

## TRATADO DE ECONOMIA AGRICOLA

FLORES, Edmundo  
Fondo de Cultura Económica,  
México, 1961, pp. 242.

**D**ESPERTARA gran interés, y para muchos será el primer encuentro con el estudio sistemático de un sector de la economía tan importante como poco estudiado, este Tratado de Economía Agrícola que en unas cuantas palabras lo calificaríamos de conciso, sencillo, didáctico y bien documentado a la luz de las últimas y más convincentes teorías del desarrollo.

Sin perder de vista el objetivo social de la economía y la función activa del agente humano en su realización, Edmundo Flores sistematiza el conocimiento teórico de la economía y su aplicación al medio agrícola, enmarcando nuestra realidad de países de insuficiente desarrollo dentro de la causación circular acumulativa de Myrdal y la partida consecuente de la economía mexicana o "despegue", de Rostow, hacia el desarrollo.

Este "Tratado" se compone de cuatro grandes partes, que el autor denomina libros, integrados a su vez, por veinte capítulos. El primer libro agricultura, economía y desarrollo; el 2º recursos y espacio; el 3º instituciones: las comunidades, el latifundio, la plantación, el ejido y la pequeña propiedad, y el 4º la dinámica del crecimiento de México: reforma agraria, desarrollo agrícola e industrialización. Además dos apéndices que incluyen la Ley Agraria de 1915 y el Artículo 27

de la Constitución Política Mexicana, una amplia y selecta bibliografía y un índice analítico.

Si con frecuencia la enseñanza económica peca desde sus comienzos por su excesivo desglose, teniendo como resultado una desorientación en el estudioso incipiente, que en muchos casos requiere de varios años de estudio para recopilar y ordenar el conocimiento recibido, con la consiguiente pérdida de tiempo, Edmundo Flores en su Tratado (el Capítulo II "Instrumental analítico", es el mejor ejemplo) sintetiza e incorpora la forma más sencilla y completa las herramientas teóricas desechando los vericuetos y complicaciones en que incurrieron un gran número de autores que enfilan sus escritos solamente a los especialistas o ya avezados en la materia. En ocasiones nos parece estar escuchando conversar al autor y olvidar que leemos para somerjernos con él de sus ejemplos de sus juicios, que aunque no siempre compartidos, no hacen perder la originalidad y el esfuerzo científico de su investigador. Por otra parte, es suyo el gran mérito de proponer uno de los primeros textos completos en español, acaso no el primero, en economía agrícola al lector y estudiante latinoamericano que no dominando otros idiomas, no había podido recurrir a fuentes de información directa. G.1

## INVESTIGACION DE MERCADOS INTERPRETACION Y APLICACION

FOX, Willard M.  
Fondo de Cultura Económica  
México, 1961, pp. 292.

*Decir lo debido  
A la gente debida  
De la manera debida  
En el momento debido...*

Willard M. Fox

**¿D**ESEA usted maximizar sus utilidades minimizando sus pérdidas? Tal sería el "slogan" que cualquier agencia de publicidad podría utilizar para aumentar la venta de alguno de sus productos. Pero en realidad quien tiene la respuesta al ¿por qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿a quién?, es el "arte" —como Willard M. Fox lo llama— de la investigación de mercados, su interpretación y aplicación. Esta última depende únicamente de las decisiones del ejecutivo, quien si enterado de la investigación la aprovechará, o perderá por falta de su conocimiento.

En los inicios del desarrollo empresarial, el cálculo de probabilidades favorecía a los arriesgados en el mundo de los negocios, dado que existía una gran demanda insatisfecha que podía hasta intuirse en ciertos sectores. Sin embargo, en la actualidad no se pueden realizar decisiones albur y de ahí el auge en los últimos cincuenta años, en los países desarrollados, de la técnica de investigación de mercados.

En estos últimos meses, numerosos libros sobre temas económicos han salido de las prensas del Fondo de Cultura Económica, y éste entre muchos puede calificarse como uno de los más "prácticos". En la actualidad pocos son los investigadores juiciosos que se metan a pitonisos sin antes recurrir a un estudio del mercado, por lo menos si quieren evitar riesgos y pérdidas innecesarias. Este libro será una buena guía tanto para ejecutivos como para aquellos que vislumbren un campo de gran amplitud y trascendencia en un futuro próximo. Cuenta esta obra con veintiocho capítulos, dos apéndices y un índice analítico. Los primeros seis capítulos desarrollan la relación de las investigaciones de mercados con la labor de la dirección; en los siguientes quince capítulos se dan ejemplos de técnicas específicas; los dos siguientes se relacionan con las encuestas y el muestreo y el último es resumen y conclusiones. Todos ellos están respaldados por veinticinco años de práctica que el autor cuenta en esta clase de investigaciones.—G.B.