.2 toneladas. Si sumamos las toneladas del área de temporal más las de riego, nos dan un total de 98,765.5 toneladas, lo que representa el (13.2) % del total de la producción del estado y el (1.1) % de la producción nacional.

3.2.4. Calidad del maíz

En cuanto a la calidad del maíz que se produce en la región existen diferencias, las cuales dependen de la variedad que se siembre, por ejemplo el H135 es un maíz blanco mediano, que generalmente lo prefieren los industriales de las harineras, concretamente MASECA y MINSA, por su alto contenido de harina. El maíz criollo que se produce en esta región tiende a ser de color blanco, cuenta con una característica que hace que los industriales de aceites lo consuman y sea un maíz 100 % preferencial para la elaboración de sus productos.

Existe en la región un maíz que se produce en la parte alta del municipio y que de alguna manera siempre ha tenido problemas para su venta, es el maíz cremoso, a su favor existe la voluntad de los productores de comercializarlo limpio, es decir cribado y seleccionado; al agregarle esta actividad se logra comercializarlo, puesto que se hace competitivo para su venta.

3.2.5. Superficie sembrada de maíz con respecto a otros cultivos

La superficie de maíz sembrada en el municipio representa el 82.56%, 7.2% hortalizas, 3.5% frutales, 2.8% fresas y 3.94% otros. Estos porcentajes en hectáreas representan las siguientes cantidades: 27,857 ha de temporal más 825 ha de riego nos dan un total de 28,682 ha, lo que representa el 82.56 %. El resto de hectáreas lo ocupan fresas, hortalizas, frutales, entre otros.

Del total de hectáreas sembradas de maíz, el 16.18% es con maíces mejorados, lo que representa 4,640.74 ha, esto se ha incrementado gracias al programa de “kilo por kilo” de “Alianza para el Campo” y el resto de maíces criollos blancos.

IV. PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

4.1. Problema alimentario mexicano

Al hablar del problema alimentario en el país, es hablar de la crisis que ha venido enfrentando el sector agropecuario, del deficiente poder nutricional de la población y de los factores que de alguna manera han influido en el comportamiento de la producción-consumo y que nos han llevado a la situación actual.

El problema alimentario conjuga la crisis de producción agropecuaria y el insuficiente consumo de alimentos por parte de la población mexicana, especialmente la de los estratos de menores ingresos. Producto de los efectos adversos de las políticas macroeconómicas y sectoriales que más adelante identificaré, la producción agropecuaria observó una contracción significativa durante la pasada década de los ochenta.

Mientras que en 1980 la producción nacional de granos básicos para el consumo humano (maíz, trigo, frijol y arroz) fue de 16.7 millones de toneladas (Banco de México, 1990), de las cuales el maíz representó el 74%, significando una producción per cápita de 233 kg para 1989 la producción descendió a 15.63 millones de toneladas, reduciéndose así la disponibilidad de granos básicos producidos internamente a 184.4 kg per cápita. En el periodo señalado la tasa de crecimiento de la población fue superior al 2%, en cambio el crecimiento promedio anual de la producción de maíz fue de menos de 0.47% solamente (INEGI, 1990).

La caída de la producción de alimentos ha sido, en parte, resultado de la poca rentabilidad que se tiene en el sector, dados los precios agropecuarios tan deprimidos, que orillan a algunos productores a dejar la actividad agropecuaria o a descuidarla al no haber incentivos para buscar mayores rendimientos.

El otro aspecto relevante del problema alimentario ha sido el deterioro en el poder adquisitivo de la mayoría de la población mexicana.

El salario mínimo general, en términos reales, mostró una continua tendencia negativa, pasando de \$140.70 diarios en 1980 a \$62.10 diarios en 1990, lo cual significa un deterioro del 56% en la última década. Esta situación ha generado, entre otras cosas, que multitud de niños que antes padecían desnutrición moderada, hoy presenten cuadros severos de la misma (FAO, 1997).

Se ha señalado por ejemplo que en 1960 las proteínas provenían principalmente de alimentos vegetales, y en 1981 estas provinieron en su mayoría de alimentos de origen animal; sin embargo, para 1987 las proteínas vegetales vuelven a predominar sobre las animales en la dieta del mexicano (Matus, 1990).

La situación antes señalada es un problema de enormes dimensiones, ya que la desnutrición incide de manera negativa en el desarrollo técnico y mental de las nuevas generaciones de su longevidad y cualidades laborales, provocando posteriormente un bajo rendimiento de la fuerza de trabajo en general. Es importante entonces, no soslayar este problema, porque en pleno desarrollo técnico e intelectual es condición importante para alcanzar el desarrollo económico del país.

4.2. La importancia alimentaria y la balanza producción consumo del maíz

Para las instituciones encargadas o que tengan que ver con la alimentación y nutrición en nuestro país, así como en la definición de las políticas alimentaria y nutricional es importante la realización de Congresos, Simposios y todo tipo de foros sobre las virtudes del maíz; adquiere éste especial interés y significado, ya que existe una demanda creciente de alimentos dadas las necesidades impostergables de abatir los índices de malnutrición. La mayoría de mexicanos preserva como fundamento de su dieta cotidiana al maíz, en sus distintas formas y expresiones regionales.

A mediados del siglo pasado, el distinguido historiador zacatecano don Luis de la Rosa, decía en sus "Memorias sobre el cultivo del maíz en México", que de todas las plantas que se cultivan en nuestro país, ninguna merece ser más estudiada y observada que esta gramínea.

La semilla del maíz-señala el historiador- "...es la base de la subsistencia pública. De la abundancia o escasez de su cosecha, depende el bienestar o la miseria de la población. La excesiva baratura del maíz, da por resultado la ociosidad y corrupción de costumbres de una gran parte del país". La escasez de maíz permite que el precio repunte, por consecuencia, aviva los esfuerzos de los agricultores para producir más; pero cuando la situación es inversa, hace que los mismos agricultores se sientan defraudados al sembrar esta semilla.

A pesar que estos juicios fueron emitidos hace más de siglo y medio, es notoria su vigencia y siguen impactando a la población, por ser el maíz, de todos los

productos agrícolas, la fuente primordial de subsistencia de nuestro pueblo, y en particular de los sectores de menores ingresos.

Es enorme el influjo que ha ejercido el maíz en nuestras tradiciones, formas de vida, prácticas de producción y alimentación, pues posee un origen secular que se remonta a los períodos más antiguos de las altas culturas de Mesoamérica y sur del continente, que tuvieron como denominador común el cultivo y aprovechamiento de esta gramínea, gracias a la cual obtubieron recursos para su desarrollo.

4.2.1. Origen

En la mayoría de las culturas la gente adornaba sus altares con cañas de maíz, completando el arreglo con flores de la región, así vemos que este cultivo cumplía un doble propósito: el religioso y el alimenticio.

En Sudamérica, concretamente en el Perú, cultivaban el maíz como una planta de ornato y posteriormente establecían su jardín (milpa).

Entre los aztecas el maíz servía como adorno fúnebre en sus sepulcros y era un símbolo en su calendario.

Durante muchos años hasta nuestros días, un sinnúmero de investigadores entre los que destacan arqueólogos, historiadores, botánicos y agrónomos, entre otros, se han preocupado por estudiar el origen del maíz, no sólo en atención a la importancia que éste cereal tuvo en el desarrollo de las antiguas culturas americanas, sino porque en la actualidad, el maíz se cultiva en casi

todo el mundo (es cosmopolita) como fuente de alimentación o como materia prima de productos industriales.

4.2.2. ¿Dónde, como y cuando surgió el maíz?

Estas son algunas interrogantes que, no obstante numerosos hallazgos biológicos, genéticos, arqueológicos y antropológicos, no se ha podido establecer con certeza el sitio o zona exacto. Sin embargo, existe cierto consenso entre los especialistas, quienes coinciden en afirmar que el maíz es una planta americana que ya existía tal y como la conocemos desde el punto de vista botánico en la actualidad, alrededor del año cinco mil A. de C. Por lo cual existe una evidencia de uno de los más calificados de la materia, con las demostraciones científicas que formuló Paul C. Mangelsdor F., durante 1983.

Por lo que respecta al origen del maíz, se han propuesto diversas hipótesis, sin que existan a la fecha resultados contundentes.

A diferencia de la mayoría de los cereales cuya evolución se explica en su capacidad de autorreproducción, el caso del maíz plantea una característica diversa, ya que en sus semillas los granos maduros están fuertemente adheridos a la mazorca, y ésta a su vez está totalmente cubierta por las hojas.

Lo anterior implica que la evolución y amplia difusión del maíz no es explicable en estado silvestre; implica también que para su perpetuación fue necesaria la labor humana. En efecto, si cuando el maíz surgió de la tierra como un mutante, el hombre no se hubiera precavido de su cultivo, simple y llanamente el maíz no

existiría o por lo menos con las características y profusión que actualmente le denotan.

Este hecho explica en buena medida por qué existe una diversidad de opiniones en torno al origen del maíz.

Tres hipótesis dominantes se han formulado durante los últimos cincuenta años para explicar esta incógnita, las tres comparten la opinión de que el maíz es una gramínea de la familia **Maydeae**, que se divide en tres grupos; de unos de estos se desprenden los géneros **Zea** (maíz), **Euchlaena** (teosinte) y **Tripsacum**.

Una teoría sostiene que el teosinte anual es el antepasado silvestre del maíz ya que ambas plantas se asemejan extraordinariamente

La segunda tesis considera que el antepasado del maíz es el **Zea tunicata** (maíz tunicado), variedad muy peculiar en la que cada grano está envuelto en pequeñas hojas, similares a las que cubren la mazorca.

La tercera teoría plantea la idea de que los géneros antes citados (el maíz, el teosinte y el *Tripsacum*) evolucionaron por separado y que tienen un antecesor común, que equivaldría al eslabón perdido en la evolución genética del maíz.

Las evidencias arqueológicas que han servido de punto de partida para la formulación de las teorías antes citadas, se han encontrado en lugares secos, protegidos de la humedad; los materiales incluyen desde mazorcas y olotes, hasta hojas y cascabillos.

4.2.3. Influjo cultural del maíz

Históricamente la notable aportación del maíz, como medio de subsistencia, trascendió a distintos dominios de la cultura. En el mundo prehispánico el maíz era sustento básico del cuerpo y también del espíritu. La religiosidad de los aztecas estaba vinculada de varias maneras al maíz: dioses y ofrendas, tortillas, atole y pinole; ídolos de masa, fertilidad y agricultura; cañas y mazorcas.

A la llegada de los europeos el maíz podía encontrarse casi en cualquier parte del continente Americano. Los primeros cronistas e historiadores de la conquista y el virreinato, describieron cuan grande era el consumo de maíz que hacían los mexicanos, y les admiraba cómo podían recoger grandes cosechas, cultivando aquella semilla sin el auxilio del arado, el cual no conocían.

Se puede tener idea de los progresos que había llegado la agricultura en México por la descripción que hace Cortés de los alrededores de Cholula: “Esta ciudad, dice, es muy fértil de labranza, porque tiene mucha tierra y se riega la mayor parte de ella... Es la ciudad más a propósito de vivir españoles que yo he visto de los puertos acá, porque tiene algunos baldíos y aguas para criar ganados, lo que no tienen ningunas de cuantas hemos visto; porque es tanta la multitud de gentes que en esta parte mora, que ni un palmo de tierra hay que no esté labrada, y aún con todo, en muchas partes padecen necesidad por falta de pan”.

A partir del descubrimiento del maíz en el Nuevo Mundo, se iniciaron en Europa ensayos para su cultivo; fue en España donde se conoció primeramente. Existen evidencias de que Colón, a su regreso del Nuevo Continente, la primera vez que se presentó ante la reina Isabel, le regaló granos de maíz, raíces de ñame y camote. Pero mucho después fue cuando se comenzó a cultivar el maíz en la península.

Humbolt señaló que México sufrió una gran hambruna en 1786 y acota que la escasez de maíz y las penurias de víveres se han experimentado con frecuencia, aunque alternadas con años de abundancia. Sería pues muy digno de la atención de un gobierno, reunir todos los datos necesarios para juzgar con acierto, hasta qué punto la escasez de maíz en muchas comarcas de México ha influido e influirá en lo sucesivo, en la lentitud con que progresa la población de la República.

Convendría por lo mismo, dice el sabio alemán, saber hasta qué punto ha aumentado en México el cultivo del maíz, con respecto al que se hacía a principios del presente siglo. Del mismo modo, convendría reunir datos sobre las cosechas de maíz y sobre su consumo. La preocupación de Humbolt se refrenda en el presente, si consideramos los múltiples aprovechamientos que este producto tiene, no sólo para la alimentación, sino en distintos procesos de transformación, básicos en la economía y el desarrollo rural.

4.2.4. Utilidad del maíz

De acuerdo a Warman el maíz es el cereal que tiene mayor rendimiento industrial, ya que ofrece una gran variedad de componentes aprovechables en la industria alimentaria, no alimentaria y en la ganadería. Se ha estimado que existen cerca de 800 productos que de una u otra forma son derivados del maíz o incluyen en su composición alguna parte de este.

De las distintas partes de la planta, es la composición del grano la que proporciona a la industria la materia prima más variada. Existen dos procesos para separar los componentes químicos del grano: la molienda húmeda y la molienda en seco, mediante los cuales se obtiene una serie de productos derivados.

Las hojas secas y bracteas sirven también para envolver algunos guisos y tamales (como las "corundas"). En algunas comunidades las hojas bracteas sirven en la confección de vestimentas ceremoniales. Las hojas secas se emplean también como envoltura de tabaco y en la elaboración de papel.

El olote puede ser procesado mecánica o químicamente para producir diferentes materiales como: furfural, alcohol, furfuril y otros compuestos altamente estimados como base para la fermentación y la producción de solventes. Las mazorcas desgranadas también se emplean como combustible.

Del maíz se obtiene el almidón, uno de los principales derivados del maíz, cuya amplia y variada utilización comprende tanto la fabricación de detergentes o neumáticos, como la elaboración de antibióticos; así como sustitutos del azúcar de caña (fructuosa), goma de mascar y productos alimenticios.

El almidón de maíz interviene también en la producción de artículos de tocador y su uso resulta indispensable en la fabricación de ciertos dulces y chocolates, ya que permite dar determinadas texturas a esos productos y conservar bajo su índice de humedad. El almidón también se emplea en la industria textil, por ejemplo: para dar consistencia a ciertas telas; también se utiliza en la industria papelera.

También del maíz se extraen sustancias como la dextrina, que se emplea en la producción de pegamentos; así mismo se obtiene una miel que tiene múltiples aplicaciones, ya que con ella se elaboran desde grasa para zapatos, hasta productos de alto contenido en calorías, como es el caso de la miel destinada a la alimentación infantil (Ramírez, 1995).

A partir del germen de maíz se produce comercialmente aceite que tiene de gran aceptación como alimento debido a que conserva la estabilidad de su sabor durante su almacenamiento y también en la cocción de los alimentos, además por su alto contenido de ácidos grasos insaturados que reducen los niveles de colesterol al incorporarse a la dieta.

Progresivamente el maíz ha venido satisfaciendo las necesidades de diferentes industrias, con lo que su aprovechamiento es cada vez mayor.

En México el maíz se usa como forraje y en la industria, sin embargo su utilización primordial es la destinada al consumo humano directo, esencialmente en forma de tortilla.

4.2.5. Balanza producción-consumo

Considerando el impacto preponderante que el maíz tiene en la dieta, resulta a todas luces fundamental para garantizar la seguridad alimentaria de México, por lo que es imprescindible sostener los niveles apropiados de producción y las reservas estratégicas que permitan garantizar la disponibilidad y acceso de este producto, especialmente en beneficio de las clases que menos tienen.

A partir de 1991 la pertinencia de las políticas de investigación, fomento a la producción, desarrollo tecnológico, etc., contribuyeron notablemente a que México, de alguna manera, lograra un incremento en la producción y así depender menos de las importaciones (INIFAP, 1996).

En consecuencia, estudios realizados coordinadamente entre la SAGAR, SECOFI y CONASUPO, durante 1991, permitieron establecer que la balanza nacional de producción-consumo de maíz alcanzó en ese año una oferta total de 14.4 millones de toneladas, contra una demanda interna estimada de 14.2 millones de toneladas, incluyendo consumos intermedios y reservas.

4.3. Esfuerzos institucionales para la promoción, fomento y aprovechamiento del maíz en el sector alimentario

Con el propósito de atender la problemática alimentaria que enfrenta nuestro país, se integró el Programa Nacional de Alimentación 1990-1994, con carácter especial por su naturaleza multisectorial, mediante Acuerdo Presidencial, que contiene los objetivos, prioridades, estrategias y políticas para la articulación,

reordenamiento y modernización del proceso alimentario (Diario oficial de la Federación agosto, 22, 1990).

La integración del Programa Nacional de Alimentación estuvo a cargo de la Comisión Nacional de Alimentación (CONAL) como instancia de coordinación y concertación entre las dependencias y entidades de la administración pública federal, los gobiernos estatales y municipales y los sectores social y privado que participaron en el proceso alimentario, así como para la definición de políticas, estrategias y acciones en materia de alimentación y nutrición (CONAL, 1996).

El Programa Nacional de Alimentación 1990-1994 reconoció el valor estratégico del maíz en razón de su importancia y función en la dieta habitual de los mexicanos. Por ello, promovió el aumento de su producción y productividad, su adecuada distribución y comercialización, así como el acceso de la población en condiciones adecuadas de calidad y precio, mediante acciones de coordinación interinstitucional e intersectorial.

Por lo anterior, en el marco de la CONAL, se puso especial énfasis en el aprovechamiento integral del maíz, así, las instituciones que forman parte de la CONAL, en el ámbito de sus atribuciones y funciones específicas, desarrollaron programas dirigidos a la promoción, fomento y aprovechamiento del maíz.

La SAGAR, ha venido intensificando los programas de investigación a través del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), para el desarrollo de variedades de maíz de mayor productividad y adecuadas a las características de los diferentes suelos y climas nacionales.

El maíz es el alimento de donde procede una alta proporción de los nutrientes que consume el pueblo mexicano. Se ha instrumentado un Programa de Subsidio a la Tortilla, que lleva a cabo CONASUPO.

El Programa se venía reorientando para responder adecuadamente, tanto a las necesidades manifiestas de los grupos de bajos ingresos, como a la finalidad de que los subsidios cumplan eficazmente la función de fortalecer el poder adquisitivo de esta población.

Como resultado de la revisión integral del Programa, efectuada en 1990, se fijó el objetivo de proporcionar sin costo alguno un kilogramo de tortilla diariamente a familias con ingresos menores a dos salarios mínimos; actualmente el Programa atiende a 2.4 millones de familias, teniendo una cobertura de 132 ciudades.

La industrialización de maíz para producir harina destinada a la elaboración de tortillas que lleva a cabo Maíz Industrializado CONASUPO (MICONSA) permite atender al 11% del mercado nacional, y el 19% del 30% total corresponde al sector privado. Este proceso industrial es de suma importancia, porque reduce las mermas y el desperdicio del maíz, evita la pérdida de los nutrientes y tiene asegurado el control de calidad (CONASUPO, 1997).

Los programas de intervención nutricional del sector salud, invariablemente incluyen en la línea de ayuda alimentaria directa al maíz; se tiene que el programa de Nutrición y Salud, atendió durante 1991 a 135 mil familias, distribuidas en 26 estados de la República Mexicana.

El proyecto piloto de Nutrición, Alimentación y Salud, con carácter interinstitucional y que opera en la zona ixtlera de los estados de San Luis Potosí, Tamaulipas y Nuevo León y en la zona otomí-mazahua del Edo. de México, dentro del paquete de ayuda alimentaria, contempla la distribución mensual de cerca de 420,000 kilogramos de harina de maíz, en beneficio de 35,000 familias. Cabe señalar que la duración de este proyecto será de diez meses, concluyendo a finales del mes de junio de 1997. Una vez concluido el proyecto, se hará una evaluación, y en función de esta, se definirá su ampliación a nivel nacional.

El Sistema Nacional para el desarrollo Integral de la Familia, dentro del Programa de Asistencia Social Alimentaria a Familias (PASSAF), suministra alimentos básicos, entre ellos harina de maíz nixtamalizado, para mejorar el nivel de vida de las familias de zonas marginadas (PASSAF, 1997).

El Instituto Nacional del Consumidor y el Instituto Nacional de la Nutrición, realizan campañas de orientación alimentaria a la población sobre la mejor manera de combinar los alimentos y hacen difusión de las propiedades nutritivas de los mismos. Lugar importante ocupa el estudio del consumo del maíz en sus diferentes formas.

4.4. La comercialización e industrialización del maíz

4.4.1. Sistemas de acopio

De acuerdo a las estadísticas nacionales, en México se producen de 12 a 14 millones de toneladas de maíz aproximadamente en 7 millones de hectáreas

(ASERCA, 1998). Esta actividad involucra alrededor de dos millones de productores, lo cual implica que en promedio cada productor cosecha una superficie menor a cuatro hectáreas. También es conocido el hecho de que casi las tres cuartas partes de dichos productores pertenecen al sector ejidal y utilizan gran parte del grano cosechado para su propio consumo.

Como resultado, considero que la producción de maíz realmente comerciable se ubica alrededor de los seis millones de toneladas anuales.

El 62% de dicho volumen era adquirido por CONASUPO, quien utilizaba una red de 1,300 bodegas de BORUCONSA y ANDSA, diseminados a lo largo de las zonas productoras del país como centros de recepción. A dichos centros de recepción acudían los productores directamente, o intermediarios que se dedican a la compra y venta de granos.

Una vez realizado el acopio del maíz, CONASUPO procedía a su distribución. La mayor parte del grano captado por la paraestatal se vendía a los molinos productores de masa, que a su vez abastecían a las casi 30,000 tortillerías que operan a lo largo y ancho del país. Este mercado ahora AGROCOM lo atiende en su zona de influencia.

Finalmente, estimo que unas seiscientas mil toneladas del maíz que captaba CONASUPO se vendía en forma de grano al público en general, a través del sistema de tiendas de DICONSA.

Por otra parte, la industria harinera privada compra directamente al campo aproximadamente un 17% de la oferta total de maíz comerciable. Lo que equivale para 1998 adquirir un millón cien mil de toneladas de maíz blanco.

En los centros naturales de acopio, la industria tiene sus catorce plantas productoras de harina. Sin embargo, estas se complementan con centros de recepción adicionales que se establecen en las épocas de cosecha en las diferentes zonas, rentando temporalmente instalaciones a particulares.

A estas instalaciones acuden a entregar su maíz los productores individuales, uniones de crédito u otro tipo de asociaciones de productores del grano, así como los intermediarios que se dedican al acopio de los volúmenes de pequeños productores.

El resto de la producción comercializable, no adquirida ni por CONASUPO, ni por la industria harinera, es comprada directamente por productores de almidones y dextrosas, industriales fabricantes de cereales y frituras, fabricantes de alimentos balanceados, así como por comerciantes mayoristas en granos de las centrales de abasto.

Se ha discutido mucho en nuestro país acerca de la necesidad de eliminar los intermediarios acopiadores y proporcionar al productor maicero un acceso directo a los mercados. La realidad es que la existencia de estos intermediarios se origina en parte en el número y tamaño de las parcelas agrícolas, y en la falta de un mayor número de organizaciones de agricultores que les permita vender en forma conjunta su producción.

4.5. La crisis alimentaria y sus causas en México

México, uno de los cinco centros de origen de la agricultura cuna de la domesticación del maíz y base de su propagación al resto de América y el

mundo, asiento de los hombres y las culturas del maíz, heredero de nueve milenios de experiencias y conocimientos en la producción agroalimentaria, poseedora de una biodiversidad tal que, junto con otros cuatro países, concentra más del 70% del potencial biogenético alimentario del mundo, vive y sufre hoy una de las mayores crisis alimentarias de su historia, la cual afecta a todos los sectores desprotegidos, tanto rurales como urbanos de la sociedad.

Durante los últimos 14 años de políticas macroeconómicas neoliberales, los problemas estructurales de nuestro sistema alimentario no han sido resueltos, sino que se han acrecentado y agravado.

La calidad nutricional y sanitaria de los alimentos disponibles para la mayoría de los mexicanos se ha deteriorado aceleradamente como resultado del abandono de cualquier noción de seguridad alimentaria por parte del Estado, así como por la ausencia de un comportamiento ético y socialmente responsable por parte de las grandes corporaciones agroalimentarias. De hecho, el país se ha convertido en importador y consumidor de los subproductos y desechos de las corporaciones agroalimentarias multinacionales: importamos para consumo humano maíz amarillo (US2) de calidad forrajera, trigo y sorgo con menor contenido proteínico que es el establecido en las normas internacionales; maíz y sorgo con aflatoxinas cancerígenas, trigo con carbón parcial, leche radioactiva, sucedáneos de leche en lugar de leche, desechos de carne de res, puerco y pollo; alimentos contaminados con residuos químicos y carne con residuos de hormonas de crecimiento a todo lo anterior la producción y consumo nacional de alimentos de escaso valor nutricional y de gran daño a la

salud, como refrescos embotellados, frituras, alimentos chatarra y tortillas a base de harina de maíz industrializada. Se imponen nuevos patrones de consumo. Se está perdiendo la libertad y la posibilidad de comer los alimentos de nuestra preferencia.

La crisis alimentaria no permite que todos los individuos de la sociedad tengan acceso permanente a alimentos de calidad nutricional y en cantidad suficiente para mantener una vida saludable, según planteamientos de la FAO.

A partir de 1995 disminuido en un 29% el consumo de alimentos básicos. Ha crecido la población con índices de desnutrición:

Uno de cada dos mexicanos no tiene acceso al mínimo de alimentación diario establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la FAO (2,340 calorías).

158,000 niños mueren cada año antes de cumplir los 5 años por enfermedades relacionadas con la desnutrición, de acuerdo con informes del IMSS. Según Solon Barraclough, destacado investigador de las Naciones Unidas, la proporción de niños subalimentados en México es aproximadamente la misma que en África subsahariana igual que en muchos países del sudeste asiático, que sólo tienen la décima parte del PIB por persona en México.

El acceso de los alimentos está íntimamente relacionado con el nivel de empleo, la capacidad adquisitiva de los salarios y la distribución del ingreso. En 1995, 2.2 millones de mexicanos perdieron su empleo; el 65% de la población económicamente activa se ocupa en el sector informal de la economía; el desempleo abierto se ubica en un 9%; la pérdida del poder de compra fue del

35% entre diciembre de 1994 y agosto de 1996 (el salario mínimo para el campo pasó de 4.06 dólares en diciembre de 1994 a 2.37 dólares en diciembre de 1995). Entre 1982 y 1996, la caída de los salarios reales fue del 78%. El 10% de la población con más altos ingresos concentra el 41% de la riqueza nacional, en contra parte el 50% de los hogares más pobres sólo obtuvo el 16.1% de la riqueza nacional. Más de 40 millones de mexicanos viven en la pobreza.

La dependencia alimentaria de nuestro país ha llegado a niveles sin precedente. Se estima que en 1996 se importaron entre 14 y 15 millones de toneladas de granos básicos con un valor de alrededor de 3,000 millones de dólares, lo cual representa 1.5 veces el presupuesto federal asignado en 1996 para el sector agropecuario, forestal y pesquero, y más de 3 veces el monto total del PROCAMPO, y conduce a una dependencia cercana al 50% del consumo alimentario nacional. Además, significa dejar de cultivar 5 millones de hectáreas y dejar sin empleo e ingresos a 1.5 millones de campesinos.

Los modos campesinos e indígenas de producción agrícola practicados por 4 millones de familias rurales están condenados a la desaparición como resultado de políticas gubernamentales explícitas, en concordancia con los compromisos del TLC y la ronda de Uruguay del GATT.

Causas de la inseguridad y crisis alimentaria:

A finales de 1968, se hizo un esfuerzo conjunto de campesinos, indígenas y productores comerciales, México alcanzó la autosuficiencia alimentaria, incluso

en ese entonces el presidente en turno afirmó: “Jamás en la historia de nuestro país tendremos la ignominia de importar granos para nuestras mesas”. Con la reforma agraria y su gran esfuerzo distributivo, los campesinos aumentaron notablemente la productividad de la tierra y de su trabajo, produciendo suficientes alimentos básicos para la población y una economía en rápido crecimiento: de 1935 a 1965 los campesinos triplicaron la superficie cultivada y duplicaron la producción de sus milpas.

Sin embargo, esto fue pasajero. De 1965 a 1982, la excesiva e ineficiente intervención gubernamental, su inserción funcional a un sistema político basado en el partido de Estado, el autoritarismo, el clientelismo, el paternalismo y el apoyo a las estructuras caciquiles en el campo, hicieron ineficaces los intentos de recuperar la autosuficiencia alimentaria a través de programas redistributivos y de fomento tales como CONASUPO, SAM y COPLAMAR, entre muchos otros.

A partir de 1982, en el contexto de la inserción acrítica y subordinada de nuestro país en la globalización de los mercados impuesta por las corporaciones multinacionales y sus organismos multilaterales, se abandona toda noción de autosuficiencia alimentaria y se establecen los siguientes supuestos como piedras angulares de la “modernización” de nuestro sistema agroalimentario, supuestos que muestran la enorme distancia cultural en el análisis y enfoque del problema:

- a) Se adoptó el principio de las ventajas comparativas en la agricultura mexicana, reconociendo que nuestro sector de producción de granos

básicos no era competitivo ni viable en el marco de la globalización de los mercados y de la conformación del bloque económico regional hegemonizado por los EUA.

- b) La agricultura fue calificada como un obstáculo a la “modernización del campo” dado el mínimo tamaño de los predios campesinos (minifundismo), su apego a la tierra, su atraso tecnológico, su cultura no empresarial y orientada al mercado, etc.; y por lo tanto, debe darse una oportunidad para que el “excedente” de campesinos no competitivos y viables en la economía global puedan encontrar empleo ya sea en el sector moderno de la agricultura o en el sector industrial o de servicios.
- c) También se planteó que la inexistencia de un mercado libre de tierras es un obstáculo a la inversión privada y a la conformación de unidades económicas rentables y competitivas. Por tanto, deben realizarse las reformas constitucionales y jurídicas necesarias para privatizar las tierras ejidales y comunales y estimular el mercado de tierras.
- d) La inversión privada es el motor de la reactivación económica del sector agropecuario. La inversión y el gasto público es inviable no sólo porque no hay recursos disponibles, sino porque genera distorsiones el funcionamiento del libre mercado e inhibe la inversión privada.
- e) La apertura comercial plena y la privatización del mercado agropecuario constituyen el medio más eficiente y racional de asignación de recursos; sin ellas, no es posible atraer a la inversión privada y garantizar la competitividad y la reactivación económica del sector.

Con todos los supuestos anteriores, la seguridad alimentaria se convirtió en una función del mercado, tanto del lado de la disponibilidad como del lado del acceso y calidad. En cuanto a la disponibilidad, México está ubicado geográficamente a un lado de los productores más grandes, eficientes y productivos de alimentos en el mundo: Estados Unidos y Canadá. Basta hacer los pedidos correspondientes a Kansas para resolver los problemas de disponibilidad. En cuanto al acceso efectivo a los alimentos para los mexicanos, aquellos que puede pagar por ellos no tendrán ningún problema; los que no sean económicamente viables, se les apoyará con programas asistenciales. En cuanto a la calidad nutricional de los alimentos, la calidad tiene un precio, quien desee calidad, que la pague.

Bajo estos supuestos se prometió pasar de un país del tercer mundo (en vía de desarrollo) al selecto grupo de países primermundistas, y de esta manera se procedió a una apertura comercial unilateral abrupta, una privatización concentradora, ineficiente y poco transparente; las reformas al artículo 27 Constitucional, la firma del TLC, el desmantelamiento de las instituciones y programas de fomento agropecuario, el control salarial, los despidos masivos, etcétera.

Los resultados, después de 14 años, los tenemos a la vista: seguimos siendo un país del tercer mundo, sólo que ahora en vías del subdesarrollo y de la inviabilidad como nación soberana.

La gravedad de la crisis alimentaria, en el contexto de la crisis económica y política por la que atraviesa el país, obliga a sacar las conclusiones

correspondientes a partir de los hechos y resultados concretos de un modelo de globalización y de agricultura excluyente, polarizador e inhumano, así como a profundizar en la búsqueda de propuestas de políticas públicas, alternativas realistas y viables en el corto y mediano plazo, en los niveles local, regional, nacional y global.

V. LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ BAJO UN ESQUEMA INTERVENIDO

5.1. La intervención del Estado en la comercialización agropecuaria

En medio de una crisis alimentaria a escala mundial originada por un incesante crecimiento demográfico y una disminución y abatimiento de los recursos productivos, sería oportuno evaluar la conveniencia e implicaciones de la política de ajuste estructural en el sector agropecuario, dado el creciente deterioro en los niveles de vida de la población rural de nuestro país (deterioro que se repite en las áreas urbanas).

Algunas medidas de estabilización de la economía han tenido repercusiones negativas en el crecimiento de algunos sectores por la depresión de la demanda interna, no así en el sector agropecuario, que abastece la demanda de alimentos, que son productos de primer orden dentro de la distribución de gastos de prácticamente de toda la población y han sido parte medular de los esquemas de subsidio de bienes salario, y cuya producción no ha podido cubrir la demanda de la población.

Pese a que la demanda de alimentos va en aumento estimulada por el crecimiento demográfico, el sector agropecuario se encuentra proclive a entrar en una etapa de estancamiento, debido a que ha sido fuertemente expuesto a los efectos negativos de la reducción de inversión del gasto público, condiciones especulativas de mercado y el incremento de precios de insumos y medios de producción.

La situación descrita ha provocado una disminución de la rentabilidad en la actividad, ingresos directos y descapitalización de la población involucrada.

Un ejemplo de lo anterior es la aplicación de políticas tendientes a disminuir la participación del Estado en funciones estratégicas que se han reflejado en la liquidación, privatización, desincorporación y transferencia de empresas y organismos públicos.

El más reciente caso de estas medidas fue el acelerado proceso de liquidación de la CONASUPO, creada en 1965; como el instrumento del gobierno Federal encargado de la regulación de precios y abasto de los productos básicos y que fue una de las empresas estatales con mayor participación en la comercialización de productos del campo y la distribución de alimentos, pese al desprendimiento de funciones y apoyos en el ramo de acopio y almacenamiento y el debilitamiento que había sufrido en la última década por el recorte presupuestal. Las principales funciones de este organismo, eran el ordenamiento de la comercialización, la actualización de precios de granos, y la integración y administración de las reservas técnicas. (vease en cuadro 3).

Como parte del proceso general que conforma la política económica, el gobierno decidió en 1989 eliminar progresivamente los *precios de garantía*, las barreras a la importación y liberar los precios al consumidor de la mayoría de los granos y oleaginosas. Este esquema fue sustituido por *precios de concertación* integrados a partir de acuerdos entre los productores y los compradores, en donde la intervención de los primeros permitía incorporar, aunque de forma marginal, la variable de costos de producción.

Los precios de garantía, junto con el subsidio al consumo de tortilla, fueron sin duda importantes mecanismos de regulación y contenedores de presión social; sin embargo, este último dio lugar a dudas en su manejo.

Ambos instrumentos buscaban mantener un control en los precios al consumidor, principalmente en los bienes salario, lo cual dio origen a una relación de bienes de consumo desigual entre el medio urbano y el rural, ya que parte de las estrategias de regulación a la inflación demandaron el control del crecimiento de los salarios, y por tanto se requirió de esquemas de subsidios al consumo, que subsanaran los efectos de disminución en el poder adquisitivo, frenando la evolución de los precios y disminuyendo el margen de utilidad de la producción agrícola.

Durante la vigencia de la política de precios de garantía, CONASUPO operaba la administración de bonificaciones denominadas PACE, que correspondían al pago del coste de transporte y era el único subsidio dirigido a la comercialización, en tanto que la mayor parte de estas ayudas se canalizaron al consumo tuvieron su máxima expresión en la cadena de maíz-tortilla, donde prácticamente no se contaba con un subsidio a la producción.

Después de la supresión de los permisos de importación y la liberación comercial del sorgo y oleaginosas, se crea en 1991 ASERCA para promover el desarrollo de mercados agrícolas privados y para facilitar las negociaciones entre compradores y agricultores.

El cambio en 1994 en la política hacia el establecimiento de precios de concertación, se caracterizó por la ausencia de subsidios a la comercialización,

tratando de subsanar esta condición con el surgimiento de PROCAMPO como instrumento de apoyo a la producción. A partir de 1995, para el caso del maíz las bonificaciones por calidad a los productores quedaron integradas en este precio, mientras que para el resto de los productos los apoyos se han otorgado de forma selectiva y sin reglas claras, en cada ciclo para productos y regiones con problemas severos de comercialización.

La política de precios dio un giro, hacia el *sistema de precios de indiferencia* a partir de 1996 lo cual ha agudizado aún más las presiones de rentabilidad en el campo; los efectos de la determinación de precios sobre la base del comportamiento internacional y el incremento de las importaciones de cereales basándose en criterios de diferencial de precio y un aparente ahorro de la adquisición de las materias primas, provocaron una desarticulación sin precedentes de la actividad productiva de los granos, acarreado esto un desaliento en la producción.

CONASUPO y ASERCA eran hasta hace unos meses las instancias encargadas de administrar los apoyos encaminados a cubrir el diferencial entre el precio de indiferencia en la zona de producción y el precio ofrecido por CONASUPO para maíz blanco en esta entidad federativa. Este apoyo representa en promedio un 20% del precio de indiferencia y está encaminado a reconocer el diferencial de calidad entre el maíz amarillo cotizado en la bolsa y el maíz blanco de consumo preferencial para el mercado nacional, mismo que se cotiza en el mercado internacional entre el 10 y 30% por encima del precio del maíz amarillo.

En lo que respecta a los apoyos a la comercialización de otros productos que ASERCA maneja aún sin un criterio establecido con claridad, hacen que los apoyos otorgados no sean generalizados y resulten todavía insuficientes para elevar los ingresos del productor, además de que se experimenta poca capacidad de cobertura por los límites presupuestales de esta dependencia.

La mayor parte de las subastas de apoyos a la comercialización del organismo han sido ganadas por grandes consorcios industriales o comerciales, que a diferencia de las organizaciones de productores, tienen una capacidad financiera suficiente para la entrega de garantías, captación de mayores volúmenes y un rápido desplazamiento del producto; el acceso a estos apoyos significa, en ocasiones, una transferencia de subsidios a las operaciones de compra de las empresas que genera una utilidad de la cual los productores participan marginalmente.

Este organismo debe desarrollar una política con un criterio de equidad, en donde reconozca que las organizaciones de productores no son de acaparadores, sino instrumentos para la mejor comercialización de la producción de sus socios y por tanto, tienen una capacidad de oferta limitada y temporal, que habrá de ser integrada, precisamente con la intervención de este organismo.

A lo anterior se agrega que ASERCA no ha aterrizado sus programas y apoyos en beneficio de los productores de autoconsumo, pequeños y medianos productores dispersos, ni ha fomentado la organización de estos para la integración de volúmenes que les permita buscar mercados más atractivos; por

el contrario, ha seguido una estrategia de acercamiento a las grandes industrias para que ellas sean las encargadas de inducir el acopio de cosechas y administrar las entregas de subsidios, lo que no significa una evolución en la organización económica de los productores.

La aplicación de la política de precios de indiferencia y la falta de una política de subsidios diferenciada y sólida, ha llevado al sector a una competencia desventajosa no sólo por los diferenciales que significan las ventajas comparativas que tienen los países que regulan los mercados internacionales, en el orden estrictamente productivo y tecnológico, sino también por los diferenciales que existen entre las transferencias al sector, que sirven para subsidiar la comercialización y cubrir otras etapas de la cadena, como son el acopio, almacenamiento y transporte. Paradójicamente, en el caso de México, al ser transferidas estas funciones por el gobierno a la iniciativa privada y de forma marginal a las organizaciones sociales, han experimentado incrementos en costo hasta de un 90%.

Por otra parte, la integración de nuestra economía en los mercados internacionales ha resultado para algunos sectores muy conveniente, son ejemplo de esto las industrias con vocación exportadora como las de la construcción.

En el sector agropecuario el crecimiento experimentado por influencia directa del incremento de exportaciones con socios comerciales ha sido marginal, siendo beneficiados básicamente los productos hortícolas y frutas frescas; sin embargo, aun para éstos la incursión en el mercado internacional ha implicado

ampliar su margen de riesgo debido a las fuertes fluctuaciones de las determinantes de mercado.

Con la política anterior, se esperaba solucionar la problemática de producción y abasto del país. A la fecha y a pesar de los esfuerzos realizados y logros alcanzados, no se ha resuelto debido a la falta de una Política Agrícola de mediano y largo plazo que permitiera ir adaptando estos instrumentos a las exigencias del mercado. La burocratización de las instituciones del Estado que se crearon para apoyar la comercialización agropecuaria provocó ineficiencia e insuficiencia de sus estructuras y altos costes de operación, diezmando la mayoría de los esfuerzos.

Sin embargo, esta situación no es justificante para haber decidido un recorte presupuestal acelerado, que no sólo significó iniciar la liquidación de las instituciones que apoyaban el acopio, comercialización y almacenamiento, sino sobre todo, crear una anarquía en el mercado de los productos agrícolas en perjuicio de los productores.

La existencia de un instrumento de regulación por parte del Estado era aun indispensable por las características de mercados imperfectos que aún prevalecen; sin embargo, siempre se argumentó que generaba una interferencia y distorsión de mercados. Hoy, después de concluir los más recientes ciclos de cosecha y comercialización de maíz, frijol, trigo, sorgo y arroz han quedado de manifiesto los problemas estructurales del mercado de granos.

En lo que se refiere a las transferencias per cápita para la agricultura, las transferencias nacionales representaron en 1996 entre 7 y 14% de lo que en

otros países invierten en este sector. Queda claro que el diferencial entre los precios internacionales y los costes de producción de nuestros productos, reflejan las ventajas que significan los niveles de subsidio que EUA, Canadá y la CEE otorgan a sus productores; por tanto, si se pretende que los mercados agropecuarios se sujeten a los precios internacionales, deben equipararse los niveles de transferencias al sector.

Los montos de subsidios asignados al sector, disminuirán en la medida que se avance en la elevación de la productividad y la eficiencia, mediante el incremento de rendimientos a través de la reconversión tecnológica, la reconversión productiva y una mejor planeación de la producción.

Convencidos que existen diversas alternativas que permitan avanzar en la modernización de los actuales instrumentos de apoyo a la comercialización y su evolución hacia una estructura funcional y eficiente, hemos hecho diversas propuestas que no tienen como objetivo la pretensión de volver a políticas de sobreprotección, lo que se busca es sumar propuestas que permitan reconocer en el sector agropecuario, un sector estratégico de la economía y seguridad nacional, que requiere de un acompañamiento responsable del Estado, para coadyuvar eficazmente con los productores hacia esquemas de organización económica fuertes y profesionalizados.

No obstante se reconoce que la descapitalización y el combate a la pobreza en el medio rural, no puede sustentarse en una sola estrategia, la productiva o la asistencial, la política de inversión para el sector ha sido errónea.

Lo anterior se corrobora en el proyecto de presupuesto para 1999, donde nuevamente se sacrificó la parte productiva y se privilegió a los programas asistenciales para el sector agropecuario, que pese a su valor e impactos de corto plazo, no son mecanismos eficientes para la capitalización de las unidades de producción y lo que es más grave, ponen en riesgo la capacidad autogestiva de la población.

Al igual que en los Proyectos de Egresos anteriores, para 1999 se confió en que la inversión productiva puede ser cubierta por la iniciativa privada; sin embargo, el bajo nivel de participación de este sector ha propiciado que los procesos comerciales no sean adoptados como parte integral de la cadena productiva, provocando en los comercializadores indiferencia para la compra de productos nacionales, y en los productores inquietud y zozobra por la comercialización de sus productos, poniéndose de esta forma en riesgo la sobrevivencia del sector y la autosuficiencia alimentaria del país.

5.2. Evolución de la política de precios y de comercialización del maíz

El mercado del maíz se caracterizaba por tener un precio oficial, de igual manera lo tenía la industria procesadora de este grano a través de los subsidios para que, finalmente, estuviera controlado el precio de la tortilla.

Durante 28 años el Gobierno, a través de la CONASUPO, presentó ofertas ilimitadas de compra de maíz, garantizando un precio a los productores; al mismo tiempo, la CONASUPO es responsable de abastecer de materia prima a las industrias harinera y molinera, para hacer viables los precios oficiales de la

tortilla. Esta última responsabilidad implicó que mantuviera el monopolio del comercio exterior del grano, pues la importación o exportación estaba sujeta a permiso previo.

Con la puesta en marcha del esquema de precios de garantía, en su momento se trataba de impulsar el desarrollo económico del país a partir de la sustitución de maíz importado, sin embargo este esquema no funcionaría por mucho tiempo ya que ante el nuevo marco de globalización y la firma de los tratados se originó un cambio en la estructura comercial. A finales de 1998 CONASUPO operaba únicamente en maíz participando en el proceso comercial sólo en algunos estados de la República y bajo nuevas reglas propiciando espacios a los agentes del sector social y privado.

Por otro lado, el precio de garantía del maíz como era fijo en todo el país, no permitía abrir espacios a nuevos agentes del sector social y privado, además de no premiar la localización de la producción cercana a los centros de consumo, un ejemplo es la AGROCOM con respecto a la Ciudad de México, al ser el precio constante durante el ciclo. Otro aspecto es que no se reconocía un sobreprecio por la calidad del maíz, así como también en volumen. Todo esto originaba que el gobierno fuera responsable de la comercialización del maíz.

En 1989 el gobierno desarrolló cambios estructurales en lo que se refiere a la comercialización, se terminan los precios de garantía en los cultivos básicos y para el maíz se siguió un mecanismo de protección, ya que por su importancia económico-social continuó sujeto a precio de garantía, con un grado

relativamente alto de protección en frontera y bajo el esquema de comercialización de CONASUPO.

La liberación comercial de los precios internos de maíz no estuvo exenta de dificultades y durante los años 1997 y 1998 se registraron serios problemas para comercializar las cosechas a causa de los siguientes factores.

1. Deficiencias en infraestructura de almacenamiento y acopio.
2. La no participación de agentes social y privado en la comercialización.
3. La constante comunicación, organización y concentración de los compradores con respecto a los agricultores.
4. La volatilidad de los precios internacionales.
5. El uso de subsidios a la exportación por nuestros socios comerciales durante la época de comercialización de las cosechas nacionales.

En el primer problema se tiene que la infraestructura que se tiene no cuenta con las características para realizar esta actividad, por lo tanto se tiene un coste mayor de operación, repercutiendo en un margen de utilidad menor, la no participación de nuevos comercializadores hace que se monopolice este proceso, en el punto tres se origina que las fuerzas de negociación en los mercados entre productores y compradores fueran desiguales; el incremento de los precios internacionales; los grandes apoyos de los gobiernos de Estados Unidos y Canadá a sus productores fomentando la exportación de maíz a nuestro país en épocas de cosecha, propiciando así el desplome de los precios de la región. Al reconocer estos problemas el Gobierno consideró necesario un

proceso de transición, durante el que se ha instrumentado una serie de programas de apoyo a la comercialización.

A partir del mes de junio de 1991 el monto de los apoyos a la comercialización se definía con la metodología de precios de indiferencia, esto quiere decir, el precio al cual resultaría indistinta la compra de un producto nacional frente al mismo producto de origen importado puesto en plaza de consumo.

Mediante este esquema, la comercialización se ha desarrollado, propiciando que las cosechas nacionales puedan competir en igualdad de condiciones con las de importación.

Con la puesta en marcha del Programa de Apoyos Directos a la Producción (PROCAMPO), en el año de 1994, los precios de concertación así como los precios de compra de CONASUPO se ajustaron a la baja al integrar los apoyos directos por hectárea al ingreso del productor; de esta manera los precios de concertación o apoyos directos a la comercialización detuvieron su evolución y en algunos casos se redujeron en términos nominales.

A principios de 1995 por la devaluación del peso los precios domésticos se alinearon a los internacionales, de tal forma que se hizo prácticamente innecesario continuar otorgando apoyos monetarios para que los productores de granos recibieran los precios de concertación originalmente definidos para 1995; como pasó en el caso del trigo del Noroeste, fue necesario autorizar una partida de contingencia para asegurar el pago mínimo al productor, mientras se eliminaban los subsidios a la industria de la harina.

Para la importancia que tiene el maíz en México, en número de agricultores, participación en la producción y principalmente en la dieta nacional, el proceso comercial libre y de precios en esos productos se rezagó en relación con el resto de los granos. En 1990 el precio de garantía de ambos productos se ajustó al alza, muy por encima del nivel que prevalecía en los mercados internacionales; esta situación junto con la liberación de los demás granos y oleaginosas, propició que muchos agricultores, principalmente en el Noroeste y en el Bajío, sustituyeran sus cultivos tradicionales por el maíz.

Con la devaluación de nuestra moneda a finales de 1994 y que llevo de 3.5 a más de 6 pesos por dólar, los precios de los productos agropecuarios, incluyendo el maíz se alinearon automáticamente al precio internacional, dando la pauta a adoptar la política de liberalizar el precio del maíz.

Posteriormente a principios del mes de marzo de 1995, se sustituye el precio de garantía por un nuevo esquema donde se le llamó precio de intervención, el cual consistía en formar una banda de precios al agricultor, para lo cual la CONASUPO fungiría como un comprador de ultima instancia.

En el nuevo esquema de precios de intervención se calculaba el precio con base a referencia de mercado, con esto se fomentaba un mercado libre, provocando la participación de diferentes agentes comercializadores privados ofreciendo mejores precios a los agricultores.

La modificación que se le hizo a la CONASUPO representó un momento clave, ya que participaba como comprador de última instancia, es decir, esta institución a principios de cosecha salía con un precio piso y los agentes

privados salían con un precio de 20 ó 30 pesos arriba de CONASUPO provocando la competencia en la comercialización y repercutiendo de manera favorable en el incremento del precio del maíz a favor de los agricultores.

5.3. Subsidio a los consumidores de maíz, industriales de la masa y la tortilla

El Gobierno Federal a través de la CONASUPO, les da un subsidio a los industriales de la masa y la tortilla, con la finalidad de mantener los precios oficiales y al mismo tiempo, se encargaba de surtir durante todo el año a los molinos y plantas harineras, es por eso que CONASUPO realizaba subastas para las compras de maíz.

Con la firma del TLC quedó oficialmente institucionalizada la liberación de los mercados regionales del maíz, para lo cual marca la pauta de comportarse el precio del grano de acuerdo a los mercados internacionales.

Desde el inicio del TLC en 1994, el sorgo quedó libre de arancel, el maíz se comportará de la siguiente manera:

5.3.1. Comportamiento del maíz dentro del TLC

En 1996 el maíz tuvo un arancel de 197.8 %, el cual estará sujeto a arancel cuota, y el arancel disminuirá hasta llegar a ser cero en el 2009, la cuota de importación libre de arancel en 1996 fue de 2.62 mil de toneladas y crece cada año en 3 % (SECOFI, 1997).

CUADRO 6. CUPOS DE IMPORTACIÓN DE MAÍZ DE 1996 A 2009

AÑO	1%	TLA
1996	-	2.62
1997	0.0782	2.6986
1998	0.0809	2.7795
1999	0.0839	2.8629
2000	0.0859	2.9488
2001	0.0885	3.0373
2002	0.0911	3.1284
2003	0.0939	3.2223
2004	0.0967	3.3189
2005	0.0996	3.4185
2006	0.1026	3.5210
2007	0.1056	3.6267
2008	0.1088	3.7355
2009	0.1121	3.8448

Fuente: ASERCA, 1997.

Como se puede observar, el maíz aún tiene una protección arancelaria, su comercialización interna es a precios libres, por lo que resulta más fácil para los productores enfrentar precios de mercado más arancel.

Bajo todo este escenario los agricultores de la región tendrán la libertad de sembrar el cultivo que más les convenga; mas con esto, no quiere decir que estaría más fácil la comercialización, sino más bien debe tenerse cuidado, ya que el precio estará fluctuando continuamente debido a la oferta y a la demanda, en sí la comercialización no es un problema resuelto, es más, constituye un punto crítico, pues aunque un productor tenga altos rendimientos no obtendrá buena rentabilidad si no comercializa adecuadamente; para esto es muy necesario que los productores de maíz conozcan las diferentes herramientas comerciales y financieras que tienen a su alcance, así como

también hacer uso de los procedimientos que les permitan hacer de la mejor manera sus procesos comerciales.

5.4. Procesos de comercialización de maíz

Con la intención de que se tenga una visión de conjunto de todo el proceso de comercialización, se hace la siguiente descripción del flujo comercial del maíz.

El proceso comercial del maíz es el recorrido que éste sigue desde el campo hasta la mesa del consumidor. A lo largo de este recorrido se identifican varias fases, que conforme se van cubriendo le agregan valor al producto.

5.4.1. Principales fases de la comercialización del maíz.

5.4.1.1. Acopio de grano

Las unidades de producción de granos se caracterizan por ser muy pequeñas y muchas de las veces no están concentradas en una sola región, esto obliga a una fase de acopio hasta reunir lotes mínimos que permitan hacer rentable el proceso comercial. El acopio del maíz, principalmente lo realizaban BORUCONSA y ANDSA ahora desintegradas y que esta infraestructura pasa a fortalecer las organizaciones de productores, siendo éstas también acopiadoras y comisionistas privadas. Una característica del acopio de las zonas que producen en el ciclo primavera-verano, es la poca mecanización de las bodegas, lo que provoca una recepción y un embarque lento y caro a costa de esfuerzo físico (uso de costalera). Además, la mayoría de las instalaciones son

de poca capacidad, por lo que a veces se requiere concentrar el producto en bodegas más grandes, con el consiguiente costo.

5.4.1.2. Almacenamiento de grano

La producción de los granos se presenta de manera estacional, frente a un consumo distribuido a lo largo del año, lo que hace necesario que se tenga que almacenar y conservar el producto y agregarle utilidades de tiempo. En México los productores tienen las siguientes opciones para almacenar: bodegas propias, ANDSA, BORUCONSA, bodegas de comisionistas o de comercializadoras campesinas. En general, la capacidad de almacenamiento de granos es suficiente para las cantidades requeridas en el país, sin embargo, las instalaciones, en su mayoría, son obsoletas y poco mecanizadas.

El hecho de que no se trate de bodegas mecanizadas se asocia con el uso de costalera y el manejo manual, lo que hace lenta la descarga y el embarque, además las maniobras son más caras; la conservación, a su vez, se dificulta y disminuye la calidad del grano, por una mayor incidencia de plagas. En ocasiones se trata de almacenamientos a la intemperie, lo que significa mayores riesgos ante las condiciones naturales.

También es usual que las bodegas no tengan secadoras, lo que propicia la incidencia ataques fungosos por mayor grado de humedad, aumentan los siniestros y eleva las mermas por grano dañado en la conservación. Otro problema es que pocas bodegas tienen espuela, por lo que al movilizar el grano por ferrocarril hacia zonas de consumo, se tiene que hacer un flete corto de la

bodega a la estación de ferrocarril y una maniobra de carga adicional, lo que incrementa el coste de operación.

CUADRO 7. INFRAESTRUCTURA DE ALMACENAMIENTO EN MÉXICO.

TIPO	CAPACIDAD
EX ANDSA	5.8 MILLONES DE TON
EX BORUCONSA	5.6 MILLONES DE TON
SECTOR PRIVADO	17.6 MILLONES DE TON
AGROCOM	14,500 TON
TOTAL	29.0 MILLONES DE TON

Fuente: Grupo de Asesoría de mercados, 1997.

5.4.1.3 Transporte

Normalmente las zonas productoras se encuentran alejadas de los lugares de consumo, ello obliga a movilizar el producto agregándole utilidades de espacio. como los granos ocupan mucho volumen, el medio adecuado para transportarlos en México es por ferrocarril, éste tiene la limitante de no contar con suficientes ramales a zonas productoras y por tanto, las bodegas con espuela son unas cuantas, el ferrocarril sólo atiende el 18% del volumen de producción nacional, el resto tiene que hacerse por autotransporte, que es más caro; otro aspecto limitante de los ferrocarriles es la falta de tolvas para movimiento de granos, pues para usar furgones es necesario un acondicionamiento, lo que eleva los costos.

5.4.1.4. Transformación

Tal como sale del campo, el producto requiere muchas veces de agroindustrialización, para hacerlo apto para su consumo, lo que obliga a una etapa de transformación en la cual se le da un valor agregado al grano.

En el caso del maíz, del proceso agroindustrial se obtienen productos aptos para consumo humano, como son las harinas para la tortilla.

5.4.1.5. Distribución

Una vez que está apto, el producto se hace llegar al consumidor; en esta fase juegan el papel importante los canales de mayoristas-minoristas y cadenas comerciales, así como los molinos, canales mayoristas - minoristas y centros comerciales, en el caso de la tortilla y harina de maíz.

5.4.1.6. Consumo

Fase terminal del proceso comercial. Al salir del molino el maíz es producto de consumo final; no así el maíz que se usa para forraje, que, junto con el sorgo, se consumen de manera intermedia, originando otro producto que también tendrá su flujo comercial, en forma de carne, huevo o leche, piel, etc.

5.4.1.7. Compra-venta

El ser propietario de granos da la utilidad de la posesión, pero se incurre en coste financiero (y almacenamiento), en el riesgo del deterioro físico del producto o en la disminución del precio; el deterioro físico puede hacerse

mínimo a través de un buen almacenamiento y conservación ; los productores pueden controlar el riesgo de cambio de precio con un contrato de venta para entrega diferida con un industrial o por medio de coberturas de precio en el mercado de futuros y, finalmente, para financiar la posesión del producto pueden recurrir a créditos prendarios.

5.5. Maíz

En nuestro país se producen variedades de maíces blancos , amarillos y pintos , aunque el 90% de la producción lo representan los maíces blancos. La distinción es sólo por el color, pues en composición nutricional y en rendimientos no hay diferencia sustancial (existen diferentes opiniones de investigadores), sin embargo, la preferencia de la población es por tortillas blancas, es lo que origina que la producción sea fundamentalmente de maíces blancos.

CUADRO 8. PRINCIPALES ÁREAS PRODUCTORAS DE MAÍZ.

CICLO	PRINCIPALES ESTADOS PROD	MESES DE COSECHA
O-I	Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Baja California Sur, Chiapas.	Marzo-Agosto.
P-V	Jalisco, Estado de México, Chiapas, Michoacán, Puebla. Guanajuato.	Octubre-Marzo.

Fuente: GAM, 1997.

5.6. Normas de calidad de maíz

Para facilitar la comparación de los granos mexicanos con los importados, a continuación se describen las normas de calidad mexicanas y las

estadounidenses. Se utilizan las normas de calidad estadounidenses, porque de EUA proviene la mayoría de nuestras importaciones de maíz.

En las normas mexicanas se hace referencia a las normas voluntarias, así como a las más usadas en la práctica comercial, que en el caso del maíz es la norma de compra CONASUPO, en trigo y sorgo son las normas de compra BORUCONSA.

La comparación se realiza a partir de los estándares para granos emitidos por el Servicio Federal de Inspección de granos de los EUA la norma Mexicana para maíz NMX-FF-084-1995-SCFI y la norma para el programa de compras número 76 de CONASUPO, producción otoño-invierno 1995/96.

Los factores que se evalúan en la comparación de normas de calidad son:

Humedad, peso volumétrico (densidad), materia extraña y grano quebrado (impurezas) grano dañado, grados especiales y clases y derivados.

VI. LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTORES COMO INSTRUMENTO COMERCIAL (AGROCOM S.P.R. DE R.I.)

6.1. Antecedentes

En Maravatío y como en otros lugares del país, siempre ha existido un caciquismo en cuanto a acaparadores de granos (maíz y trigo) e insumos agrícolas se refiere, principalmente fertilizantes y agroquímicos.

Maravatío se considera como un municipio con una agricultura de alto potencial productivo, ya que cuenta con un valle de 5,687 has., de riego y más de 27,857 has de temporal, donde se producen una gran variedad de cultivos hortícolas tales como coles, zanahorias, acelgas, coliflor, cebollas, cilantro, tomate, papas, apio, chiles, calabaza,, etc. sin dejar de tomar en cuenta la fresa y la zarzamora, es decir, hay cultivos produciendo todo el año. Por otro lado, el municipio representa un granero para el estado ya que participa con el 13 % de la producción estatal, con un volumen de más de 80,000 toneladas de maíz en el ciclo primavera verano y más de 3,500 de trigo en el ciclo otoño-invierno. Con estos volúmenes de producción agrícola, Maravatío es atractivo para los intermediarios, "coyotes" ya que ahí han conseguido grandes ganancias, además de tener controlado el mercado local conjuntamente con las instituciones de gobierno, concretamente CONASUPO, que por un lado era la encargada de comprar el maíz y trigo a los campesinos si los llevaban de buena calidad, pues de lo contrario los rechazaban y esto lo cual hacia que lo llevarán a los acaparadores, quienes a su vez lo entregaban a CONASUPO y sin

revisión, previo acuerdo, y por otro lado CONASUPO negociaba los apoyos que por derecho les correspondían a los campesinos, el PACE.

De esta manera tenían amarrados a los productores del valle de Maravatío, aunado a lo que se veía venir a la no intervención del estado en la comercialización, pero en este municipio los campesinos tuvieron un comportamiento singular o tal vez fue por que el problema era tan grande que esto motivó a organizarse y así hacer frente al problema que afectaba a todos los productores de maíz.

Maravatío cuenta con 113 comunidades, una de ellas llamada Campo Hermoso, lugar de nacimiento de un gran luchador social, respetado por los campesinos de la región, ya que fue promotor de la educación logrando que se establecieran escuelas. En cuanto al campo se refiere, fundó varios ejidos, promovió pozos para riego, gestionó para el campo más de 300 tractores y más de 100 establos familiares con más de 1000 cabezas de ganado Holstein, en sí, gestionó un sinnúmero de cosas, todo con la finalidad de que su pueblo y su gente vivieran en buenas condiciones, ese señor fue don David Caracheo Reyes, que descansa en paz, además de ser el fundador de AGROCOM.

Con una gran capacidad de convocatoria, David Caracheo citó el 1 de enero de 1995 a todos los productores de maíz de la región, logró juntar a más de 1,200 productores provenientes de Jalisco, Guanajuato, Estado de México, Querétaro, Guerrero y por su puesto, de la región, entre los asistentes había comisariados ejidales, líderes de campesinos, presidentes municipales, etc., la junta tenía como finalidad buscar un mecanismo o una forma de comercializar

adecuadamente su maíz, puesto que los acaparadores los estaban estafando y robando, "Nos quitan el maíz a cachetadas", decía él, en ese tiempo se visitó la empresa Comercializadora Agropecuaria de Occidente, S.A. de C.V. (COMAGRO), para conocer el funcionamiento y sus principales programas; para que posteriormente se implantara un proyecto similar en la región; para que de alguna manera, hacer frente a los problemas del campo especialmente en la comercialización del maíz a través de una buena organización de productores, que ellos mismos realicen la labor de comercializar sus productos, así como comprar sus insumos.

La primera acción que se tomó fue una asamblea general para darle forma a la organización que se pretendía y para posteriormente iniciar un plan de trabajo. Acto seguido, se llevó a cabo otra reunión donde se formalizó la compra de fertilizante directamente de las plantas de Agronitrogenados de Veracruz y en el mes de abril y mayo de ese mismo año se comercializaron 850 toneladas de fertilizantes logrando una utilidad de \$280.00 pesos por tonelada, además de hacer cerrar a dos acaparadores porque lograron conseguir buenos precios y que con ese precio podían competir para la venta. En ese mismo año no se contaba con oficina, bodegas; solamente las ganas de trabajar que era lo más importante; cuando llegaba el fertilizante los productores mismos lo descargaban y se ahorraba la mano de obra además se llevaba hasta su comunidad o hasta donde entrara el camión.. Al ver trabajar a los campesinos se vio que sí era cierto que ellos querían, trabajar y que sólo les hacía falta quien los apoyará en cuestión de organización ya que el señor Caracheo no

podía hacerlo sólo. Posteriormente se llevó a cabo una reunión para darle más formalidad al complejo que se pretendía ya que durante el proceso se tuvieron muchos problemas por no tener una organización legalmente constituida principalmente por llevar la palabra “independiente”, las empresas proveedoras de insumos rechazaban las propuestas de compra; además de no contar con facturas , es decir se complicaba trabajar, posteriormente se realizó un depure de esos 1,200 productores ya que por su lejanía no les permitía tener acceso a los beneficios que se lograban conseguir además de que a la reunión asistieron agricultores que ya estaban organizados en su región.

AGROCOM se constituyó legalmente el día 7 de junio de 1995, bajo el nombre de Agrocomercializadora del Oriente de Michoacán, Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Ilimitada; donde por razones de economizar sólo aparecen 15 socios, donde figuran, un consejo de administración, un consejo de vigilancia, un gerente y algunos comisariados ejidales y los demás agricultores se fueron incorporando por medio de actas de asambleas; para así conformar los 435 productores que aglutina actualmente AGROCOM.

CUADRO 9. INTEGRANTES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

CARGO	RESPONSABLE
PRESIDENTE	JUSTO ESPINOSA GONZÁLEZ
SECRETARIO	ANGEL BAUTISTA MAYA
TESORERO	DEMETRIO SÁNCHEZ MORALES
COMISARIO	SERAFIN HERNÁNDEZ MARTINEZ

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

La organización durante 1996 tuvo un auge muy importante para su consolidación, ya que participa y resulta ganadora a través de dos proyectos de agronegocios que presentaron sus dirigentes adquiriendo dos bodegas, una ubicada en Maravatío y la otra en Zitácuaro Michoacán donde opera como matriz y sucursal respectivamente.

6.1.1 Estructura organizativa.

La estructura organizativa de AGROCOM, esta formada de tal manera que permite eficientar más el trabajo y hacer rendir mejor al personal que ahí labora, su máxima autoridad es la asamblea general conjunta y su órgano de gobierno está conformado de la siguiente manera:

La Asamblea General está conformada por todos los miembros, independientemente del número de acción y tipo y las decisiones son tomadas de acuerdo al número de esta, lo cual permite tener mayor credibilidad a los agricultores que de alguna manera cuentan con su capital invertido en la organización, es importante recalcar que por reglamento interno, no está permitido la concentración de más del 25 % de acciones amás de dos agricultores ya que esto se prestaría a mangonear la organización.

El Consejo de Administración es quien representa a la sociedad ante terceros y para lo cual presenta un plan de trabajo y presupuesto, el cual debe de ser aprobado por la asamblea general.

El comisario, es una persona, quien es quien vigila el buen funcionamiento de la sociedad el cual puede ser no ser socio, para este contataron los servicios de un despacho contable.

La sociedad cuenta con un gerente, el cual se le otorga poder general para pleitos y cobranzas así como para la tramitación de créditos y todo tipo de gestión.

Los departamentos en la que está dividida la sociedad, básicamente son:

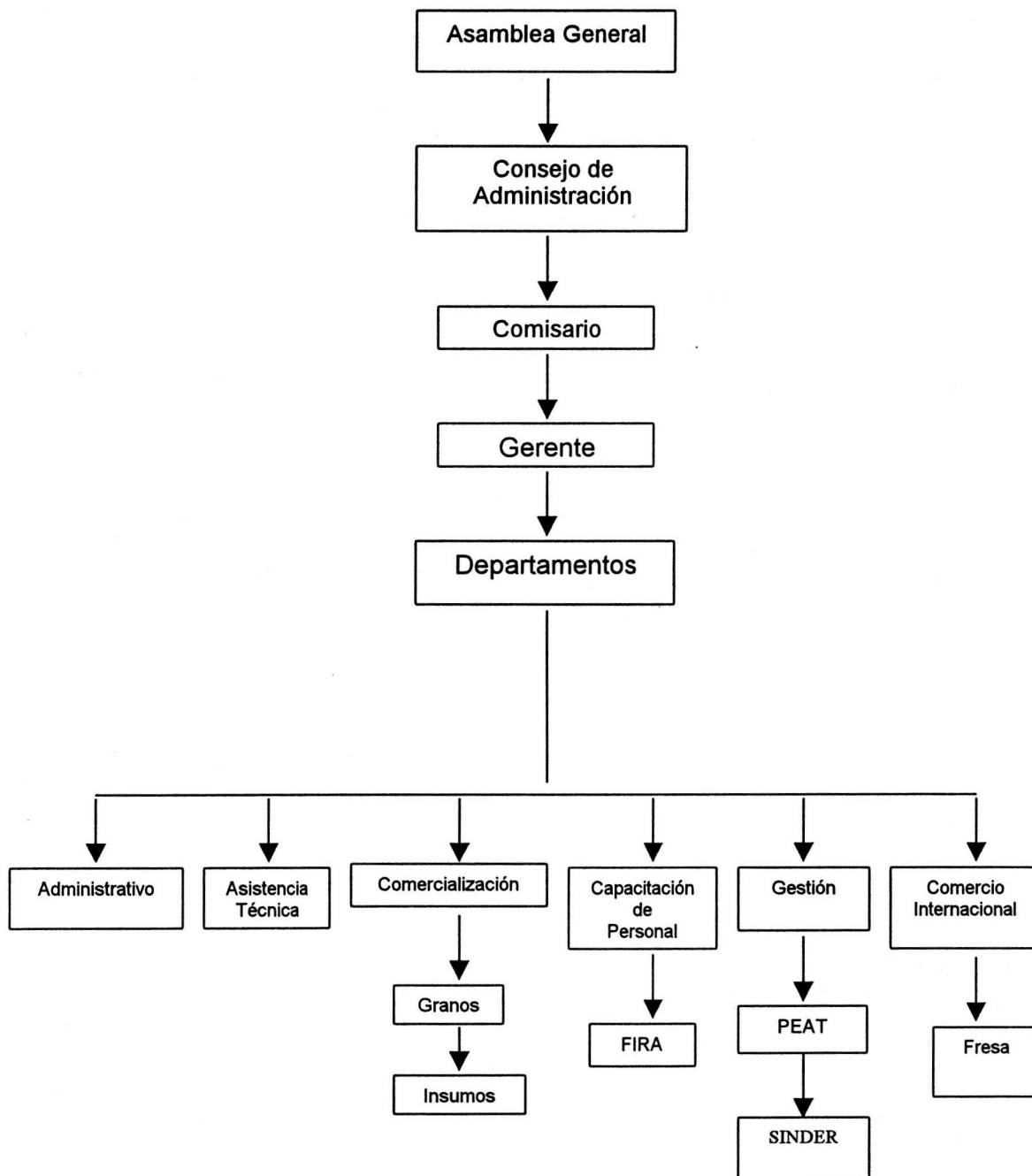
El administrativo que se dedica a toda la administración de los programas de la sociedad.

Asistencia Técnica; conformado por cuatro ingenieros agrónomos y su función es estar al frente de los programas que se implementen y cuentan con una superficie de quinientas hectáreas para atender, las areas de la sociedad son la comercialización de granos y fertilizantes y agroquímicos.

Cuenta con convenios de capacitación de personal con FIRA, así como con el gobierno del Estado a través de el Programa Elemental de Asistencia Técnica y SINDER.

En lo que se refiere al comerciuo internacional, esto sucede cada año, ya que la planta de fresa que se importa de los USA se realiza en el mes de enero de cada año.

ORGANIGRAMA DE AGROCOM



6.1.2 Cuándo se formó

Se integró el 7 de junio de 1995, como una Sociedad de Producción Rural bajo el régimen de Responsabilidad Ilimitada. Los socios que la integran son más de 435 agricultores, además de tener en proceso de integración a más de 70. La mayoría de los agricultores se encuentran distribuidos en las diferentes comunidades que integran los municipios de Contepec, Senguio, Tuxpan, Ocampo, Zitácuaro y Maravatío.

6.1.3 Para que se formó

La AGROCOM se formó con la finalidad de hacer un frente común desde el punto de vista comercial, ya que en ese tiempo la CONASUPO limitaba la participación del agricultor a entrar de manera más directa al proceso comercial, además de comercializar agrupadamente.

En esta zona la participación del personal de BORUCONSA estaba muy amañada, a tal grado que a todos los agricultores que comercializaban con ellos los castigaban más de la cuenta, es decir, los robaban con descaro; esto fue lo que motivo a los agricultores de la región a participar en el proceso comercial de una manera más organizada, logrando tener varios beneficios como por ejemplo, al iniciar la negociación con las autoridades de BORUCONSA se logró capacitar a tres hijos de agricultores para analizar los granos, posteriormente se instalaron en el centro receptor de granos con la finalidad de supervisar las pesadas y el análisis de cada agricultor.

6.1.4. Características

La característica principal que ayudó a tener éxito en este inicio de organización fue, más que nada, que los agricultores que iniciaron este proceso tenían el mismo problema, es decir, pensaban de igual manera y tenían los mismos intereses, perseguían los mismos objetivos, aunque en la primera reunión asistieron agricultores que ya estaban organizados en sus regiones, tampoco se mezcló ningún partido político ni organización con fines partidistas, aunque la mayoría de agricultores eran simpatizantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

6.1.5. Programas básicos.

En la comercialización de insumos han permanecido en el liderazgo ya que los volúmenes que manejan hacen posible competir con buenos precios. Siguen en la promoción de seguir integrando agricultores y ejidos como socios en la comercialización de los insumos.

Han implementado e incrementado la diversificación de las operaciones comerciales, por ejemplo en la comercialización de granos han integrado un esquema que les permite estar al frente de los coyotes locales.

Participan en el libre mercado compactando volúmenes logrando un sobre precio en el grano.

Un punto muy importante ha sido la alianza con otras organizaciones o empresas que les ha permitido adquirir experiencias.

En lo que se refiere a la productividad agrícola e innovación tecnológica, han promovido el desarrollo de una agricultura permanente y rentable apoyando la organización para la producción, el desarrollo de un sistema de asistencia técnica propio y adecuado y la inducción de nuevos productos que favorezca el incremento de la productividad.

Han promovido cursos y conferencias sobre nuevas tecnologías y capacitan a sus cuadros técnicos para que este al servicio de sus agremiados.

Formación empresarial:

Las relaciones y alianzas gremiales han mantenido a AGROCOM y sus socios relacionados en todos sus ámbitos a fin de aprovechar todas las oportunidades que se presenten.

Participan y promueven la organización gremial de las empresas del sector social en la región y en el país para que permita tener mayor y mejor interlocución con el gobierno y las diferentes instituciones de la rama agropecuaria. Mantienen a AGROCOM, en sí, distante de dinámicas y compromisos de política electoral.

6.1.6. Objetivos

Los objetivos que se plantearon desde el inicio fueron más que nada, avanzar en la integración de la cadena productiva bajo la organización de los agricultores y grupos campesinos.

El promover, desarrollar y diversificar la organización económica de los agricultores favoreciendo un cambio hacia una actitud empresarial en las zonas

donde opera AGROCOM con la finalidad de consolidar un proyecto regional y coadyuvar al desarrollo de otros procesos de organización económica campesina en otras regiones.

La regulación y liderar el mercado local y regional con la finalidad de establecer precio de sus productos.

Influir en la definición e instrumentación de políticas sectoriales que favorezcan el cumplimiento de la misión y a la vez promover la rentabilidad de la actividad productiva rural en donde opere AGROCOM.

6.1.7. Misión

Promover el desarrollo rural integral permanente a través de:

El fortalecimiento de la organización económica y social de los agricultores en general y de AGROCOM en su conjunto.

La búsqueda de la rentabilidad del sector rural con nuestra base social actual.

6.1.8. Zona de influencia

Básicamente la AGROCOM, opera en la parte oriente del estado de Michoacán, concretamente en los municipios de Tuxpan, Zitácuaro, Ocampo, Senguio, Contepec y Maravatío, En total son 52 comunidades de los 6 municipios, siendo el municipio productor más importante Maravatío, y el más importante consumidor Zitácuaro.

6.1.9. Logros

En lo que se refiere a los logros que se han obtenido a través de la AGROCOM, está el que se ha comercializado más de 20,500 toneladas de maíz en un sólo ciclo; y en cuanto a infraestructura de almacenamiento se ha fortalecido el sistema de acopio; en cuanto a comercio de granos se ha venido comportando de la siguiente manera:

En el ciclo P-V 94-95 se comercializó un total de 3,500 toneladas de maíz, cabe señalar que este fue el inicio de un proyecto 100% comercial y que en este ciclo no se comercializó con el nombre de AGROCOM, ya que no estaba constituida y lo mismo sucedió con la comercialización de fertilizantes llegando a comercializar 850 toneladas de diferentes productos, posteriormente se logró comercializar en el ciclo O-I un promedio de 330 toneladas de trigo.

Para el ciclo 95-96 en maíz se avanzó un 75% más comercializado, lo que representó 6,125 toneladas. Y en cuanto a fertilizantes, sólo se incrementó un 10 % más en comparación del año pasado, lo que nos representa 935 toneladas, y en trigo sólo se comercializaron 420 toneladas.

En el ciclo 96-97 se comercializó el 125 % más que el ciclo anterior lo que dio un récord impresionante en ventas, es decir se comercializa 13,781.25 toneladas, y a partir de entonces AGROCOM se consolidó como la empresa más importante en el comercio de granos en la región y a la vez se fue fortaleciendo en trigo, ya que en el ciclo se lograron comercializar 950 toneladas y 1,450 de fertilizantes. Este año fue sin duda la consolidación de AGROCOM

como principal comercializador de granos y a la vez posicionándose en el mercado de insumos, principalmente con fertilizantes.

Para el ciclo 97-98 tuvo un freno a la comercialización de los dos productos que comercializa AGROCOM en comparación de los incrementos de los dos ciclos anteriores, es decir, en maíz de las 13,781.25 toneladas que se comercializaron en 97-98 se incrementó el 13.8, % lo que representó 1,901.81 más que el año anterior y en trigo se tuvo un incremento de 845 toneladas, lo que nos da 1,795 toneladas y en lo que se refiere a fertilizantes se tuvo un incremento de 1,860 en total.

Con estos volúmenes se logró tener mayor poder de negociación con los industriales del maíz y trigo, logrando comercializar en el ciclo P-V 98-99 las siguientes cifras:

En maíz se comercializaron 20,493 toneladas y se logró posicionarse en el mercado que anteriormente manejaba el gobierno a través de la CONASUPO, lo cual significa que se atiende el mercado de la tres veces heroica Zitácuaro, el D.F., Morelia, Uruapan y Toluca, Edo. de México. En lo que se refiere a infraestructura la AGROCOM cuenta con el mejor centro de acopio de granos en la región, puesto que cuenta con tres silos completamente mecanizados, báscula computarizada, etc., es decir, cuenta con los mejores equipos de la región; infraestructura que logra bajar los costos de operación e incrementa las utilidades de su negocio, cuenta, además, con un centro de distribución de fertilizantes en la cabecera municipal de Maravatío, equipado, a donde transporta el fertilizante en ferrocarril, reduciendo los costos, lo que permite

estar en el mercado con precios competitivos. También cuenta con un centro de distribución de maíz en la H. Zitácuaro, en pleno centro, lo que permite acaparar el mercado para distribuir a la industria de la masa y la tortilla en esa región. La infraestructura con la que cuenta AGROCOM, ha pasado a formar un elemento clave o simplemente es la columna vertebral de la empresa, ya que con la infraestructura con la que cuenta está distribuida en zona de producción, y zona de consumo. La infraestructura está ubicada en Maravatío, Apeo y la H. Zitácuaro del estado de Michoacán donde se comercializan fertilizantes, granos y agroquímicos, respectivamente. En esta área se dejó de comercializar vía AGROCOM, ya que conjuntamente con COMAGRO se instrumentó un proyecto llamado Centro Integral de Servicios al Agricultor (CISA) y en trigo sólo se comercializaron 530 toneladas, debido a la baja producción de la zona en ese ciclo, dicha producción ya se esperaba ya que las expectativas de precio, según las bolsas de Chicago y Kansas no rebasaría los \$1,300.00 ton, misma cantidad que no alcanza para cubrir los costos de producción.

**CUADRO 10. COMPORTAMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ,
TRIGO, FERTILIZANTE Y AGROQUÍMICOS 1994-1999 TONELADAS Y
PRECIO.**

CICLOS	MAIZ TON	FERTILIZANTE TON	TRIGO TON	AGROQUÍMICOS \$
94-95	3,500	850	330	0
95-96	6,125	935	420	0
96-97	13,781.25	1,450	950	0
97-98	15,683.06	5,115	1,795	320,000.00
98-99	20,493	0	530	1'825,435.00
TOTALES	59,582.31	8,350	4,025	2'145,435.00

Cuadro elaborado con datos de encuesta y archivo de agrocom 1998.

6.1.10. Servicios

Los servicios que presta a sus socios, son básicamente:

Asistencia técnica agrícola: Para este servicio AGROCOM cuenta con un grupo interdisciplinario de especialistas de campo en diferentes áreas de suelos, fertilización, nutrición, control de malezas, plagas semillas, riego, drenaje, equipo agrícola.

Ofrece asistencia técnica integral en productividad durante todo el año, mediante un asesor técnico responsable que le brindará una asistencia técnica individualizada compactando un grupo de 500 ha. Este servicio comienza con un muestreo de suelos para su análisis, el conocimiento de sus sistemas de producción y su historial productivo, se ofrecen recomendaciones muy específicas a las parcelas para lograr la rentabilidad creciente de su cultivo, en AGROCOM se tiene la consigna de “el producir por producir, no tiene sentido”, pero bajando los costos por tonelada producida y al mismo tiempo subiendo los rendimientos por superficie vale mucho. El bajar los costos por tonelada y aumentar la calidad, representa más dinero para el bolsillo del productor. Los cultivos sanos y productivos estimulan el ánimo y generan buenos ingresos. Con suelos mejorados el agricultor deja buena herencia a sus hijos.

AGROCOM está a la vanguardia en la utilización de buenas tecnologías, por lo que emplea nuevos sistemas de fertilización, equipos actualizados, sembradoras de precisión, nuevos productos en lo que se refiere a fertilizantes, utiliza novedosas y avanzadas mezclas de diferentes concentraciones, tratamientos de semillas, encalantes, pesticidas, variedades de semillas, control

del pH, en sí, utiliza nuevos conceptos de preparación del suelo, de fertilización, de fumigación, de siembra, de controlar de plagas, etcétera.

Proyectos integrales: Se cuenta con la experiencia necesaria para realizar proyectos de inversión que, de alguna manera, se han adoptado conjuntamente con la Secretaría de Desarrollo Agropecuario y el INCA Rural del Gobierno del estado concretamente en el programa SINDER.

Capacitación y comunicación: Respecto a este rubro, los cuadros técnicos están en capacitación constante, además de asistir a los diferentes cursos que promueven FIRA y otras instituciones relacionadas con la rama agropecuaria. Se promueven al interior de AGROCOM cursos a los agricultores sobre nuevas tecnologías y sobre cómo aplicar un nuevo producto agrícola sin dejar de distribuir los trípticos de información reciente y relevante.

Comercio internacional: Por dos años consecutivos se han importado 2,400 cajas de plántula de fresa, principalmente de dos variedades (Pico de pájaro y Siske) directamente de California, mediante un convenio que AGROCOM tiene con Lassion Cannon, proporcionando AGROCOM toda la logística para la importación de la plántula.

Informática: Es un área importante, ya que a través de esta se toman las buenas decisiones al interior de AGROCOM, por lo que se tiene un convenio con el Grupo de asesoría de Mercados A.C. (GAM), en cuanto a precios se refiere, principalmente de granos y hortalizas.

VII. RESULTADOS Y DISCUSION

7.1. Resultados

Los agricultores que integran AGROCOM son 435 con diferente cantidad de acción, cabe señalar que la comunidad no es la socia, sino más bien es el agricultor, pero al interior de la organización se lleva el control vía comunidad, por lo que en cada comunidad existe un número de agricultores diferente, como se muestra en el cuadro siguiente.

CUADRO 11. LOS SOCIOS QUE INTEGRAN AGROCOM

COMUNIDAD Y NÚMERO DE PRODUCTORES	Nº. Y TIPO DE ACCIÓN	% DE ACCIONES	% ACUM.
1. El poblado de Dolores. (83)	10 "A"	7.0	7.0
2. San José del Rodeo. (25)	11 "A"	7.8	14.8
3. Apeo. (44)	8 "A"	5.7	20.5
4. Casa Blanca. (16)	15 "A"	10.6	31.1
5. San Vicente. (28)	9 "A"	6.3	37.4
6. Laguna Seca. (18)	4 "A"	2.8	40.2
7. Santiago Puriatziucaro. (25)	7 "A"	5.0	45.2
8. Santa Elena. (15)	3 "A"	2.1	47.3
9. Campo Hermoso. (15)	13 "A"	9.2	56.5
10. Rincón de Soto, Mpio. de Senguio. (14)	14 "A"	9.9	66.4
11. El Gigante. (18)	11 "A"	7.8	74.2
12. Tuxpan. * (70)	12 "A"	8.5	82.7
13. Yereje, Mpio de Contepec. (111)	10 "A"	7.1	89.8
14. Torre Blanca. (11)	9 "A"	6.4	96.2
15. Irimbo. (12)	5 "A"	3.5	100.0
435 AGRICULTORES SOCIOS	141 "A"	100.0	

* Representan a agricultores en proceso de incorporación.

La máxima autoridad de la organización es la asamblea general, donde participan los 435 agricultores y la asamblea cuenta con todos los elementos para realizar un juicio sobre el desempeño de todos y cada uno de los responsables de la administración de los diferentes programas implementados por AGROCOM. Cuenta con las bases y los elementos para implementar el programa operativo del año venidero.

Al momento de realizar alguna elección su voto de cada agricultor participa de acuerdo al número de acciones que tenga. La organización esta representada por un Consejo de Administración y un Comisario, estos pueden ser o no ser socios de AGROCOM.

La organización ha tenido un sinnúmero de problemas que de alguna los han resuelto; aunado a esto, las políticas instrumentadas por el gobierno, han dado la pauta para que los agricultores sigan organizados respecto a las diferentes actividades del campo, ya que si no se lleva acabo de esta manera; se tendrían muchos más problemas de los que ahora se tienen. A pesar de todo lo anterior, se siguen planteando nuevos esquemas que permitan crear mayor certidumbre en el campo y así poder seguir avanzando en la cadena productiva.

La organización tiene como referencia el programa de trabajo aprobado por la asamblea general a principios de 1998, en el presente estudio se presentan los resultados y las acciones del último año, además de ver como ha venido evolucionando desde su fundación.

Conducción, seguimiento y evaluación de la organización:

Asambleas generales: Realizaron dos asambleas generales de socios, la primera en febrero para el informe anual y la segunda en junio para realizar cambios en el consejo de administración, asistieron un 90 % de accionistas en promedio, en la primera y en la segunda el 95 % de acciones.

El Consejo de Administración llevó a cabo tres sesiones con asistencia de más del 50% de asistencia, las cuales se describe lo siguiente en cuanto a los acuerdos relevantes se refiere:

Aprobó el informe anual de 1997, aprobó el presupuesto y programas 1998 e instrumentaron el plan de trabajo y nombró el nuevo Consejo de Administración.

Gerencia general: La gerencia realizó ocho reuniones mensuales, para estar al tanto de los avances de la organización y tomar los acuerdos correspondientes, y logró la meta de contar con un documento bimensual que informe el estado que guarda la organización.

Otras reuniones realizadas:

La organización realizó siete reuniones con ANEC, ocho con COMAGRO, y cinco con SIACOMEX.

Atención a socios:

Tuvieron las siguientes reuniones con los socios, con la finalidad de presentarles los avances de programas establecidos por la organización.

CUADRO 12. REUNIONES CON LOS SOCIOS

San José del Rodeo	3	Apeo	8
Tuxpan	2	San Vicente	3
Laguna Seca	2	Yerege	5
Santa Elena	3	El Poblado	3
Campo Hermoso	1	Rincon de Soto	1

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Empresas asociadas:

- COMAGRO: La organización compró una acción tipo A de COMAGRO, por la cantidad de 35,000.00 tipo "A" Con esta compra se consolida la participación en la zona del occidente del país, además de seguir trabajando conjuntamente con esta empresa.
- ANEC: Formalizaron la participación de AGROCOM con la ANEC.
- SIACOMEX: Compraron 10 acciones Tipo "A" de SIACOMEX y se compran otras 10 acciones para la compra de ACO, esta última es la más importante ya que se logra posicionar la organización con una extensa red en más de doce estados de la República

Fortalecimiento de relaciones:

Con la SAGAR e Inca Rural la organización trabajó de manera coordinada para impulsar dos programas que se están operando a partir de 1998. Además se han realizado acciones conjuntas para establecer parcelas demostrativas en la zona de influencia de AGROCOM, además con SAGAR y ASERCA se mantuvieron las buenas relaciones y se trabajó el programa de Cesión de

derechos de PROCAMPO, lo cual fue muy favorable para las operaciones realizadas en fertilizantes.

Presentaron la propuesta de incremento a la productividad agrícola y la gran mayoría de las comunidades se vieron favorecidas con el Programa Elemental de Asistencia Técnica (PEAT).

Con los organismos gremiales se ha planteado la necesidad de constituirse en un frente común que aglutine organizaciones de este tipo, además se han estado revisando los avances y evolución de otras organizaciones campesinas similares a ésta y que están en proceso de formación, a las cuales se les ha invitado a cursos y conferencias para que tengan su propia visión.

Comercialización de fertilizantes:

Para la comercialización de fertilizantes para 1998, la meta propuesta fue de comercializar 7,500 toneladas de fertilizante según se planeó trabajo, un 25 % más que en 1997, y los resultados fueron, la comercializaron de 3,865 toneladas, con las que se cumple en un 65 % y un 85% de los volúmenes comercializados en 1997 (2,800 ton).

Durante 1998 AGROCOM enfrentó condiciones de mayor competencia, sobre todo de la empresa FERTINAL y del Grupo ARSE; para esto, se contó con el apoyo decidido del Grupo COMAGRO, empresa socia de AGROCOM. La meta se cumplió en un 65%.

Las toneladas comercializadas se distribuyeron en términos generales como se expresa en cuadro siguiente:

CUADRO 13. VENTAS DE FERTILIZANTES A SOCIOS Y CLIENTES

SECTOR	VENTAS TON	%
Socios	2,254	67%
Clientes	785	23 %
Totales	4800	100.00

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

El mayor porcentaje de la operación de fertilizantes, se comercializó con los socios, sobre todo en la comunidad de Apeo, con 680 ton y la comunidad de Campo hermoso con 560 toneladas.

Participación de socios y clientes:

La organización se propuso lograr que los agricultores socios adquirieran el 82 % de sus requerimientos en AGROCOM.

Como se expresa en el cuadro anterior, los agricultores compraron de manera directa Libre a Bordo (LAB) solo el 35% de los fertilizantes vendidos. El mayor incremento en la participación relativa entre 1997 y 1998 se dio en relación con las operaciones con la comunidad de Apeo. Sin embargo lo más preocupante es el incremento de la participación de los clientes diversos y que entre ellos se ubican acaparadores de la región, quienes adquirieron el 37% de las toneladas vendidas contra un 26 % que compraron el año pasado, logrando así incrementar un 11%.

Relación con proveedores:

En este rubro la meta fue concretar y operar las alianzas estratégicas de las cuales se informa en los capítulos anteriores, de ahí la importancia de evaluar

los resultados comerciales y las relaciones que se tienen con proveedores. Se tuvo relación comercial con tres empresas proveedoras de fertilizantes, ellas son las siguientes:

1. FERTINAL: Con una participación de 1,662 toneladas que representan un 32.49 % de la operación de AGROCOM.
2. Grupo Industrial ARSE: Con esta empresa se operó un total de 1,198.1 toneladas, asea el 23.42 % de la operación del programa de AGROCOM.
3. Fertilizantes y Productos Agropecuarios S.A. de C.V. (FYPA) Con una participación de 1,004.9 toneladas que equivale al 19.65 % y el resto se comercializó con otras empresas, mediante compras de contado.

Otros: FONAMEX y CONCAMPO: Con un total de 1,250 toneladas lo cual representó un 24.43 %.

Para trabajar con estas tres empresas, se logró instrumentar un esquema de semiconsignación, ya que AGROCOM liquidaba el producto a los 30 días. En el cuadro 14 se muestra la organización no esta dependiendo de un solo proveedor, ya que cuenta con proveedores distintos.

CUADRO 14. PROVEEDORES DE FERTILIZANTES QUÍMICOS

PROVEEDOR	TONELADAS	%
FERTINAL	1,662	32.49
ARSE	1,198.1	23.42
FYPA	1,004.9	19.65
OTROS	1,250	24.43
TOTAL	5,115	100

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Financiamiento:

La meta propuesta fue lograr un apoyo financiero mínimo de dos millones setecientos cincuenta mil pesos, con respaldo de COMAGRO, ante el Banco Bital y Proveedores de insumos, para lo cual se logró lo siguiente:

1. Obtener una línea de crédito del Banco Bital para el programa de agricultura por contrato, para con ella establecer una superficie de 500 hectáreas con un costo de cultivo de \$5,500.00, que benefició a 48 agricultores.
2. Conseguir un crédito a treinta días para comercializar fertilizante, colocando una cantidad importante a través de ventas en volumen (1,250 ton).

Es importante destacar el apoyo por parte de COMAGRO, ya que sin esta empresa no se hubiera logrado el avance que ahora se tiene.

Se puede afirmar que la meta que se propuso se cumplió a un 90%.

Participación en el mercado regional:

En Maravatío existe un área importante que no se ha podido explorar, es decir no ha conquistado ese mercado ya que su capacidad la está enfocando a mejorar cada día su mercado de fertilizantes cautivo, por lo que se tendrán que instaurar nuevas estrategias para conquistar el mercado, a continuación se presenta un cuadro donde se muestra la participación de las comunidades que han comprado fertilizante así como clientes por volúmenes.

CUADRO 15. DE VENTAS DE FERTILIZANTE POR COMUNIDAD

COMUNIDAD	CANTIDAD	%
Torre Blanca	180	4.66
Campo Hermoso	560	14.49
Santa Elena	200	5.17
San Vicente	180	4.66
El Poblado de Dolores	400	10.35
Casa Blanca	230	5.95
Santiago Puriatziacuaro	205	5.30
Laguna Seca	240	6.21
San José del Rodeo	200	5.17
El Gigante	140	3.62
Apeo	680	17.59
Yereje	250	6.47
Tuxpan	280	7.24
Rincón de Soto	120	3.12
Total	3,865	100.00

Cuadro elaborado con datos de encuesta de campo 1998.

- Ventas por volumen

CUADRO 16. DE VENTAS POR VOLUMEN DE FERTILIZANTES

DISTRIBUIDOR	TONELADAS	%
Rubén Espinal	450	36
Jaime Fernández	400	32
Javier Maldonado	400	32
Total	1,250	100.00

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Como se puede observar, la organización comercializa directamente con los agricultores un volumen importante, sin dejar de tomar cuenta a intermediarios coyotes que le consumen fertilizantes en grandes cantidades.

Comercialización de agroquímicos y otros insumos:

En esta parte la organización se propuso duplicar la operación de agroquímicos de 1997, utilizando la estrategia de incorporar a más proveedores, capacitar vendedores y promover cuatro productos. Para lo cual logró lo siguiente:

Al accionar el programa Ciba-Procampo, el incremento en las ventas de agroquímicos fue significativo, ya que en 1997 sólo se facturaron \$320,000.00, mientras que en 1998 se facturó \$1'825,435.00; esto representa cinco veces

más de la operación de 1997. Sólo a través de la cesión de derechos de PROCAMPO, las ventas fueron de \$1'545,650.00, lo que representa un 84.67% del total de la operación.

CUADRO 17. HECTÁREAS Y MONTO CONTRATADO EN EL PROGRAMA CIBA-PROCAMPO

LOCALIDAD	HECTÁREAS	%
Apeo	180	36
Poblado de Dolores	90	18
San Vicente	120	24
Casa Blanca	110	22
Total	500	100

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Las metas las superaron con amplitud ya que las ventas se incrementaron al 800%.

Con la participación de Ciba, Cuproquim, Mezfer y Novartis se logró contar con todos los insumos necesarios y de excelente calidad para así poder cumplir con los requerimientos que se presentan para lograr alcanzar alta productividad y de esta manera poder atacar la mayoría de las limitantes que se presenten en el campo y así lograr la efectividad del máximo rendimiento económico, logrando un 90% de la meta.

En la capacitación de proveedores, aprovechando las pláticas para la promoción del programa Ciba-Procampo y del depósito de los agroquímicos de Cuproquim y Mezfer, a los encargados de distribuir los insumos se les capacitó sobre el buen uso de los agroquímicos, así como sus precios y políticas de ventas. En este rubro se cumplió al 100% las metas.

Promoción de nuevos productos:

Para lograr el máximo rendimiento económico y alta productividad, promovieron cuatro nuevos productos, los cuales se integraron en el paquete tecnológico de alta productividad, ellos fueron los siguientes:

- **Buferizadores de agua:** producto para estabilizar el pH del agua y mejorar la efectividad de los productos aplicados.
- **Star Dx:** producto para aumentar el porcentaje de nacencia de las semillas y mejorar el desarrollo inicial de las plantas.
- **Microelementos "MICROMIX":** elementos secundarios necesarios para corregir y prevenir deficiencias de estos elementos, este producto se logró obtener gracias a la intervención del grupo COMAGRO, ya que pudo conseguirse la exclusividad del mismo con el nombre de Corrector 33.
- **Farmaguim:** producto que sirve para activar el nitrógeno en la planta.

Comercialización de granos básicos:

El comportamiento del precio de los principales granos (maíz, trigo) en el mercado regional durante 1997, indicaba que en 1998 sería un año en que las fuerzas de la oferta y la demanda definirían el precio de estos productos en el mercado. Con referencia en los precios internacionales, estas expectativas se cumplieron en el primer semestre del año; sin embargo, ante la caída de los precios internacionales, para definir el precio del maíz fue necesaria la participación del gobierno federal en el mercado, a través de la fijación de

precios de referencia regional, que en la mayoría de los casos fueron superiores al precio de indiferencia internacional.

Ante la salida de CONASUPO y sus almacenadoras BORUCONSA y ANDSA, AGROCOM pasa a ocupar el espacio que dejó esta paraestatal cobrando especial relevancia en la comercialización de maíz en su zona de influencia, todo esto se vino dando debido a que desde 1995 a 1997, AGROCOM trabajó conjuntamente con CONASUPO para la distribución de maíz subsidiado a la industria de la masa y la tortilla en la región.

Por otra parte, durante 1998 se dio un paso muy importante en AGROCOM, ya que se instrumentó un proyecto que marca la pauta hacia la excelencia agrícola. Se integró el programa de agricultura por contrato, en donde se genera la necesidad de integrar servicios como el seguro agrícola, cobertura de precios, la asistencia especializada y la comercialización de las cosechas.

En función de los resultados obtenidos en 1997, AGROCOM se propuso comercializar para 1998 maíz 25,000 toneladas y trigo: 5,000 toneladas. Los resultados obtenidos por producto al cierre del año son: maíz: se comercializaron 20,493 toneladas, lo que significó un cumplimiento de un 95% de la meta y en trigo: se participó en la comercialización de 1,200 toneladas. Este programa se vio afectado por los cambios adversos en el mercado aunado a las limitaciones financieras lo que provocó un estancamiento en el proceso comercial, logrando sólo cumplir el 24% de la meta planteada.

Financiamiento:

Con relación al financiamiento de maíz, la meta propuesta fue obtener líneas de crédito para la pignoración de hasta 5,000 toneladas, las acciones llevadas a cabo son:

pignoraron un total de 1,200 toneladas lo que representa un 24% de la meta planteada, esta pignoración dio pauta al incremento en el precio del maíz, ya que se especuló en el mercado local el almacenamiento del grano debido a la escasez del mismo.

Compactación de la oferta de los socios:

Para 1998 AGROCOM se propuso cubrir 80% de la oferta de granos de los socios. El volumen comercializado por producto se estimó para el caso del maíz en un 91% de la oferta de los socios y en trigo, un 45%.

En forma conjunta se compactó más del 60% de la oferta estimada en 21,693 toneladas de maíz y trigo, por lo que se considera que la meta se cumplió satisfactoriamente con el apoyo de COMAGRO.

Perspectivas del mercado de granos en México desde el punto de vista de AGROCOM:

Existe una demanda de granos en Centro y Sudamérica, y de harineras principalmente maseca, agroinsa y minsa. Así como nuevos demandantes que son: Arancia, Bimbo y Almex. También existe un mercado importante con más de 50,000 molineros y tortillerías que consumen 1'972,860 toneladas, (ACO,

1998) y Diconsa con 23,000 tiendas rurales consumen 659,388 toneladas de maíz (Diconsa, 1999) Con las condicionantes de que existen importaciones discrecionales en maíz, Inventarios excedentes en algunas regiones como Sinaloa y Estado de México, además de Información de mercados distorsionada.

Demanda disminuida:

Este punto es muy importante para la comercialización de granos, desde el punto de vista de la organización ya que Maseca y Minsa durante el primer semestre de 1999 sufrieron una caída en ventas de harina 13.2 % y 25.0 % respectivamente, aunado que existe un claro posicionamiento de trasnacionales a través de alianzas, principalmente, Cargill, Farmland con Contrimol, Louis Dreyfus con Portimex y ADM con Maseca. Recalcando que las trasnacionales cuentan con créditos a plazos amplios y oferta permanente

Otro problema que se vislumbra es el surgimiento de muchos comercializadores privados agregando la inestabilidad económica, acceso limitado a financiamientos prendarios

Fortalezas de AGROCOM:

Cuentan con la presencia en las principales zonas maiceras de la región compactando volúmenes de operación importantes, producción de distintos tipos de granos, Infraestructura de acopio adecuada y suficiente además de

relaciones comerciales con los principales grupos consumidores de la masa y la tortilla así como Maseca y Minsa

Cuentan con la Farnes Commodities Corporation y apoyos para coberturas. por otro lado tienen conocimiento de los mercados locales y pueden influir en los estándares de calidad requeridos por la industria, capacidad de promoción en campo.

Debilidades de AGROCOM:

Las operaciones las realizan en lo individual lo que no les permite operar a escala competitiva, no ofrecen diversos productos al mercado ni en todo el año, no Instrumentan alianzas efectivas con terceros y no han podido llegar a las regiones de consumo más cercanas; no han incorporado suficiente estrategia de cobertura.

Un punto muy importante es que los agricultores no se involucran en la planeación de la comercialización y toma actitudes especulativas de mercado

Alianzas comerciales en otras regiones:

Considerando la importancia de la participación conjunta de las empresas comercializadoras, AGROCOM se propuso como meta realizar dos alianzas comerciales, en el occidente del país y en el D.F. En el occidente del país se puso en marcha un proyecto de establecimiento de un Centro Integral de Servicios al Agricultor (CISA), además de comprar una acción a COMAGRO, participaron en la formación de la empresa SIACOMEX, además de participar

en la compra de Almacenadora Centro Occidente, S.A. (ACOSA) a través de SIACOMEX.

En términos cuantitativos cumplieron las metas en un 95%, y como puede observarse, al momento de concretarse las alianzas, se nota que AGROCOM cada vez cobra más fuerza en el mercado de productos del campo en su zona de influencia.

En lo que se refiere al proyecto instrumentado con el grupo COMAGRO, particularmente el CISA se describe lo siguiente:

Un CISA, es una unidad de negocio que oferta servicios complementarios entre sí para favorecer el desarrollo económico de las unidades productivas rurales y el bienestar social en el medio rural. Su misión es otorgar productos y servicios a la sociedad rural organizada de la región, favoreciendo la rentabilidad de la actividad productiva agropecuaria, el bienestar de la familia campesina y la dignificación de la vida en el campo.

Las características de este proyecto es un desarrollo empresarial ligado a una organización de productores así como la empresa debe de contar con un proyecto económico y comercial ligado a uno organizativo. Debe de ser un negocio autosostenible (rentable). La empresa se basa en un proyecto y una evaluación de factibilidad consistente y cuenta con una estructura gerencial propia.

Un CISA tiene una figura jurídica independiente del grupo COMAGRO y de AGROCOM. Se atiende como un socio más del Grupo COMAGRO.

Uno de los planteamientos centrales de la misión del Grupo COMAGRO y AGROCOM es que para favorecer el desarrollo rural, éste debe de estar basado en la organización social, la base del CISA, por tanto es la sociedad rural organizada. Los productos y servicios a ofertar deben ser en respuesta a las necesidades de la sociedad rural a atender, la operación de un CISA debe de estar fundada en principios y valores (cooperación, solidaridad y correspondencia) compartidos entre el Grupo COMAGRO y AGROCOM, además de la sociedad rural organizada donde se edifique el éxito de un trabajo conjunto debe ser asumido de manera corresponsable y fundado en manifestaciones concretas y compromisos de apoyo mutuo.

Es necesario contar con un equipo humano comprometido, proactivo, con visión y sensibilidad socio-empresarial, con capacidad de dar respuesta al quehacer propio de un CISA.

La operación de un CISA debe de ser rentable en sí misma, las utilidades deben permitir el mantenimiento y desarrollo del CISA, logrando que éste cumpla con su función social y económica. Dentro de un CISA cada área de negocio debe de ser rentable y complementaria.

En cuanto a la competitividad de un CISA debe buscar el desarrollo de ventajas competitivas que permitan enfrentar con éxito los retos en competitividad, logrando un posesionamiento en el mercado como la mejor alternativa para la familia rural.

La factibilidad tecnológica para la instalación de un CISA se requiere contar con infraestructura, equipo y recursos tecnológicos para facilitar y soportar su

operación. La tecnología debe de ser adecuada tanto para el impulso de las actividades productivas primarias, como para la operación en sí del CISA.

La visión del futuro del CISA es que forma parte de una red amplia de CISAS, con múltiples alianzas con proveedores, clientes, instituciones y organizaciones de agricultores. Comparte una imagen común, valores, estrategias y procesos administrativos con la red. Es una aglutinante de la organización socio-económica de la sociedad rural. De respuestas efectivas y oportunas, y de alcance socioeconómico a la sociedad rural organizada. Es un centro de negocios rentable y atractivo, siendo la mejor alternativa para el productor rural y su familia.

Desde el punto de vista de AGROCOM es que tiene una membresía bien definida, participa en la dirección de CISAS. Se reúne cada mes y cada semana para modificar o aprobar los planes de operación.

Participa como directivo, supervisor y vigilante de los CISAS y de su funcionamiento en la región. Conformar el comité de crédito, precios, compras y ventas del CISA.

Comité directivo del CISA:

Presidente, Secretario, tres vocales y representante de COMAGRO y AGROCOM

Las áreas de negocios que redondea el proyecto están relacionadas entre sí, permitiendo una mejor utilización de las bodegas con las que se cuenta.

CUADRO 18. ÁREAS DE NEGOCIOS

COMERCIALIZACIÓN	FINANCIAMIENTO
Venta de: • Fertilizantes • Semillas • Agroquímicos • Maquinaria y equipo agrícola • Productos veterinarios • Canasta básica • Ferretería • Enseres domésticos Compra de: • Maíz, trigo, frijol, sorgo, etc. • Fresas, hortalizas, flor de zempazuchitl, etc.	Créditos: • Crédito de avío • Crédito refaccionario • Agricultura por contrato. Servicios: • Análisis de suelos • Asistencia técnica • Seguro agrícola • Seguro de vida • Seguro de precio • Comercio internacional • Proyectos integrales • Informática

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Otro proyecto de la organización es el programa de agricultura por contrato, como producto de la alianza con COMAGRO se dio la oportunidad de establecerlo, esto fue posible a pesar de que en programa inicial de trabajo para 1998 no se había planteado.

La agricultura por contrato es un convenio por escrito entre el agricultor y AGROCOM para producir, en este convenio se establece un paquete integral de productos y servicios (asistencia técnica, insumos, seguro, cobertura de precios y la comercialización de la cosecha).

Este convenio tiene su correspondiente con un Banco, Industria, Proveedores de Insumos y Servicios. Para lo cual el agricultor adquiere insumos en cantidad, calidad, precio y tiempo, la agroindustria pone materias primas en cantidad, calidad, tiempo y precio.

Los proveedores tiene ventas en firme anticipadas en volumen, especificidad.

Los bancos participantes colocan su crédito, además de poner garantías, seguros y el financiamiento.

En este proyecto el agricultor pone tierra, trabajo y el Procampo, AGROCOM insumos, asistencia técnica, seguros y comercialización, los bancos financiamiento de la operación, industrial compromiso de compra y condiciones de calidad.

Capacitación en coberturas de precios:

Se ha estado capacitando a personal de AGROCOM a través de diferentes cursos de coberturas de precios, además se tiene un convenio con el Gobierno del Estado para realizar las giras que estimen convenientes las bolsas agropecuarias, principalmente de Kansas y Chicago.

CUADRO 19. COMPRAS DE MAÍZ POR VOLUMEN

PROVEEDOR	TONELADAS	% DE OPERACIÓN
Jaime Hernández	1,180	19.41
Rubén Espinal	2,500	41.12
Javier Maldonado	2,400	39.47
Total	6,080	100.0

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

CUADRO 20. VENTAS DE MAÍZ POR VOLUMEN

CLIENTE	TONELADAS	% DE OPERACIÓN
Maseca	4,500	21.96
Minsa	7,000	34.16
Car gill	2,800	13.66
Molineros	6,193	30.22
Total	20,493	100.00

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Digno de mención es que las compras en los centros de acopio fueron por 14,413 toneladas de maíz, de las cuales 12,560 se acopiaron en Apeo y 1,853 toneladas en la H. Zitácuaro.

Administración y finanzas:

Controles internos para mejorar la operación

La meta planteada fue el establecimiento de controles internos adecuados que facilitaron el avance de la operación general de la empresa y asegurare contar con información oportuna y confiable.

Las acciones y los resultados se describen a continuación:

En fertilizantes se establecieron políticas y procedimientos para presentar los informes sobre ventas diarias y mensuales por producto, proveedor y cliente, elaboraron un informe diario de movimientos de inventarios en bodegas de AGROCOM y establecieron un catálogo de códigos por clientes, proveedores y productos.

Las tres políticas se cumplieron parcialmente, ya que por hacerse por primera vez, existieron problemas de coordinación.

Las políticas y procedimientos diseñados fueron; el establecer firmas mancomunadas para cheques y transferencias de recursos, con el objetivo de garantizar un manejo adecuado de los recursos y corresponsabilizar a los directivos de la empresa con relación a los egresos.

1. Formulación diaria de los flujos de efectivo.

2. Determinación del costo de ventas para efectos contables y de compras para efectos fiscales.
3. Elaboración de un catálogo de gastos de operación por área de responsabilidad.

Se evalúa un cumplimiento de dichas políticas en un 95%, ya que se pueden mejorar, tanto en su forma como en su contenido.

Servicios generales:

AGROCOM estableció la política y el procedimiento que permitió reglamentar el uso y mantenimiento de vehículos de la empresa, así como el uso consumo de gasolina y lubricantes, la meta sólo se ha cumplido en 50% ya que hace falta mayor control de vehículos y de gasolina por parte del personal de la organización.

Granos:

Diseñaron el procedimiento que permite formular una memoria de compra-venta de granos.

En términos generales se puede afirmar que hay mejoras considerables con relación a la administración de la organización, sin embargo a la operación comercial de fertilizantes se presentaron resistencias al establecimiento de nuevos sistemas de procedimientos para el mejor control interno.

La información que se genera con relación a la operación de la organización es más confiable y oportuna, lo que permite evaluar con mayor certeza su evolución.

Automatización de los registros:

En este aspecto la propuesta fue automatizar los registros contables y de las operaciones de la organización, las acciones realizadas y sus resultados en las distintas áreas se plantean a continuación:

Tesorería:

Integraron el programa Checpaq que permite llevar el control de ingresos y egresos.

Contataron la línea de Bancomer para automatizar la transferencia de los recursos.

Contabilidad:

Para la contabilidad, considerada parte medular de la empresa, se está utilizando el programa Compaq a su mayor capacidad, simplificando los registros y llevando la rápida captura, manteniendo actualizada la información.

Crédito:

Cuentan con el sistema de Clienpaq para llevar el control de la cartera de clientes.

En general, se puede evaluar que la meta se cumplió en un 90%, ya que es factible automatizar más los registros y facilitar el control sobre la operación. La mayoría de los programas son facilitados por la empresa COMAGRO

Saneamiento de cartera:

Se depuraron las cuentas de socios, clientes y proveedores. Existe solamente un caso donde se procedió legalmente a través de una demanda judicial a un cliente.

Expresión de los estados financieros:

La meta establecida fue el establecimiento de la nueva forma de expresión de los estados financieros de enero de 1997. Meta que fue cumplida al 100% ya que todo esto permitió al consejo de administración contar con mejores bases de información para la toma de decisiones.

Financiamiento:

Lograron operaciones favorables con empresas de fertilizantes y consiguieron a través de COMAGRO una línea de crédito para operar la agricultura por contrato para 500 ha.

En el primer caso se utilizó un sistema llamado semiconsignación a 30 días para operar el 85% de la comercialización de fertilizantes, el resto se operó en efectivo.

Desarrollo organizacional:

Elaboraron y aplicaron el manual de organización de AGROCOM, lo presentaron a la Asamblea General de Socios una estructura y la definición de

las instancias para la toma de decisiones, en las cuales se expone integrantes, el perfil, las funciones, sus relaciones, obligaciones, y derechos.

De cada una de ellas, lo que permite orientar y facilitar su operación, adicionalmente se trabajó con el Consejo de Administración la redefinición de las políticas generales para cada una de las instancias, sobre todo en la relación del comité de crédito y a las políticas comerciales para fertilizantes, agroquímicos y granos.

Cuentan también con la definición de la misión y visión del futuro de la generancia, la cual fue sometida a aprobación de la Asamblea General.

Se trabajó en los valores que sustentaron la misión, los cuales se plantearon de la siguiente manera:

Al agricultor como sujeto de su propio desarrollo, a cada localidad, que aunque la comunidad en su totalidad no es socia de AGROCOM, pero está integrada por agricultores y que sin duda es el inicio de una participación agrupada con miras a alcanzar la rentabilidad del sector rural.

AGROCOM como una empresa integrada por agricultores que apoya los esfuerzos orientados a dignificar la vida en el campo y participar de manera activa y decidida en los factores económicos que afectan al campo.

Al agricultor y a AGROCOM intercambiando de manera tal que el éxito de cada uno, es el éxito de todos.

Adicionalmente se desarrollaron los siguientes documentos, el reglamento interno de trabajo, las políticas de descanso, permisos y vacaciones, políticas y

procedimientos para la evaluación y pago de bonos de productividad. Políticas y procedimientos para la contratación de personal.

Manuales de operación por puesto de la organización:

Se recuperó el trabajo realizado en 1997, que consiste en contar con un manual para cada técnico y administrativo.

En comercialización de fertilizantes se desarrollan los manuales de almacenista y gerente de ventas.

En comercialización de granos se formularon los manuales de las áreas: Apoyo logístico, control y operación de recursos financieros, información y control operativo y el responsable del centro concentrador.

Se considera que con relación a la formulación de manuales se tienen logros significativos, no así en la apropiación y aplicación, ya que en estas se han impuesto los estilos de trabajo cada dirección (de los diferentes responsables de cada departamento) sobre la institucionalización.

Programa de calidad total:

Para iniciar la inducción de un proceso de Calidad Total, se llevó a cabo un taller de sensibilización en calidad, en el cual se plantearon los principales problemas que vive la organización al interior de cada área y en la interrelación de éstas.

Para darle mantenimiento y continuidad al proceso, establecieron el acuerdo de llevar a cabo reuniones semanales al interior de cada área para coordinar

esfuerzos y dar solución a los problemas detectados, sin embargo el trabajo no fue suficiente y faltó dar paso a reuniones entre las distintas áreas, ya que la mayoría de la problemática de la empresa se presenta en la intervención entre las diferentes áreas.

Por otra parte se llevaron a cabo los cursos de capacitación, uno en programación neurolingüística y otro en técnicas de ventas para el personal de AGROCOM. Estos cursos fueron impartidos en las instalaciones de COMAGRO.

Para avanzar en la instrumentación de un proceso en calidad total se requiere generar un compromiso más de fondo de dirección de la organización y promover un clima organizacional más favorable a la productividad, basado en la honestidad y camaradería, teniendo como eje central la atención profesional a los clientes.

Apoyo a los agricultores:

Mantuvieron el programa de formación de organizaciones gestionando dos becas para técnicos para cursos de capacitación, atender los cambios de delegados y de comisariados ejidales donde se solicitó a AGROCOM coordinar la elección, organizar un taller de planeación estratégica con representantes de las comunidades, asistir a dos eventos generales de capacitación sobre estrategias comerciales para insumos y granos, además elaboraron la propuesta a la SAGAR y el INCA-Rural, tanto en relación con las becas para los

técnicos, como en el programa de capacitación para 1998 en el cual se plantearon dos cursos para impartirse a cabo durante un año.

Las becas para los dos técnicos se mantuvieron por 6 meses, posteriormente se le da la coordinación a AGROCOM, para que tenga la facultad de proponer técnicos y de esta manera coordinar el PEAT.

Con relación a los cursos de capacitación se realizaron solo dos de los programados (mercadotecnia y formación de instructores), sin embargo fueron poco aprovechados, ya que se impartieron en época de mucho trabajo. En sí, la evaluación global es que la meta se cumplió en un 80%.

Atención a cambios de comisariados ejidales:

Durante 1998 se presentaron cambios en tres comunidades donde se tenía localizaron un gran número de agricultores socios; se atendieron las solicitudes presentadas a AGROCOM para hacer la función de mediador en los cambios de autoridades.

Talleres de planeación estratégica:

Durante 1998 realizaron dos talleres de planeación estratégica en COMAGRO, lo que representó un gran avance en la visión de la empresa en cuanto a planeación se refiere.

Eventos generales de capacitación:

De los eventos programados en COMAGRO la organización participó a través de sus técnicos al curso sobre “Estrategias Comerciales para Fertilizantes”, así como al curso sobre comercialización de granos a principios del año.

Comunicación:

Una de las metas propuestas fue, la distribución de los boletines elaborados por COMAGRO, destinados a las principales comunidades, con la finalidad de mantenerlas informadas, este objetivo se cumplió solamente en un 10%, ya que los boletines llegaron a destiempo.

Aplicación de la imagen de AGROCOM:

Si bien no se pintaron fachadas especiales para darle una buena imagen a AGROCOM, sí se pintaron las bodegas de color verde, blanco y rojo con la finalidad de crear la imagen de la empresa con estos colores; además de rotular sólo nombres comerciales de nuestros productos o de las empresas proveedoras de insumos.

Relación con instituciones educativas:

Durante 1998 se dio seguimiento a la investigación instrumentada por el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario # 181 de Tungareo, Michoacán, al establecer 3 parcelas demostrativas conjuntamente con AGROCOM. También se apoyó con un técnico el proyecto de la comercialización de la lenteja en la

región de Zacapu, Mich., elaborado por el Centro Regional Universitario Centro Occidente, de la Universidad Autónoma Chapingo y que hoy es un buen proyecto. Por otro lado se ha mantenido el convenio con el Instituto Secretarial "Pal" de Maravatío, para que las egresadas realicen su servicio social en AGROCOM, de igual manera con los estudiantes del CBTa # 181.

Automatización de procesos administrativos:

La organización se propuso crear un programa de apoyo para el área comercial de fertilizantes, adaptación del Sici para control de información de bodegas, poner en marcha un programa que controle la información de comercialización de granos.

Las acciones y los resultados se describen a continuación:

Fertilizantes:

La organización trabajó en el desarrollo de un programa que controlará las operaciones comerciales del área de fertilizantes, logrando, automatizar el registro y emisión de pedidos a proveedores, la facturación y estados de cuenta de clientes y proveedores para facilitar la conciliación.

La operatividad comercial fue cambiando, por lo que el diseño original sufrió modificaciones durante el desarrollo del programa, en función de los nuevos procedimientos, lo que provocó que no se realizaran algunos controles inicialmente propuestos y se le añadieran otros que respondieran a las nuevas funciones.

Debido a factores ajenos al área, no se logró que el programa se ligara con contabilidad, sólo se diseñaron unos reportes para cuestiones contables.

Considerando lo anterior, se evalúa que las metas sólo se cumplieron en el 70%.

Bodegas propias:

Adecuaron el programa desarrollado para cada bodega, logrando automatizar el registro y la emisión de la facturación, el control de los embarques y el inventario. Tuvieron algunos problemas con el programa, lo que ocasionó retraso en la información, se corrigieron de manera inmediata por el mismo programa. Adicionalmente se instaló una red en el área de comercialización de fertilizantes y se apoyó al jefe de la misma checando la información generada por el programa en relación a los inventarios.

Granos:

Se partió del sistema que únicamente controlaba la recepción del maíz y ahora también puede ser utilizado en trigo y en sorgo, automatizaron el control de las recepciones, las ventas, los pagos, los inventarios de las bodegas. En el ciclo de comercialización de trigo sólo se operó el programa al 30%, debido a que fue muy poco el volumen operado (1,200 Ton), hicieron adecuaciones al programa para utilizarlo en el proyecto de agricultura por contrato, el programa se utilizó en maíz hasta en un 100%.

De igual manera para que para granos, el programa se utilizó para agroquímicos; considerando los puntos anteriores se llega a la conclusión de evaluar este procedimiento con un 100%.

En lo que se refiere a la comercialización de granos, fertilizantes y agroquímicos, se está dando el apoyo decidido a los agricultores que de alguna manera, están en proceso de formación de alguna figura de asociación.

Desarrollo gerencial:

Personal de la organización participó en un diplomado realizado en las instalaciones de COMAGRO, impartido por el ITESO, financiado por FIRA, con la finalidad de preparar cuadros técnicos dentro de AGROCOM y otras empresas similares, también socias de COMAGRO.

Estados financieros:

- Ventas

La organización realizó ventas durante 1998 por \$ 3'258,960.67, siendo su distribución por línea de producto como se indica a continuación.

La cifra antes mencionada, comparada contra el programa, nos da una variación por debajo de un 33.6%, siendo en trigo y en fertilizante donde influyó preponderadamente esa diferencia. En el primer caso, no se continuó en la comercialización por la caída del precio del producto y la no suficiente liquidez para operar; y en el segundo, porque entramos tarde en el esquema de semiconsignación con FYPA y FERTINAL, aunado a la escasez del transporte.

Contribución marginal (utilidad bruta):

Rentabilidad de ventas:

Como se observa, la línea más rentable sigue siendo el negocio de los fertilizantes y la comercialización de granos, principalmente el maíz.

Utilidad de operación:

Después de restar los gastos de operación a la utilidad marginal se obtuvo una utilidad de operación de \$150 mil pesos, que representa una décima de punto porcentual de las ventas netas. En este caso, los gastos de operación fueron prácticamente los programados; sin embargo la no continuación de la relación con FERTINAL y la fuerte competencia redujeron el margen de intermediación que provocó que la utilidad de operación se cayera en un 97.8% de lo programado.

Utilidad neta:

Al término del ejercicio de referencia se obtuvo una utilidad neta de \$845,560 influenciada por la ganancia inflacionaria, situación que es positiva para la empresa pero que no le genera efectivo.

Balance general:

En comparación al cierre de ejercicio de 1997, la empresa refleja una posición más sólida en con base a que está reconociendo el valor actualizado de su efectivo fijo (inmuebles, automóviles y equipos), en sus registros contables, reforzando su solvencia económica ante terceros y al mismo tiempo incrementar el valor de las acciones por el efecto de la devaluación y utilidades

en el capital contable. Los rublos del activo circulante que se tienen con mayores aportes fueron en cuentas por cobrar a socios y clientes por 2.5 millones de pesos e inventarios con 3.5 millones de pesos, representando entre los dos el 73.4% del activo circulante. Por parte del pasivo circulante, los saldos a favor de Bital, por el crédito por agricultura por contrato, con \$2'750,000 y los a favor de proveedores por \$1'850,000 son los conceptos de mayor cuantía.

La relación de liquidez entre el total del activo circulante al total del pasivo circulante es de 1.04 veces, lo que quiere decir que se tiene \$1.04 pesos para pagar cada peso que se debe.

Flujo de efectivo:

Durante el ejercicio de 1998, nuestro flujo de efectivo se disminuyó en relación al saldo en caja, bancos e inversiones en 847 mil pesos. El resumen de los movimientos de entradas y salidas de dinero en el ejercicio en cuestión es el siguiente:

CUADRO 21. FLUJO DE EFECTIVO DE AGROCOM PERIODO 1998

(Miles de pesos)

	Entradas	Salidas	Diferencia
Flujo Operativo	282.6	278.6	4.0
Flujo Fiscal	0	0.4	0.4
Flujo Financiero	17.5	21.7	4.2
Flujo no Operativo	0	0.3	0.3
Sumas	300.1	301.0	0.9
Saldo en Cuenta y Bancos			3.7
Saldo Financiero en Cuenta y Bancos			2.8

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

Dentro del flujo financiero está incluida la entrada de \$2'750,000, recibidos de crédito para la entrada de agricultura por contrato de las fuentes financieras.

El saldo de inversiones en las cuentas de fideicomiso al 31 de diciembre de 1998 es de 2.5 millones de pesos, que no están formando parte del saldo presentado en el resumen anterior.

**CUADRO 22. ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO ACUMULADO
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998**

(Miles de pesos)

	Real	%	Presupuesto	%	Variación	% Vs Presu
Ventas Netas	299,222.70	100	450,617.00	100	151,394.30	33.60
Costo de Venta	293,698.20	98.15	438,346.00	97.28	144,647.80	33.00
Contribución Marginal	5,524.50	1.85	12,271.00	2.72	6,746.50	54.98
Gastos de Ventas	2,468.70	0.83	2,623.00	0.58	154.30	5.8
Gastos de Administración	2,389.00	0.80	2,368.00	0.53	21.00	0.89
Depreciaciones	517.10	0.17	443.00	0.10	74.10	16.73
Total de Gastos F	5,374.80	1.80	5,434.00	1.21	59.20	1.09
Utilidad Pérdidas Operativas	149.70	0.05	6,837.00	1.52	6,687.30	97.81
Costo Intereses Financiamiento						0.00
Prod. Financieros	2,064.90	0.87	152.00	0.03	2,452.90	1,613.75
Gastos Financieros	2,302.50	0.77	3,278.00	0.73	975.50	29.76
Repomon	2,078.60	0.69	2,530.00	0.56	451.40	17.84
Suma	2,381.00	0.80	596.00	0.13	2,977.00	499.50
Otros ingresos	51.50	0.02	24.00	0.01	75.50	314.58
Utilidades antes de Impuestos	2,479.20	0.83	6,265.00	1.39	3,785.80	60.43
Prov. ISR y PTU	812.80	0.27	206.00	0.05	606.80	294.56
Utilidad Pérdidas N.	1,666.40	0.56	6,059.00	1.34	4,392.60	72.50

Fuente: Archivo de AGROCOM, 1998.

CUADRO 23. BALANCE GENERAL COMPARATIVO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998

(En miles de pesos)

ACTIVO			PASIVO		
Circulante:			Circulante:		
Caja y Bcos.	\$ 26,067.73		Proveedores	\$ 0.00	
Clientes	39,547.65		Acre. Div.	80,000.00	
Suma de activo		\$ 65,615.38	Suma pasivo		80,000.00
Fijo:			Capital:		
Eq. Trans.	\$ 85,000.00		Cap. Soc.	2'500,000.00	
Eq. Comp.	8,000.00		Resultado ejer ant.	163,484.11	
Instalaciones H. Zitácuaro	1'700,000.00		Resultado del ejercicio	165,131.38	
Instalaciones Maravatio.	1'050,000.00		Cap. Conta.		2'888,615.38
Suma Activo fijo		2'343,000.00			
Total Activo		2'908,615.38	Total activo mas cap.		2'908,615.38

Fuente: Archivo AGROCOM, 1998.

7.2. Discusión

Al crearse CONASUPO, se esperaba solucionar la problemática de producción y abasto del país, a la fecha y a pesar de los esfuerzos y logros alcanzados por este organismo a través de más de 30 años, ésto no se resolvió debido a la falta de una política agrícola de mediano y largo plazo que permitiera a este instrumento irse adaptando a las exigencias del mercado.

Aunado a lo anterior, la transferencia de bodegas ha resquebrajado la red que existía y que servía como vínculo para la colocación de la producción en todo el

país, y la única alternativa de comercialización para los agricultores de subsistencia a buen precio de sus cosechas los cuales no tienen ninguna experiencia que les permita desarrollarlas.

La falta de apoyo y difusión de la información entre los estratos de productores con los niveles de menores ingresos, hace que éstos sigan requiriendo de un instrumento de comercialización, que a la fecha habría sido parcialmente cubierto por CONASUPO; y con su desaparición se tendría una dependencia total de los intermediarios o “coyotes” para la venta de sus cosechas, además, con ellos no tienen ninguna alternativa de negociación.

Por su parte ASERCA, no ha conectado sus programas y apoyos a pequeños y medianos productores, ni ha fomentado la organización de estos para aglutinar un volumen mayor que les permita buscar mercados más atractivos para comercializar; por el contrario, ha seguido una estrategia de acercamiento a las industrias para que ellas sean las encargadas de inducir el acopio de cosechas, sin que esto signifique una evolución en la organización económica de los productores además esta institución tampoco ha puesto en marcha sus funciones, se ha visto que la mayor parte de tiempo lo dedica al programa de PROCAMPO, por tal motivo se han hecho demandas fundamentalmente en el sentido de que no se tiene un apoyo eficiente por parte de ella y en muchos casos la petición es que desaparezca. En estas condiciones, el Estado Mexicano no puede renunciar de manera absoluta al control de funciones estratégicas, por ello necesita de un organismo que fortalezca el vínculo directo

con los productores y consumidores, y que al mismo tiempo apoye de manera real la comercialización de los productos agrícolas al interior y exterior del país. Teniendo el antecedente de 1961 cuando las condiciones socioeconómicas que presentaba el país, provocaron el perfeccionamiento de la regulación y el abasto del mercado mediante la liquidación de CEIMSA, que tenía facultades similares a CONASUPO; es una realidad la viabilidad de la modernización de CONASUPO o la creación de un nuevo organismo, sin que el Estado renuncie a las funciones de este instrumento. Los presupuestos asignados para CONASUPO pueden direccionarse a este nuevo organismo, que esté conformado por una estructura organizacional básica de operación, sin demasiadas gerencias y direcciones evitando el burocratismo, que contemple un estudio de la situación nacional e internacional actual para el establecimiento de metas y funciones jerarquizando las actividades de corto, mediano y largo plazo, y que reconozca, asimismo, la necesidad de contar con diferentes instrumentos para los distintos tipos de productores.

El abandono por parte del gobierno de las funciones de acopio, comercialización y abasto puede provocar la formación de mercados oligopólicos, por lo que debe aplicarse una política que induzca la incorporación del sector social en la apropiación de estas funciones. Ello implica un periodo de ajuste en el que se aprovechen las experiencias de las Instituciones que han venido desarrollando estas actividades; de no ser así, los industriales e iniciativa privada asumirían un control riesgoso del mercado de granos y serían los únicos beneficiados.

La política agrícola existente en el país, ha devenido en un incremento de la pobreza en el campo; los bajos subsidios otorgados a este sector han sido insuficientes para que los productores tengan la capacidad financiera para absorber los costos implícitos de la comercialización (acopio, almacenamiento, transporte, conservación, etc.), costos que al ser absorbidos en un porcentaje por el Estado por medio de CONASUPO, han permitido al productor tener una utilidad mínima.

Queda claro que el diferencial entre los precios internacionales y los costos de producción de los productos, reflejan las ventajas que significan los niveles de subsidio que los EUA, Canadá y la CEE otorgan a sus productores; por tanto, si se pretende que los mercados agropecuarios se sujeten a los precios internacionales, deben equipararse los niveles de transferencias al sector, ya que actualmente las transferencias nacionales representan sólo 6% de lo que estos países invierten en este sector; de no ser así, y aunado a la desaparición de CONASUPO, será inminente el incremento de la pobreza rural.

Por otra parte, se hace imprescindible una revisión y redireccionamiento de los subsidios otorgados actualmente, ya que no se reconocen las diferencias entre los diversos estratos de productores; no se toma en cuenta a un gran número de productores de bajo rendimiento por un lado, y por otro se apoya a productores con niveles de rendimientos altos que ostentan mayores ventajas de competencia en el mercado, como claro ejemplo se tienen las organizaciones campesinas que han podido salir adelante en el proceso comercial con o sin la presencia del Estado, tal es el caso de AGROCOM.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

1.- En estas condiciones, el Estado Mexicano no puede renunciar de manera absoluta al control de funciones estratégicas, por ello sigue siendo necesario un organismo verdaderamente eficaz que fortalezca el vínculo directo con los productores y consumidores, y que al mismo tiempo apoye de manera real la comercialización de los productos agrícolas.

La reducción de la operación de CONASUPO en la comercialización, y su anterior redefinición como comprador de última instancia fue un proceso acelerado que no tomó en cuenta el nivel de capitalización y capacitación que el sector social tenía para asumir las funciones de esta instancia y de sus empresas complementarias BORUCONSA y ANDSA. Esta política ha empezado a generar repercusiones sumamente negativas, cuyo efecto se agravará de no contar con un esquema de financiamiento dirigido a las organizaciones que han retomado estas funciones y una política clara de subsidios a la producción y a la comercialización. El simple anuncio de la posibilidad de desaparición de CONASUPO fue suficiente para que en el anterior ciclo los intermediarios conocidos como “coyotes” comenzaran a comprar por debajo de los precios del ciclo precedente, dado que ninguna institución se hizo responsable de la determinación de los precios en las zonas de producción. Las instancias alternas como DICONSA y ASERCA, demostraron su incapacidad normativa y presupuestal para subsanar esta condición.

Por lo anterior se requiere insistir en la necesidad de reorientar la política agropecuaria en donde se considere:

Un incremento significativo en la inversión productiva al sector, ya que la inversión en la producción es un medio más eficaz que la política asistencial para multiplicar los efectos de capitalización y generación de riqueza, que permita el fortalecimiento de la economía campesina y la mejora en los niveles de vida de la población rural.

Una revisión profunda de la normatividad vigente en las instituciones involucradas en el apoyo a la producción y comercialización, así como en la regulación de precios al sector.

El establecimiento de las funciones en las que es imposible que el Estado eluda la responsabilidad que le corresponde como encargado de equilibrar las fuerzas de los distintos agentes involucrados; en este sentido, se tendrá que hacer una minuciosa revisión de la política de comercio y precios agropecuarios.

2.- Durante todos estos años el Estado implementó un sinúmero de modelos (Precios de concertación, Precios de garantía, Precios de indiferencia, etc) que se utilizaron en la comercialización agropecuaria antes de llegar al PROCAMPO aunado ha esto también creó algunas instituciones (NADYRSA y CONASUPO) que se encargaban de realizar las principales actividades de la comercialización, apoyado por las empresas paraestatales (ANDSA y BORUCONSA) a demás de agregar el personal especializado que opero toda la red de infraestructura de almacenamiento a lo largo y ancho del país. Con toda

la problemática que se ha venido planteando durante el desarrollo del presente trabajo respecto a la comercialización del maíz, los agricultores que de alguna manera no estén preparados para enfrentar estos cambios bruscos de políticas por parte del Gobierno donde existe una desigual competencia entre compradores (industria) con respecto a los vendedores (agricultores) donde los primeros cuentan con una capacidad de organización, capacidad económica, información de mercados, infraestructura de almacenamiento y apalancamiento con el Gobierno y este a su vez los siga protegiendo como lo ha venido haciendo mediante los subsidios que se han venido otorgando; y no exista una política clara de precios que les permita tener a los productores mayor credibilidad y certidumbre en el precio de sus granos al momento de sembrar sus granos debido a que no se cuenta con el apoyo del Gobierno para la utilización de coberturas agrícolas. Los agricultores tendrán que dejar de sembrar para dedicarse a otras cosas o tal vez emigrar al vecino país.

Todo lo anterior se ve reflejado en la poca participación en los agricultores de organizarse para que formen una figura organizativa que se pueda utilizar como un instrumento para comercializar su producción, tal parece que se quedaron impuestos al antiguo sistema donde toda la operación la realizaba el Estado ya que acuden mejor con el acaparador local que comercializar directamente con la industria, por otro lado tampoco se observa la utilización de algunos esquemas para comercializar, es decir, utilizar algunas estrategias de mercado, lo que permitiría tener un margen de ganancia más amplio repercutiendo en el bienestar de la familia rural.

Por otro lado, el organismo que se creó para apoyar de manera absoluta la comercialización de los granos en el país ASERCA no ha cumplido con su principal función, se ha comprobado que el 100% se lo dedica al programa PROCAMPO y no a la comercialización agropecuaria de tal manera que si esta institución que prácticamente es la única no apoya a los agricultores para comercializar, los agricultores no podrán competir sin contar con mecanismos o herramientas de comercialización internacional como los son las bolsas agropecuarias.

3.- La política implementada por el actual gobierno de desaparecer el principal organismo de la comercialización de granos y de transferir las funciones que éste venía realizando a los agricultores, no tomó en cuenta el nivel de capitalización y capacitación que el sector social tenía para asumir estas funciones, es decir a la mayoría de agricultores los tomó desprevenidos ya que nunca participaron en las principales actividades de la comercialización, lo que se identifican tres grandes vertientes, la primera es que en la mayor parte del país o donde no exista organización de agricultores que sirva como instrumento para comercializar, se implemente una "UNIÓN" de agricultores manejada, operada y administrada por el Estado trayendo como consecuencia nuevamente de no darles la oportunidad a los campesinos de apropiarse de sus unidades de acopio y de la comercialización en sí, tal es el caso como sucedió en el Estado de Michoacán donde el Gobierno estatal se adjudicó las unidades de acopio a través de la famosa "Unión Agrícola Estatal", la segunda es que los

agricultores sigan "comercializando" o mejor dicho entregando su producción a los intermediarios "Coyotes" para que ellos sigan siendo los que impongan los precios de mercados de los granos en la región y la tercera, que se organicen para realizar una comercialización adecuada como es el caso de la AGROCOM en la región oriente del Estado de Michoacán.

8.2. Recomendaciones

Recomendaciones a largo plazo:

1. Que el Estado no se desvincule de las funciones estratégicas de comercialización y almacenamiento, en tanto los productores no se fortalezcan para asumir estas funciones.
2. Que se apoye la transición de las funciones de acopio y comercialización que tenían BORUCONSA y ANDSA, hacia las organizaciones de productores que han accedido a esta infraestructura, los cuales tienen experiencia aunque limitada o casi nula de estas actividades, pero en cambio tienen la capacidad de asumirlas con apoyos y un seguimiento inteligente por parte de las instancias que las realizaban.
3. Que se decrete legalmente la existencia de un nuevo organismo que absorba las funciones realizadas y presupuestos asignados a ASERCA y CONASUPO una vez analizada su fortaleza y subsanadas sus debilidades; en el cual se debe establecer sus facultades legales para desarrollar las actividades de comercialización más convenientes y en beneficio de los

productores; dichas funciones de carácter estratégico deberán ser las siguientes:

- a) Adopción de una política de largo plazo, encaminada a elevar la producción de alimentos como elemento sustancial en la seguridad alimentaria y como estrategia de crecimiento económico.
 - b) Propiciar un equilibrio de fuerzas entre los agentes que participan en el mercado para fomentar una leal competencia.
 - c) Participar activamente en las políticas de importación de granos, con un enfoque nacionalista que defienda la planta productiva, como elemento de desarrollo de la población rural.
 - d) Informar sobre precios y apoyos a la comercialización con anterioridad a los periodos de cosechas.
4. Ubicar sectorialmente este organismo dentro de la SAGAR, como organismo descentralizado, para asegurar la instrumentación de una política integral de subsidios.
 5. Que los recursos liberados por CONASUPO se destinen a las acciones encaminadas a subsanar las diferencias que actualmente existen entre los agentes del mercado, privilegiando el desarrollo de las organizaciones de productores para que éstas se apropien en corto plazo de las funciones de acopio y comercialización.
 6. Analizar la problemática real de los productores con base en las demandas expresadas en los foros de consulta organizados por las diferentes

organizaciones de agricultores existentes en el país que tienen que ver con la problemática de la comercialización.

7. Propiciar el acceso a financiamiento con tasas de interés internacionales que permitan la capacitación de las organizaciones de productores.
8. Que la aplicación de los subsidios a la producción se base en criterios de productividad y eficiencia, y no sólo el de superficie, incorporando a los productores de autoconsumo, permitiendo de esta manera una real reactivación de la agricultura y del desarrollo rural en general.
9. En la aplicación de la política de precios debe ser considerado el perfeccionamiento de los criterios para determinar los diferenciales de calidad entre el maíz amarillo y el blanco.
10. Reconocer que las formas y niveles de consumo de maíz en el país, confiere características particulares a su mercado, y por tanto, la aplicación de políticas de precio no sólo pueden basarse en las tendencias del mercado internacional.
11. La política de precios debe observar como variantes los diferenciales de costos de producción y transporte de las zonas de producción a las zonas de consumo, para el desarrollo de mercados agropecuarios regionales.
12. Fomentar los esquemas de agricultura por contrato, vinculados a las coberturas de mercado, en donde el Estado subsidie las operaciones de mercados de futuro.

Recomendaciones a corto plazo:

Ante la firma del TLC, los agricultores que no están organizados tendrán que compactar ofertas de granos para que, de alguna manera, puedan utilizar mecanismos de comercio internacional. Para los agricultores u organizaciones es básico entender cómo se pueden hacer las compras del grano que se importa a México y cómo los productores mexicanos pueden usar los mecanismos del mercado internacional en sus estrategias de ventas, por ello, a continuación se describen las principales características de este mercado.

1.- Alianzas comerciales con otras organizaciones, así como industriales:

Son de vital importancia las asociaciones comerciales con organizaciones que cuenten con la experiencia necesaria para comercializar, además de contar con esquemas donde participen industriales, proveedores de insumos, compradores de maíz, empresas aseguradoras, bancos, gente del gobierno del estado, esto con la finalidad de darle mayor importancia al esquema que se realice.

2.- Estrategias de comercialización:

Por lo regular las estrategias de comercialización se presentan mejor en los mercados de contado, los cuales son, mercados donde tiene lugar la compra-venta efectiva de un producto, por ello se les conoce como mercados de físicos: en estos mercados los compradores y vendedores pactan sus transacciones, tales como las ventas de grado de exportación, las compras de trigo para los molinos, las compras de granos de los engordadores, las ventas de las cosechas de los productores, etc.; normalmente aquí todos los términos del contrato son negociables y se establecen entre comprador y vendedor

IX. LITERATURA CITADA

- Appendini, K. 1992. Análisis de las políticas estatales para el fomento y la seguridad en la producción de granos. En: III Encuentro Nacional Campesino de Experiencias y Alternativas para la Comercialización del maíz. 14 y 15 de Marzo de 1992, Pátzcuaro Michoacán, México. pp. 356-372.
- Aguilar, A. 1984. Administración agropecuaria. 3ª edición. Editorial Limusa. México, D.F. 425 p.
- Bartra, A. 1985. Los herederos de zapata. Movimientos campesinos posrevolucionarios en México. ERA. México, D.F. 175 p.
- Belshaw, M. 1969. La tierra y la Gente, Economía de una Comunidad Campesina. Ed. F.C.E. Primera Edición, México, D.F. 149 p.
- Brambila, J. 1983. Primer avance del estudio: análisis de la comercialización de granos en México. Octubre, México, D.F. pp. 26-37.
- Caballero, E. 1993. Condiciones competitivas de la agricultura del maíz en México, CEPNA. México, D.F. 149 p.
- Calva, J.L. 1992. Las modificaciones al art. 27, su impacto en la producción de granos básicos. En: III Encuentro Nacional Campesino de Experiencias y Alternativas para la Comercialización del maíz, 14 y 15 de marzo. Pátzcuaro; Michoacán, México, pp. 235-248.
- Caldentey, A.P. 1979. Comercialización de productos agrarios. Editorial agrícola española. 2ª edición, México, D.F. 216 p.
- Calderón, D. 1994. Recorrido por Michoacán. Ed. SEP-CONASUPO, S.F. de Ed. México. D.F. 465 p.
- Calderón, M.A. 1994. Vilencia política y elecciones municipales. Ed. El Colegio de Michoacán-Instituto Mora. Edición, México, D.F. 243 p.
- Carrasco, P. 1986. La sociedad indígena en el centro y occidente de México. Ed. Colegio de Michoacán. Edición, México, D.F. 267 p.
- Chayanov, A. 1981. La teoría de la economía campesina. Ed. Cuadernos pasado y presente. México, D.F. 235 p.
- Conasupo. 1998. Anuario estadístico. Delegación estatal, Morelia, Mich. 190 p.

- Chicago Board of Trade. 1998. Guía 1 de futuros para el comprador, Chicago, ill. USA. 125 p.
- Chicago Board of Trade. 1998. Guía 2 de futuros para el comprador. Chicago, ill. USA. 130 p.
- Chicago Board of Trade. 1998. Guía 3 de futuros para el comprador. Chicago, ill. USA. 133 p.
- Chicago Board of Trade. 1998. Guía práctica para principiantes de coberturas agrícolas No. 1. Chicago, ill. USA. 80 p.
- Chicago Board of Trade. 1998. Guía práctica para principiantes de coberturas agrícolas No. 2. Chicago, ill. USA. 80 p.
- Chicago Board of Trade. 1998. Guía práctica para principiantes de coberturas agrícolas No. 3. Chicago, ill. USA. 93 p.
- Duby, G. 1979. Guerreros y campesinos. Desarrollo inicial de la economía europea (1500-e1700). Ed. Siglo XXI, Cuarta edición. México, D.F. pp. 25- 32.
- Espinosa, J. 1995 La comercialización del maíz (*Zea mays* L.) en el ejido de Nextipac mpio. de Zapopan, Jal. Tesis de licenciatura, Escuela de Agronomía de la U de G. Jalisco, México. 121 p.
- Enriquez, E. 1993. El maíz en México. Situación actual y perspectivas. En: Primer Simposium Internacional y Cuarto Nacional. Marzo 16-19 Zapopan, Jalisco, México. pp. 236-241.
- Embriz, A. 1982. Documentos para la historia del agrarismo en Michoacán. Ed. C.E.H. del A. En. M. México, D.F. 243 p.
- Embriz, A. 1984. La liga de comunidades y sindicatos agrarios del estado de Michoacán. Ed. Cehem. México, D.F. 178 p.
- Estrada, J. 1970. Apuntes del curso de mercados, precios y comercio internacional. Capitulo II. Colegio de postgraduados. Chapingo, México. pp. 120-128.
- Encinas, A. 1992. La disputa por los mercados TLC y sector agropecuario. Ed. México, D.F. 387 p.
- Fernández, C. 1993. Nuevos mecanismos de comercialización en México. En: Ier Simposium Internacional y 4º Nacional. Marzo 16-19. Zapopan, Jalisco, México. pp. 165-174.

- FIRA. 1995. Industrialización del maíz 1. Boletín informativo No. 271. Morelia, Michoacán, México. pp. 26-76.
- FIRA. 1996a. Situación actual y perspectivas de la producción nacional de maíz. Boletín informativo. No. 286. Volumen XXIX. Morelia, Michoacán, México, pp. 8-22.
- FIRA. 1996b. Situación actual y perspectivas de la producción de granos. Boletín informativo. No. 288. Volumen XXIX. Morelia, Michoacán, México. pp. 12-29.
- FIRA. 1998. Oportunidades de desarrollo del maíz mexicano: alternativas de competitividad. Boletín informativo. No. 309. Morelia, Michoacán, México. pp. 33-75.
- Gallardo, M. 1985. La lucha por la tierra en Michoacán 1928-1932. SEP-Michoacán. Morelia, Michoacán, México. 321 p.
- García, L. 1988. Agricultura y comercio. Colegio de Michoacán- CONACYT. Toluca, México. 245 p.
- García, R. 1981. La comercialización de productos agrícolas en México. Volumen Centro de economía, CP. Chapingo, México. 195 p.
- García, R. 1983. Márgenes de comercialización de productos agrícolas en México. Centro de economía, CP. Chapingo, México. pp. 96-125.
- Hagg-Soto, 1979. El mercado de los productos agropecuarios. Editorial Limusa. México, D.F. 234 p.
- Hamma, D. 1953. El comercio de productos básicos. Departamento de asuntos económicos. Naciones Unidas. Nueva York, USA. pp. 34-41.
- Hernández, R. 1991. Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw-Hill. México, D.F. 91 p.
- INEGI. 1985. Carta Edafológica 1:250,000 Maravatío, Michoacán E12-15
- INEGI. 1985. Carta Geológica 1:250,000 Maravatío, Michoacán E12-15
- INEGI. 1985. Carta Topográfica 1:250,000 Maravatío, Michoacán E12-15
- INEGI. 1985. Carta de uso de suelo y vegetación. 250,000 Maravatío, Michoacán E12-15
- INEGI. 1990. El sector alimentario en México. México, D.F. Comisión Nacional de Alimentación. pp. 38-72.

- INEGI. 1991. VII Censo ejidal. Aguascalientes, Ags. México. pp. 21-28.
- INEGI. 1994. Perfil sociodemográfico región oriente de Michoacán, XI censo general de población y vivienda, 1990. Aguascalientes, Ags. México. pp. 27-45.
- INEGI. 1995. Datos por ejidos y comunidades agrarias del estado de Michoacán, XI censo general de población y vivienda 1990. Aguascalientes, Ags. México. pp. 87-112.
- INEGI. 1995. Anuario estadístico del estado de Michoacán. Aguascalientes, Ags. pp. 75-97.
- INEGI. 1998. Anuario estadístico del estado de Michoacán. Agusacaklientes, Ags. pp. 26-59.
- Ludwig, E. 1998. Apuntes sobre mercadeo agrícola. ENA, FAO. Chapingo, México, 190 p.
- Luther, M. 1991. El plan de mercadeo. Editorial Norma, México, D.F. pp. 121-145.
- López, E. 1992. Una página de Maravatío. Ed. H. Ayuntamiento de Maravatío, Michoacán, México. 58 p.
- Meléndez R. 1994. Mercado de productos agropecuarios. Editorial Limusa, México, D.F. 220 p.
- Macías, C. 1989. Sintesis monográfica de Maravatío. Ed. H. Ayuntamiento de Maravatío, Michoacán, México. 90 p.
- Plate, R. 1969. Política de mercados agrarios. Editorial Academia León, España. pp. 56-71.
- Pérez, R. 1990. Historia de Maravatío, Michoacán. Ed. Comité Organizador de los festejos del 450 Aniversario de la Fundación de Maravatío, Michoacán, 1540-1990. Maravatío, Michoacán, México. 58 p.
- Sánchez, G. 1984. La crisis agrícola y la carestía de maíz en Michoacán (1886-1910) Revista Textual. pp. 15-16.
- Sehgman, A. 1982. Economía campesina y agricultura empresarial, tipología de productores del agro mexicano. CEPAL. Siglo XXI. México, D.F. 339 p.
- Taylor, W. 1977. Mercadotecnia. Editorial Trillas. México, D.F. 230 p.
- Titos, A. 1978. Márgenes de industrialización y distribución de productos agropecuarios. Revista Agricultura y Sociedad. Oct. México, D.F. pp. 10-12.

Terrones, J. 1994. Nuevas formas de comercialización del maíz en México. En: Segundo Simposium Internacional y Quinto Nacional, 3 y 4 de mayo. Zapopan, Jal. México. pp. 15-24.

Torres, R. 1990. Teoría del comercio internacional. 5ª edición, Editores, S.A. México, D.F. 54 p.

X. ANEXOS

Anexo 1

En el mercado internacional los instrumentos principales de comercialización son las bolsas agropecuarias.

10.1. Definición

Una bolsa de granos es un sistema de compra-venta que se lleva a cabo sin la presencia física de la mercancía y con base en una descripción de las calidades y características de la misma; comúnmente, una bolsa agropecuaria es una sociedad que tiene el objetivo de facilitar la comercialización, pero no compra ni vende para sí.

10.1.1. Ruta de una operación en el mercado de futuros. Supongamos que usted quiere hacer una compra o una venta.

- Usted le da la orden al ejecutivo de cuenta de la casa de comisiones con la que usted trabaje.
- El ejecutivo de cuenta transmite la orden al despacho de tráfico de su casa de comisiones.
- Un mensajero lleva la orden al piso de remates de la bolsa.
- El corredor de la casa de comisiones ejecuta la operación en el piso de remates de la bolsa.
- La operación se reporta y un empleado de la bolsa la captura en el sistema de cómputo.

- El mensajero trasmite la orden ejecutada al despacho de tráfico de la casa de comisiones.
- El despacho de tráfico informa al ejecutivo de cuentas de la orden cumplida.
- El ejecutivo de cuentas le llama a usted informándole que su operación está hecha.
- Las bolsas agropecuarias propician la operación de los mercados de futuros y facilitan el funcionamiento de los mercados de contado (cash).

10.1.2. Mercado de futuros

Son mercados regulados donde no se negocian las existencias físicas de un producto determinado, sino que se compran y venden los contratos de futuro.

Los contratos de futuro son obligaciones contractuales reguladas por normas de calidad, cantidad, tiempo de entrega y ubicación de cada producto; la única variable es el precio que se determina en el piso de remates. Los contratos de futuro obligan a las partes a entregar o recibir un cierto producto en cantidad y calidad específica y a una fecha determinada.

El tiempo de entrega consiste en ciertos días designados durante el mes de entrega.

CONTRATOS DE FUTUROS DE MAÍZ.

PRODUCTO	CANTIDAD	MES DE VENCIMIENTO
Maíz	5,000 Busheles (127.03 Ton.)	Mzo., May., Jul., Sep., Dic.

Fuente: Boletín de la CBOT, 1998.

10.1.3. Procesos de importación de maíz

El conocimiento de importación del maíz es fundamental para calcular lo que le cuesta a un consumidor nacional disponer de grano importado, por lo que para hacer estimaciones de precios internos, debe de revisarse el proceso de importación mismo que a continuación se describe.

Para México, hacer importaciones de maíz significa comprar el grano de EUA o Canadá, ya que Norteamérica es el principal exportador de maíz en el mundo, la vigencia del TLC hace más caras las importaciones por concepto de aranceles de estos productos si traen de otras regiones del mundo.

Cuando se hace una importación, los principales participantes son:

- El comprador en México. Este puede ser un molinero o un productor de alimentos balanceados.
- El vendedor en los EUA o Canadá usualmente es un comercializador de granos o un elevador.
- El importador es el intermediario entre el vendedor de los EUA y el comprador en México, se encarga de la logística.

Asociados al importador participan otros prestadores de servicios como: transportistas, aseguradores, maniobristas, certificadores, etc.

El procedimiento normal es que el comprador se pone en contacto con el importador manifestándole su intención de compra, éste se encarga de hacer la logística de compra.

10.1.4. Adquisición del maíz de EUA

Existen bastantes detalles para la adquisición del maíz, a continuación se mencionan los más importantes:

Ubicación de los proveedores estadounidenses.

Una vez que se hayan realizado los contactos y se disponga el comienzo de las negociaciones de la importación, el comprador deberá considerar las ofertas de los vendedores para iniciar la adquisición del maíz, bien en forma directa con comercializadores específicos o mediante un proceso de licitación.

10.1.5 Términos de compra.

Los términos más usados son:

Libre a bordo (FOB): Este contrato requiere que el comprador provea el flete y el seguro marítimo; el vendedor se obliga a entregar el producto al extremo de la manguera de descarga desde el elevador del puerto.

Costo y flete (CyF): Es un contrato que requiere que el vendedor suministre todo lo relacionado con el proceso de embarque y flete, excepto el seguro.

Costo, Seguro y Flete (CIF): Este contrato establece que el vendedor se haga cargo de todo lo relacionado al proceso de embarque flete y seguro.

10.1.6. Certificación de peso y calidad

El pesar el grano y su certificación, es otro aspecto crítico, el peso embarcado es el precio que rige documentalmente la transacción; la certificación corre

El concepto de precio de indiferencia se relaciona con el precio que un industrial o ganadero debe pagar por disponer de grano importado en su planta, seguramente que con respecto a dicho precio, al comprador le daría lo mismo pagarlo por grano nacional de calidad similar, lo que significa que el precio internacional sería la referencia del precio nacional.

El estar abiertos al comercio internacional de granos y el comercializar internamente a precios de mercado, hacen que los costes internacionales influyan fuertemente en los precios internos.

Mercados regionales. El concepto de mercado regional es altamente flexible, pues estará influido por:

- El nivel de producción de un producto en determinada región.
- El nivel de consumo del producto en cuestión en la misma región o áreas vecinas.
- El precio de indiferencia en las diferentes zonas consumidoras y por tanto el precio de indiferencia en la zona productora que los compradores pueden pagar.

Por ejemplo:

El maíz de Iowa se vende a todo el mundo, lo que significa que su mercado regional es el mundo.

Por otro lado, el maíz que se produce en Zacatecas en el ciclo Primavera-Verano se consume en la misma región productora, lo que hace pensar que su mercado regional es la misma zona productora.

La formación de un mercado regional se da a partir de los centros de consumo, pues la demanda es la fuerza activa en un mercado competitivo, la oferta a su vez reacciona a la demanda, de ahí que cada zona consumidora establece sus áreas de abastecimiento dependiendo de sus referencias de precio de indiferencia en la zona consumidora; dicha zona de abastecimiento se extiende tanto como los precios que consumidores de otras zonas le permitan.

De acuerdo con nuestra experiencia en la aplicación de los anteriores conceptos, detectamos la distribución de la producción de maíz, trigo y sorgo de nuestro país, que conforman actualmente los siguientes mercados regionales "naturales".

CUADRO DE PRODUCCIÓN MAÍZ OTOÑO-INVIERNO

ORIGEN	MERCADO REGIONAL
Sinaloa	Sin., Son., Jal., La Laguna, Ags., La Piedad, Gto., Qro., Z. Metropolitana.
B.C. Sur	B.C.S., Sin., Jal..
Tamaulipas	Tamps., N.L., La Laguna, Qro., Z. Metrop. Gto., Ags., Jal..

Fuente: Grupo de Asesoría de mercados, 1997.

Para el caso de Michoacán el mercado regional es:

Guanajuato, Michoacán, D.F., Querétaro, Hidalgo, Puebla y Guerrero.

Anexo 2

En los mercados de contado encontramos diferentes tipos de contrato, por ejemplo:

- 1) **Venta directa de la cosecha:** es la típica venta, el productor y el comprador acuerdan un precio y se pacta a la entrega.
- 2) **Contrato de físicos por adelantado:** es una venta para entrega en el futuro, desde la negociación se acuerda un precio que se respeta independientemente de las fluctuaciones que el mercado tenga.
- 3) **Depósito para venta posterior:** el almacenador-comercializador recibe el grano en calidad de depósito y el productor posteriormente lo vende.
- 4) **Contrato a precio mínimo:** es una modalidad de venta para entrega en el futuro, la diferencia es que no se establece un precio fijo, sino que se acuerda un precio mínimo a pagar al productor con posibilidades de aumentar el precio, si en el momento de la cosecha el precio es mayor al que existía al momento de firmar el contrato de compra-venta.
- 5) **Pignoración:** proceso mediante el cual se obtiene un crédito teniendo como única garantía la prenda; en la pignoración del maíz, la prenda es el mismo grano.