

# El abasto de frutas y legumbres en México

Fernando Rello \*

La relación entre el campo y la ciudad puede verse desde diversas ópticas. La utilizada en este ensayo es quizá la más evidente, pues concibe el campo como el abastecedor alimentario de las grandes ciudades. A pesar de que esta visión es archiconocida, tras ella se esconden relaciones comerciales y socioeconómicas importantes para comprender los vínculos entre el campo y la ciudad, los cuales sólo se han tratado superficialmente debido a lo parcial de los enfoques utilizados.

Nadie duda que las grandes ciudades requieren de una zona de abastecimiento de alimentos, de un *hinterland*. Empero, las investigaciones sobre las relaciones económicas que ello origina se centran en los procesos comerciales y productivos en el campo mismo —en otras palabras, se examina la capacidad del sector agropecuario de abastecer a las ciudades— y, a lo más, se analizan los vínculos comerciales entre los grandes mayoristas urbanos y los productores agropecuarios. Aun en este último caso prevalecen enfoques parciales y algunos mitos que tras repetirse a lo largo del tiempo se han convertido en verdades comúnmente aceptadas.

En este trabajo se estudian las relaciones comerciales entre el campo y la ciudad a partir de la totalidad que ordena y jerarquiza los elementos que la componen, es decir, del sistema urbano de abasto y distribución. Las necesidades de las ciudades, y las relaciones comerciales y económicas que generan, son las que organizan las relaciones comerciales y productivas de su *hinterland* proveedor de alimentos, y no al revés.

En otras palabras, se propone concebir la agricultura y las relaciones comerciales y productivas rurales como parte del sistema urbano de abasto y comercialización. No se trata de una propuesta arbitraria: tres cuartas partes de los alimentos producidos se transforman y consumen en las ciudades, las demandas urbanas de alimentos determinan la estructura de la producción agropecuaria, y los productores rurales están supeditados al complejo comercial y financiero urbano.<sup>1</sup>

¿Cómo se abastece de alimentos México, una de las ciudades más grandes del mundo? ¿Qué relaciones hay entre esta urbe y su zona rural de aprovisionamiento? Éstas son dos preguntas básicas que se pretende responder aquí. La zona de abastecimien-

1. En este ensayo no se estudia el sistema comercial urbano en su conjunto, tarea realizada en otra obra (Fernando Rello y Demetrio Sodi, *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis. El caso de la ciudad de México*, Nueva Imagen, México, 1989). De ella se tomaron elementos para elaborar este artículo.

to de alimentos de la ciudad —cuyos requerimientos dependen de las necesidades de comida de sus habitantes— abarca todo el sector rural, el país entero y aún más, puesto que cada vez se importan mayores cantidades para alimentarla. La zona de abastecimiento varía según el producto o la época del año, pero tal vez no haya un solo estado de la república que no sea proveedor de alimentos y materias primarias agrícolas para la gran urbe. Este hecho no es exclusivo de México. En otros países el campo entero está a las órdenes del apetito pantagruélico de enormes urbes, como es el caso de Londres, París y otras ciudades europeas donde ello ocurre desde el siglo XVI. Toda ciudad importante requiere de una zona de abastecimiento acorde con sus dimensiones. Los sistemas de abasto de las grandes ciudades son mecanismos muy complejos, heterogéneos y englobadores, que siempre entrañan enormes problemas logísticos, casi nunca apreciados en su magnitud real. Barcos marítimos y fluviales, canoas, ríos, canales, caminos, carros y animales de tiro, trenes y camiones, centros de acopio locales y regionales, grandes bodegas urbanas, ejércitos de cosechadores, cargadores y otros trabajadores de ocasión, pequeños y grandes comerciantes, pequeños y grandes agricultores y ganaderos, todos ellos articulados por una maraña de relaciones mercantiles y financieras, permiten el abasto de las metrópolis. Los efectos de este formidable mecanismo en la economía y la sociedad han sido y siguen siendo determinantes. Fernand Braudel, historiador francés, estudioso de las ciudades cita, entre otros, el ejemplo de Madrid para cuyo servicio se organizó “en el siglo XVIII la abusiva movilización de la mayor parte de los medios de transporte de Castilla, hasta el punto de debilitar la economía entera del país”.<sup>2</sup>

No se debe olvidar que este complejo sistema de abastecimiento —más complicado cuanto más poblada es una urbe— no opera automáticamente y a veces suele fallar con catastróficos resultados, como lo muestra la historia de varias ciudades del mundo. Braudel habla de Estambul, que contaba en el siglo XVI tal vez con 700 000 habitantes y devoraba “los rebaños de corderos de los Balcanes, el trigo del Mar Negro y de Egipto. Sin embargo, si el violento gobierno del Sultán no prestaba ayuda, la enorme ciudad conocía miserias, carestías, hambres trágicas”, las que, por otra parte, no le faltaron a lo largo de los años.<sup>3</sup> No obstante, los anales de la ciudad de México no registran interrupciones serias de su abasto alimentario: hubo alguna escasez esporádica o problemas en tiempos de revoluciones, pero nunca, que se sepa, desabastos masivos y desquiciadores de la vida urbana. Es válido, entonces, preguntar: ¿Cómo se da este hecho notable? ¿Qué mecanismos económicos lo permiten? ¿Quiénes participan en él? ¿A qué costos se realiza?

2. Fernand Braudel, *Civilización material y capitalismo. Siglos XV-XVIII*, Alianza Editorial, Madrid, 1984, vol. 2, pp. 16-21.

3. *Ibid.*, p. 19.

\* Profesor e investigador de la Facultad de Economía de la UNAM.

## La Central de Abasto

Desde hace unas décadas, el suministro alimentario de la ciudad de México se realiza por medio de grandes comerciantes mayoristas, localizados antes en el antiguo mercado central de la Merced y actualmente en la Central de Abasto. Estos han dominado hasta ahora el mercado central y constituyen el eje del sistema urbano de abasto y distribución de alimentos.

La gran relevancia de los mayoristas urbanos proviene de la importancia fundamental que han adquirido los mercados centrales —los grandes centros de abasto y venta al mayoreo— en la etapa actual del desarrollo comercial de la ciudad de México y de la república. En efecto, la historia indica que cuando un país se urbaniza —la mitad o más de la población total vive en ciudades—, el sistema comercial tiene que cambiar y adaptarse a las nuevas demandas de la sociedad urbana. También la economía y la infraestructura se transforman para permitir un comercio más intenso y extendido a todo el territorio nacional. Se crea un sistema nacional de carreteras que comunica regiones rurales, antes aisladas, con las que están en proceso de crecimiento. Éstas van creando sus zonas de abastecimiento que pronto abarcan a todo el país.

Así ha ocurrido en México. Los mercados centrales (de frutas, legumbres, carnes y abarrotes) comienzan a cobrar auge como forma establecida y dominante de comercio al mayoreo y de suministro de las ciudades. Casi todos los alimentos de consumo directo que llegan a éstas pasan por las centrales de abasto. Crecen los mayoristas y surgen otros, todos ellos especializados en algún producto, convirtiéndose en grandes introductores de alimentos de las urbes. Se da una creciente coordinación e integración comerciales. Los grandes mayoristas no pueden ya estar a expensas de la volatilidad y falta de articulación de los mercados rurales, locales o regionales, por lo que comienzan a organizar sus redes de abastecimiento, englobando a otros comerciantes regionales y comisionistas; incluso, llegan a convertirse en agricultores o en organizadores de la producción agropecuaria.

Con el desarrollo de las instituciones financieras formales, los mayoristas tienen más acceso al crédito. Su mayor escala de negocios y el creciente control de las centrales de abasto les permiten tener grandes ganancias y capacidad de autofinanciamiento. Con ello controlan más a los productores rurales, mediante el financiamiento y la compra adelantada de cosechas. La infraestructura comercial urbana crece con rapidez. Se construyen bodegas, centrales de abasto y rastros, equipados todos con cámaras de refrigeración y otras instalaciones modernas. Los mercados centrales, y en particular el mercado central de la ciudad más grande —en este caso México—, determinan cada vez más los precios agrícolas locales.

Los mercados centrales son mecanismos comerciales y socioeconómicos muy grandes y complejos. La gran Central de Abasto de Iztapalapa (Ceda), construida para sustituir al viejo y legendario mercado de la Merced, es un buen ejemplo. Se trata de una gigantesca edificación de 272 000 m<sup>2</sup>, 1 820 bodegas, 15 000 m<sup>3</sup> de frigoríficos, tres andenes de subasta y cientos de locales, en los que se realizan muy diversas actividades de apoyo, financieras, comerciales y logísticas. En ella trabajan de manera permanente alrededor de 40 000 personas, además de los eventuales. Se calcula que cada día acuden alrededor de 200 000 personas, por lo que se le puede considerar una ciudad de tamaño medio dentro de la gran metrópoli. Se pensaría que sólo po-

dría ser así un mercado central que abastece a una ciudad con 18 millones de habitantes. Sin embargo, su dimensión parece excesiva, sobre todo por el enorme número de comerciantes que realizan ahí sus transacciones, en comparación con otras centrales de abasto.

La Ceda es una central hortifrutícola. Casi todas las frutas y legumbres consumidas en la ciudad pasan por esta central. Estos productos constituyen 80% del comercio mayorista efectuado en ella; el resto es de abarrotes. Se calcula que ingresan diariamente 10 000 toneladas de aquéllos en unos 1 500 camiones. Por su extensión y número de comerciantes, la Ceda es el mercado de frutas y verduras más grande del mundo; en él realizan funciones de mayoreo, medio mayoreo y menudeo 1 636 comerciantes.

La estacionalidad de los productos agrícolas induce ciclos a lo largo del año en el volumen y los precios de las mercancías que llegan a la Ceda. Los 15 productos más importantes, que representan 75% del volumen que llega a esa central, son: naranja, plátano, jitomate, papa, mandarina, cebolla, tomate verde, papaya, limón, chile, manzana, aguacate, elote, zanahoria y flor ornamental. El plátano y la naranja representan la cuarta parte del volumen total.

## Los grandes bodegueros

Un fenómeno sobresaliente del comercio al mayoreo de frutas y verduras en la ciudad de México, que ya había en la Merced y prevalece en la Ceda, es la existencia de un reducido número de bodegueros que controlan gran proporción de la oferta total.

Con la finalidad de conocer con más precisión el grado de dominio que ejerce cada mayorista, la Coordinación de Abasto y Distribución del DDF (Coabasto), junto con la Dirección General de la Ceda, realizó en 1987 una encuesta entre los transportistas que llegaron durante una semana a las casetas de control de la central para conocer el monto de cada producto, así como la bodega en que se entrega. De la información obtenida se infiere que de los 1 636 comerciantes de frutas y verduras, 99 grandes bodegueros (6% del total) recibieron 63% de los productos hortifrutícolas estratégicos que llegaron a la central. Estos grandes mayoristas se especializan en la compraventa de uno a no más de tres productos.

La elevada concentración de la oferta en unos cuantos mayoristas es patente. Aun en este grupo de grandes mayoristas hay un conjunto de 40 enormes bodegueros que se podrían considerar líderes por el gran volumen de productos que concentran y su significativa influencia en los movimientos del mercado. Para cada producto hay unos tres o cuatro bodegueros líderes: en la venta de chile verde, cuatro controlan 72% del volumen introducido a la Ceda; en la de cebolla, a tres corresponde 43%; en la de plátano, tres controlan 47% del mercado mayorista de la ciudad; con otros productos ocurre un fenómeno similar (véase el cuadro).

Relacionados con estos grandes bodegueros, hay numerosos mayoristas medianos que adquieren sus mercancías de los primeros, en una proporción mayor que la que reciben directamente de las zonas productoras. Estos 1 250 mayoristas (78% del total) comercian de cuatro a ocho productos en cantidades accesibles a los comerciantes minoristas. Son éstos quienes abastecen los

CUADRO

Resumen de formas de abastecimiento y control mayorista por tipo de producto

Producto	Concentración de los grandes bodegueros en la CEDA	Formas de abastecimiento	Porcentaje aproximado del volumen que llega a la CEDA	Principales estados y regiones abastecedoras	Principales métodos de acaparamiento usados por grandes bodegueros	Reexpedición del producto (% del total)
Cebollas	3 mayores controlan 43% del total		Casi 100	Chihuahua Morelos Guanajuato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propiedad de la tierra</li> <li>Control de pequeños propietarios</li> <li>Convenios con grandes productores</li> <li>Monopolización de corredoras</li> </ul>	33
Jitomate	4 mayores controlan 20% del total		63 37	Sinaloa Morelos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propiedad de la tierra</li> <li>Control del mercado local</li> <li>Financiamiento de compras a pie de rancho</li> </ul>	12
Plátano	3 mayores controlan 47% del total		75 25	Tabasco, Sierra Soconusco, Chis. Tabasco, centro de Veracruz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propiedad de la tierra</li> <li>Control del mercado local</li> </ul>	12
Chile verde	4 mayores controlan 72% del total		Casi 100	Río Verde, S.L.P. Tuxpan, Nay. Tampico, Tamps. Martínez de la Torre, Ver.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propiedad y control de tierras</li> <li>Financiamiento y suministro de semillas</li> <li>Convenios con pequeños productores</li> </ul>	30
Limón	3 mayores controlan 53% del total		n.d.	Apatzingán, Mich. Costa Rica, Gro., costa de Oaxaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monopolización de empacadoras</li> <li>Control del mercado regional</li> <li>Propiedad de la tierra</li> </ul>	10

Simbología: Ciudad de México. Abasto de la ciudad por la red carretera Ciudad o mercado regional  
 Producción y acopio de grandes mayoristas-agricultores.  
 Producción y acopio de grandes agricultores.  
 Producción y acopio de pequeños agricultores.

Fuente: elaboración propia con información de estudios realizados por la Coabasto.

canales de venta al detalle. El resto, unos 350, son comerciantes que venden al menudeo.

La Ceda es un mercado de mayoreo para otras plazas del interior de la república, en particular del sur y el sureste. Aproximadamente 15% de las frutas y verduras que llegan a la Ceda se reexpiden a otras ciudades, aunque en productos como la cebolla y el chile verde la proporción rebasa 30%. En estos casos el mercado central de la ciudad de México es determinante en la formación de los precios en las ciudades del interior.

Los márgenes brutos de comercialización de los grandes bodegueros (25%) en el mercado mayorista de productos hortifrutícolas son superiores al de abarrotes y a los márgenes prevalecientes en el comercio al mayoreo de frutas y legumbres en países más desarrollados. Esto se debe a que las fuerzas de la competencia en México son menores debido a la mayor concentración de la oferta, es decir, a la estructura marcadamente oligopólica del mercado mayorista.

Para lograr este enorme control del abastecimiento de una urbe de 18 millones de habitantes y también de otras ciudades subsidiarias, los bodegueros de la Ceda disponen de instalaciones en esa central, gran cantidad de recursos financieros y amplia experiencia y conocimientos comerciales (muchos de ellos son hijos o nietos de bodegueros).

Sin embargo, esto no basta para explicar sus estratégicas posiciones en el abastecimiento urbano. A lo dicho se agrega una larga y extensa red de relaciones comerciales en diversas zonas rurales y con distintos tipos de productores. Son ellos quienes establecen los puentes que comunican el campo con la ciudad, la oferta de productos agrícolas con la demanda urbana. Representan el centro del sistema del abastecimiento urbano.

Los mecanismos de control

Son múltiples los mecanismos mediante los cuales los grandes bodegueros de la Ceda pueden controlar la oferta de bienes agrícolas, provenientes de regiones rurales muy apartadas unas de otras, y hacerlos llegar a la ciudad. Dichos mecanismos varían según el producto, la región o el tipo de mayorista, aunque existen patrones y elementos comunes que permiten identificar los más significativos. De acuerdo con diferentes estudios de sistemas comerciales por tipo de producto,<sup>4</sup> se distinguen tres formas de introducir alimentos a la ciudad, dependiendo del agente mayorista, los cuales se exponen a continuación.

4. Coordinación de Abasto y Distribución del DDF-Central de Abasto, *Sistemas producto para el Distrito Federal*, Serie Temática Sistemas Producto, México, 1978 y 1988 (estudios de las cadenas comerciales de jitomate, plátano, cebolla, chile, papa, limón y naranja).

### *Bodegueros-agricultores*

Este mecanismo comercial se basa en la actividad de bodegueros que a la vez son grandes agricultores. La producción propia constituye su principal forma de abastecerse, aunque no es la única. El siguiente ejemplo ilustra su funcionamiento. El período de "alta" de la papa blanca en la Ceda —es decir, la época del año en que mayor cantidad de este producto llega a la ciudad— son los meses de marzo a mayo, cuando arriba la cosecha de la región del Río Fuerte, Sinaloa. La mayor parte de ella la producen grandes agricultores privados, que controlan en promedio unas 500 hectáreas de riego —el máximo permitido es de 100— mediante el rentismo de parcelas ejidales, complementado con propiedades lícitas.

Estos grandes agricultores usan tecnología moderna que, aunque les significa elevados costos, les permite obtener altos rendimientos. Es cuantioso el volumen de papa que cada uno produce. Todos se agrupan en la Asociación de Agricultores del Río Fuerte, la que a su vez pertenece a la Confederación de Asociaciones de Agricultores de Sinaloa (Caades), la organización de empresarios agrícolas más poderosa del país. Mediante ésta pueden planificar la producción regional y los envíos a México con la finalidad de aprovechar al máximo el monopolio que tienen sobre la venta de papa en la Ceda durante dos o tres meses. Por conducto de la Caades consiguen información al día sobre el movimiento del mercado en la Ceda y otras plazas. Sus principales clientes son antiguos y bien establecidos bodegueros de la Ceda, así como las grandes empresas fabricantes de papas fritas, como la Sabritas y la Barcel. Realizan sus tratos comerciales por teléfono y nunca mandan un camión sin un precio acordado previamente.

Muchos de estos grandes agricultores paperos han sido o son mayoristas de la Ceda. Disponen de bodegas, las que durante tres meses llenan con producción propia y, en el resto del año, con cosechas acopiadas en otras regiones, aunque el período de mayor movimiento coincide con la salida de la papa sinaloense. Gracias a su organización, sus bodegas y sus contactos, logran gran eficiencia comercial: en la época de "alta", cuando normalmente los precios de otros productos caen, las cotizaciones de la papa alcanzan buenos niveles en la Ceda.

Diversos productores siguen un comportamiento comercial parecido, si bien con algunas diferencias que no alteran la pauta general. Entre ellos se cuentan los grandes jitomateros de Sinaloa, también afiliados a la Caades, los plataneros del Soconusco y los cebolleros del oriente de Morelos. Todos ellos tienen en común una gran capacidad para centralizar un volumen importante de cosechas, que se basa en el control de tierras, propias y rentadas, y en la aplicación de tecnologías modernas e intensivas en capital.

Gracias a su calidad de grandes productores han podido transformarse en bodegueros, pero esto no basta para que sean mayoristas. La producción propia alcanza para surtir la bodega sólo unos cuantos meses. Para mantenerla trabajando todo el año se requiere acopiar mercancía de otras regiones, y es entonces cuando el gran agricultor se transforma en comerciante mayorista. Son pocos los que lo logran. Cuando así sucede, el agricultor-bodeguero adquiere una influencia apreciable sobre la oferta total. Los datos recogidos en la Ceda indican que los agricultores-bodegueros se encuentran entre los cinco o diez mayoristas más importantes de cada producto.

Hacerse bodeguero representa para el agricultor una difícil pero muy conveniente forma de defender y aumentar sus ingresos. Con excepción de unas cuantas, las asociaciones de agricultores han mostrado tener poca experiencia y capacidad para defender los términos de intercambio de sus agremiados. En su mayoría las asociaciones permiten a sus afiliados comprar insumos baratos o realizar trámites de modo más expedito, pero en general cada uno de los agricultores comercializa por su lado.

### *Bodegueros habilitadores y organizadores de la producción*

A diferencia de los anteriores, la producción propia no es la forma principal de aprovisionamiento de este grupo, sino que ejerce un control indirecto de la producción de una o más regiones, mediante el financiamiento y otras prácticas que implican una suerte de organización de la producción agrícola, tales como el suministro de semilla o la asistencia técnica.

Tal vez el mejor ejemplo de este tipo de mayorista sea la familia N, la cual introduce 23% del chile serrano que se vende en la Ceda. Cultivo caro y riesgoso requiere, además, de almácigos que provee la familia N a los productores que trabajan para ella. Es frecuente que el campesino chilero pida apoyo a la familia N, debido a la escasez de crédito y de asistencia técnica oficial. En tal caso, previa inspección y después de firmar un convenio, el agricultor recibe almácigos, financiamiento y asesoría técnica, a cambio de vender su cosecha en exclusividad a dicha familia, con lo que el campesino asegura una salida para su producto. Mediante estos procedimientos, basados en la confianza mutua, la familia N centraliza la producción de chile de regiones tan alejadas unas de otras como Río Verde, San Luis Potosí, Tuxpan, Nayarit, Tampico e Hidalgo. En entrevistas con productores, éstos declararon estar conformes con los tratos establecidos.

Los bodegueros-habilitadores también operan en la comercialización de otros productos. Ello se debe a que cumplen funciones económicas en un sector agrícola con grandes carencias de financiamiento, asistencia técnica y oportunidades adecuadas de comercialización.

En este caso, como en el de los bodegueros-agricultores, las formas de abasto son muy directas y casi exentas de intermediarios. Aquí no caben las críticas al intermediarismo excesivo que, de manera general y un poco mítica, se menciona como el principal problema del sistema comercial en México. Sin embargo, los canales mayoristas más atrasados y con más intermediarios determinan los precios al mayoreo, de tal manera que los menores costos comerciales que se derivan de mecanismos más directos se traducen en ganancias extraordinarias para el bodeguero, pero casi no benefician al consumidor.

### *Bodegueros con redes comerciales tradicionales*

En un sector agrícola con pequeños productores atomizados, de escasos recursos y con organizaciones para la producción aún incipientes, es lógico que prevalezcan canales comerciales muy alargados por diversos intermediarios, que serían innecesarios en un sistema más racional. El modelo tradicional comienza con el acopiador o intermediario local, quien centraliza la producción en

una escala también local; sigue con el intermediario regional, generalmente en una ciudad del interior que funciona como centro concentrador de la producción regional, y termina con el bodeguero de la Ceda.

En este sistema tradicional e ineficiente —si se le juzga por el encarecimiento de las mercancías— no hay intermediarios innecesarios. Los acopiadores locales o coyotillos de rancho cumplen la función de financiar el corte y el traslado de mercancías, producidas por campesinos dispersos, muchas veces en lugares alejados y sin recursos para realizar tales actividades. Sería difícil que los intermediarios regionales —y menos aún los bodegueros urbanos— pudiesen concentrar toda la producción de estas zonas.

En el mismo sentido, los intermediarios regionales facilitan la operación de los mayoristas urbanos y el abasto de las ciudades, aunque sea a precios elevados. Si bien es deseable la reducción del número de intermediarios, ello sólo sería posible mediante cambios que englobaran a todos los eslabones, comenzando con la organización y el fortalecimiento de los productores. Cabe señalar que la mayoría de las frutas, legumbres y carnes rojas que llegan a la ciudad se comercializa por medio de este sistema tradicional.

En resumen, los principales instrumentos de que se valen los grandes mayoristas para abastecerse son:

- a) La propiedad de predios o el control de tierra ejidal rentada y el ejercicio de una agricultura moderna y capitalizada.
- b) El control de la producción de pequeños productores mediante convenios verbales que implican asistencia técnica y suministro de insumos.
- c) Los convenios con grandes y medianos agricultores con los que se comparten riesgos y ganancias.
- d) El control de la producción de pequeños productores de bajos recursos, mediante el financiamiento y las compras por adelantado de la cosecha. Ésta es una forma muy usada para garantizar el acopio y las compras a bajos precios.
- e) Dominio compartido y en mancuerna con intermediarios regionales de los centros de compraventa regionales.
- f) El empleo de gran número de comisionistas.
- g) La concentración en manos de bodegueros de las instalaciones de empaclado y procesamiento agroindustrial primario (seleccionadoras y lavadoras de papas, empacadoras de limón, etc.) necesarias para colocar debidamente presentado el producto en el mercado.

### *Bodegueros y detallistas*

El poder del gran mayorista, en tanto eje central del sistema de abastecimiento urbano, se basa en sus nexos comerciales y, en última instancia, en su capacidad de colocar enormes cantidades de mercancías en los mercados medio mayorista y al detalle. El gran mayorista es esencialmente un abastecedor de ciudades, un introductor de alimentos en gran escala. Ésta es su

principal función. En particular, los bodegueros líderes de la Ceda abastecen no sólo a la ciudad de México, sino también otras del sur y sureste del país. Sus principales clientes son otros bodegueros que operan como mayoristas medianos y, en menor medida, los grandes almacenes de autoservicio.

Esto significa que hay una división del mercado entre los mayoristas. El gran bodeguero, generalmente especializado en uno o muy pocos productos, concentra grandes volúmenes de mercancía y la vende a otros mayoristas medianos. Éstos se encargan de abastecer los canales minoristas, con una mezcla más variada de bienes y en cantidades adecuadas a las necesidades de sus clientes. La atomización del mercado minorista, propio de los sistemas comerciales tradicionales, provoca esta división de funciones, la cual también existe en otros países latinoamericanos, según investigaciones sobre comercio urbano realizadas ahí.<sup>5</sup> La dispersión de los pequeños comerciantes —tan importantes todavía en el sistema comercial de México—, su baja escala de operación y sus necesidades de compra frecuente y de calidades particulares de las mercancías, crean condiciones para que surja un comerciante mayorista especializado en abastecerlos el cual, a su vez, es cliente de los grandes mayoristas introductores.

Los mayoristas medianos y pequeños no son eslabones comerciales innecesarios en las condiciones actuales. El gran mayorista no está dispuesto —porque no le conviene— a hacer tratos en escalas casi ínfimas con detallistas pequeños y dispersos. Puede afirmarse que al comercio detallista tradicional corresponde un mercado de mayoreo también tradicional. Por ejemplo, los locatarios de mercados públicos acuden varias veces a la semana —si no es que a diario— a la Ceda para comprar un volumen reducido de frutas y legumbres. Cada uno de ellos se cree un comprador consumado —la mayoría piensa que su competitividad depende de su capacidad individual como comprador— y busca la calidad de productos que le compran sus marchantes. Se trata de una compra sumamente particular que no se presta a la rutina ni a la normalización. Ningún mayorista puede satisfacer estas necesidades. Por ello, los locatarios compran a diversos mayoristas según esté la plaza, es decir, las calidades y los precios en cada bodega mayorista.

Esto significa que los mercados mayoristas cambian día a día. Cotidianamente se busca, se regatea, se cotiza y se realizan transacciones que serán distintas de las del día siguiente. No existen tratos comerciales que sigan una rutina —por ejemplo, contratos de suministro de productos en ciertas calidades y tiempos— ni compras a futuro. Los mayoristas se enfrentan a la demanda insegura y cambiante de un gran número de pequeños compradores. Esto se relaciona con los malos servicios que ofrecen a los comerciantes menudistas (precios altos, falta de crédito, nula asesoría comercial), en comparación con los que los mayoristas modernizados y eficientes de Europa ofrecen a los detallistas.

### **Una visión global**

A continuación se da una visión de conjunto de las relaciones comerciales entre el campo y la ciudad. Se cuenta con descripciones de los mercados mayoristas. Los estudios de caso ela-

5. K. Harrison et al., *Improving Food Marketing Systems in Developing Countries: Experiences from Latin America*, Latin America Studies Centre, Michigan State University, 1974.

borados por la Coabasto proporcionan información sobre las regiones abastecedoras de la capital, el tipo de productos que prevalecen en cada una de ellas y, con cierto grado de generalidad, los canales comerciales por los que los productos llegan a la ciudad. Las investigaciones de antropólogos y economistas ilustran el funcionamiento de los mercados rurales en ciertas regiones, la operación de grandes mayoristas en tal o cual mercado o producto o el comportamiento de algún mercado público urbano. Sin duda todos estos elementos están interrelacionados. Sin embargo, ¿cómo pasar de los aspectos particulares del comercio a un modelo general de las relaciones mercantiles que permiten el abasto de la capital?

Debe buscarse un enfoque totalizador del abasto urbano para dar mejor cuenta de la realidad comercial —una totalidad de relaciones interconectadas— y explicar la ubicación e importancia de las partes, así como evaluar con mayor precisión el efecto de posibles políticas de transformación comercial.

La tarea no es fácil debido a que la teoría y la antropología económicas se constriñen a aspectos muy particulares cuando abordan el tema del comercio interno y no ofrecen modelos generales. Disciplinas más recientes, como la geografía de los mercados (que incorporan el análisis de la dimensión espacial al estudio del comercio), aportan un marco de referencia para una visión más general.

La localización espacial de las actividades productivas, y sus interrelaciones con el comercio, son un tema de particular pertinencia en el estudio de una actividad que se relaciona de manera muy estrecha con las distancias y los caminos para salvarlas. En esencia, este enfoque propone examinar los patrones de distribución de las instituciones comerciales en el espacio rural-urbano, así como averiguar las conexiones entre ese arreglo espacial y el funcionamiento de esas instituciones y de la estructura socioeconómica regional y nacional.

La red de relaciones comerciales con que se abastece a la ciudad de México y a otras grandes urbes está estructurada en el territorio de acuerdo con patrones bien definidos. Se trata de un comercio a larga distancia que conecta una gran urbe con diversas zonas productoras, a través de un solo mercado regional o de una ciudad, que hace las veces de centralizadora de la producción agropecuaria.

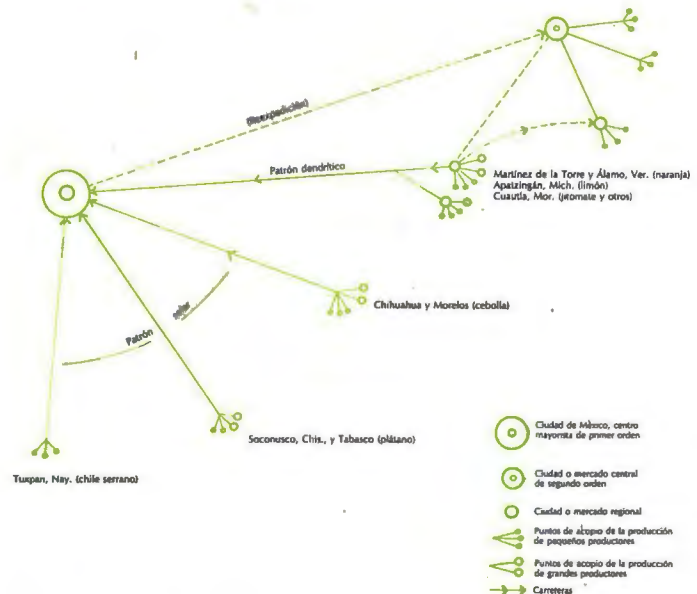
Las zonas abastecedoras se especializan en un doble sentido: producen uno o dos artículos para el consumo urbano y, además, lo envían por lo común a una sola ciudad, de tal manera que esas zonas están vinculadas comercialmente con un solo mercado urbano. Claro está que hay excepciones —sobre todo regiones con grandes excedentes que pueden abastecer varias urbes—, pero el caso general es el descrito antes.

En estudios sobre sistemas mercantiles mayoristas de otros países se señala la existencia de este mismo patrón espacial. E.A.J. Johnson,<sup>6</sup> basándose en los trabajos de S. Mintz sobre el caso de Haití, lo llamó por primera vez patrón dendrítico o en forma de árbol, según el cual los lugares de acopio y comercio de orden

6. E.A.J. Johnson, *The Organization of Space in Developing Countries*, Harvard University Press, Cambridge, s.f.

#### DIAGRAMA

#### Patrones de distribución de lugares centrales en el abastecimiento de alimentos de la ciudad de México



Fuente: elaboración propia.

inferior son tributarios de un solo centro comercial, con intermediación de un solo mercado regional. Otras investigaciones realizadas en Puno, Perú,<sup>7</sup> y en la región de los indios navajos, en Estados Unidos,<sup>8</sup> confirman la existencia de este patrón ramificado que conduce siempre a un tronco central (en el diagrama se representa gráficamente este tipo de arreglos comercio-espaciales).

El patrón dendrítico corresponde al tipo de abasto basado en las relaciones comerciales más tradicionales. En este caso, la atomización de los productores —en general, pequeños y casi sin recursos económicos y conocimiento del mercado— y las prácticas indirectas de acopio, usadas por los grandes mayoristas, exigen la acción intermediaria de mercados y comerciantes regionales. Así, la producción de diferentes mercancías se centraliza en ciudades de provincia para enviarla a la capital y a otras plazas; es el caso del limón en Apatzingán, Michoacán; del chile jalapeño en Tulancingo, Hidalgo; de la cebolla y el jitomate en Cuautla; de la naranja en Álamo y Martínez de la Torre, Veracruz, etcétera.

7. G. Appleby, "The Role of Urban Food Needs in Regional Development, Puno, Peru", en C. Smith, *Regional Analysis*, 2 vols., Academic Press, 1976.

8. K.B. Kelly, "Dendritic Central-Place Systems and Regional Organization of Navajo Trading Posts", en C. Smith, *op.cit.*

Otros autores, entre ellos C. Smith,<sup>9</sup> llaman patrón solar a aquella distribución espacial del comercio en la cual varios centros rurales de acopio se articulan con un solo mercado central, sin la intermediación de ningún centro o mercado regional; es decir, de manera absolutamente directa. Este patrón corresponde claramente a los dos primeros mecanismos de abasto mencionados, en los que los mayoristas introductores son grandes agricultores o bien cumplen la función de organizar y controlar la producción mediante el crédito o el suministro de insumos.

Es posible afirmar entonces que, considerando la distribución espacial, el sistema mayorista que abastece a la ciudad de México combina los patrones dendrítico y solar, es decir, una apropiación del territorio que implica relaciones directas —cuando mucho a través de un solo mercado regular— y de exclusividad-subordinación de la ciudad con su *hinterland* (véase el diagrama 2.)

Esta primera observación sobre la distribución espacial, considerada aisladamente y con tal generalidad, no basta para los fines de este artículo, ya que el patrón dendrítico-solar ha sido común a los sistemas de abasto de muchas ciudades en el mundo, entre ellas a algunas de países desarrollados, con sistemas de comercialización de alimentos muy diferentes del de México. Asimismo, la relación directa de la ciudad con su *hinterland* puede ser favorable para las relaciones campo-ciudad y para los consumidores urbanos, o bien estar aparejada con la expoliación de los pequeños productores y con ganancias desmedidas.

Estos patrones de distribución espacial cobran mayor sentido si se les relaciona con la enorme fuerza gravitacional de la metrópoli y la debilidad de un sector agrícola polarizado y largamente expoliado; es decir, con las formas particulares que asume la vinculación campo-ciudad en México.

Cabe destacar que el crecimiento de la ciudad de México se explica por lo que en la teoría del desarrollo urbano se conoce como el patrón de primacía, forma de distribución espacial en la que una ciudad macrocefálica, muchas veces mayor que las otras concentraciones urbanas de un país, se convierte en el principal centro económico y político nacional. Desde sus más tempranas épocas y cada vez más según se desarrollaba, la capital concentró las principales actividades económicas y administrativas, el ingreso y la demanda efectiva.

La red de transportes y comunicaciones salía de la ciudad hacia los centros mineros y agrícolas y más tarde hacia los incipientes centros industriales y hacia las cabeceras comerciales regionales. Todos los caminos convergían en la capital siguiendo un claro patrón solar, y lo mismo sucedía con el tráfico de mercancías, tanto de ida (salida de artículos manufacturados y reexpedición de productos) como de vuelta (arribo de alimentos y materias primas).

Es lógico que el gran comercio estuviese centralizado en la capital: ahí se concentraba la infraestructura de almacenaje y conservación de alimentos. Desde entonces es práctica común que los alimentos lleguen a la ciudad para almacenarse, clasificarse y tasarse según los precios vigentes y luego reexpedirse, en ocasiones a lugares cercanos a sus sitios de origen. La ciudad de Mé-

xico fue durante largo tiempo el mercado al mayoreo por antonomasia del país, hasta que otras urbes en ascenso como Guadalajara o Monterrey consolidaron sus mercados centrales.

Desde los tiempos coloniales el mercado al mayoreo adquirió su fisonomía de actividad concentrada en pocas manos, rasgo básico que se conserva hasta la actualidad. Por mucho tiempo los comerciantes españoles lo dominaron, en particular el del ramo de abarrotes. En la época posrevolucionaria los mayoristas mexicanos fueron ganando terreno. Con el desarrollo económico del país se incrementaron las fuerzas gravitacionales del mercado mayorista de la capital, en especial al ubicarse en ésta el grueso de la industria alimentaria y no alimentaria. Los mayoristas capitalinos gozan de una mejor infraestructura de transporte y comunicaciones así como de almacenaje, y pueden aprovechar economías de escala y abatir costos, lo cual refuerza los monopolios comerciales y el peso específico de la ciudad.

Para comprender en toda su dimensión los mecanismos del comercio mayorista y el efecto de la metrópoli sobre su área de aprovisionamiento, se deben considerar los rasgos básicos de la estructura agraria. En México, el campo está esencialmente polarizado por razones históricas, cuya explicación está fuera del alcance de este trabajo. Al lado de una agricultura capitalista tecnificada y capitalizada, hay un sector mayoritario de muy pequeños productores, con tierra, capital y tecnologías insuficientes. Por lo general, estos últimos carecen de organizaciones para la producción consolidadas y se enfrentan de manera individual a los problemas derivados de la falta de financiamiento y de conocimiento del mercado. Todos los estudios coinciden en señalar la débil presencia de organizaciones campesinas en los circuitos de comercialización.

Es cierto que, con excepción de los que producen granos, los campesinos más pobres no abastecen a la ciudad. Satisfacer la demanda urbana representa un buen negocio y aún los pequeños productores se benefician de ella; empero, son los medianos y grandes, incluyendo a los agricultores-bodegueros, los que han ido ganando importancia en el suministro de alimentos a la ciudad. No obstante, por su número, los campesinos siguen desempeñando un papel significativo.

La debilidad económica y la acentuada dependencia financiera de los campesinos explican su subordinación a los grandes mayoristas, algo conocido y señalado con frecuencia. Sin embargo, no suele estudiarse que la subordinación del pequeño productor agrícola está vinculada con el lugar que ocupa éste en una estructura espacio-mercantil. En el patrón dendrítico-solar, los pequeños agricultores están relacionados con un solo mercado mayorista. Esto sienta estructuralmente las condiciones para su sometimiento mercantil. En teoría, si el pequeño agricultor tuviese acceso a dos o más mercados, tendría más alternativas de venta y podría negociar mejores precios, ya que los mayoristas de esas ciudades tendrían que competir para comprarle. De otro modo, está subordinado a un solo mayorista.

En otras palabras, una de las consecuencias más importantes de estos patrones comerciales y espaciales es que mientras los pequeños productores rurales siempre compiten por lograr mejores lugares en el abasto de la ciudad, los mayoristas casi no compiten entre ellos en el proceso de acopio y acaparamiento, pues tienen radios de acción separados. Como resultado, los centros urbanos mayoristas determinan los precios rurales. Ésta es una de las causas de la desfavorable relación de precios que sufre el

9. Carol Smith, *op. cit.* y, del mismo autor, "How Marketing Systems Affect Economic Opportunities in Agrarian Societies", en Rodha Halperin y J. Row (eds.), *Peasant Livelihoods: Studies in Economic Anthropology and Cultural Ecology*, St. Martin's Press, Nueva York, 1977.

sector agrícola, factor que casi nunca se menciona en los estudios sobre el tema.

El patrón de primacía origina zonas rurales mal comunicadas entre sí, con transportación intrarrural cara, mal abastecidos y con sistemas comerciales poco desarrollados. No es de extrañar que los precios de los alimentos aumenten a medida que crece la distancia respecto a los centros urbanos: los artículos son más caros y escasos en las áreas rurales alejadas. Éste es uno de los costos sociales de tal sistema espacial y mercantil.

La posición de los grandes productores rurales en el sistema dendrítico-solar es más favorable. Disponen de más tierra, de recursos para realizar una explotación con altos niveles de productividad y de más elementos para defender el excedente económico que producen. Asimismo, están organizados para vender conjuntamente las cosechas, y su mayor capacidad económica les da fuerza para negociar mejores precios; en cambio, no están sujetos a la dependencia financiera y disponen de mayores opciones de venta. A veces surten a ciudades y plazas menos monopolizadas del interior o, como los cebolleros de Chihuahua, realizan acuerdos directos con los mayoristas de la Ceda, con quienes comparten riesgos y ganancias y en algunos casos hasta pueden controlar alguna bodega en esa central. Sin embargo, las entrevistas realizadas señalan que aun los grandes productores tienen muy poca experiencia en la comercialización y prefieren no participar en ella de manera profesional.

Otra característica de estos patrones comerciales es su ineficiencia en la redistribución de alimentos y otros bienes. Que los alimentos tengan que llegar primero a la Ceda y después enviarse a otras plazas del interior ilustra el punto. Sin embargo, su principal desventaja, de la cual se derivan otras, es la ausencia de fuerzas competitivas en su mecanismo interno. Esta carencia se expresa en diferentes planos. En primer término, las grandes urbes (y los grandes mayoristas que las abastecen) tienen *hinterlands* exclusivos y no las comparten; es decir, las ciudades casi no compiten entre ellas para asegurar su abasto; se sirven de regiones cautivas. De aquí se desprende el poder de los grandes compradores y el sometimiento de los pequeños productores, quienes siempre reciben precios muy bajos. Este sistema comercial opera a costa de la descapitalización perenne de los campesinos.

La falta de competencia también se destaca en la Ceda y en el rastro de Ferrería. Esto no significa que no haya juegos internos de fuerzas y equilibrios mercantiles. Los bodegueros líderes, pese a su poder, no pueden decidir unilateralmente los precios. No obstante, la debilidad de la competencia y el acentuado oligopsonio-oligopolio de los mayoristas convierten en sobreganancias lo que podría ser un beneficio económico para toda la sociedad e impiden que las mejoras en la producción y la comercialización se transfieran a los precios al consumidor.

Dicho de otro modo, la eficiencia de los agricultores-bodegueros y los canales comerciales directos del patrón dendrítico-solar, en vez de presionar para que se reduzcan los precios, son fuente de ganancias extraordinarias para los mayoristas más eficientes. No es fácil estimar las utilidades oligopólicas de los mayoristas. La Coabasto ha calculado de manera aproximada que los márgenes brutos (25% sobre el precio de venta al consumidor) son iguales o ligeramente superiores al comercio moderno al detalle, lo cual es ilógico, puesto que la distribución al menudeo implica gastos mucho más elevados. Así, el mercader mayorista es factor importante del encarecimiento de los productos.

Los grandes mayoristas son compradores activos pero vendedores pasivos, es decir, son muy malos oferentes de servicios comerciales a sus clientes detallistas. Este hecho, observado también en otros países de América Latina,<sup>10</sup> es fundamental para explicar por qué el subsector mayorista no genera impulsos modernizadores, tal y como ocurrió en Estados Unidos o Europa, donde la transformación de éste fue la base de la modernización del sistema comercial (cadenas voluntarias o cooperativas de minoristas).

En México los mayoristas se especializan en introducir alimentos, pero nada más. Ello les brinda jugosas y cómodas ganancias. No están interesados en modernizar las atomizadas tiendas detallistas mediante la asesoría o el mejoramiento de los servicios comerciales. La falta de competencia no los obliga —como sucedió en otros países— a cambiar sus métodos.

De los mayoristas medianos tampoco salen impulsos de renovación; se limitan a adecuarse a las necesidades de los pequeños comerciantes tradicionales. No son intermediarios redundantes en las circunstancias actuales, pero tampoco son comerciantes capaces de iniciar reformas modernizadoras.

Por otro lado, los minoristas, atomizados y desorganizados, minúsculos y con prácticas individualistas, carecen de fuerza para exigir mejores tratos comerciales a sus proveedores. Tampoco aquí parecen existir fuerzas competitivas renovadoras.

Las instituciones comerciales descritas representan varios problemas. Empero, las críticas se concentran sólo en el gigantismo de los grandes bodegueros, en sus desmedidas utilidades y su poder monopólico. Desde tal enfoque, el problema radica en este monstruo tentacular y su rapacidad. Se pierde de vista que se trata de un sistema espacial y mercantil, es decir, es un todo de piezas y vínculos comerciales y financieros articulados en el territorio, que tiene una vida propia, una inercia y una lógica, y que, por lo demás, opera no solamente en México sino también en otros países. Por ello, podemos hablar de un patrón común, de un modelo o de una estructura.

Al formular estrategias de modernización comercial, no debería olvidarse que el actual es un sistema mercantil ya muy estructurado y con pocas fuerzas internas que promuevan su modificación. Es difícil transformarlo con medidas parciales porque un cambio en un solo elemento traería beneficios aislados pero dejaría casi intacto el sistema.

Impulsar la organización campesina para la producción y la comercialización sería una política fundamental para mejorar los términos de intercambio e introducir algunos elementos racionalizadores en el sistema comercial. Es decir, esta política traería consigo no sólo una relación campo-ciudad más justa y equilibrada, sino también contribuiría a modernizar el sistema urbano de distribución al menudeo, porque obligaría a los grandes mayoristas a dejar de ser grandes introductores de alimentos y vendedores pasivos para convertirse, como sus homólogos europeos o estadounidenses, en vendedores activos y factores de la modernización del sistema comercial. Sólo la modernización global del campo y una participación generalizada de las organizaciones de productores en la comercialización y el abasto podrían comenzar a transformar esta compleja totalidad comercial. □

10. K. Harrison *et al.*, *op. cit.*