

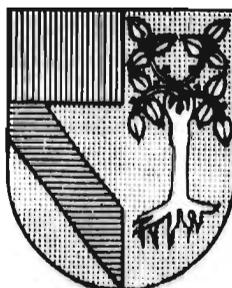
308908

12  
24-

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

Con estudios incorporados a la Universidad Nacional Autonoma de México



**ANALISIS Y COMPARACION DEL MERCADO  
DE LA CENTRAL DE ABASTO**

**TRABAJO QUE COMO RESULTADO DEL SEMINARIO  
DE INVESTIGACION PRESENTA COMO TESIS**

**BEATRIZ EUGENIA VILLALOBOS SANCHEZ**

**PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CONTADURIA**

DIRECTOR DE LA TESIS:  
C. P. CLAUDIO MANUEL RIVAS CUEVAS

MEXICO, D. F.

1997

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios,  
por permitirme ser, y concretar metas como ésta.

A la Virgen,  
quien me ha permitido seguir sus pasos, a través de ese modelo supremo de fe,  
que me enseñó: "Que nada es imposible para Dios".

A mis abuelos,  
por su sabiduría y cariño.  
En especial a mi abuelita Lolita.

A mi padre,  
por sus sabias palabras que me han demostrado su cariño, y especial cuidado y  
apoyo hacia las objetivos que me propongo y actividades que realizo.

A mi madre y mejor amiga,  
quien me dio la vida y la alegría de compartirla con ella, por sus consejos y cuidado  
en los pequeños detalles, pero sobretodo por su apoyo, paciencia y tiempo en la  
realización de esta tesis.

A mi hermano,  
por su compañía y ayuda en la trayectoria de mi vida.

A mis tíos y primos,  
por los buenos momentos que hemos pasado juntos.

A mi escuela,  
por guiarme a ser una profesionista,  
para contribuir al bien común de la sociedad.

A mis maestros,  
por vigilar cada uno mis pasos para que llegara a ser una persona con deseos y metas, que se pudieran cumplir, ya que: "El subir montañas encrespadas, requiere de pequeños pasos al principio".

A mi profesor y amigo, Alejandro Armendariz Azuela:  
Por su orientación y apoyo en la realización de esta tesis.

A Jesús Aguilar Jiménez  
Por su cariño, apoyo y comprensión.

A mis compañeros y amigos:  
por su tiempo, apoyo y consejos.  
En especial a:  
Rocío Cabré  
Jennifer Uribe Porteny  
Leonardo Soria Arellano

A todas las personas que permitieron la investigación y realización de éste trabajo, entre quienes se encuentran:

Mercado de Subasta:

Samuel Santiago Hernández  
José Luis Rendón Ventur  
Víctor Manuel Mendoza  
Adelaida Casas Revela

Proyectos Comerciales:

Lic. José Luis Gatica Suárez  
Lic. Arturo Murrieta

Dirección Finanzas:

Lic. Verónica Pérez Ochoa

Coordinación de Comunicación Social:

Patricia Huelgas  
Francisco Bucio

# ÍNDICE

	PAGINA
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>I</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>MERCADO</b>	
<b>SECCIÓN I: GENERALIDADES</b>	
1.1.1 Antecedentes del mercado en México	2
1.1.2 ¿Qué es el Mercado?	5
1.1.3 Elementos	6
1.1.4 Clasificación	6
<b>SECCIÓN II: MERCADOS FINANCIEROS</b>	
1.2.1 Concepto	8
1.2.2 Función	9
1.2.3 Intermediario	9
1.2.4 Regulación	10
1.2.5 Activos Financieros	11
<b>SECCIÓN III: MERCADO EFICIENTE</b>	
1.3.1 Concepto	13
1.3.2 Eficiencia en el Mercado Financiero	13
1.3.3 ¿Eficiencia en el mercado?	14
<b>CAPITULO II</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA CENTRAL DE ABASTO</b>	
<b>SECCIÓN I: ANTECEDENTES</b>	
2.1.1 Antecedentes	16
2.1.2 ¿Porqué se constituyó?	17
2.1.3 Año de constitución	18
2.1.4 Los inicios de operación	18
2.1.5 Ubicación	20
<b>SECCIÓN II: LA CEDA: PRESENTE Y FUTURO</b>	
2.2.1 ¿Qué es?	22
2.2.2 ¿Cómo esta organizada?	22
2.2.3 Función	26
2.2.4 ¿Qué ofrece?	27
2.2.5 Distribución	29
2.2.6 Proyectos de Inversión	29
<b>SECCIÓN III: PRODUCTOS</b>	
2.3.1 Sectores	32
2.3.2 División	32

<b>SECCIÓN IV: MERCADO</b>	
2.4.1 Efectividad de operaciones	39
2.4.2 Características del mercado al mayoreo	40
2.4.3 Características del mercado de productores	41
2.4.4 Características del mercado al menudeo	42
<b>SECCIÓN V: VENTAJAS Y DESVENTAJAS</b>	
2.5.1 Ventajas de comprar en este mercado	43
2.5.2 Desventajas de comprar en este mercado	45
2.5.3 Comparativo	46

### **CAPITULO III DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL MANEJO FINANCIERO**

<b>SECCIÓN I: COMERCIALIZACIÓN A NIVEL PRODUCTOR</b>	
3.1.1 Generalidades	48
3.1.2 Ubicación	49
3.1.3 Productos	50
3.1.4 Reglas	51
3.1.5 Participación	52
3.1.6 Desarrollo de la operación	53
3.1.7 Fijación del precio	54
3.1.8 Importancia y causas por lo cuál se da la figura del intermediario	55
3.1.9 Requisitos para participar	56
3.1.10 Canales de comercialización	56
<b>SECCIÓN II: COMERCIALIZACIÓN DE ABARROTES</b>	
3.2.1 Generalidades	58
3.2.2 Ubicación	58
3.2.3 Productos	59
3.2.4 Reglas	59
3.2.5 Participación	61
3.2.6 Desarrollo de la operación	61
3.2.7 Fijación del precio	63
3.2.8 Importancia y causas por lo cuál se da la figura del intermediario	64
3.2.9 Requisitos para participar	64
3.2.10 Canales de comercialización	65

### SECCIÓN III: COMERCIALIZACIÓN DE FLORES Y HORTALIZAS

3.3.1	Generalidades	67
3.3.2	Ubicación	68
3.3.3	Productos	68
3.3.4	Reglas	70
3.3.5	Participación	70
3.3.6	Desarrollo de la operación	70
3.3.7	Fijación del precio	72
3.3.8	Importancia y causas por lo cual se da la figura del intermediario	72
3.3.9	Requisitos para participar	73
3.3.10	Canales de comercialización	73

### SECCIÓN IV: COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y LEGUMBRES

3.4.1	Generalidades	74
3.4.2	Ubicación	74
3.4.3	Productos	75
3.4.4	Reglas	75
3.4.5	Participación	76
3.4.6	Desarrollo de la operación	80
3.4.7	Fijación del precio	81
3.4.8	Importancia y causas por lo cuál se da la figura del intermediario	81
3.4.9	Requisitos para participar	82
3.4.10	Canales de comercialización	83

### SECCIÓN V: OTRAS ZONAS DE LA CEDA

3.5.1	Mercado de Envases Vacíos	85
3.5.2	Frente Azul	85
3.5.3	Transbordo de basura	86
3.5.4	Bodegas de Transferencia	86
3.5.5	Mercado de Aves y Cárnicos	87
3.5.6	Zona Norte	87
3.5.7	Frigorífico	88
3.5.8	Jamaiquita	88
3.5.9	Plaza Nueva Merced	89

### SECCIÓN VI: DESTINO DE LOS PRODUCTOS EGRESADOS DE LA CEDA

3.6.1	Generalidades	90
3.6.2	Destino	90
3.6.3	Distribución	

<b>SECCIÓN VII: UN MERCADO EFICIENTE</b>	
3.7.1 Elementos de un mercado	92
3.7.2 Tendencias	93
<b>SECCIÓN VIII: MANEJO FINANCIERO</b>	
3.8.1 Generalidades	94
3.8.2 Distribución	95
3.8.3 Número de participantes	97
3.8.4 Participación	98
3.8.5 Concentración de los Productos	100
3.8.6 Liquidez y Solvencia del Negocio	102
3.8.7 Tasa de Rendimiento	102
3.8.8 Capital de Trabajo	103
3.8.9 Fluctuación de los Precios	106
3.8.10 Financiamiento	107
3.8.11 Especulación	109

## **CAPITULO IV**

### **DESCRIPCIÓN DE MERCADOS FINANCIEROS Y EL MANEJO DE LA BOLSA DE VALORES**

<b>SECCIÓN I: GENERALIDADES</b>	
4.1.1 Antecedentes Históricos	111
4.1.2 Características más Importantes	111
4.1.3 Diferentes Perspectivas	112
<b>SECCIÓN II: SISTEMA BURSÁTIL MEXICANO</b>	
4.2.1 Concepto	114
4.2.2 Funcionamiento del sistema bursátil	114
4.2.3 La Ley del Mercado de Valores	115
4.2.4 El intermediario bursátil	115
4.2.5 Las Bolsas de Valores	118
4.2.6 Instituciones de regulación y vigilancia	118
<b>SECCIÓN III: LA BOLSA MEXICANA DE VALORES</b>	
4.3.1 Historia	121
4.3.2 Ubicación	121
4.3.3 Horario de operación	122
4.3.4 Objeto	122
4.3.5 Participantes	123
4.3.6 Valores de negociación	123
4.3.7 Funcionamiento	124
4.3.8 Distribución del piso de remates	126
4.3.9 Tipos de órdenes	129
4.3.10 Tipos de operaciones	129
4.3.11 Formas de liquidación de las operaciones	130

4.3.12 Participación del mercado	131
4.3.13 Tipos de rendimientos	135
4.3.14 Procedimientos de subasta en la colocación de CETES	136

## **CAPITULO V**

### **COMPARACIÓN DE MERCADOS**

5.1.1 La CEDA y la BMV, son mercados	138
5.1.2 Generalidades	138
5.1.3 Elementos básicos	139
5.1.4 Tipo de Economía de Mercado	143
5.1.5 Clasificación en Relación a Seis Elementos	144
5.1.6 Algunas Funciones Económicas que Proporcionan los Mercados Financieros	147
5.1.7 Eficiencia	149

<b>CONCLUSIONES</b>	152
---------------------	-----

## **BIBLIOGRAFÍA**

## INTRODUCCIÓN

A través del tiempo, el hombre ha logrado satisfacer sus necesidades en el mercado, lugar donde oferente y demandante se encuentran intercambiando bienes y servicios, que son limitados. Desde el punto de vista financiero, éste es el lugar donde se realiza el intercambio de bienes y servicios, a través de la presencia de un recurso denominado moneda.

En el mercado se realiza el intercambio de bienes a través de la actividad del comercio. Actividad que a pesar de su antigüedad, ha evolucionado a tal grado que implica el desarrollo y la aplicación de las relaciones humanas (en la selección y motivación del personal), la psicología (en las investigaciones de mercado y publicidad), la producción (en el diseño y desarrollo de productos), las finanzas (para obtener el óptimo rendimiento de la inversión), la mercadotecnia (en la investigación, creación y satisfacción de las necesidades), y otras técnicas que coadyuvan en la comercialización para actuar bajo el ámbito de la Ley.

El comercio, entendido como actividad de abasto, distribución y venta final, es considerado como principal en todos los lugares del mundo. El desarrollo eficiente o ineficiente, nos confiere a todos.

Sin embargo, el desarrollo de la actividad agroindustrial actúa como freno para la economía, debido a que los productos no fluyen con rapidez, ni a un bajo costo para los usuarios finales como consecuencia de que se enfrentan ante ciertos obstáculos, como son:

- Falta de tecnología y capacitación para el cultivo de hortifrutícolas.
- Reglamentación de disposiciones que no protegen los intereses del agricultor, para promover la actividad comercial.
- Intervención ineficiente del intermediario.
- Leyes no escritas creadas por la costumbre.
- Concentración de la información en ciertos segmentos, que lleva a la incertidumbre del mercado.

El propósito de ésta tesis es:

1. Dar a conocer el mercado de la Central de Abasto.
2. Entender a éste, como un mercado financiero, ya que intervienen todos los elementos necesarios para ser considerado como tal, en donde a diario se gana o pierde igual que en la Bolsa Mexicana de Valores, es decir, cuando se realiza la operación.

3. Establecer parámetros de eficiencia del mercado para evitar cadenas ineficientes de comercialización, de ésta forma se coadyuva a la modernización del país, y se permite:
  - Usar eficientemente los recursos;
  - Coordinar e integrar a los participantes;
  - Eliminar la participación de intermediarios ineficientes;
  - Ofrecer un precio justo;
  - Especializar las líneas de mercancías;
  - Innovar el proceso;
  - Normalizar el producto.

Con la creación y regulación comercial del mercado denominado "Fideicomiso Central de Abasto" se mejorará:

1. Desde el punto de vista urbano:
  - El abasto alimentario de esta gran Ciudad, analizada desde un punto de vista financiero;
  - Rescatar áreas importantes en el centro de la Ciudad;
  - Rehabilitar zonas habitacionales;
  - Liberar arterias viales;
  - Reducir la contaminación;
2. Comerciales:
  - Lograr mayor transparencia en la fijación de precios;
  - Disminuir costos de comercialización;
  - Mejorar precios al consumidor;
3. Sociales:
  - Mejorar condiciones de trabajo.

## **LA CEDA Y LA BMV, SON SIMILARES**

En el año de 1982, el Lic. José López Portillo, efectúa entre otros, los siguientes movimientos económicos:

1. Nacionalización de la banca,
2. Apertura de la Central de Abasto.

Por lo que éste año será el punto de inicio de nuestra comparación, para evaluar la oportunidad de ambos mercados.

### CENTRAL DE ABASTO

Realiza su apertura en 1982, como lugar comercial de artículos perecederos, donde por primera vez se reúnen comerciantes al mayoreo en un solo establecimiento fijo y con una buena infraestructura.

Son tres los años que tuvieron que pasar para que la Central lograra establecer una capacidad instalada de poco mayor al 90%. Actualmente éste mercado, se ubica rápidamente por todos los comerciantes al mayoreo.

La CEDA a través de sus diversos proyectos de inversión está formando un "lugar completo" para el abastecimiento alimentario. Para poder lograr esto, ofrece servicios tanto a bodegueros como a visitantes.

### BOLSA MEXICANA DE VALORES

En 1978, ante la situación económica que México cruzaba, el gobierno se ve en la necesidad de apoyar al sector financiero con la creación de los CETES para fondear operaciones.

En 1982, éste sector se enfrenta ante la nacionalización de la banca. Durante éste período es la Bolsa Mexicana de Valores y las Casas de Bolsa, quienes ofrecen las mejores tasas de interés, aunque este "boom" no dura mucho tiempo, ya que en 1987 viene el crack de la misma, por lo que muchos inversionistas pierden la confianza a éste sector. Sin embargo, con el paso del tiempo éste se ha recuperado.

Actualmente, éstos mercados pueden ser considerados los más importantes de la Ciudad de México, en tanto que la Bolsa Mexicana de Valores realiza la mayor colocación de valores, mientras que la CEDA se estima que comercializa más del 85% de los alimentos del Distrito Federal, es decir el 40% de la producción nacional en productos perecederos y más de 3,000 toneladas de abarrotes y víveres, aproximadamente.

Por lo anterior, hemos considerado necesario el hecho de conocer ambos mercados, ya que permiten el crecimiento económico del país, en donde el papel del intermediario es una figura clave en el proceso de comercialización.

Asimismo, podemos contribuir a crear un mercado perfecto en la CEDA, tomando como base algunos lineamientos y estrategias de la BMV.

## **CAPÍTULO 1**

### **MERCADO**

## **SECCIÓN I GENERALIDADES**

### **1.1.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO EN MÉXICO**

Los mercados son un escenario maravilloso, que han ido evolucionando con el paso del tiempo, es decir, desde las famosas ferias novohispanas en Acapulco y en Jalapa para la venta de los tesoros orientales que traía la Nao de China; los perdurables tianguis de Tlatelolco, Tacuba, Azcapotzalco, Tenochtitlán y el mundo acuático, Xochimilco y sus floridas chinampas, hasta lo que hoy conocemos como una pequeña ciudad: la Central de Abasto.

En todos estos lugares hemos observado una combinación exquisita de olores y sabores que se presentan con sabia simetría a través de: relucientes pilas de frutas de estación y verduras de temporada, de aves que muestran su desplumada anatomía al lado de plateados pescados, los canastos con la extensa variedad de chiles, las jaulas con pájaros, la jarciaría, la ropa, los listones y alfileres, las flores que adornan los puestos donde la marchante ofrece un clavel o rosa, los rebozos bien doblados; todo esto y más representan la perfecta imagen del cuerno de la abundancia que forma la geografía de la República Mexicana.

Sin embargo, profundicemos un poco más en la historia del comercio y de la fundación de los mercados:

Los primeros intercambios de la **ÉPOCA PREHISPÁNICA** comenzaron con los olmecas.

Más tarde dos culturas establecidas, los teotihuacanos y los mayas, llevan a la práctica las relaciones formales de comercio. Los mercaderes mayas comerciaban cerámica, cacao, algodón, pieles y plumas, entre otros productos, hasta lugares apartados de Oaxaca e incluso a las islas del Caribe mediante embarcaciones. Los teotihuacanos mantenían relaciones comerciales con las lejanas regiones del Sur de México e incluso Guatemala.

Desde luego, que gran mérito del comercio precolombino, le corresponde a los aztecas con el uso de las chinampas (tierras de laborío flotante que permitían extender los cultivos). Es en este período, cuando se inicia el comercio azteca como una necesidad de intercambiar productos recolectados por otras mercancías de los pueblos ribereños; entre 1428 y 1521, los aztecas aumentaron su poderío militar y político, fomentando el comercio exterior mexicana, así como las labores agrícolas. Los aztecas ubicaron su mercado en la plaza principal de México, la cual con el paso del tiempo fue insuficiente, y se cambiaron a Tlatelolco (contando con las facilidades de comunicación de La Lagunilla -pequeña bahía- donde se ubicaban miles de canoas).

Desde éste tipo de mercados podemos observar la necesidad de que se regularan con leyes, ya que sólo a través de ellas se podían realizar operaciones de compraventa y evitar la evasión fiscal. Los robos y delitos, eran severamente castigados con la horca.

Durante la época de la **CONQUISTA**, nuestro territorio reflejaba una actividad comercial a través de varias plazas donde existía un continuo mercadeo y trato de compra y venta. Los tianguis funcionaban sólo cuatro veces al mes, es decir, cada cinco días ya que los aztecas consideraban el mes de 20 días. El único mercado que abría diariamente era el de Tlatelolco.

El comercio entre los **siglos XVI y XIX**, en la época colonial, refleja pocos cambios en los mercados de México. Los mercados capitalinos se manejaban por un juez indígena, posteriormente con el establecimiento del nuevo mercado de San Hipólito, fueron administrados por alguaciles españoles que continuaron comerciando las mercancías tradicionales a las que se adicionaron algunos productos de España, sobre todo manufacturas. Las semillas de cacao siguieron fungiendo como moneda, al igual que las metálicas que comenzaban a acuñarse. Los granos de cacao conservaron su valor monetario en Nueva España hasta principios del siglo XIX.

Durante el virreinato, el comercio interior se enfrentó a numerosos obstáculos: transportes inadecuados, múltiples y pesados impuestos que se debían pagar, el monopolio de la Corona sobre algunos artículos y, la inseguridad y deficiencia de las rutas y caminos.

En el siglo XVI hicieron su aparición los llamados "regatones", españoles que compraban su producción a los nativos y la revendían consiguiendo grandes utilidades. Sin embargo, en abril de 1553, se castiga la participación de los regatones, y se estipula que por ninguna vía pueda haber tercera venta.

En 1565, se reguló el comercio con Filipinas a través de una nao o galeón que realizaba un viaje redondo cada año, desde Acapulco. Este intercambio se prolongó hasta 1817 y dio lugar a las llamadas ferias en donde se podían adquirir productos importados.

Hacia fines del s. XVI, España concedió a los comerciantes de la ciudad de México formar un consulado, cuya función era similar a un tribunal mercantil con múltiples funciones de vigilancia, entre ellas: fiscales y judiciales. En 1597, los indios podían comerciar con toda clase de bienes, excepto armas, sedas españolas, caballos, etc.

Para el s. XVII, el comercio de la Ciudad de México se basaba en la agrupación de gremios en determinadas plazas, calles y barrios, como antiguamente acostumbraban los indígenas.

En el s. XVIII, el inicio de los mercados surge con la inauguración de El Parían, ubicado dentro del Zócalo capitalino, acaecida en 1703. Éste mercado se edificó bajo el cumplimiento de las cédulas reales de mampostería (obra hecha con mampuestos - piedra sin labrar que se puede colocar con la mano - sin sujección a hiladas o tamaños).

En el año de 1825, se establecieron disposiciones y sanciones para proteger el libre consumo de artículos de primera necesidad y evitar acaparamientos. Más adelante, en 1837, se logró una mejor ubicación de los mercados.

Hacia el año de 1841, el gobierno dio inicio a la construcción de los mercado de San Juan e Iturbide, el cuál fue inaugurado en 1850.

Para facilitar el abasto de víveres a la Ciudad de México, el gobierno autorizó en 1866, los almacenes generales de depósitos que al emitir bonos de prenda, favorecían el financiamiento de las cámaras.

Durante el siglo pasado, hubo un creciente deterioro en materia de abasto de alimentos. Sin embargo, el porfiriato trajo consigo mejores condiciones para el comercio al mayoreo sobre productos importados, básicamente. El comercio al menudeo estaba controlado por los mexicanos y españoles, mientras que el mercado al mayoreo (sobre todo de productos importados) quedó en mano de los ingleses y alemanes desde los años cuarenta. Décadas después los franceses adquirieron gran importancia con la modalidad de tiendas departamentales como: Las Grandes Fábricas de Francia, El Palacio de Hierro y el Puerto de Liverpool, entre otros.

A fines de la colonia, se había iniciado la construcción de mercados públicos en sustitución de los tianguis prehispánicos. Porfirio Díaz, implantó la modalidad de edificar los mercados con armazones metálicas para evitar los incendios.

La **Revolución Mexicana** trajo la brusca disminución en la producción agropecuaria, tanto por la falta de mano de obra, como por el abandono de las haciendas por parte de los propietarios. Fue hasta 1940 cuando la producción agropecuaria se recuperó. La escasez de alimento provocó una alza de precios, castigados por la inflación.

Durante la primera mitad del presente siglo, la Ciudad de México tuvo un crecimiento sostenido. Sin embargo, no se construyeron más mercados, sino se empezaron a proliferar las nuevas colonias y fraccionamientos, así como las verdulerías para satisfacer las necesidades alimentarias de la población. En 1912, se construyó el mercado Juárez.

La Constitución de 1917 prevé la intervención gubernamental en la regulación del mercado de alimentos básicos. En 1938 el Comité Regulador del Mercado de las Subsistencias creó algunas tiendas; de ahí se originó la compañía Nacional de Subsistencias Populares - CONASUPO.

El mercado de La Merced, empezó como centro introductor y distribuidor mayorista en la década de los treinta, pero su excesivo crecimiento provocó problemas de salubridad, seguridad y circulación de los camiones de carga, principalmente.

Todo lo anterior, dio surgimiento a la Central de Abasto en 1982. Con este proyecto se pretende que en las centrales, los precios se conformen de acuerdo a la libre competencia.

Finalmente, los mercados revelan en todas partes muchos pormenores de la población y de la vida, en el mercado no se despide con mal humor al visitante, se le invita a comprar con maneras modosas y tan simpáticas que el demandante accede a todas las ofertas.

### **1.1.2 ¿QUÉ ES EL MERCADO?**

La palabra mercado es utilizada de muy diversas formas; existe un mercado accionario, un mercado sobre ruedas, un mercado de dinero, un mercado de capitales, etc. El mercado es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores para intercambiar bienes o servicios que satisfagan sus necesidades. Un mercado puede ser:

1. Un lugar público o edificio dedicado al comercio de varios productos, como una tienda de autoservicio.
2. Una asamblea de personas en un sitio o local designado para comerciar mediante subasta, como el día de la plaza de los pueblos.
3. La región en la cuál se vende un artículo.
4. Un lugar al que concurren vendedores y compradores para ofrecer bienes, servicios y/o transferencias de títulos de propiedad.

Laura Fischer en su libro "Mercadotecnia" nos dice que un mercado "está constituido por personas con necesidades por satisfacer estando dispuestas a adquirir o a arrendar bienes y servicios que satisfagan esas necesidades mediante una retribución adecuada a quienes le proporcionan dichos satisfactores"<sup>1</sup>

En una economía de mercado, los tipos de mercados pueden clasificarse en dos tipos:

1. Mercado de productos: en donde se comercian bienes manufacturados.
2. Mercado de factores: donde se negocian factores de la producción tales como mano de obra y capital.

---

<sup>1</sup> FISCHER, Laura; "MERCADOTECNIA", Ed. Interamericana, México 1986.

El tipo de mercado al que nos enfocaremos en ésta tesis es una mezcla de los dos, ya que se tratará del comercio de productos (verduras, frutas, abarrotes, etc.), pero a su vez de los factores que intervienen en la elaboración del producto, que son: el campo y la mano de obra del campesino para dar por resultado una buena cosecha. La combinación de ambos mercados se conjugan en la Central de Abasto, y se analizará en el capítulo 3.

### **1.1.3 ELEMENTOS**

Podemos observar que desde la época de los teotihuacanos, aztecas y mexicas, existía un lugar preestablecido para realizar las actividades de comercio, así como leyes necesarias para lograr una buena armonía entre los comerciantes, y al mismo tiempo evitar la evasión fiscal. Anteriormente no se establecía un precio a pagar con la moneda, ya que se realizaba el intercambio en relación a dos aspectos:

- Necesidad que un demandante tenía hacia un producto, y
- Grado de satisfacción que el producto le ofrecía.

El desarrollo histórico del mercado comienza a base de principios casuísticos, hasta llegar a la institución moderna en donde las reglas del juego están determinadas por el sistema económico reconocidas por la sociedad y amparadas por la ley.

El mercado está conformado por los siguientes elementos básicos:

- Lugar físico,
- Intermediarios autorizados,
- Reglas para fijar los precios,
- Información disponible y
- Autoridades de vigilancia.

Podemos considerar estas definiciones como la acepción general del término mercado. Sin embargo, encontramos situaciones más específicas en las que resulta necesario profundizar para poder delimitar el fenómeno en cuestión.

### **1.1.4 CLASIFICACIÓN**

Los mercados se pueden clasificar de acuerdo a seis conceptos por lo menos:

1. Área que abarca: De acuerdo con el territorio que se abarca el mercado se determina como local, regional, nacional o internacional.

LOCAL: La transportación de la mercancía se realiza sólo para los habitantes de un estado o una ciudad.

REGIONAL: Se da en zonas urbanas con altas densidades de población, las cuales prestan servicio a los habitantes de la ciudad y de las áreas circunvecinas.

NACIONAL: El producto se ofrece dentro de un país. En México es el Distrito Federal y sus entidades.

INTERNACIONAL: Las negociaciones son realizadas por consumidores de diferentes países.

2. Tiempo: Es la relación que existe entre la transacción económica y la liquidación de la operación, de tal manera que al hablar de transacciones (compraventa), el precio dura únicamente en el momento de ésta. Al fijar un precio promedio durante cierto tiempo se utiliza la tendencia, realizando un análisis en las variables que influyeron para determinar el mismo.
3. Grupo de productos que se ofrecen: Con base en las condiciones geográficas de cada área, se ofrecen determinados productos en el mercado; así también la población de cierto lugar presenta apetencias por ciertos productos, configurando un mercado para ellos.
4. Grado de competencia: Existen diferentes grados que varían desde un monopolio puro hasta una competencia perfecta. En la actualidad, podemos observar la presencia de oligopolios, donde los comerciantes determinan los volúmenes y precios.
5. Nivel de operaciones: Este concepto se refiere al volumen de operaciones que manejan los diferentes protagonistas del canal de distribución (mayoreo, medio mayoreo y detallista). Es decir:
  - Mercado al mayoreo: Comercializa altos volúmenes de bienes a un valor pequeño.
  - Mercado de medio mayoreo: Es el campo intermedio entre el mayorista y detallista.
  - Detallista: Su volumen de operaciones en tanto volumen es muy poco pero en relación a su valor es alto.
6. Tipo de intercambio: Existen dos tipos de transacciones económicas: el directo (trueque) y el indirecto (interviene como intermediario el dinero).

## **SECCIÓN II**

### **MERCADOS FINANCIEROS**

#### **1.2.1 CONCEPTO**

Un mercado financiero es el lugar donde se intercambian recursos, unidades económicas deficitarias con unidades económicas superavitarias. Sin embargo, la existencia de un mercado financiero no es una condición necesaria para la creación e intercambio de los mismos.

En términos generales, un mercado financiero se puede definir como el conjunto de instituciones y leyes que reglamentan la actividad de las personas físicas o morales, que intercambian activos financieros para satisfacer sus necesidades de financiamiento o de inversión de fondos excedentes.

Los mercados financieros proporcionan tres funciones económicas, principalmente:

1. Proceso de fijación de precios: La determinación del precio en el activo comercializado se da en la interacción de compradores y vendedores en un mercado financiero. En forma equivalente, se evalúa el rendimiento requerido del activo financiero.

Quando existen varias empresas manejando un producto parecido y la competencia es enérgica, los precios de venta tienden a bajar, repercutiendo en las utilidades. Una empresa en este ambiente podrá diferenciar su producto mediante un cambio de empaque, un sabor nuevo, un color nuevo, etc. Esta diferenciación va a realizarse a través de la innovación del producto.

2. Liquidez: En un mercado financiero se establece un mecanismo para que el inversionista venda su activo financiero, cuando las circunstancias fuerzan o motivan a un inversionista a vender. Ésta característica permite que el poseedor no este obligado a conservar su instrumento de deuda hasta su vencimiento.
3. Reducción del costo de transacciones: Esta disminución se origina a través de los costos explícitos e implícitos. Los explícitos, son aquellos que representan la búsqueda del instrumento e información para anunciar la intención propia de vender o comprar un activo financiero; mientras que los implícitos, representan el tiempo gastado necesario para encontrar una contraparte.

Los costos explícitos de información son asociados con la apreciación de los méritos de invertir en un activo financiero, esto es la cantidad y la probabilidad del flujo de efectivo que se espera sea generado.

Existen diversos tipos de mercados financieros, entre ellos se encuentran:

- Mercado de dinero,
- De capitales,
- De deuda,
- De crédito,
- De divisas,
- De productos financieros derivados.

Cada mercado trata con un tipo de instrumento un tanto diferente en términos del vencimiento y de los activos que los respaldan. A su vez, cada institución atiende a diferentes clases de clientes u opera en diferentes partes del país.

### **1.2.2 FUNCIÓN**

El propósito de los mercados financieros es la asignación eficiente del ahorro de una economía en las actividades productivas, donde se procura el desarrollo y crecimiento, para lo cuál se capta el ahorro escaso y se fragmentan los agentes económicos hacia inversiones atractivas que requieran recursos financieros.

Es decir, estos mercados son necesarios para asegurar la formación de capital y crecimiento económico, ya que de no existir los mismos:

- a) El ahorro no se canalizaría hacia los mejores proyectos, y su asignación sería ineficiente,
- b) Las oportunidades del inversionista se limitarían impidiendo que se pudiera diversificar su portafolio, estimulando con ello consumo, lo cuál traería una disminución en la posibilidad de ahorro.

De tal forma que, sin la creación de éstas instituciones, el manejo del dinero sería ineficiente.

### **1.2.3 INTERMEDIARIO**

Debido a que el público en general esta ocupado en sus propias actividades y no esta interesado en localizar la mejor alternativa para canalizar sus ahorros con una mejor tasa de interés y un riesgo ponderado, surge el intermediario, quien determina la efectividad de la realización de una operación, en base a tendencias

El intermediario se encarga de servir a las partes buscando ahorradores e inversionistas para ponerlos en contacto a un menor costo. De esta manera, se puede fragmentar el financiamiento necesario en varios instrumentos, dándole oportunidad al ahorrador de diversificar su estructura de capital, asegurando como agente colocador la captación de los recursos necesarios. La participación del intermediario, puede ser realizada de dos formas:

- a) Directa: Pone en contacto a oferentes y demandantes de recursos sin asumir el riesgo del crédito. Este tipo de intermediación, se observa principalmente en las casas de bolsa.
- b) Indirecta: Capta los recursos de los oferentes y deciden por separado a quién asignárselos, asumiendo el riesgo del crédito concedido. Se da principalmente en los bancos.

Otra función de los intermediarios financieros es la creación del mercado secundario, a través del cual benefician a las unidades ahorradoras, ofreciéndoles a los instrumentos financieros que adquieren liquidez, evitando el tener que mantenerlos al vencimiento. Con esto, el mercado primario adquiere flexibilidad y se hace más atractivo a los inversionistas, al permitir alternar el tiempo de maduración de un instrumento para que se ajuste a las necesidades temporales de los ahorradores.

Sin embargo, la función del intermediario sólo se logrará concretar cuando los precios de los instrumentos que se comercializan sean los "correctos".

#### **1.2.4 REGULACIÓN**

Los mercados financieros juegan un papel prominente en muchas economías, y por lo tanto los gobiernos de todo el mundo han considerado necesario reglamentarlos. En su capacidad de reglamentación los gobiernos influyen en gran medida en el desarrollo y evolución de los mercados financieros e instituciones.

Los gobiernos, mercados financieros e instituciones tienden a comportarse interactivamente, determinando ciertas acciones. De tal forma, que no es sorprendente encontrar que las reacciones del mercado a los reglamentos causen, frecuentemente, una respuesta nueva del gobierno, que a su vez puede originar que las instituciones que participen en el mercado cambien todavía más su comportamiento.

De acuerdo a su compleja relación con el gobierno y su importancia con las economías generales, éstas han desarrollado un sistema elaborado de reglamentación para los mercados financieros. Las diversas reglas, están diseñadas para servir entre otros propósitos a:

1. Prevenir que los emisores de valores defrauden a los inversionistas encubriendo información relevante.
2. Promover la competencia e imparcialidad en el comercio de los valores financieros.
3. Promover la estabilidad de las instituciones financieras.
4. Restringir las actividades de empresas extranjeras en los mercados e instituciones domésticas.
5. Controlar el nivel de actividad económica.

La reglamentación de las instituciones financieras es la forma de monitoreo gubernamental que restringe las actividades en las áreas vitales de: prestar, pedir prestado y otorgar fondos. La justificación para este tipo de forma de reglamentación gubernamental es que las empresas financieras tienen un papel especial a desempeñar en la economía moderna, por lo tanto, cualquier falla podría perturbar severamente la economía.

### **1.2.5 ACTIVOS FINANCIEROS**

Los activos financieros, en términos generales, son cualquier posesión que tiene un valor de intercambio. Éstos, pueden clasificarse en tangibles o intangibles, de acuerdo a las siguientes características:

- a) Activo tangible: Su valor depende de propiedades físicas particulares. Ejemplo: edificios, terreno o maquinaria.
- b) Activo intangible: Se representa por obligaciones legales sobre algún beneficio futuro. Su valor no tiene relación con la forma física.

De acuerdo a lo anterior, los activos financieros son intangibles, ya que el valor o beneficio típico es una obligación de dinero a futuro. El emisor del activo financiero es quien realizará los pagos futuros de dinero; mientras que el poseedor del activo financiero es referido como el inversionista.

Los activos financieros tienen dos funciones económicas principales:

1. Transferir los fondos de aquellos que tienen un excedente para invertir, hacia aquellos que lo necesitan para invertirlo en activos tangibles.
2. Transferir los fondos en forma tal, que se redistribuya el inevitable riesgo asociado con el flujo de efectivo, el cual se genera por los activos tangibles, entre aquellos que buscan y aquellos que proporcionan los fondos

Los activos financieros existen en una economía debido a que el ahorro de varios individuos, instituciones y gobierno, durante un período de tiempo, difieren de sus inversiones en activos reales. Los activos reales están representados, entre otros, por casas, edificios, inventarios y todo bien duradero. Si los ahorros igualan a las inversiones en activos reales para todas las unidades económicas durante todos los períodos de tiempo en una economía, no existiría el financiamiento externo, ni activos financieros, ni tampoco mercado dinero o de capitales. Por lo tanto, cada unidad económica sería autosuficiente, es decir, los gastos corrientes e inversiones en activos reales serían pagados a través del ingreso generado.

Un activo financiero es creado cuando la inversión de una unidad económica en activos reales excede a sus ahorros, y se financia esta diferencia solicitando un préstamo. Desde luego, debe existir otra unidad económica que esté dispuesta a prestar. Los excedentes de dinero de las unidades económicas son destinados a cubrir las carencias de las unidades deficitarias. Este intercambio de fondos es soportado por un papel que representan un activo financiero para el emisor y una deuda financiera para el comprador.

## **SECCIÓN III**

### **MERCADO EFICIENTE**

#### **1.3.1 CONCEPTO**

Los mercados eficientes son aquellos que reflejan en los precios de los productos que se comercializan toda la información disponible relacionada con el mismo.

La información relativa a los precios es accesible, y a muy bajo costo para todos los participantes del mercado, en donde éste se manifiesta como una máquina procesadora de información eficiente.

Los inversionistas que actúan en él son racionales y los precios reflejan cualquier información básica que afecte las ganancias de las empresas, por lo tanto, los precios cambian únicamente frente a nueva información.

El manejo de un mercado eficiente debe ser tanto exteriormente como interiormente:

1. Exterior: Se refiere a la accesibilidad de la información.
2. Interior: Se refiere al costo de comercialización dentro del mercado. Se establece en base a:
  - Precios de compra, y público respaldado por "intermediarios" listos a comprar y/o vender, a precios publicados.
  - Comisiones que se determinan de manera competitiva, y no en relación a cantidades fijas.
  - Intermediarios, que no manipulan el precio de los productos o acciones.

#### **1.3.2 EFICIENCIA EN EL MERCADO FINANCIERO**

"La esencia de esta teoría es que el mercado de capitales es el vehículo más eficiente para asignar recursos en la economía, ya que a través de ellos los inversionistas canalizan sus recursos a los proyectos más productivos, en donde pueden confiar de que los precios de los instrumentos financieros que adquieren están correctamente evaluados. Esta teoría niega la posibilidad de que la psicología de masas sea la que mueva al mercado, ya que si esta psicología fuera la que moviera a los mercados de valores, las señales que ofrecieran podrían ser las incorrectas y los recursos se canalizarían hacia proyectos poco productivos"<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Asociación Mexicana de Casas de Bolsa, A.C., EL MERCADO DE VALORES MEXICANO agosto 1989, p.15

La prueba de eficiencia de los mercados financieros esta clasificada en tres niveles, de acuerdo al manejo y disponibilidad de la información, en:

1. Débil: Es aquella que afirma que los precios de las acciones siguen un proceso aleatorio, es decir que la información pasada no es capaz de predecir los movimientos futuros de los precios, esto sólo cambiaría ante nueva información que no estuviera incluida en los precios pasados. Si se pudieran encontrar tendencias que permitieran predecir los movimientos futuros de un papel, implicaría que los precios son determinados por la psicología de la gente y no por la racionalidad propia del valor de la actividad de la empresa, o del producto.
2. Semi-robusta: Se relaciona con la capacidad que tienen los mercados para ajustar los precios ante nueva información, mientras más rápidamente se ajusten los precios más eficiente será el mercado en su forma semi-robusta. Cuando los mercados tardan en ajustar los precios permiten ganancias extraordinarias para algunos inversionistas, por lo que se refleja cierto nivel de ineficiencia ya que no todos los participantes tendrían las mismas oportunidades. El rezago en el ajuste de los precios dificulta su evaluación correcta.
3. Robusta. Es la más difícil de superar por los mercados financieros. Esta prueba intenta demostrar que no existe información privilegiada en los mercados que se pueden utilizar para beneficio particular. La existencia de información privilegiada restaría confiabilidad a los precios ya que éstos serían fácilmente manipulables por un grupo reducido de personas.

### **1.3.3 ¿EFICIENCIA EN EL MERCADO?**

El hecho de que un mercado financiero sea completamente eficiente, debe estar en posibilidades de ofrecer una gama de instrumentos de inversión lo suficientemente completa para asegurar al inversionista una sana gestión de su portafolio y para favorecer la democratización de la inversión bursátil.

De tal forma, que la realidad es que los mercados no se comportan de manera eficiente todo el tiempo y, pueden entrar en periodos de ineficiencia, caracterizados por la formación de burbujas especulativa.

La eficiencia de los mercados tiene niveles, de manera que se puede hablar de mercados más o menos eficientes.

Hablar de un mercado eficiente, implica el hecho de tener una estructura adecuada en el interior, para poder ofrecer está hacia el exterior, a través de información.

## **CAPÍTULO 2**

**DESCRIPCIÓN DEL**

**MERCADO DE LA**

**CENTRAL DE ABASTO**

## **SECCIÓN I ANTECEDENTES**

### **2.1.1 ANTECEDENTES**

La Central de Abasto (CEDA), es heredera del gran tianguis prehispánico de Tlatelolco, el Portal de Mercaderes y El Parián novohispanos, así como del popular mercado de La Merced. Es desde hace 15 años, el núcleo de comercialización de productos perecederos más grande de la República Mexicana.

Antes de la llegada de los españoles a México, Tlatelolco era el más grande y concurrido mercado de Tenochtitlán. Se cree que diariamente asistían 25 mil personas para comprar y vender.

Durante la Colonia, éste mercado perdió su importancia y, en su lugar, la Plaza Mayor se convirtió en el centro comercial más destacado de la Nueva España.

Debido a los numerosos accidentes que existían en los mercados, principalmente por los incendios y falta de seguridad, en 1696 el ayuntamiento construyó el edificio de El Parian, junto al Portal de Mercaderes, el cuál tenía ocho puertas de acceso al público donde tiendas y almacenes estaban comunicadas.

Durante los últimos 100 años, se ha iniciado el concepto de modernización en el comercio de alimentos, a través de tres diferentes mercados :

#### **La Merced:**

En 1863, se instalaron los vendedores en la parte demolida del Convento e Iglesia de La Merced para formar una plaza, debido a que el anterior mercado de "El Volador" había sido destruido por un incendio.

En 1880, con el gobierno de Porfirio Díaz, se construyó éste mercado que venía a suplir la desorganizada concentración de puestos fijos y semifijos establecidos con gradas de mampostería a la orilla de la acequia, del anterior mercado de "La Merced".

Este mercado, fue considerado el más importante de principios de siglo. Sin embargo, su desorganizado crecimiento lo convirtió en un conjunto desarticulado de puestos fijos y semifijos, que llegó a extenderse en 53 manzanas aproximadamente en el centro de la ciudad, invadiendo calles y viviendas.

**Nuevo Mercado de La Merced:**

En 1957, Ernesto P. Uruchurtu, regente de la ciudad, impulsó un amplio programa de modernización y rehabilitación de mercados públicos, entre los cuáles estuvo la construcción de seis mercados que componían un complejo.

El abasto alimentario de la Ciudad de México se complementaba con los siguientes mercados:

- **Jamaica:** venta de frutas, verduras, abarrotes y dulces;
- **Tepepan y La Viga;** venta de pescados y mariscos; y,
- el desaparecido rastro, dedicado a la venta de ferretería.

**Central de Abasto:**

Finalmente, la tercera modernización ocurrió en 1982, cuando el regente de la ciudad, Carlos Hank González, decidió la creación de una nueva y moderna Central de Abasto (llamada también Carlos Hank González), a menos de siete kilómetros en línea recta de la vieja zona de La Merced.

**2.1.2 ¿POR QUÉ SE CONSTITUYÓ?**

Algunas de las causas que contribuyeron a la construcción de este mercado, fueron:

1. Demanda excesiva que provocó un incremento en los precios, ya que los mercados no se daban abasto para atender a los clientes,
2. Malas condiciones de higiene (insalubridad),
3. Inseguridad,
4. Exceso de vehículos para las maniobras de carga y descarga.

Asimismo, el acelerado proceso de urbanización que vivió el país y particularmente la Ciudad de México, como consecuencia del despegue de la industrialización, alteró de manera profunda las pautas de producción y consumo de la sociedad.

En el período de 1940-1970 la economía mexicana tuvo tasas de crecimiento importantes (superiores al 6%), en tanto que la población creció a tasas promedio del 3% anual. Este crecimiento económico ayudó a la acumulación privada de capital y propició la formación y desarrollo del capital financiero, pero no atendió los problemas sociales que afectaban a la población nacional, es decir, existió un crecimiento sin distribución del ingreso.

El crecimiento desmesurado y no planeado de La Merced, contribuyó a que se convirtiera para fines de los años setenta en un mercado ineficiente.

A finales del gobierno del Lic. Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), toma fuerza la iniciativa gubernamental de impulsar el proyecto constructivo de un macromercado, ya que él promulga un decreto expropiatorio, con lo cuál se comienzan a realizar estudios en las plazas de Iztapalapa y Zaragoza, para construirlo.

Finalmente en 1979, a escasos 30 meses de concluir su sexenio el Lic. José López Portillo (1976-1982), se asignó un lugar para crear el nuevo mercado denominado Central de Abasto.

### **2.1.3 AÑO DE CONSTITUCIÓN**

Después de haber aprobado el plan para construir la Central de Abasto en 1980. En mayo de 1981 se comenzaron las obras, y es finalmente el 24 de noviembre de 1982, cuando se inician las operaciones de comercialización con el funcionamiento de las siguientes cuatro áreas:

- Frutas y legumbres,
- Abarrotes y víveres,
- Andenes para subasta, y,
- Mercado de envases vacíos.

### **2.1.4 LOS INICIOS DE OPERACIÓN**

Las áreas de operación de la Central de Abasto que entraron en funcionamiento fueron: frutas y legumbres, abarrotes y víveres, andenes para subasta, y el mercado de envases vacíos.

En la asignación y uso de infraestructura, “solamente el 55% de las 1820 bodegas disponibles entró en funcionamiento y de los 770 locales de servicios comerciales complementarios el 31%; el Andén de Subasta y Productores fue operado por el Fideicomiso de la Comisión Promotora Conasupo (FICOPROCONSA), el frigorífico central por Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. y el mercado de envases vacíos por sociedades cooperativas.”<sup>1</sup>

Los servicios básicos de operación eran proporcionados por el D.D.F., aproximadamente un total de 262 trabajadores y 30 camiones se ocupaban de la limpia, recolección y transferencia de basura. La vigilancia y seguridad, era realizada por un total 100 elementos.

---

<sup>1</sup>Departamento del Distrito Federal, “CEDA, Ciudad de México”, Coordinación General de Abasto, p.12

La Central de Abasto para su control y dirección cuenta con el Instructivo "General de Operación de la Central y el Reglamento Interior". La administración esta a cargo del Comité Técnico, integrado por representantes de los sectores: público, privado y social. La presidencia esta a cargo del Jefe del Departamento del Distrito Federal.

La estructura orgánica se integra por las áreas de:

- Operación,
- Comercialización y Administración,
- Subestructura de comisiones, subcomités y grupos.

La Central de Abasto de 1983 a 1986

En 1983, se realiza la apertura del mercado al público. Esta decisión permitió la posibilidad de lograr los siguientes objetivos:

- Garantizar el abasto de la Ciudad de México.
- Inducir la programación de la producción hortifrutícolas.
- Mejorar el ingreso de los productores.
- Regular el precio de la comercialización y fijación de precios.
- Ordenar y modernizar la comercialización de frutas, legumbres, hortalizas, abarrotes y víveres.
- Ayudar a que los consumidores de bajos ingresos tuvieran acceso real a los productos perecederos básicos.

Asimismo en éste año por decreto presidencial del mes de agosto, se establece que la operación y funcionamiento de la CEDA, estaría a cargo del Departamento del Distrito Federal.

Es 1985, se logra la ocupación de las bodegas al 100%. Debemos señalar que en sus inicios la adjudicación de las bodegas era tan sólo del 55%, el lograr la promoción del 45% de las bodegas disponibles fue una tarea difícil que en tan sólo tres años se concretó. Mientras tanto, los locales comerciales lograron una ocupación del 90%, los cuales habían mostrado una ocupación del 31% cuando se inició la CEDA. Esto permitió un aprovechamiento óptimo de la capacidad instalada de establecimientos para la comercialización del 95.8% a finales en este año.

Asimismo, en este año se creó la Dirección General de la Central de Abasto, con el propósito de reestructurar la organización y las funciones, integrar el manejo de los recursos humanos, materiales y financieros, así como para ejercer atribuciones en materia de abasto y comercialización.

En octubre del mismo año se incorporaron a esta plaza, los mercados de flores y hortalizas que funcionaban en Jamaica. A su vez, se formalizaron las bases de Coordinación con el Sistema para el Abasto y el Programa Nacional de Alimentación.

Finalmente, se constituyó el Comité Mixto de Comercialización de la CEDA, integrado por:

- Secretaría de Pesca,
- Secretaría de Reforma Agraria,
- Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos,
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial,
- Departamento del Distrito Federal,
- Sector privado, y
- Sector social.

La función de dichas dependencias consiste en fomentar el apoyo directo al productor, proponer acciones y programas para optimizar la comercialización, concertar los sectores y consultar a la opinión pública para consolidar la operación de la CEDA.

### **2.1.5 UBICACIÓN**

Este mercado necesitó de varios estudios para determinar su ubicación, entre las plazas que se analizaron estuvieron las de Iztapalapa y Zaragoza, donde ambas presentaron diferentes problemas:

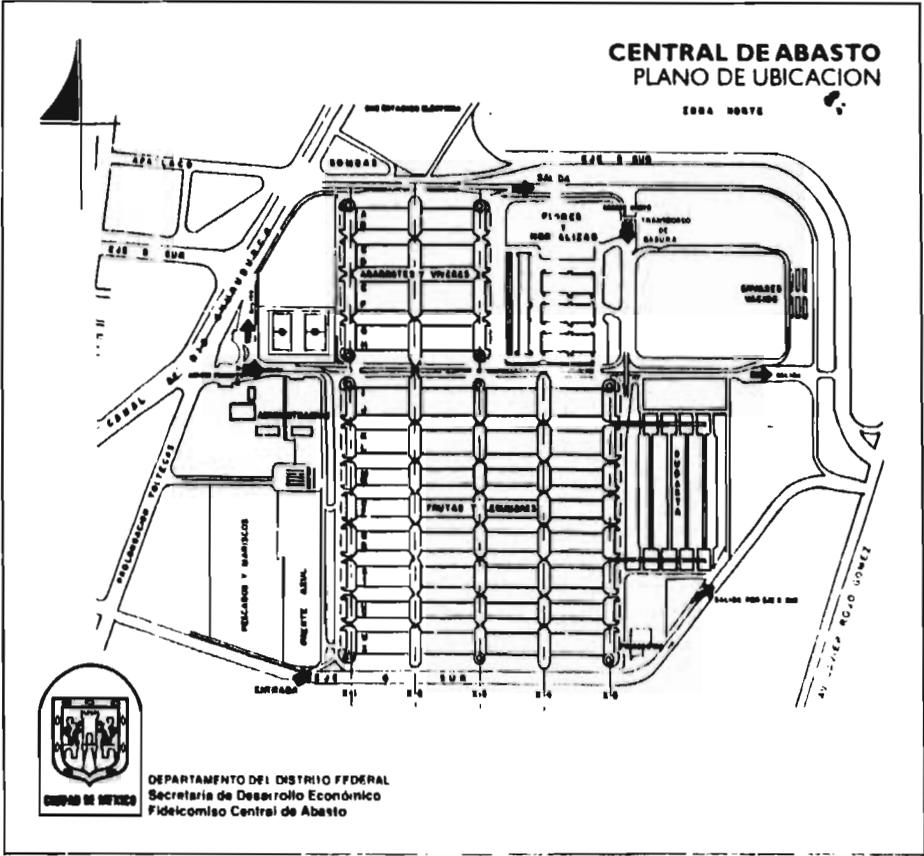
- Iztapalapa, se enfrentó al problema de los campesinos de la región.
- Zaragoza, presentó conflictos con los chinamperos.

Finalmente fue hasta 1979, a escasos 30 meses de concluir López Portillo su sexenio, cuando se tomó la decisión política y se otorgó la asignación de recursos para iniciar las obras que concluirían el 22 de noviembre de 1982, a sólo 8 días de otro cambio sexenal.

La ubicación de la Central de Abasto, se encuentra colindado:

Al norte con el Canal de Tezontle  
Al sur con eje 6 sur  
Al este con la calzada Rojo Gómez  
Al oeste con el Canal de Río Churubusco

A continuación se presenta un mapa con la ubicación de la Central de Abasto.



## **SECCIÓN II**

### **LA CEDA: PRESENTE Y FUTURO**

#### **2.2.1 ¿QUÉ ES?**

La Central de Abasto es un punto de encuentro para la comercialización de alimentos donde acuden productores, acopiadores, comerciantes y compradores al mayoreo, medio-mayoreo y al menudeo, para satisfacer sus necesidades.

La Central de Abasto de la Ciudad de México, es una de las más grandes del mundo, es la responsable de la alimentación de la población de la zona metropolitana del D.F. e influye en el abasto de ciudades del sur y sudeste del país.

La CEDA, se define como un mercado de alta concentración, manejado prácticamente en forma oligopólica (mercado de pocas empresas que elaboran productos similares). Sin embargo, esta concepción es errónea, ya que actualmente hay distintas Centrales a lo largo de todo el país. Es a su vez, una construcción de cemento y varillas.

#### **2.2.2 ¿CÓMO ESTA ORGANIZADA?**

La Central ésta organizada a través de los siguientes organismos:

- I. Fideicomiso Central de Abasto.
- II. Comité Técnico y de Distribución de Fondos.
- III. Prestadores de Servicios.
- IV. Comité de Control y Auditoría.
- V. Dirección General.

##### **I. Fideicomiso Central de Abasto**

La forma de constitución de la Central de Abasto es un fideicomiso. Ésta posición se basa en el hecho de que el convenio establecido al sector privado por el D.D.F., descartaba la posibilidad de arrendamiento, propiedad de condominio o copropiedad. Asimismo, el convenio debía definir las aportaciones del Gobierno del D.F. y los participantes en tres etapas fundamentales:

1. Constitución de un fideicomiso encargado de la construcción y operación,
2. Construcción de la misma,
3. Operación de la Central.

El fideicomiso, es un contrato mercantil en el cual hay una transmisión de propiedad del fideicomitente a la fideicomisaria, a través de la fiduciaria, es decir:

- a) Fideicomitente: Es el dueño de los bienes, que destina los mismos para un fin específico administrados a través de la fiduciaria. Esta figura es representada por el Departamento del Distrito Federal/CODEUR, actualmente COABASTO/CEDA.
- b) Fiduciaria: Es la parte que administra los bienes. Por lo regular es una institución bancaria. En este caso, es el Banco Santander Mexicano, S.A. de C.V.
- c) Fideicomisaria: Es la personalidad jurídica que va a recibir los bienes. En la CEDA, esta representada por las personas físicas o morales que han adquirido derechos sobre el aprovechamiento de las bodegas o locales comerciales; así como por el D.D.F.

Las obligaciones de las partes son:

1. D.D.F.

Junto con su organismo técnico CODEUR, proporciona el derecho de propiedad del terreno y del apoyo tecnológico.

2. PARTICIPANTES

- Otorgar cuotas de mantenimiento.
- Designar a sus representantes ante el Comité Técnico y de Distribución de Fondos, encargados de la construcción y operación de la Central.
- Respetar los reglamentos.
- Transmitir derechos y obligaciones.

Este contrato se encuentra registrado en el Registro Público de la Propiedad, con una duración de 99 años, y:

- Fecha de constitución del 7 de julio de 1981,
- Número de contrato 20991,
- Escritura No. 11 ante el Notario Público No. 125 del D.F., Lic. Alejandro Alfredo Ramírez.

Algunas de las características de este Fideicomiso son:

- El 23 de junio de 1981, se celebró el contrato de fideicomiso irrevocable para la construcción de la Central.
- En la etapa de construcción se constituyó un Comité Técnico y de Distribución, integrado por representantes de los participantes del D.D.F. y de la institución fiduciaria, que en aquél entonces era Banco Somex, S.A.

- Concluida la construcción y previa autorización del Comité Técnico y de Distribución, se entregó el inmueble a la institución fiduciaria para que junto con el Comité Técnico y de Distribución de Fondos, se encargaran de la operación y de la distribución de locales.
- Al finalizar el convenio de 99 años, los participantes devolverán la construcción de la cual gozaron al Comité Técnico, quien a su vez regresará el inmueble a la Institución bancaria, quien liquidará este fideicomiso y reintegrará al gobierno del D.F. los terrenos y construcciones que ocupa la Central. Los participantes tendrán el derecho preferente para intervenir en cualquier otro sistema que se establezca.
- La organización, administración y control de operación, esta a cargo del organismo designado por el D.D.F., quien a su vez otorga dicha responsabilidad al Comité Técnico de Distribución de Fondos.

## **II. Comité Técnico y de Distribución de Fondos**

El órgano de gobierno es el Comité Técnico y de Distribución de Fondos, encargado de proponer y normar el buen funcionamiento de esta gran ciudad comercial. Es presidido por el Jefe del Departamento del Distrito Federal e integrado por 10 representantes del Sector Público. Para su operación se apoya en cuatro comisiones que son:

- Comisión de Comercialización, se encarga principalmente de:
  - a) Control de giros.
  - b) Supervisión comercial.
  - c) Uso de locales.
  - d) Reglamentación del comercio ambulante.
  - e) Control de carretilleros, arpilleros, cajeros.
  - f) Verificación de cumplimiento del reglamento interno.
  - g) Servicios complementarios al público.
- Comisión de operación, se encarga principalmente de:
  - a) Mantenimiento.
  - b) Ecología y limpia.
  - c) Seguridad.
  - d) Protección civil.
- Comisión de Finanzas, se encarga principalmente de la administración de los recursos:
  - a) Humanos,
  - b) Financieros, y
  - c) Materiales.

- Comisión jurídica, se encarga del:
  - a) Análisis de aspectos legales.

### **III. Prestadores de Servicios**

Son las personas físicas o morales autorizadas para ofrecer servicios de apoyo, tanto a los que están dentro de la CEDA, como a los visitantes que atienden a realizar sus compras, ya sea al mayoreo, medio mayoreo o detallista. Estas personas son:

- a) Carretilleros.
- b) Repartidores de comida.
- c) Vendedores ambulantes y semifijos.

### **IV. Comité de Control y Auditoría**

Tiene por objeto verificar el cumplimiento de los acuerdos del Comité Técnico y la actuación de la administración.

### **V. Dirección General**

Esta encargada de realizar todas aquellas funciones relacionadas con la operación y administración de la CEDA, para lo cual se apoya en las siguientes direcciones que se encargan de:

- Dirección de Operación
  - a) Mantenimiento.
  - b) Limpieza.
  - c) Servicios complementarios y al público.
  - d) Seguridad y vigilancia.
- Dirección de Comercialización
  - a) Control y Supervisión comercial.
  - b) Nuevos giros, cambios y ampliación de los mismos.
  - c) Control de padrón de particulares y prestadores de servicios.
  - d) Altas y bajas de locales y bodegas.
  - e) Subasta de productos hortifrutícolas.
  - f) Coordinación de mercados.
  - g) Envases vacíos, flores y hortalizas.
  - h) Vigilancia del cumplimiento del reglamento interior de la CEDA en materia de comercialización.

- Dirección de Administración y finanzas.
  - a) Administrar y controlar los recursos financieros y materiales.
  - b) Servicios administrativos al personal.
- Dirección Jurídica
  - a) Cesiones de derechos.
  - b) Informes sobre gravámenes y registros.
  - c) Conciliación de conflictos entre particulares.
  - d) Constancias de derechos.
- Contraloría interna
  - a) Control y evaluación del manejo y aplicación de los recursos humanos, materiales y financieros.

Cada una de las direcciones realiza una función específica, que es:

- Regulación: Dirección de Operación y Comercialización.
- Control: Contraloría interna.
- Apoyo: Dirección de Finanzas y Administración, y Dirección Jurídica.

Las actividades que se realizan en éste mercado, se regulan y controlan a través de un apoyo directo al productor, comerciante y consumidor, no se menciona al intermediario, ya que éste no se encuentra formalmente autorizado para intervenir en el proceso de comercialización (solamente en el mercado de subasta), aunque la costumbre lo ha incluido.

### **2.2.3 FUNCIÓN**

La Central de abasto se construyó como medio para:

- a) Resolver los problemas de abasto alimentario,
- b) Eficientar la comercialización de productos, y
- c) Brindar seguridad a los asistentes del mercado.

Para lograr la eficiencia en el mercado, se pensó que era necesario descentralizar los mercados. Sin embargo, la creación de centrales de abasto regionales tales como las de Guadalajara y Monterrey, sólo dieron origen a:

- la concentración de la producción por acaparadores comerciales, y
- la fuga de capitales, ya que fueron construidas alrededor de 34 centrales a lo largo del país sin considerar el tipo de comerciantes y las necesidades de cada pueblo.

Por lo tanto, la descentralización de productos, debe solucionarse a través de la creación de nuevos caminos para impulsar formas de acopio, distribución y comercialización de alimentos.

Todo esto nos permite observar que la función principal de la CEDA, es lograr una consolidación operativa y financiera, a través del uso eficiente de:

- La variedad y calidad de servicios,
- El uso intensivo de su infraestructura,
- El saneamiento de su economía interna,
- La comercialización de productos,
- La protección del productor y consumidor, quienes son los extremos de la cadena de comercialización que siempre tienden a perder.

#### **2.2.4 ¿QUÉ OFRECE?**

La Central de Abasto ofrece los siguientes establecimientos:

- a) Frutas y legumbres
- b) Abarrotes y víveres
- c) Locales comerciales
- d) Mercado de Flores y Hortalizas
- e) Servicio de Alimentos

Para las personas que asisten o realizan sus labores en éste mercado ofrece los siguientes servicios:

- I. Para los bodegueros, comerciantes mayoristas y distribuidores cuenta con:
  - Dos plantas de transferencia de basura con una capacidad aproximada de 2,000 toneladas al día.
  - Mercado de envases vacíos, que da servicio inmediato para satisfacer las necesidades de empaque de frutas y legumbres.
  - Frigorífico con capacidad para 1,500 toneladas.
- II. Para los productores dispone:
  - Mercado de Subasta: Ofrece a éstos la alternativa de comercializar directamente sus mercancías al mayoreo.
  - Servicio de básculas.
  - Zona de pernocta: 6.5 hectáreas con capacidad para 300 vehículos de hasta 30 toneladas.
- III. Para los consumidores al menudeo tiene:
  - 5,000 cajones de estacionamiento para automóviles.

IV. Para todos ofrece:

- Juzgado Cívico.
- Ministerio Público.
- Contraloría interna del D.D.F.
- Sector XVIII de Policía Preventiva.
- Agrupamiento 56 de la Policía Auxiliar.
- Delegación de la Secretaría de Salud.
- Oficina de Licencias de la Dirección de Autotransporte Urbano.
- Baños Públicos.

V. Además cuenta con los siguientes servicios especializados:

- Bancos.
- Carretilleros.
- Consultorios médicos.
- Bufete jurídico.
- Inmobiliaria.
- Seguridad industrial.
- Transporte.
- Básculas.
- Casa de cambio.
- Despachos contables.
- Escritorios públicos.
- Paquetería y correos.

De acuerdo a lo anterior, podemos darnos cuenta que la CEDA es un pequeña ciudad dentro de la Ciudad de México, ya que cuenta con una serie de servicios que permiten un adecuado funcionamiento comercial.

El desarrollo de estas funciones, se realizan en el horario establecido en el Reglamento Interior de la Central de Abasto de la Ciudad de México, en el artículo 67:

“La operación, limpieza y mantenimiento de la Central, se llevará a cabo dentro de los siguientes horarios:

- a) Operación: 0:00 a 18:00 hrs.
- b) Desalojo: 18:00 a 19:00 hrs.
- c) Limpieza y mantenimiento: 19:00 a 0:00 hrs.”

### **2.2.5 DISTRIBUCIÓN**

La CEDA tiene una superficie de 328 hectáreas para la realización de su actividad comercial en el abasto alimentario. Sin embargo, el crecimiento de este mercado ha obligado a modificar su estructura interna con la creación o ampliación de nuevas plazas. En esta sección exponemos la distribución que tenía la Central en 1982; la actual, se desarrolla en el Capítulo 3.

<b>ÁREA</b>		<b>DISTRIBUCIÓN</b>
I. Comercialización de productos alimenticios y otros		44.90
1. Frutas y legumbres	30.65	
2. Abarrotes y víveres	3.31	
3. Andén de Subasta	10.34	
4. Frigorífico	0.60	
II. Servicios internos complementarios		12.61
1. Restaurantes	3.25	
2. Bancos	0.69	
3. Correos	0.10	
4. Sanitarios	1.51	
5. Otros	7.06	
III. Estacionamientos y vialidades		56.37
1. Estacionamientos	20.44	
2. Vialidades internas	27.00	
3. Vialidades externas	8.93	
IV. Zona externa de servicios complementarios		61.57
V. Área de reserva		152.55
<b>TOTAL HECTÁREAS</b>		<b>328.00</b>

### **2.2.6 PROYECTOS DE INVERSIÓN**

La Central de Abasto, para lograr un desarrollo comercial más eficiente, realiza cada año un programa de modernización, a través del cual pretende incrementar el número de operaciones comerciales y mejorar las condiciones de comercialización, tanto para quienes trabajan, como para quienes asisten a ella.

“Las inversiones que se plantean dentro de este programa, se inscriben en el contexto de la Alianza para la Recuperación Económica y del Programa de Fomento Económico de la Ciudad de México, impulsado a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, y cuyo objetivo es alentar la inversión privada, generar empleos y modernizar la infraestructura que desarrolle la eficacia del proceso comercial, en beneficio de la población consumidora del área metropolitana.”<sup>2</sup>

#### **I. Conjunto Comercial y de Servicios Abasto.**

Mediante una inversión de 50 millones de dólares se ha iniciado la construcción del “Conjunto Comercial y de Servicios de Abasto” en una superficie de terreno de 10 mil 683 metros cuadrados, cuyo objetivo es completar la infraestructura y ofrecer los servicios que demandan los comerciantes y visitantes de la CEDA.

Específicamente, el “conjunto comercial y de Servicios Abasto”, estará compuesto por:

- Hotel de cinco niveles con 125 habitaciones.
- Hotel de cinco niveles con 111 habitaciones, junior suite y una master suite
- Torre de oficinas con once niveles.
- Salón de usos múltiples.
- Centro comercial con seis salas cinematográficas, oficinas administrativas, comedores para empleados y almacenes.
- Estacionamientos con 511 cajones totales en sótano y superficie.

#### **II. Mercado de Aves**

Con una inversión aproximada de 140 millones de pesos se pondrá en marcha el Mercado de Aves, con el cual se espera crear más de 4,000 mil empleos permanentes y 2,000 temporales.

En una superficie de 30 hectáreas, el mercado tendrá: un edificio de oficinas, 105 bodegas, 55 locales complementarios, 360 lugares para estacionamientos, fábrica de hielo en bloque con capacidad de 100 toneladas por día, cisterna de almacenamiento de agua y planta de tratamiento de la misma. Además, tendrá frigoríficos con capacidad para refrigerar mil 600 toneladas y congelar mil 400.

Este mercado responde a la necesidad de reubicar parte de los distribuidores de productoras avícolas del Distrito Federal. Así como de lograr una mayor eficiencia en la comercialización de productos.

---

<sup>2</sup>Departamento del Distrito Federal Secretaría de Desarrollo Económico fideicomiso Central de Abasto. “Programa de Modernización de la Central de Abasto de la ciudad de México”, junio 95-abril 96

## **II. Plaza Nueva Merced**

Con una inversión de 23 millones de pesos, se llevará a cabo la obra "Plaza Nueva Merced", con lo que se crearan más de 120 empleos indirectos y 300 directos.

En una superficie de 7,500 metros cuadrados aproximadamente, esta plaza albergará 200 locales con más de 40 giros complementarios a los de la CEDA, entre los cuáles están: joyería, ebanistería, zapatería, telas, blancos y panadería. Asimismo, contará con el servicio de restaurantes, dos sucursales bancarias y oficinas administrativas, así como 104 lugares para estacionamiento y una gasolinera.

Fuente: "Programa de Modernización de la Central de Abasto de la ciudad de México", en su período de junio 1995 a abril de 1996.

## SECCIÓN III PRODUCTOS

### 2.3.1 SECTORES

La Central de Abastos, para la realización de la actividad comercial, se apoya en los siguientes sectores:

- a) Abarrotes
- b) Cremería, Lácteos y Salchichonería
- c) Flores y Hortalizas
- d) Frutas y Legumbres
- e) Locales comerciales y Servicios especializados
- f) Servicio de alimentos
- g) Pescados y Mariscos

El mercado de Pescados y Mariscos no es formalmente parte de la CEDA. Sin embargo, se menciona ya que se encuentra localizada dentro de la superficie correspondiente a las 328 hectáreas. A su vez, el manejo administrativo es independiente, de tal forma que La Viga y la CEDA, son entes diferentes.

El sector de comercialización presenta la siguiente distribución:

SECTOR	
Frutas y legumbres	1,650 bodegas
Abarrotes y víveres	350 bodegas
Locales comerciales	1,317 unidades
Flores y hortalizas	10 hectáreas
Servicio de alimentos	550 unidades
Pescados y mariscos	9 hectáreas

Tabla 1. Datos obtenidos de la revista: "Enlace para el Abasto", Fideicomiso de la Central de Abasto de la Ciudad de México, 1994, p. 16

### 2.3.2 DIVISIÓN

Los sectores de la Central de Abasto están clasificados por:

- Andenes, y
- Pasillos.

Por lo tanto, dependiendo de la mercancía que necesitemos a nivel mayorista, nos dirigiremos al andén o pasillo correspondiente.

La mercancía al menudeo, se localiza en el pasillo I-J, donde las mercancías pueden ser adquiridas por kilo, a un costo relativamente bajo, ya que se eliminan intermediarios.

A continuación se detalla, la división de los sectores de la CEDA:

### ABARROTES

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Abarrotes	1,2,3,4,5	A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-O-P-S-T-W-X
Aceite	3	A-B
Ajonjolí		A-B
Azúcar	3	A-B-E-F
Bacalao		S-T
Botanas		A-B
Café	1, 3	
Camarón seco	2	A-B-C-D
Cerillos		C-D
Chiles secos	1, 2, 3, 4	A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-O-P
Cigarros	1, 2, 3	C-D
Conservas		A-B
Champú		C-D
Detergentes	2, 3	E-F
Dulces	2, 4	A-B-C-D
Especias	1, 2, 3, 4	A-B-C-D-E-F-M-N
Gelatinas		H-G
Granos y semillas	1, 2, 3	A-B-C-D-E-F-G-H
Hojas para tamal		A-B
Licores	2	
Materias primas	2, 3, 4, 5	C-D-G-H-I-J
Miel de abeja	4	
Nueces		A-B
Pastas		A-B-C-D
Pescado seco	4	A-B
Refrescos enlatados		C-D
Semillas	2, 3	A-B-C-D-E-F-G-H
Tortillas	3	

### CREMERÍA, LÁCTEOS Y SALCHICHONERÍA

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Cárnicos	3,4	I-J
Cremería, lácteos y salchichonería	1, 2, 3, 4, 5	E-F-G-H-I-J
Huevo	2, 3, 4, 5	A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-O-P

### FLORES Y HORTALIZAS

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Florería	4	
Flores	1, 3, 4	

### FRUTAS

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Aguacate		I-J-K-LL-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Cacahuate	2	A-B-I-J-M-N-S-T
Caña		O-P-S-T-U-V
Chabacano		K-L
Chicozapote		M-N
Ciruela		M-N-O-P-Q-R-S-T
Coco		M-N-S-T-U-V
Durazno		I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Fresa		I-J-S-T
Fruta de temporada	3, 5	I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Fruta en General	1, 2, 3, 4, 5	A-B-I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Granada		S-T
Guanábana		S-T
Guayaba		I-J-K-L-M-N-O-P-S-T-U-V
Limón		K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Mamey		M-N-S-T-U-V
Mandarina		Q-R-S-T-U-V
Mango		I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Manzana		I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Melón		I-J-K-L-M-N-Q-R-S-T
Naranja		I-J-K-L-M-N-O-P-S-T-U-V-W-X
Papaya		I-J-K-R-S-T-U-V-W-X

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Pera		M-N
Piña		K-L-M-N-O-P-S-T-U-V
Plátano		I-J-K-L-M-N-O-P-S-T-U-V-W-X
Sandía		I-J-K-L-M-N-S-T-U-V
Tuna		S-T-U-V
Uva		O-P-S-T

### LEGUMBRES

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Ajo		K-L-M-N-O-P-Q-R-W-X
Apio		M-N
Betabel		M-N
Calabacita		I-J-O-P
Calabaza		I-J-M-N-O-P-Q-R
Camote		O-P-U-V
Cebolla		I-J-L-M-N-O-P-Q-R
Chícharo		O-P-Q-R
Chiles	1, 2	A-B-I-J-M-N-O-P-Q-R-W-X
Cítricos	5	M-N-S-T-U-V-W-X
Col		I-J
Ejote		O-P
Elote		I-J-O-P
Hortalizas	1, 5	K-L-O-P
Jícama		S-T-W-X
Jitomate		I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V
Lechuga		O-P
Legumbres	1, 5	I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-U-V
Nopal	4	U-V
Papa		I-J-K-L-M-N-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X
Pepino		O-P
Pimiento Morrón		O-P-Q-R
Tomate		M-N-O-P-Q-R
Verduras	1, 5	
Zanahoria		I-J-O-P

**SERVICIOS ESPECIALIZADOS**

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Ahorros	3	
Bancos	2, 3, 4, 5	S-T
Básculas	4	A-B
Carretilleros	2, 3, 4	
Casa de cambio	2	
Consultorio	3, 4	
Despachos	2, 3, 4	
Escritorio público	3	
Inmobiliaria	3	
Óptica	5	
Seguros	2	
Servicios	3	
Servicio Postal Mexicano	2	
Transportistas	5	

**LOCALES COMERCIALES**

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Abastecedoras de Papel	3	
Accesorios Automotrices	3	
Agencias de Viaje	2, 3, 4	
Almacén	4	W-X
Aparatos Electrónicos	2, 3, 5	
Artesanías	1	
Artículos Varios	2, 3, 4	A-B-C-D-E-F
Baberos	3	
Bolsas de Plástico	2, 3, 4, 5	A-B-S-T
Bonetería	4	
Botes	3	
Boutiques	3	
Cables	2	A-B
Carnicerías	4	
Casimires	3	
Cassettes	4	
Cerrajería	3, 4	I-J
Comercio en General	2, 3, 4, 5	
Corsetería	2	

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Diseño Gráfico	3	
Distribuidora de Bolsas	2	
Envases	2, 5	
Equipo de Refrigeración	2	
Expendio Billetes de Lotería	2, 3, 4	
Expendio de Pasteles	2	
Farmacia	2, 4	
Ferretería	1, 2, 3, 4	
Forrajes	2, 3	
Herbolaria	2	
Jarcería	1, 2, 3, 4, 5	C-D
Joyería	4	
Juguetes		A-B
Lavandería	2	
Lonas	2, 3, 4, 5	
Máquinas de Video Juegos	4	
Material eléctrico	4	
Muebles	2	
Pantimedias	2	
Papelería	2, 3	
Peluquería	2	
Perecederos	3	
Perfumería	2	E-F
Pinturas	1, 3	
Plantas Medicinales	3	
Plásticos	2, 3, 4, 5	
Productos Varios	1, 2, 3, 4, 5	A-B-U-V
Refaccionaría Automotriz	2, 3, 5	
Renta de Películas	1, 2, 3	
Reparación de Carretillas	3	
Ropa	1, 2, 3, 4	
Talabartería	3	
Tintorería	2	
Tlapalería	3	
Tortillería	2, 3, 4	
Zapatería	2, 3, 4	

**PESCADOS Y MARISCOS  
NUEVO MERCADO LA VIGA**

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Agencia de Boletos y Carga		E
Camarón		A-C
Distribuidores de Pescados y Mariscos		B-C-D-E-F
Hielo		C
Introdutores de Pescados y Mariscos		A-B-C-D-E
Pescados y Mariscos		A-B-C-D-E-F

**SERVICIO DE ALIMENTOS**

DIVISIÓN	PASILLO	ANDEN
Alimentos en General	1, 2, 3, 4, 5	
Antojería	1, 2, 3, 4, 5	
Barbacoa	2	
Cafetería y Panadería	2, 4	
Carnitas	2	
Cocina	3, 4	
Cocinas en área de hortalizas	1, 5	K-L-O-P
Comida	1, 2, 3, 4	Q-R-W-X
Fonda	3	
Fuente de Sodas	2, 3	
Jugos y Licuados	1, 2, 3, 4, 5	
Juguería	1	
Licuados	3	
Lonchería	1, 2, 3, 4	
Marisquería	4	
Panadería	1	
Repostería y Cafetería	1	
Restaurante	2, 3, 4	
Rosticería	2, 3	
Taquería	1, 2, 3, 4, 5	
Tortería	4, 5	

Fuente: Folleto "Fideicomiso Central De Abasto (CEDA)", Mercomex Siglo XXI, S.A. de C.V., Ed. 1993

## SECCIÓN IV MERCADO

### 2.4.1 EFECTIVIDAD DE OPERACIONES

Para determinar la eficiencia o ineficiencia del mercado de la Central de Abasto, se analizó el porcentaje de bodegas en operación en relación con el total de aquellas construidas a lo largo del país, con el fin de identificar si la demanda ha sido cubierta satisfactoriamente a través de una oferta adecuada.

COMUNIDADES MAYORISTAS	B	O	D	E	G	A	S	%
	TOTAL	% TOTAL	OCUPA -DAS	% TOTAL	DESOCU -PADAS	EFICIEN -CIA		
Aguascalientes	750	5.46	551	5.69	199	73.47		
Baja California	152	1.11	0	0.00	152	0.00		
Coahuila	252	1.83	252	2.60	0	100.00		
Chiapas	176	1.28	58	0.60	118	32.95		
Chihuahua	470	3.42	262	2.71	208	55.74		
<b>Distrito Federal (CEDA)</b>	<b>2,145</b>	<b>15.61</b>	<b>2,122</b>	<b>21.91</b>	<b>23</b>	<b>98.93</b>		
Durango	548	3.99	379	3.91	169	69.16		
Guanajuato	780	5.67	528	5.45	252	67.69		
Guerrero	392	2.85	158	1.63	234	40.31		
Hidalgo	50	0.36	50	0.52	0	100.00		
Jalisco	1,304	9.49	1,262	13.03	42	96.78		
México	956	6.96	655	6.76	301	68.51		
Michoacán	806	5.86	508	5.25	298	63.03		
Morelos	167	1.21	77	0.80	90	46.11		
Nayarit	130	0.95	13	0.13	117	10.00		
Nuevo León	1,019	7.41	677	6.99	342	66.44		
Oaxaca	57	0.41	57	0.59	0	100.00		
Puebla	1,078	7.84	611	6.31	467	56.68		
Quintana Roo	120	0.87	72	0.74	48	60.00		
San Luis Potosí	400	2.91	320	3.30	80	80.00		
Sinaloa	441	3.21	247	2.55	194	56.01		
Sonora	158	1.15	126	1.30	32	79.75		
Tabasco	80	0.58	80	0.83	0	100.00		
Tamaulipas	295	2.15	249	2.57	46	84.41		
Veracruz	762	5.54	234	2.42	528	30.71		
Yucatán	56	0.41	23	0.24	33	41.07		
Zacatecas	201	1.46	113	1.17	88	56.22		
<b>Gran Total</b>	<b>13,745</b>	<b>100.0</b>	<b>9,684</b>	<b>100.0</b>	<b>4,061</b>	<b>70.45</b>		

Fuente: Enlace abasto y alimentación, publicación bimestral año 1 No. 2

En relación a esta información, podemos señalar que de las 13,745 bodegas construidas en las distintas centrales de abasto se observan ocupadas el 70.45% es decir, 9,684 bodegas se mantienen en actividad mientras que 4,061 no reflejan actividad, esto nos demuestra un crecimiento de centrales no planeado, dando por resultado mercados ineficientes, tales como:

La Central de Abasto de Nayarit con una ocupación del 10%, es decir, de sus 130 bodegas, sólo 13 operan y 117 bodegas se mantienen cerradas. Su porcentaje de participación en el desarrollo comercial es del 0.95% (130 /13, 745), y el de operación con respecto al total de bodegas es del 0.13% (13/9,684).

Sin embargo, también se crearon mercados eficientes, tales como:

- Coahuila (100%)
- Distrito Federal (98.93%)
- Hidalgo (100%)
- Jalisco (96.78%)
- Oaxaca (100%)
- San Luis Potosí (80%)

"El crecimiento de la Ciudad de México ha llevado a la Central a comercializar el 40% de la producción nacional de hortifrutícolas y satisfacer directamente el 80% de los requerimientos del Distrito Federal y municipios conurbados."<sup>3</sup> Esto significa que todos los días se realizan transacciones comerciales con 23 mil toneladas de alimentos perecederos y 4 mil toneladas de abarrotes y víveres aproximadamente.

#### **2.4.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO AL MAYOREO**

La diferencia entre un mercado al mayoreo y uno al menudeo, será en función al volumen de ventas que intervienen en una negociación. En la venta al mayoreo, se vende la mercancía en costales, caja, camiones y kilos (cantidades mayores de 10 kilos).

La Central de Abasto, es un mercado de venta al mayoreo, que permite:

- a) Tener los productos más cerca del consumidor final, a través de tianguis y mercaditos, donde el encarecimiento del producto dependerá de la eficiencia de los canales de distribución, a partir de la CEDA al consumidor final.
- b) Concentración del producto en un solo lugar, con lo cuál existe una tendencia a la normalización del mismo.

---

<sup>3</sup> Departamento del Distrito Federal, "CEDA, Ciudad de México", Coordinación General de Abasto, p.4

- c) Menor precio, cuando los acopiadores asumen el riesgo de los diferentes volúmenes de entrada del producto a la CEDA.

Es denominado también como comercio mayorista privado. Este sector es el principal de la Central de Abasto. Su gran número de volumen de ventas constituye un factor determinante para el abasto alimentario y la comercialización.

Debido a los problemas presentados en la comercialización de productos hortifrutícolas, el Departamento del Distrito Federal, promovió estimular la administración en:

- Apoyar la comercialización, en especial, de ferias, congresos, simposios, etc.
- Supervisar la Central, a fin de evitar prácticas de comercio directo en andenes de carga y descarga e invasión de pasillos de compradores para venta de productos al menudeo.
- Regularizar los giros comerciales.
- Regular la normatividad de la cesión parcial y temporal de derechos sobre bodegas de almacenamiento.

Con esto se pretende incrementar una sana competencia comercial.

### **2.4.3 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE PRODUCTORES**

Los productos que se comercializan en este mercado son principalmente los siguientes:

- Naranja
- Toronja
- Papa
- Plátano
- Mandarina
- Mango

Los últimos dos son de temporada.

El objetivo de esta plaza es:

1. Dar asistencia técnica para formar agrupaciones de productores de cada artículo y vincularlos directamente con cadenas oficiales y privadas de distribución al detalle,
2. Promover la coordinación entre dependencias oficiales con funciones de apoyo a productores,
3. Impulsar la formación de comités estatales de comercialización, e
4. Instrumentar programas específicos.

La Central cuenta con canales permanentes de comercialización directa de productores. Sin embargo, la zona de subasta no responde a las necesidades de canalizar un volumen representativo de productos hortifrutícolas mediante subasta pública y, consecuentemente, constituirse en mercado alternativo que dé mayor transparencia a la comercialización y formación de precios.

#### **2.4.4 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO AL MENEDEO**

En el mercado al menudeo se realizan principalmente operaciones en función a la unidad de masa "kilo" donde se pueden adquirir una mayor variedad de productos, a un precio mayor.

En 1983 por decreto presidencial, se tipifica a la Central de Abasto del Distrito Federal como un servicio público. Esta decisión abrió la posibilidad auténtica de lograr los siguientes objetivos de la Central:

- Garantizar el abasto a la Ciudad de México.
- Inducir la programación de la producción hortifrutícola.
- Mejorar el ingreso de los productores.
- Hacer transparente la comercialización y formación de precios.
- Ordenar y modernizar la comercialización de frutas, legumbres, hortalizas, abarrotes y víveres.
- Coadyuvar a que los consumidores de bajos ingresos tengan acceso real a los productos perecederos básicos.

El precio de los productos que se ofrecen en el mercado al menudeo son más caros, porque:

- se paga la intervención de mayor número de intermediarios,
- se incluye el costo de mermas y almacenaje, y,
- se considera la mano de obra, en el proceso de selección del producto.

## **SECCIÓN V**

### **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

#### **2.5.1 VENTAJAS DE COMPRAR EN ESTE MERCADO**

La CEDA, es un mercado que cumple con todas las características necesarias para la realización de operaciones comerciales de forma eficaz y eficiente, ya que cuenta con un lugar físico, reglas de participación, intermediarios autorizados por la costumbre, y un comité de seguridad. Lo que permite a los participantes de éste mercado actuar de forma clara y segura.

La ventajas que ofrece son:

- Tener un lugar donde los productores puedan ofrecer sus productos a un precio justo, ya que al concentrar todos los oferentes en un lugar, se protege al productor, comerciante y consumidor, de la actuación ineficiente de intermediarios.
- Tener la participación activa del intermediario, quien asume el riesgo, a través del costo de financiamiento y de distribución, en los productos que adquiere directamente del productor.
- Ofrecer precios relativamente justos, ya que su movimiento es en base a la oferta y la demanda. Es decir, de acuerdo al ofrecimiento de productos (volumen de productos total ingresado a la CEDA), así como en relación a la demanda del mismo.
- Mejorar la calidad de productos ante la existencia de un mercado oligopólico, ya que los pequeños locales se ven obligados a dar mejor calidad y una mayor valor agregado para poder vender. Esto a su vez motiva a los "agentes líderes" a ofrecer una mejor calidad.
- Disminuir la especulación de productos perecederos al concentrar todos los comerciantes en un solo lugar. Sin embargo, ésta no se descarta debido a la existencias de refrigeradores especiales, que permiten conservar alimentos en buen estado; esto a su vez representa un costo para el comerciante.
- Aumentar la competencia entre comerciantes, al concentrarlos en un establecimiento.

- Tener un mercado con la infraestructura necesaria para evitar mermas innecesarias (que se generaban por las malas condiciones de las bodegas) y ofrecer seguridad a los bodegueros.

Finalmente, en este mercado encontramos que: "el diferencial de precios que existe entre los diversos canales detallistas es superior al 50% en un buen número de productos básicos, siendo siempre superior el precio de los alimentos en las "tiendas de barrio" o canales tradicionales respecto a las cadenas de autoservicio o canales modernos. Aún más, en los precios comerciales de venta al mayoreo o medio mayoreo no guardan relación con los precios al consumidor, incluyendo a los canales comerciales modernos, donde los productos de abarrotes tienen un precio entre el 30% y 40% superior a aquellos centros comerciales, mientras que en productos perecederos esta diferencia llega a ser superior en más del 100%.

En la Central de Abasto de la Ciudad de México los precios de los alimentos en general, han tenido un efecto antinflacionario; el incremento de precios ha corrido por abajo de la inflación, particularmente el índice de precios al consumidor de los alimentos. En 1995, en términos reales, los principales productos se redujeron entre el 15% y el 20%, en su precio al mayoreo. Durante los primeros tres meses de 1996 los precios registraron un comportamiento prácticamente estático, incluso con una leve disminución, cuando la inflación acumulada fue cercana al 10%. Para el mes de junio los precios al mayoreo se incrementaron de manera importante, principalmente por el desplome de la producción agrícola, particularmente el frijol, llegando al 11.8% de incremento acumulado en el año, mientras que la inflación superó el 15%."<sup>4</sup>

Por lo anterior, se ha determinado que el encarecimiento del precio de los alimentos se debe principalmente al diferencial de precios entre el comerciante y el consumidor final, originado entre otras, por:

- Alto índice de mermas,
- Mala infraestructura (maquinaria, transporte, etc.)
- Alta dispersión de la oferta,
- Ineficiencia de los canales de comercialización,
- Éxito o fracaso de la producción/ cosecha.

---

<sup>4</sup> Central de Abasto de la Ciudad de México, "Enlace abasto y alimentación año I No.3", Asesoría Integral Agropecuaria Administrativa, S.A. de C.V., 1996

## **2.5.2 DESVENTAJAS DE COMPRAR EN ESTE MERCADO**

La Central de Abasto, es un mercado que permite la realización de operaciones comerciales relativamente eficientes. Sin embargo, el deseo por generar mayores utilidades y tener mayor poder, son algunas de las causas que evitan la eficiencia comercial.

Las desventajas que ofrece son:

- Control de los precios por parte de los comerciantes, al concentrar a los mismos en un solo lugar, en donde el precio no atiende a la oferta y demanda del producto sino a la especulación del mismo. De tal forma, que el precio muchas veces no corresponde a una demanda elástica del producto.
- Demanda inelástica (la cantidad demandada de un bien responde en menor proporción que la variación del precio), la cual atiende principalmente a la intervención de intermediarios ineficientes dentro del canal de distribución, así como a la existencia de frigoríficos, los cuales de alguna forma permiten la especulación de productos.
- Existencia de un mercado oligopólico, se dice que sólo un sector de 10 a 40 participantes manipula el precio, éste rango es amplio debido a que se ha considerado un promedio de todos los productos comercializados en la CEDA.
- Realización de transacciones de "camión a camión", con lo cual se incrementa el número de intermediarios innecesarios, quienes sólo obstaculizan la eficiencia comercial.
- Falta de seguridad. Respecto a éste punto, se está trabajando arduamente, ya que es un mercado cuyas operaciones se realizan principalmente entre las 4:00 y 11:00 AM. Después de este horario el tipo de transacciones que se realizan son principalmente de menudeo. La CEDA cierra a las 18:00 horas.

### 2.5.3 COMPARATIVO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar físico, donde se pueden encontrar todas las variedades de frutas y legumbres; así como de flores y gran variedad de abarrotos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunir varios servicios y productos en un solo establecimiento, en donde todas las operaciones de los diferentes mercados se realizan dentro del mismo horario, contribuye a:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• incrementar el tráfico,</li> <li>• disminuir la seguridad, e</li> <li>• intervenir en la determinación del precio.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El precio actúa principalmente en base a la Ley de la Oferta y la Demanda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actuación de los intermediarios y la existencia de un mercado oligopólico, permite intervenir en la determinación del precio.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La creación de este mercado, permite una mayor seguridad para los comerciantes, ya que las bodegas poseen una infraestructura adecuada para evitar los robos de mercancías, así como la propagación del fuego entre locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ La participación de "agentes líderes", que adquieren mayor número de bodegas con el fin de poder enajenar mayor cantidad de artículos y acaparar mercado, con lo cual se propicia a               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervenir en la fijación del precio, y</li> <li>• Dar origen al monopolio.</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los precios que en la Central observamos, han presentado un efecto antinflacionario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación del intermediario y "agentes líderes", ha contribuido a que los precios se incrementen.</li> </ul>

## **CAPÍTULO 3**

### **DESCRIPCIÓN**

### **DEL PROCESO**

### **DEL MANEJO FINANCIERO**

## **SECCIÓN I COMERCIALIZACIÓN A NIVEL PRODUCTOR**

### **3.1.1 GENERALIDADES**

El desarrollo de las operaciones comerciales del mercado de subasta ocupa una extensión del 10.40% respecto al área de comercialización de 106.73 hectáreas, es decir, una superficie de 11.10 hectáreas.

Del total de producto hortifrutícola ingresado a la CEDA, aproximadamente el 10% es comercializado en esta zona. Además, este mercado tiene una capacidad aproximada de entrada de camiones de 624 trailers, es decir 20 mil toneladas, aproximadamente.

La clasificación principal de los participantes, se basa en la capacidad económica de los agricultores para cosechar, y hasta transportar la mercancía al lugar de venta, o en ser comerciantes, es decir:

- a) Agricultores de autoconsumo: Destinan el excedente de su producción de autoconsumo a la venta, a través de:
  - Comerciantes “intermediarios”, que venden en los pueblos cercanos, o bien;
  - Acopiadores, que recolectan mercancía de diversos latifundios para llenar camiones, y venderlos dentro de la Central de AbastoEste grupo tiene muy poca influencia en el mercado.
- b) Agricultores y Productores: Venden su producción a través de intermediarios reconocidos más no autorizados, quienes pueden colocar la mercancía en la Central de Abasto.
- c) Productores- Comerciantes: Comercializan como primer canal de distribución el producto en sus bodegas de la Central de Abasto; el excedente de mercancía se realiza en el mercado de Subasta de este mismo mercado.

Lo que caracteriza a este mercado, es la venta a camión cerrado, donde de acuerdo a la categoría del producto se fija el “precio del camión”, castigando el precio del mismo en base a la heterogeneidad del producto.

Asimismo, podríamos decir que el tipo de vehículo que ejerce mayor presencia es el denominado “rabón” con una capacidad promedio de 7.5 toneladas.

### 3.1.2 UBICACIÓN

El lugar donde se llevan a cabo este tipo de operaciones es en el Fideicomiso Central de Abasto de la Ciudad de México, a un costado del Eje 6 sur, y de los pasillo de frutas y legumbres.

Esta zona se compone de 5 andenes, donde se comercializan diferentes productos, con una capacidad de 200 camiones por andén, es decir, de 1,000 camiones diarios aproximadamente.

Sin embargo, dependiendo de la temporada es el número de vehículos que entran a está zona , por ejemplo:

En noviembre de 1996, existió la siguiente participación por productos:

PRODUCTO	VOLUMEN MENSUAL (TON)	PROMEDIO CAMIONES DIARIO
Naranja	30,435	101
Plátano	11,205	37
Toronja	2,985	10
Papa	1,429	5
Tangerina	1,300	4
TOTAL	47,354	157

Fuente: Mercado de Subasta

En diciembre de 1996, la participación en el mercado fue la siguiente:

PRODUCTO	VOLUMEN MENSUAL (TON)	PROMEDIO CAMIONES DIARIO
Naranja	34,325	111
Plátano	10,025	32
Toronja	3,590	12
Papa	2,645	9
Tangerina	653	2
TOTAL	51,238	166

Fuente: Mercado de Subasta

Para obtener el promedio de camiones diario, se considero con una capacidad de 10 toneladas de carga por transporte.

De acuerdo a lo anterior, podemos observar que la capacidad de comercialización en esta zona corresponde aproximadamente a un 20%; la cuál varía dependiendo de la temporada, para llegar hasta una capacidad utilizada real del 60% aproximadamente, esto se debe a que el 40% restante se utiliza como zona de traspaso de mercancía, o bien, pernocta de transportistas.

### 3.1.3 PRODUCTOS

Los productos que podemos encontrar en el mercado de subasta de la Central de Abasto, son los siguientes:

- Naranja
- Plátano
- Toronja
- Mango
- Papa

La ubicación de esta mercancía se encuentra en:

ANDEN	PRODUCTO
Número 1	Papa
Número 2	Pernocta
Número 3	Fruta de temporada
Número 4	Traspaso
Número 5	Cítricos y plátano

Sólo se han llegado a comercializar éstos productos, debido a que gran parte de los productores realizan sus operaciones en forma independiente, a través de:

- Productores que negocian directamente con los bodegueros,
- Bodegueros, que producen y comercializan,
- Camionetas que circulan en la periferia de la CEDA ofreciendo productos, y que ya son conocidos.

El producto de mayor presencia en este mercado es la naranja, y después la papa. Asimismo, éstos se estiman como dos de los diez "productos estratégicos" de mayor ingreso a la Central, de tal forma que ambos representan el 59% del volumen total, de la siguiente manera:

Naranja	47 %
Papa	12%

Los ocho "productos estratégicos" restantes representan un volumen del 26%, mientras que el 15% sobrante se encuentra distribuido en los demás insumos, los cuales se comercializan en el mercado de "flores y hortalizas" y "frutas y legumbres", principalmente, sin descartar el mercado de "subasta y productores", para algunos artículos.

### **3.1.4 REGLAS**

Existe un reglamento que regula todas las operaciones que se llevan a cabo en el Mercado de Subasta y se rige a través del Reglamento Interior de la Central de Abasto en su capítulo X. Dichas normas tienen su origen en el modelo del Mercado de Subasta y Productores de Francia, situación que demerita y resulta poco práctica cuando pretende aplicarse a un mercado tan "sui generis" como el de Iztapalapa.

El Mercado de subasta que propone el reglamento, establece la participación de corredores autorizados, en donde cada vendedor debe registrar la mercancía que desea subastar a más tardar una hora antes de la subasta. El pago de la operación debe realizarse en el acto de entrega del producto. En caso de que la mercancía no pueda venderse, el subastador declarará desierta la mercancía, quedando a libre disposición del vendedor, etc. De tal forma que existen varios aspectos que dentro de este mercado no corresponden al funcionamiento del mismo.

Sin embargo dentro de estos 22 artículos, que comprende del Número 92 al 113, hay aspectos que corresponden al manejo práctico de este mercado, tales como:

Artículo 94.- Se entiende por zona de subasta y productores el lugar destinado a la comercialización de productos agrícolas donde puedan concurrir los usuarios productores a ofrecer sus productos en calidad de vendedores y los usuarios en general en calidad de consumidores.

Artículo 95.- Las operaciones de compra venta que se celebren, serán exclusivamente a mayoreo.

Artículo 98.- Los vendedores tendrán las siguientes obligaciones:

- I. Cubrir previamente la cuota correspondiente que fije el operador de la subasta.
- II. Comunicar al operador de la subasta, la calidad del producto, su procedencia y demás información que le soliciten.
- III. Efectuar las operaciones de compraventa en las áreas que le sean asignadas por el operador de la subasta.
- IV. Informar al operador de la subasta, de las operaciones realizadas.

Artículo 100.- Toda operación de venta efectuada en subasta deberá ser pagada en el acto de entrega del producto a satisfacción del comprador.

Sin embargo, la principal regla que se observa es:

Ley de la Oferta y la Demanda, donde de acuerdo al volumen ingresado a la CEDA, y las tendencias de ingreso durante los siguientes tres días aproximadamente, es lo que permite establecer las reglas de comercialización en los productos.

### 3.1.5 PARTICIPACIÓN

La participación dentro de este mercado, se observó de la siguiente manera, durante los meses de noviembre y diciembre de 1996:

PRODUCTO	NOVIEMBRE 1996		DICIEMBRE 1996	
	VOLUMEN	PART. %	VOLUMEN	PART. %
Naranja	30,435	64.3	34,325	67.0
Plátano	11,205	23.7	10,025	19.6
Toronja	2,985	6.3	3,590	7.0
Papa	1,429	3.0	2,645	5.2
Tangerina	1,300	2.7	653	1.2
<b>TOTAL</b>	<b>47,354</b>	<b>100.0</b>	<b>51,238</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Mercado de Subasta

De estos productos, el de mayor participación es el de la naranja, ya que del 100% que ingresa a la Central, aproximadamente el 80% se vende en el área de subasta; y de este porcentaje considerado como el 100% en subasta, aproximadamente el 85% es comercializado posteriormente en bodegas.

En relación a la participación de los intermediarios que controlan este mercado por el número de operaciones que realizan, se estima el siguiente:

- Comercialización de la naranja: Se estima que de las 1005 operaciones que se realizan, el 85% son controladas aproximadamente por 5 ó 7 intermediarios; quienes no tienen autorización para realizar este tipo de actividades, sin embargo el reconocimiento otorgado por los participantes y la tradición, es lo que les permite realizarlas.
- Comercialización de Cítricos: Considerado por la naranja, principalmente. Se vende también la toronja y la tangerina, en donde el mayor número de operaciones son realizadas por el intermediario de la naranja.

- Comercialización del plátano: Se caracteriza por ser un mercado muy concentrado pues se realizan las negociaciones a través de las mismas familias que producen, transportan y comercializan en subasta y en bodegas.
- Comercialización de papa: Es un mercado donde se trata de proteger al productor, es decir, de no castigar el precio de su mercancía, esto se puede realizar a través de:
  - Corredores con credencial o intermediarios autorizados .
  - Organizaciones, que los mismos paperos han creado.

### **3.1.6 DESARROLLO DE LA OPERACIÓN**

La naranja es el principal producto que se comercializa. El desarrollo de la operación es de la siguiente forma:

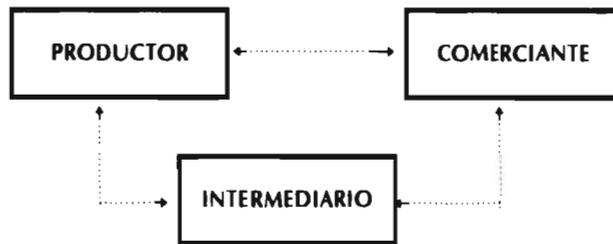
- I. Cualquier productor puede asistir a este mercado con su camión a realizar una operación de compraventa. La efectividad de la operación en teoría, dependerá de la calidad de su producto y el precio de su mercancía. Esto se debe a que el productor generalmente ofrece su mercancía a un precio justo pero los comerciantes saben que pueden bajar el precio del mismo, porque si la transacción no se realiza en el plazo de los siguientes 3 días aproximadamente, el productor pierde la mercancía, los gastos de fletes, pernocta, etc.
- II. Aquellos productores que desean allegarse a este mercado, y no han sido presentados con los intermediarios. La CEDA realiza un comité para que ambas partes se conozcan, y puedan llegar a un acuerdo. De esta forma el productor, se asegura que su mercancía sea colocada al mejor precio pero sobretodo que sí se realice la negociación.

La participación de la CEDA es sólo administrativa y estadística, nunca reguladora por lo que su intervención se remite únicamente a la presentación de las partes para ventilar las negociaciones.

- III. Por otra parte, un productor que conoce a un intermediario, le manda su camión para que se lo promueva sin compromiso de venta. De esta forma, el manejo es el siguiente:

- Los intermediarios por hacerse cargo del camión cobran una comisión aproximada de \$400.00 a \$600.00 pesos.
- El intermediario paga de contado al productor, cuando se realiza la transacción, independientemente la operación sea a crédito o contado, por lo que adicionalmente él cobra un 3% aproximadamente por financiamiento.

- Cuando un intermediario, observa que hay mercancía dañada, castiga un porcentaje del camión, para pactar el precio final de mismo.
- No existen contratos ni títulos de crédito, la palabra vale más.



- Para que el camión pueda salir de subasta, debe pasar por el control de básculas donde se determina cuantas toneladas se compraron. Esto se realiza debido a que en este mercado al realizarse la transacción se desconoce el número de toneladas que tiene cada camión; y por lo tanto, cada intermediario realiza una estimación en base a la experiencia.

IV. Una vez que se ha realizado la transacción, el camión se dirige a la zona de bodegas, donde se pule el producto, y selecciona la fruta de acuerdo a su tamaño, contando para ello con maquinaria o bien con la ayuda de peones. De esta forma se le da un valor agregado, al producto.

En el mercado de la papa, el desarrollo comercial es a través de corredores autorizados. En este andén, se está comenzando a utilizar los contratos.

### **3.1.7 FIJACIÓN DEL PRECIO**

Para establecer el precio "del camión" los intermediarios toman en cuenta principalmente los siguientes parámetros:

- Calidad,
- Temporada,
- Oferta,
- Demanda,
- Lugar de procedencia,
- Porcentaje de merma, y,
- Precio del día anterior.

### **3.1.8 LA IMPORTANCIA Y CAUSAS POR LA CUAL SE DA LA FIGURA DEL: INTERMEDIARIO**

La existencia de éste personaje que algunos conocemos bajo el nombre de “coyote” es esencial para la realización de algunas operaciones dentro de la Central de Abasto.

Las causas por las que existe son:

1. Falta de recursos de los productores para financiar el flete, las condiciones de conservación del producto, lugar donde comercialarlo, etc.
2. Caciquismo
3. Falta de tecnología.
4. Falta de conocimiento de su mercancía.
5. Minifundios

La necesidad de recurrir a un intermediario se debe a que:

1. Los productores no clasifican por calidad sus mercancías, de tal forma que al realizar sus negociaciones por lo regular salían perdiendo; ya que al acudir a la CEDA, los precios que se les ofrecían iban por debajo de sus costos, ante lo cuál las ganancias prácticamente eran nulas, y generalmente tenían pérdidas.
2. El intermediario asegura al productor colocar su mercancía a un buen precio, es decir, colocarla lo más pronto posible para evitar mermas que rebajen su precio, por la maduración del producto.
3. Esta personalidad permite financiar al comerciante en el momento de realizar la operación de contado o a crédito, con plazos desde un día y hasta tres meses.

El número de comerciantes que dejan de pagar a los intermediarios, es aproximadamente del 0.5%, ya que el no cumplir con su palabra representa problemas en su acceso a la Central, para su próxima visita.

El intermediario al pagarle al productor, generalmente indica un precio de operación menor al real, obteniendo una ganancia adicional. Hay que señalar, que el plazo de pago al productor por parte del intermediario, es inmediata a la realización de la transacción, independientemente el comprador realice su operación a crédito o de contado.

Finalmente, el intermediario esta en una lucha constante por el poder para controlar el mercado y regular el precio.

### 3.1.9 REQUISITOS PARA PARTICIPAR

De acuerdo al estudio realizado, se determinó que los participantes deben cumplir con dos requisitos:

- I. Cubrir un pago de cuotas, que dependerá del tipo de camión:

TIPO DE TRANSPORTE	CUOTA
Pick-up	8.50
Redilas	10.00
Rabón	16.50
Tortón	24.50
Trailer	49.00

Cuotas del mes de marzo de 1997

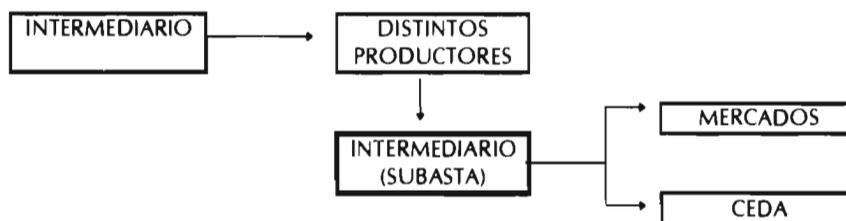
- II. Conocer al menos uno de los intermediarios, para que la mercancía pueda subastarse en las mejores condiciones. Si no se conoce a éste, la CEDA presentará a las partes para que establezcan las reglas de la negociación.

### 3.1.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

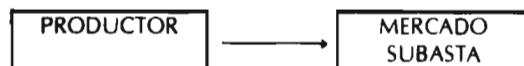
El canal de comercialización para el productor que va directamente con el intermediario, y de ahí a la CEDA o mercados, es el siguiente:



El canal de comercialización para el intermediario que va con los distintos productores y realiza el acopio para vender los productos es:



El productor que actúa por cuenta propia. Este canal se utiliza principalmente en la comercialización del plátano.



## **SECCIÓN II COMERCIALIZACIÓN DE ABARROTES**

### **3.2.1 GENERALIDADES**

El área ocupada para la realización de actividades comerciales de abarroses, se refiere al 14.57% con respecto al área de comercialización de 106.73 hectáreas, que tiene una extensión de 15.55 hectáreas. A su vez, corresponde al 23% del área total dedicada a la comercialización en bodegas. La extensión de las bodegas es en promedio de 184m<sup>2</sup>, un 22% mayor que la del mercado de frutas y verduras.

El mayor número de vehículos que se observa, son los de tipo trailer con una capacidad promedio de 20 toneladas, esto se debe a que las compras que realizan los bodegueros principalmente son con fábricas.

La clasificación principal de los comerciantes de abarroses se basa en:

- a) Comerciantes que compran directamente al fabricante.
- b) Comerciantes que compran directamente de acopiadores, principalmente en la compra de granos y chiles secos.
- c) Comerciantes, que realizan adquisiciones esporádicas a las camionetas que circulan dentro de la CEDA.

Independientemente de cuál sea el medio de la negociación, el bodeguero siempre analizará la calidad de la mercancía, y el precio.

### **3.2.2 UBICACIÓN**

Se ubica a un costado del Eje 5 sur y del deportivo CEDA. La comercialización de abarroses se realiza a lo largo de 4 pasillos, clasificados por las letras: A, B, C, D, F, G, y H.

De acuerdo al censo de 1985, se determinó que el número de bodegas en abarroses era de 350, las cuáles se distribuían de la siguiente manera:

Número Total de bodegas	350	100%
No Compartidas	290	83%
Compartidas	7	2%
No Especificadas	53	15%

Fuente: Censo realizado del 18 noviembre al 15 de diciembre de 1985.

### 3.2.3 PRODUCTOS

Los productos que se comercializan se clasifican en los siguientes grupos:

- a) Abarrotes
- b) Chiles secos
- c) Dulces
- d) Frutas secas
- e) Granos
- f) Jarcería
- g) Lácteos
- h) Otros

La clasificación de estos grupos, es la siguiente:

PRODUCTO	PASILLO
Abarrotes	A, B, C, D, E, F, G, H
Chiles secos	A, B, C, D
Dulces	A, B, C, D, E, F, G, H
Frutas secas	A, B, C, D, E,
Granos	A, B, C, D, E, F, G, H
Jarcería	A, B, C, D, E, F
Lácteos	G, H

Fuente: Folleto "Fideicomiso Central de Abasto de la Ciudad de México", Edic. 1993, Mercomex Siglo XXI, S.A. de C.V.

### 3.2.4 REGLAS

El mercado de la Central de Abasto regula las operaciones de abarrotes en el Capítulo V del Reglamento Interior, denominado "PARTICIPANTES Y USUARIOS", el cual abarca del artículo 19 al 31.

A continuación se enuncian algunos de los artículos que considero más importantes:

Artículo 19.- "Ningún participante sea persona física o persona moral, podrá adquirir los derechos de uso, u operar bodegas, almacenes o instalaciones por sí, o por interpósita persona, en proporción tal que rebase el 15% del área total destinada a la comercialización de los siguientes productos o a la prestación de servicios en crujías y el relativo a transporte.

- a) Perecederos: Legumbres, hortalizas, frutas y flores.
- b) Abarrotes en general (incluye el sector de venta de huevo).
- c) Granos y semillas.
- d) Pescados y mariscos.
- e) Huevo y lácteos.
- f) Los demás que autorice la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Artículo 21.- Los participantes quedan obligados al pago de cuotas de administración y mantenimiento en la cantidad y forma que les dicte el Comité Técnico del Fideicomiso.

Artículo 22.- Los participantes deberán destinar sus bodegas o locales únicamente al giro señalado en el convenio salvo aprobación previa del Comité Técnico.

Artículo 26.- Los participantes y conforme a su giro pondrán a la vista de los compradores los productos en venta y deberán contener de manera visible la unidad de medida de venta, la variedad, y en su caso la norma de calidad que los ampare.

Sin embargo, el apego que tienen los bodegueros a este Reglamento Interior viene siendo prácticamente nulo, debido a que la regla suprema de la Central corresponde a la:

- Ley de la Oferta y la Demanda.
- La segunda Ley a la cual atiende este mercado, en el sector de abarrotes, dulces, lácteos, cremerías, etc., es a la "Ley de la Percepción" de las leyes de mercadotecnia, ésta se basa en la batalla de percepciones de marcas, es decir, el posicionamiento por el consumo de un producto en relación con otros.
- En el mercado de granos está segunda Ley, atiende al hecho del acaparamiento del mercado, determinado por el poder que un bodeguero ejerce sobre otros para la adquisición de productos a plazos y de tener una mejor calidad que ofrecer.

### 3.2.5 PARTICIPACIÓN

La participación en la zona de abarrotes se ve distribuida de la siguiente manera:

PRODUCTO	VOLUMEN	
	No. bodegas	%
Abarrotes	140	45.45
Chiles secos	45	14.62
Dulces	20	6.50
Frutas secas	20	6.50
Granos	41	13.30
Jarcería	7	2.27
Lácteos	35	11.36
TOTAL	308	100.00

Fuente: Datos obtenidos en base a la observación realizada durante marzo de 1997, en el mercado de abarrotes considerando solamente las bodegas internas de los pasillos correspondientes.

De lo anterior, podemos señalar que los sectores de mayor participación son: el de abarrotes, debido a la gran variedad de productos que se ofrecen. A su vez, el sector de menor participación corresponde al de jarcería debido a que el mayor volumen de ventas se localiza aún en La Merced y Jamaica.

En relación a la participación de los bodegueros en las bodegas es:

Número de Bodegueros	350	100%
Bodegas No Compartidas	329	94%
Bodegas Compartidas	21	6%

Fuente: Censo realizado del 18 noviembre al 15 de diciembre de 1985.

El porcentaje de bodegas compartidas en este mercado es menor al mercado de frutas y legumbres, debido a la infraestructura que los bodegueros deben tener para conservar sus productos. Ejemplo: refrigeradores, demostradores, cámaras de congelación, etc.

### 3.2.6 DESARROLLO DE LA OPERACIÓN

Los tipos de operaciones que se pueden realizar para la compraventa de productos son:

- i. El comprador puede contactar directamente con empresas transformadoras y obtener un mejor precio. Ejemplo: compra de refrescos.

- II. El comprador podrá adquirir la mercancía a través de un acopiador, quien realizará la negociación en base a:
- a) El comerciante que mejor precio ofrezca.
  - b) El comerciante que ya tenga establecido la promesa de compra de la mercancía de cierto acopiador.
- III. Un productor puede asistir a este mercado con su camión a realizar una operación. Sin embargo la efectividad de la misma, dependerá de la calidad y el precio de su producto, en teoría.
- IV. El bodeguero pequeño con un capital menor que no puede establecer negociaciones con fábricas, realizará las adquisiciones de su mercancía con el bodeguero mayor.

En este mercado, se observa con mayor frecuencia la especulación, ya que los productos tienen una mayor tiempo de conservación, de tal forma que pueden "almacenarse".

### **ALMACENAMIENTO**

El almacenar los productos significa para los bodegueros un costo adicional. El área dedicada a proporcionar este servicio es propiedad de "Promotora AFA, S.A. de C.V.", y se encuentran dentro de la CEDA. El precio de almacenaje se cobra en proporción al número de toneladas y el tiempo que se guarden.

### **CRÉDITO**

Las operaciones de crédito que se puede establecer son en promedio de un día a cuarenta y cinco días.

En la realización de operación a crédito entre productores, no es necesario comprobante alguno debido a que la "palabra, vale más". Asimismo, no se tiene un alto índice de fraudes, porque cuando un pago no se realiza en el período preestablecido, se empieza a perder la "reputación". Sin embargo, algunos comerciantes prefieren pagar de contado, aprovechando un descuento por pronto pago.

### **EQUIVALENCIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Las operaciones se realizan de acuerdo a las siguientes equivalencias:

- a) Cajas,
- b) Kilos,
- c) Costales (en el caso de granos), y

d) Pieza (para el caso de abarrotes o lácteos - jamones, quesos, leche, etc.)

### **3.2.7 FIJACIÓN DEL PRECIO**

El precio que se ofrece a los comerciantes, varía en relación a cada sector, es decir:

#### **ABARROTES, LÁCTEOS Y DULCES**

La mayoría de los productos que se comercializan son adquiridos directamente a los fabricantes, aproximadamente en un 90%, por lo que su precio en el mercado al detalle es controlado.

El precio de compra al fabricante se negocia en relación al descuento. De tal forma que el bodeguero que mejor descuento obtiene puede ofrecer un mejor precio y obtener una mejor utilidad.

El 10% restantes de las operaciones realizadas en este sector, son realizadas con empresas pequeñas localizadas dentro de la Ciudad de México y principalmente en granjas, donde se transforma el producto, por ejemplo en el caso de lácteos.

#### **CHILES SECOS, FRUTAS Y GRANOS**

En este sector se observa el concepto de almacenamiento como un factor determinante para el incremento de precios. Éste, puede ser enfocado desde dos puntos de vista:

- a) Positivo.- Los bodegueros proveen existencias durante el año para tener la capacidad de surtir el producto a lo largo del mismo; para aquellos productos que sólo se cosechan una vez al año.
- b) Negativo.- Se da cuando un comerciante guarda sus productos para no vender durante una temporada en que el precio está al costo, o por debajo del mismo, y aprovechar una estación de escasez para ofrecer a un precio mayor.  
De esta forma, el bodeguero asume:
  - el costo del almacenamiento en bodegas, y;
  - el riesgo de perder las condiciones óptimas de su mercancía.Este riesgo lo asume con la expectativa de poder generar una mayor utilidad.

Asimismo, podemos observar un incremento en el precio del 12% aproximadamente, del productor o intermediario a la CEDA por:

- Fletes,
- Mano de obra, que le da un valor agregado al producto, ejemplo: limpiar frijoles, ponerlo en costales para su venta, etc.

## **JAR CERÍA**

La determinación de precios en este sector se observa principalmente en relación al mercado de Jamaica y La Merced, quienes son los principales proveedores de estos artículos a los supermercados, tianguis, mercaditos y ambulantes.

Otro factor que interviene en el precio, es el crédito que se otorga al cliente. Este plazo generalmente es entre 8 y 60 días, siendo el más usual el de 8 días.

### **3.2.8 LA IMPORTANCIA Y CAUSAS POR LA CUAL SE DA LA FIGURA DEL: ACOPIADOR**

El intermediario, es denominado en este mercado como acopiador. Esta figura es esencial para la comercialización de algunos productos, como son: chiles secos, granos, frutas secas y jarcería. Los productos restantes se negocian directamente con las fábricas.

Causas por las que existe el acopiador:

1. Concentración de la producción,
2. Falta de recursos de los productores que les permita financiar el flete, las condiciones de conserva de los productos, lugar de comercialización, etc.
3. Falta de tecnología en la siembra de sus productos,
4. Ausencia de un valor agregado.

La intervención del acopiador es necesaria, ya que:

1. Los productos pueden utilizarse, ya que el acopiador financia el transporte y fletes que el productor no puede asumir.
2. Los productos se clasifican en categorías para facilitar las negociaciones.

### **3.2.9 REQUISITOS PARA PARTICIPAR**

Para participar se requiere:

- I. Bodega, o renta de un espacio en una bodega, cuya inversión es:
  - En la "adquisición", una inversión mínima de \$650,000.00.
  - En la renta de un espacio dentro de una bodega, el precio por metro cuadrado dependerá de la ubicación de la bodega (si esta localizada hacia las bodegas interiores o hacia las exteriores). El precio promedio es de \$300.00 m<sup>2</sup>.

II. Inventario suficiente para cubrir la demanda del sector en que se desee comercializar, cuidando:

- No rebasar la capacidad de almacenaje de la bodega, o guardar la mercancía en las bodegas que "Promotora AFA, S.A. de C.V." controla, considerando que esto significa un costo.

No se especifica monto de esta inversión, ya que el precio de los productos varía en cada sector.

III. Acoplar su bodega de acuerdo al sector que se dedique para poder tener su mercancía en buenas condiciones. La Central, sólo les da el espacio para realizar las operaciones, la infraestructura que cada una tiene es capital del bodeguero.

IV. De acuerdo al sector en que se comercialice:

- Mantener relaciones con los fabricantes.
- Conocer a los acopiadores.

V. Ofrecer calidad y precio.

VI. Tener un capital aproximado de \$7,000.00 (siete mil pesos 00/100 m.n.) para cubrir gastos de luz, agua, teléfono, sueldos, cuotas de mantenimiento del D.D.F., y "comisiones extraordinarias".

Para poder comprar en este mercado sólo se requiere que se adquieran las mercancías al mayoreo, ya que se establece un mínimo de compra. La mayoría de las transacciones que se realizan son de contado, o con cheque. Esto, debido al alto índice de asaltos.

### 3.2.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización en este mercado, se realiza en relación a dos esquemas: fabricante, acopiador y bodeguero pequeño.

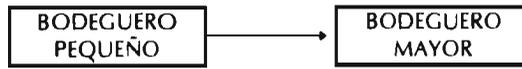
#### FABRICANTE



#### ACOPIADOR



**BODEGUERO PEQUEÑO**



## **SECCIÓN III COMERCIALIZACIÓN DE FLORES Y HORTALIZAS**

### **3.3.1 GENERALIDADES**

El desarrollo de esta actividad comercial se realiza en una extensión de 12.87 hectáreas, que corresponde al 12.06% con respecto a el área de comercialización de 106.73 hectáreas. Asimismo, el volumen que se comercializa corresponde al 20% con respecto al volumen total.

El tipo de vehículo que se observa con mayor frecuencia en este mercado es el denominado "redila" y "pick-up", los cuales tienen un tonelaje promedio de 2.5 y 1.1 respectivamente.

Son 75 el número de productos que se comercializan en este mercado, cuyo volumen en forma global corresponde al 27% del total ingresado a la Central.

Este mercado es denominado como: "pasillos" o "subasta". Los comerciantes, se dividen, de acuerdo a:

- a) Comerciantes establecidos, quienes pagan una cuota de mantenimiento a la Tesorería del Departamento del Distrito Federal.

La cuota de mantenimiento es aproximadamente de \$65.00 (sesenta y cinco pesos 00/100 m.n.) mensuales por cada establecimiento de 3m<sup>2</sup> X 3m<sup>2</sup>.

Los comerciantes que están dentro de las "naves", fueron ubicados en relación al mercado donde anteriormente realizaban sus operaciones:

- La Merced, o
- Jamaica

Los comerciantes que anteriormente estaban en La Merced y Jamaica, no realizaron erogación alguna, para poder tener un espacio en la CEDA.

Asimismo, surgieron nuevos comerciantes de la CEDA.

Dentro de este mercado, los comerciantes protegen sus derechos a través de las diferentes uniones que existen. Ejemplo: unión de zanahoreros, nopaleros, lechugeros, etc.

- b) Comerciantes no establecidos, quienes pagan una cuota de \$15.00 (quince pesos 00/100 m.n.) a \$20.00 (veinte pesos 00/100 m.n.) diarios. Esta cuota es cobrada diariamente por una persona que protege a estos comerciantes.

Los comerciantes, no tienen un lugar establecido. Sin embargo, ellos saben que lugar pueden ocupar, y de omitirse la cuota es transferido el espacio a otra persona.

### **3.3.2 UBICACIÓN**

La comercialización de este tipo de productos se realiza a un costado del Eje 5 Sur, atrás del mercado de abarrotes.

La comercialización de hortalizas se realiza en 3 andenes o naves, denominados.

- Nave 1.
- Nave 2, o Manojeo.
- Nave 3

### **3.3.3 PRODUCTOS**

Los productos que se comercializan en el mercado de hortalizas son de tipo perecedero, aproximadamente 75 productos.

El orden de importancia de los artículos más comercializados son: elote, zanahoria, lechuga, flor ornamental, nopal, mezcla hortifrutícola, cebolla, coliflor, cilantro, col, espinaca, jitomate y rábano, los cuáles corresponden al 70% del total ingresado en el andén.

Cada una de las naves, vende determinados productos principalmente, de acuerdo a la siguiente clasificación:

#### **NAVE 1**

Nopales  
Zanahoria  
Coliflor  
Elote  
Papa  
Aguacate  
Limón  
Lechugas especiales (italiana, francesa, escarola, etc.)

### NAVE 2, O MANOJEO

En este andén se venden productos que pueden acomodarse para su venta en manojos, tales como:

Vaina  
Espinaca  
Betabel  
Cebollas Cambray  
Manzanilla  
Tomillo  
Yerbabuena  
Perejil  
Cilantro

### Nave 3

Lechuga Romana y Orejona  
Pimiento Morrón Verde y Rojo  
Calabazas  
Chayotes  
Papas  
Limones  
Champiñones  
Ajos

Se estima que de los productos ingresados a la Central con destino al andén, sólo ocho son los que muestran un mayor ingreso con respecto al volumen total. Éstos representan un 25.80%, y son:

PRODUCTO	% SOBRE VOLUMEN INGRESADO (1)	FLORES Y HORTALIZAS % MERCADO (2)
Elote	7.50	18.34
Zanahoria	3.80	9.29
Lechuga	3.40	8.31
Flor Ornamental	3.20	7.82
Nopal	2.40	5.87
Mezcla Hortifrutícola	2.00	4.89
Cilantro	1.80	4.40
Cebolla	1.70	4.16
Suma	25.80	63.08
Mercado de Subasta	59.10	
Demás Productos	15.10	36.92
Suma	100.00	100.00

(1) Se considera dentro de la obtención de estas cifras el Mercado de "Subasta", y el de "Flores y Hortalizas".

(2) Porcentaje de comercialización, considerando sólo el Mercado de Flores y Hortalizas

### **3.3.4 REGLAS**

El Reglamento de la Central de Abasto delimita las operaciones de hortalizas, a través de su Capítulo V, denominado "PARTICIPANTES Y USUARIOS", el cuál abarca del artículo 19 al 31.

Los artículos que se han considerado más importantes y de utilización práctica, se encuentran mencionados en la Sección II de este Capítulo, denominado: "Comercialización de Abarrotes".

Algunas de las reglas no establecidas para la realización de transacciones en este mercado, son:

- Fijación del precio y forma de pago en base a la "Ley de la oferta y la demanda".
- Pago de cuota mensual a los representantes de las organizaciones, así como el pago por mantenimiento al Departamento del Distrito Federal, para aquellos comerciantes establecidos.
- Las uniones tienen por objeto defender a los comerciantes.
- Pago de cuota diaria para los comerciantes no establecidos, para que puedan tener el derecho de realizar operaciones.

### **3.3.5 PARTICIPACIÓN**

La participación de un producto, varía principalmente en razón a la temporada del mismo. Sin embargo, el volumen de operaciones generalmente se concentra más en los siguientes productos: elote, zanahoria, lechuga, flor ornamental, nopal y en general todos los productos denominados de "manejo" (espinaca, cilantro, rábano, etc.).

A su vez, esta participación se deriva de que tanto a un productor o introductor le conviene comercializar su mercancía en la CEDA o fuera de ella.

En la ubicación de comerciantes de La Merced y Jamaica a la CEDA, varios comerciantes quedaron localizados en naves donde los productos que producían no se podían comercializar. Por lo cual, los productores deben por una parte comprar los productos que van a vender, y por otra parte vender lo que producen a otros comerciantes. Todo lo anterior influye en determinar la participación.

### **3.3.6 DESARROLLO DE LA OPERACIÓN**

Algunos tipos de operaciones que podemos observar en este mercado son:

### **COMERCIANTES ESTABLECIDOS**

- El comerciante que a su vez es productor y se le permite realizar la negociación de su producto, introduce su mercancía al mercado, pagando sólo la cuota de entrada.
- El comerciante que a su vez es productor pero que de acuerdo a la ubicación de la nave no se le permite realizar la negociación de su producto, por tanto puede:
  - a) Adquirir los productos con otro productor.
  - b) Comprar los productos con los diferentes introductores.
- El comerciante que adquiere su mercancía directamente con un introductor que puede ser:
  - a) El mismo intermediario, cada determinado plazo de acuerdo a la temporalidad de su mercancía.
  - b) El intermediario, que mejor producto y precio le ofrezca dentro de la plaza.

### **COMERCIANTES NO ESTABLECIDOS**

- Transportar la mercancía de sus pequeñas parcelas para venderla en la Central, o bien,
- Seleccionar la mercancía con el introductor que le ofrezca mejor producto y precio.

El proceso de la operación cuando se adquieren los productos con el introductor se realiza de la siguiente manera:

- I. El introductor llega a la CEDA con su mercancía y paga una cuota de entrada dependiendo del tamaño del camión. A su vez, paga una cuota de pernocta, ya que el camión permanecerá una noche en la CEDA.
- II. Aproximadamente llegan a las 12:00 a.m., y comienzan a descargar sus camiones para mostrar la mercancía. Quien desee adquirir, pregunta el precio, analiza la calidad, y decide si se cierra o no el trato.
- III. En este mercado es muy difícil encontrar una operación de financiamiento debido a que no siempre son las mismas personas las que asisten a este mercado a vender. Por lo que el mayor número de operaciones se realiza de contado.

El horario de realización de venta de operaciones es de 4:00 a 16:00. Sin embargo, a partir de las 13:00 la mayoría de los locales ya han cerrado sus actividades, debido a que la actividad de descarga comienza a partir de las 12:00 cuando el número de operaciones al mayoreo ya se han concretado. Los asistentes que acuden a este mercado después de las 10:00, generalmente realizan compras al menudeo.

### **EQUIVALENCIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Las equivalencias de comercialización son principalmente:

- a) Kilos,
- b) Costales, y
- c) Cajas.

### **3.3.7 FIJACIÓN DEL PRECIO**

La fijación del precio se determina principalmente en relación a:

- a) La Oferta y la demanda,
- b) Número de introductores que en la cadena de comercialización participaron.
- c) Origen del producto que dentro de la CEDA se establece para su comercialización, es decir, destino dirigido a bodegas para posteriormente ser vendido en las naves.  
Ejemplo: Jitomate.
- d) Las condiciones presentes que se observan en la comercialización de productos, aun cuando éste ya se encuentre dentro de la CEDA. Ejemplo:  
Si el precio de aguacate hoy se vende a \$6.50 kilo, y el comerciante sabe que los trailers se emplazan a huelga, ellos incrementan el precio de su mercancía que se está vendiendo en la CEDA.

### **3.3.8 LA IMPORTANCIA Y CAUSAS POR LA CUAL SE DA LA FIGURA DEL INTRODUTOR**

Al igual que hemos observado en los dos mercados anteriormente explicados. La participación de esta figura es necesaria debido a que:

1. Los productores no tienen los recursos necesarios para transportar la mercancía.
2. No saben darle un valor agregado a sus productos. Ejemplo: Limpiar cebollas
3. Falta de clasificación de sus productos.
4. Falta de infraestructura.

Por lo anterior el introductor es necesario para la realización de operaciones que el mismo productor no puede financiar, y que son necesarias para abastecer a la Ciudad de México.

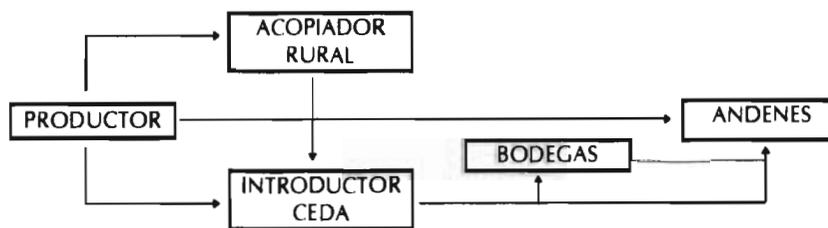
### **3.3.9 REQUISITOS PARA PARTICIPAR**

Quienes participan en este mercado deben:

- I. Tener un local establecido y pagar una cuota de mantenimiento. La adquisición de un nuevo local implica conocer a alguien que desee traspasar su local. En su defecto, rentar un espacio fuera de los andenes cuya cuota diaria implica un costo que repercutirá en el incremento del precio del producto que comercializa, o una utilidad menor.
- II. Inventario suficiente para cubrir la demanda del sector en que se desee comercializar, teniendo presente:
  - La adquisición de productos dentro de la CEDA, a través de un introductor. Este proceso implica un costo, denominado comisión.
  - El traspaso de mercancías de la zona de bodegas a las naves.
- III. Tener un capital mínimo de \$2,000.00 (dos mil pesos 00/100 m.n.) para poder cubrir gastos de cuotas, sueldos y mantenimiento al D.D.F.

Para poder comprar en este mercado sólo se requiere que se adquieran las mercancías de contado. El volumen de compra varía desde un kilo hasta un camión.

### **3.3.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**



De tal forma que cada persona que interviene en el proceso de la comercialización, implica un incremento en los precios de manera substancial, el cuál va desde un 10% y hasta un 30%.

## **SECCIÓN IV COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y LEGUMBRES**

### **3.4.1 GENERALIDADES**

El área utilizada para realizar transacciones de frutas y legumbres se desarrolla en 54.31 hectáreas que corresponde a un 50.89% respecto de las 106.73 hectáreas de comercialización. A su vez, equivale al 77% del total de la superficie destinada a la realización de operaciones en bodegas, sin embargo la extensión promedio es de 143m<sup>2</sup>, es decir, un 22% menor en relación a las del mercado de abarrotos.

Del volumen total de productos hortifrutícolas ingresados a la Central, casi tres cuartas parte son canalizadas al conjunto de bodegas, sin considerar la mercancía que después de concurrir al andén (subasta u hortalizas) es dirigida a las mismas.

Asimismo, podemos decir que del número total de vehículos ingresados a la Central, aproximadamente el 60% se canaliza a este mercado en la siguiente forma:

<b>TIPO DE CAMIÓN</b>	<b>CAPACIDAD (TONS.)</b>	<b>PARTICIPACIÓN (%)</b>
Rabón	7.5	40
Tortón	12.1	5
Trailer	22.0	5
Varios		50

Como se puede observar, la presencia de trailers aún no es muy frecuente debido a la falta de infraestructura de los productores e intermediarios.

En este mercado, los comerciantes que realizan transacciones se diferencian en cuanto a:

- a) Comerciantes Propietarios de Bodegas: Producen o compran mercancía con intermediarios.
- b) Comerciantes Rentistas: Se caracterizan por vender productos estacionales.

### 3.4.2 UBICACIÓN

Se localiza a un costado del Eje 6 Sur, entre el mercado de Subasta y el Frente Azul. Este mercado se compone de 1650 bodegas, distribuidas a lo largo de 8 pasillos.

### 3.4.3 PRODUCTOS

Los productos que se comercializan en el mercado de frutas y legumbres son perecederos. Los de mayor presencia son:

PRODUCTO	% SOBRE VOLUMEN INGRESADO
Plátano	13.50
Jitomate	10.00
Mandarina	7.70
Cebolla	6.70
Tomate Verde	6.20
Papaya	4.80
Limón	4.70
Manzana	4.50
Chile	4.50
Aguacate	4.40
Sumas	67.00
Demás Productos	33.00
Sumas	100.00

Fuente: Censo realizado en 1985, en base al volumen total ingresado a la CEDA, canalizado a bodegas directamente.

Los productos de mayor volumen en la Central de Abasto, tienen una relación inversa proporcional respecto al valor de comercialización.

### 3.4.4 REGLAS

El Reglamento de la Central de Abasto delimita las operaciones de frutas y legumbres, a través de su Capítulo V, denominado "PARTICIPANTES Y USUARIOS", el cuál abarca del artículo 19 al 31.

Los artículos que se han considerado más importantes y de utilización práctica de éste Reglamento, se encuentran mencionados en la Sección II de este Capítulo, denominado: "Comercialización de Abarrotes".

De lo anterior, hemos observado que la atención que tienen los bodegueros hacia el Reglamento Interior, es prácticamente nulo, debido a que el mayor número de operaciones se realizan en base a la:

- Ley de la Oferta y la Demanda.

Asimismo, corresponde a la mercadotecnia establecer sus leyes, entre las cuáles se encuentran:

- Ley de Liderazgo, corresponde a ser preferible el primero que el mejor, en cuanto al acaparamiento del mercado.
- Ley de la Concentración, no nos referimos en este aspecto al apoderarse de una palabra en la mente del consumidor sino de la participación que tiene un bodeguero hacia un producto, en su capacidad de comercialización.
- Ley de la división, surge para aquellos comerciantes que se dedican a fruta de temporada, y por tanto deben incluir otra clase de productos.
- Ley de extensión de línea, implica el vender mercancía de diferentes categorías. Ejemplo: papaya maradol, amarilla o roja.
- Ley de la sinceridad, a su vez se mide con la solvencia moral.

El horario de operaciones es de 4:00 AM a las 18:00 horas.

### **3.4.5 PARTICIPACIÓN**

Para centrarnos en este aspecto, lo dividiremos en:

- Participación de bodegueros en la bodegas, y
- Venta de los nueve productos estratégicos.

#### **PARTICIPACIÓN DE LOS BODEGUEROS EN LAS BODEGAS:**

Esta participación se refiere al número de participantes que por una parte se encuentran en la Central dueños de una bodega, en donde comercializan solamente sus productos; y por otra parte de aquellas bodegas que son compartidas por varios bodegueros.

Para poder compartir una bodega, debe realizarse una cesión de derechos, ante el departamento Jurídico de la CEDA.

El porcentaje de bodegas compartidas o no compartidas varía cada mes en relación a:

1. Producto que comercializa el bodeguero principal,
2. Fruta de temporada,
3. Condiciones climáticas, que permiten el desarrollo de una buena o mala cosecha,
4. Infraestructura de intermediarios, que permiten un óptimo traslado de la fruta, etc.

De acuerdo a lo anterior, el porcentaje de bodegas compartidas es aproximadamente del 70%. Esta información fue obtenida de diversas pláticas con bodegueros y de la observación, ya que la mayoría de bodegas compartidas no realizan el procedimiento establecido (cesión de derechos).

A continuación se estima el número de bodegas compartidas y no compartidas, en base al número de bodegas que en un tríplico de 1996 se establece:

NÚMERO DE BODEGAS	1,650	100%
Compartidas	1,155	70%
No compartidas	495	30%

Las bodegas que se comparten, reflejan un índice relativamente alto de participación, resultando un promedio de cuatro "propietarios" por espacio.

Asimismo, la superficie utilizada por un bodeguero es en promedio de 100m<sup>2</sup>. Sin embargo, por la presencia del "agente líder" se observa que algunas bodegas tienen una mayor extensión territorial determinada por la utilización de más de una bodega, originado por los prestanombres.

De tal forma que la superficie aproximada utilizada por cada bodeguero es la siguiente:

SUPERFICIE (m <sup>2</sup> )	BODEGUEROS	%
Menos de 72	301	18.4
Igual a 72	408	24.9
Más de 72 y hasta 100	487	29.7
Más de 100 y hasta 200	289	17.7
Más de 200 y hasta 400	111	6.8
Más de 400	32	2.0
No disponible	8	0.5
Total	1,636	100.0

## VENTA DE LOS NUEVE PRODUCTOS ESTRATÉGICOS

Este análisis lo realizaremos en base al censo realizado en 1985, cuyos datos considero se mantienen estables, ya que los comerciantes que concentran este nivel de operaciones, lo han venido ejerciendo desde La Merced:

## **CEBOLLA**

Son "siete" los agentes líderes que se ubican en 30 bodegas, desplazando el 62.4% del total de las cebollas ingresadas. Este volumen significa un volumen de operación seis veces mayor al reportado por el conjunto de bodegas que negocian este producto.

Solamente cuatro bodegueros realizan exclusivamente operaciones de venta de cebolla, de los cuales dos realizan un volumen de ventas aproximadas del 15% al 20%. Los demás comercializan a su vez frutas de temporada, como son: papaya, sandía, guayaba y cacahuete.

De lo anterior, podemos concluir: el volumen promedio diario que comercializan los agentes líderes en total es de 249.3 toneladas, mientras que los demás en su conjunto realizan 150.3 toneladas.

## **CHILE**

Éste es el producto que más alto índice de concentración presenta a través de los ocho agentes líderes, el volumen que desplazan es 16 veces superior al registrado para el conjunto.

El número de bodegas controladas por los agentes líderes corresponde a doce, en donde se comercializa en su conjunto un promedio diario de 256 toneladas, es decir, tienen una participación del 95.90%. En tanto que los demás bodegueros realizan 10.9 toneladas diarias.

De los ocho "agentes líderes" cuatro se dedican exclusivamente a la comercialización de este producto, mientras que los demás ofrecen además: jitomate, cebolla, elote, calabaza, papa y chícharo.

## **JITOMATE**

El número de "agentes líderes" que participan en este mercado corresponde a quince, quienes comercializan en 28 bodegas un volumen ocho veces superior al promedio total negociado en las demás bodegas. Sólo cuatro de los quince bodegueros se dedican exclusivamente a la comercialización del jitomate.

El porcentaje de participación de los "agentes líderes" es del 43% con un promedio diario de venta de 257 toneladas, mientras que los demás bodegueros comercializan 341 toneladas.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

## **LIMÓN**

Del total de bodegueros que comercializan este producto, sólo diez coinciden con las características de un "agente líder", quienes desplazan un volumen nueve veces superior al movilizado por el conjunto de bodegas dedicadas al intercambio de este producto.

La participación de los agentes líderes corresponde aproximadamente al 75.5% del volumen total ingresado a la Central. La especialización comercial de este producto es realizada solamente por dos bodegas. El volumen diario operado por los "agentes líderes" corresponde aproximadamente a 216 toneladas, mientras que para los demás bodegueros es de 70 toneladas.

## **PAPA**

La procedencia de la papa corresponde en promedio al 47.5% del andén de subasta, de éste volumen generalmente el 90% lo adquieren los "agentes líderes", quienes comercializan el 89.4% del volumen ingresado a la Central.

El número de "agentes líderes" es de 25, de los cuales 17 se dedican exclusivamente al manejo de este producto. Estos bodegueros, desplazan un volumen diario de 444 toneladas promedio mientras que los demás bodegueros realizan 53 toneladas.

## **PAPAYA**

Este es uno de los hortifrutícolas estratégicos que presentan menores niveles de concentración. Sin embargo, del conjunto de comerciantes destacan nueve por desplazar el 22.9% del volumen total en bodegas y una cantidad cinco veces superior al volumen promedio. Sólo tres bodegueros, se dedican exclusivamente al manejo de este producto.

La comercialización diaria realizada por los agentes líderes corresponde a un promedio de 66 toneladas mientras que los demás bodegueros de 223 toneladas.

## **PLÁTANO**

Este producto es uno de los que registra mayor nivel de concentración con los ocho "agentes líderes" que movilizan el 82.2% del volumen total en bodegas.

El volumen promedio comercializado diariamente por estos bodegueros a través de las 70 bodegas es de 662 toneladas mientras que los demás bodegueros realizan 143 toneladas.

### **TOMATE VERDE**

El 81% del volumen total ingresado a bodegas se distribuye a través de 337 bodegas, lo que implica un gran diversificación en la venta, y un grado de concentración pequeño, es decir, aproximadamente el 19.4% es comercializado por los "agentes líderes".

A su vez, sólo tres de los nueve bodegueros se dedican exclusivamente a la comercialización de éste producto.

### **ZANAHORIA**

Este producto es comercializado por ocho "agentes líderes" que comercializan el 64.90% del volumen total ingresado a bodegas, con un promedio diario de 72 toneladas mientras los demás bodegueros tienen una efectividad en sus operaciones diarias de 39 toneladas.

A su vez, en este sector se observa un bajo nivel de especialización demostrado con sólo dos bodegueros que se dedican de manera exclusiva a la comercialización del producto.

## **3.4.6 DESARROLLO DE LA OPERACIÓN**

La adquisición del inventario necesario para la realización de las operaciones, se puede desarrollar de las siguientes maneras:

### **A. Comerciantes - Productores:**

Quienes asumen los costos de fletes pueden generar altas ganancias, pero a su vez cuando la entrada de cierto producto es en exceso, pierden.

### **B. Comerciantes, que adquieren mercancías con los intermediarios:**

Aproximadamente el 70% de las operaciones, se realizan a través de intermediarios que ofrecen la mercancía en la plaza. Ésta incluye un costo implícito de los fletes (aproximadamente de 0.15 a 0.40 centavos por kilo, dependiendo del lugar de origen), así como un costo de financiamiento del introductor por el hecho de pagarle en efectivo al productor.

El pago de la mercancía se realiza de contado, o con un plazo máximo de 30 días sin intereses, dependiendo de la temporada del producto y el volumen ingresado a la Central, básicamente estas variables se mueven entorno a la cosecha obtenida (categoría de las frutas y hortalizas), y a las condiciones climáticas. De tal forma, que cuando la oferta es alta, el precio baja, y viceversa.

El que un bodeguero compre la mercancía directamente con el productor, implica un costo adicional debido a que debe transportarse a donde se encuentra el productor para juzgar la calidad del producto antes de aceptar las condiciones de compra.

Cuando un bodeguero acepta las condiciones de compra de un productor sin juzgar el producto, sí al ingresar éste a la bodega no tiene una calidad óptima, el hecho de disminuir el precio del camión o de rechazarlo implica el crear una mala reputación para futuras adquisiciones de mercancías y celebración de convenios.

A su vez, en el desarrollo de la operación, debemos considerar como factor importante la existencia del "agente líder", quien por tener una mayor participación e incidencia en la comercialización de un producto puede obtener mejores precios.

### **3.4.7 FIJACIÓN DEL PRECIO**

La fijación del precio se determina principalmente en relación a:

- a) Oferta excesiva del producto que provoca incluso una saturación del mismo en las demás centrales, determinando una baja en el precio.
- b) Número de introductores que participaron en la cadena de comercialización.
- c) Estacionalidad de la fruta u hortaliza.
- d) Condiciones climáticas.
- e) Valor agregado (producto seleccionado).
- f) Demanda.

También el precio se relaciona con el origen del producto, estando ya dentro de la CEDA:

- a) Comercialización directa en bodegas.
- b) Comercialización de un producto que se ha comprado con un bodeguero mayorista.
- c) Comercialización en naves, para posteriormente venderse en bodegas, principalmente pasillo : I - J.

E incluso de acuerdo a las condiciones políticas, sociales y económicas del país que ante un rumor provocan el incremento o decremento del precio, aún cuando la mercancía se encuentre en la CEDA.

### **3.4.8 LA IMPORTANCIA Y CAUSAS POR LA CUAL SE DA LA FIGURA DEL INTERMEDIARIO**

La participación de esta figura es necesaria, entre otras causas porque el productor no tiene el capital suficiente para:

1. Transportar la mercancía a la CEDA.
2. Dar un valor agregado al producto. Ejemplo: Limpiar cebollas.
3. Clasificar los productos.
4. Tener la infraestructura necesaria para cosechar adecuadamente.

Además, porque los campesinos realizan cultivos de autoconsumo, destinando el excedente de su producción a la venta.

### **3.4.9 REQUISITOS PARA PARTICIPAR**

Para participar en este mercado se requiere:

- I. Pagar una cuota de peaje para poder entrar a la Central, la cual dependerá del tipo de automóvil que ingrese a la misma. Las tarifas son las siguientes:

<b>TIPO DE TRANSPORTE</b>	<b>CUOTA</b>
Pick-up	8.50
Redilas	10.00
Rabón	16.50
Tortón	24.50
Trailer	49.00

- II. Tener un local establecido, teniendo presente el hecho de que no se adquiere la bodega sino el derecho de permanecer en ellas durante 99 años, este plazo se considera desde el inicio de la CEDA (1982). Actualmente, cada bodega tiene un precio promedio de \$750,000.00.

El número de bodegas en la CEDA se encuentra prácticamente saturado, salvo aquellas que se encuentran ubicadas en el pasillo X y Z.

Algunos bodegueros se dedican sólo al arrendamiento de bodegas, generando de esta forma mejores utilidades, ya que a ellos no les perjudica que el precio del producto baje o suba, pues ellos seguirán cobrando una renta aproximada de \$10,000.00 (diez mil pesos 00/100 m.n.) a 15,000.00 (quince mil pesos 00/100 m.n.) por una bodega de 72 a 100m<sup>2</sup>.

Debido a que el costo de la renta es alta, la mayoría de las bodegas son compartidas por varios comerciantes que venden productos de temporada.

III. Inventario suficiente para cubrir la demanda del sector en que se desee comercializar, teniendo presente:

- El sector y giro en el que se encuentre.
- Estacionalidad de la fruta u hortaliza.
- El canal de comercialización del producto, ya sea a través del: productor, intermediario, o adquisición del producto en el andén.

Para poder adquirir un inventario, en promedio diríamos que se requiere un capital mínimo de \$20,000.00 (veinte mil pesos 00/100 m.n.).

IV. Tener un capital de \$3,000.00 (tres mil pesos 00/100 m.n.) para cubrir gastos generales como son: cuota del D.D.F., teléfono, luz y sueldos al personal, principalmente.

V. Tener solvencia económica, y principalmente solvencia moral ya que la mayoría de los contratos son de palabra. Además la realización de un convenio del bodeguero con el productor implica respetar el precio pactado aunque después el precio baje, ya que de no realizarse se genera una mala reputación en el mercado, lo cual impide seguir desarrollando de manera eficaz la actividad comercial.

VI. Acondicionar su bodega con la infraestructura necesaria para conservar su producto en las mejores condiciones. Ejemplo:

- Los comerciantes del plátano tienen cámaras de maduración, en donde a través de gases, el producto llega al estado óptimo.
- Los paperos y naranjeros, tienen máquinas para pulir y clasificar sus productos.
- Los papayeros, para conseguir un producto más uniforme, cubren a la mercancía con epazote y papel, e incluso con bolsas de plástico, cuando éstas llegan verdes.

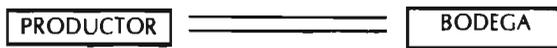
De tal forma, que cada producto, tiene un proceso especial para tener un mejor sabor y aspecto.

### **3.4.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

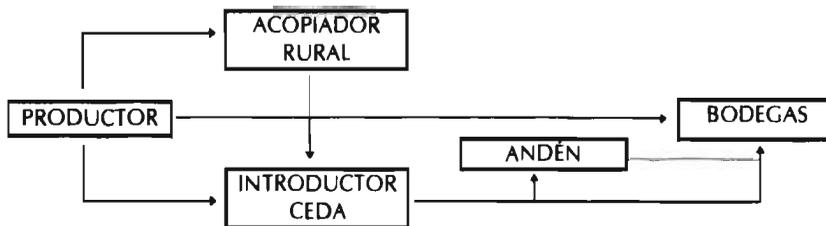
Hay diferentes canales de comercialización para los productos hortifrutícolas, los cuales van a provocar un incremento en precios o una mayor utilidad para el bodeguero, de acuerdo a el número de participantes que intervengan en el canal:

A) PRODUCTOR Y COMERCIANTE

En este canal consideramos que el comerciante y el productor son la misma persona.



B) COMERCIANTE



En general y de acuerdo al censo realizado en 1985, se observó que del total de productos hortifrutícolas ingresados a la CEDA, el 7% concurre directamente a bodegas, mientras que el 27% restante a subasta. Cabe señalar que del total ingresado a subasta (naves y mercado de productores), aproximadamente el 30% del volumen egresado de este mercado, es posteriormente comercializado en bodegas.

DENTRO DE LA CENTRAL



## **SECCIÓN V OTRAS ZONAS DE LA CEDA**

### **3.5.1 MERCADO DE ENVASES VACÍOS**

Se localiza a un costado del Eje 5 Sur y de la Avenida Javier Rojo Gómez, en una superficie de 2.70 hectáreas, que corresponden al 0.82% del área total de comercialización de 106.73 hectáreas.

A este mercado asisten tanto los intermediarios como bodegueros mayoristas para comprar cajas de maderas, canastas, "sacas" o costales, etc., necesarios para poder transportar y vender la mercancía de forma segura, evitando así que el producto se maltrate.

El precio de este producto varía entre \$0.50 (cincuenta centavos ) y \$3.00 (tres pesos 00/100 m.n.), dependiendo del volumen total ingresado a la CEDA; por lo tanto éste es un mercado altamente especulativo, que le da un valor agregado al producto.

### **3.5.2 FRENTE AZUL**

Se localiza a un costado del mercado de pescados y mariscos, con una extensión aproximada de 6.5 hectáreas, en el área de servicios externos complementarios.

Fue creada para que los diferentes tipos de vehículos pernocten después de haber descargado el producto, o bien esperando la carga de un nuevo producto hacia un destino cercano a su lugar de origen. De ésta forma los costos disminuyen.

El precio de pernocta por día es el siguiente:

<b>TIPO</b>	<b>IMPORTE</b>
Pick-up	155.00
Redilas	155.00
Rabón	207.00
Tortón	207.00
Trailer	258.80

Cuotas de abril de 1997

Éste mercado tiene una capacidad para 300 vehículos de hasta 30 toneladas.

### **3.5.3 TRANSBORDO DE BASURA**

Es la zona de la CEDA dedicada a la recolección de basura para su posterior traslado a basureros. Se encuentra a un costado del Eje 5 Sur y del mercado de flores y hortalizas, con una superficie de 2.95 hectáreas.

Para facilitar esta labor dentro de la Central, en cada pasillo existen contenedores donde los bodegueros colocan la basura para su posterior recolección por parte del D.D.F.

Cabe señalar, que tiene un acceso limitado. Sin embargo, esta construcción permite que la Central a diario se encuentre en condiciones óptimas.

### **3.5.4 BODEGAS DE TRASFERENCIA**

El funcionamiento de estas bodegas estará ubicada a un costado del mercado de flores y hortalizas. Permitirá que el proceso de comercialización sea mas eficiente, ya que se podrá almacenar mayor cantidad de productos para ser distribuidos a los diferentes lugares de consumo, permitiendo la circulación del tránsito en las principales vialidades de la CEDA.

En una superficie de 90 hectáreas aproximadamente, se construirán 85 bodegas de transferencia de alimentos, donde se realizará la actividad de transferencia de alimentos que servirán de acopio y distribución de abarrotes y víveres, para su venta al mayoreo y medio mayoreo.

Los propietarios del aprovechamiento del terreno construirán su bodega con una área de entre 800 y 1,700 metros cuadrados cada una.

Se estima que la inversión aproximada de este proyecto será de 255 millones de pesos, con lo cual se generarán más de 6 mil empleos directos e indirectos.

Actualmente, la mayor parte del terreno se encuentra ya vendido en relación a los derechos de aprovechamiento. Sin embargo, aún no se encuentra construída pero ya posee los servicios primordiales como agua y luz, para que los dueños puedan comenzar a utilizar las áreas respectivas.

### **3.5.5 MERCADO DE AVES Y CÁRNICOS**

El mercado de Aves y Cárnicos estará ubicado junto al frigorífico a un costado de los mercados de "Frutas y legumbres", "Subasta", y del Eje 6 Sur.

Este mercado, es un proyecto de inversión de aproximadamente 140 millones de pesos, con el cuál se estima que se generarán 4 mil empleos directos y 2 mil indirectos.

"El Jefe del Departamento del Distrito Federal, Oscar Espinosa Villareal, hizo entrega de la carta compromiso, mediante el cual el gobierno de la Ciudad de México participará con 21.5 millones del pesos del Fondo de Inversiones para la construcción de dicho mercado".<sup>1</sup>

La empresa mexicana "Promotora AFA, S.A. de C.V." llevará a cabo la construcción y promoción de la obra, que tiene como fin complementar la comercialización de productos alimenticios. Así como, el de ofrecer una alternativa de reubicación a los productores distribuidores que operan en instalaciones inadecuadas.

En una superficie de 30 hectáreas, este mercado contará con 105 bodegas: 70 para aves y 45 para cárnicos, así como 55 para locales dedicados a la prestación de servicios complementarios, entre ellos, instituciones financieras y oficinas corporativas; 360 lugares para estacionamientos; fábrica de hielo en bloque con capacidad para 100 toneladas por día; cisterna de almacenamiento de agua y planta de tratamiento de la misma.

Además tendrá frigorífico con capacidad para refrigerar 2,000 toneladas de alimentos que se podrá ampliar a 3,500.

### **3.5.6 ZONA NORTE**

En la Zona Norte se está creando un complejo hotelero y restaurantero para que los productores puedan tener un lugar cercano de descanso. Tiene una superficie de 28 hectáreas.

---

<sup>1</sup> Departamento del Distrito Federal, "gira de Trabajo del C. Jefe del D.D.F. Lic. Oscar Espinosa Villareal por la Central de Abasto de la Ciudad de México", Secretaría de Desarrollo Económico Fideicomiso de la Central de Abasto, Noviembre 26, 1996

### **3.5.7 FRIGORÍFICO**

Se ubica a un costado del Eje 6 Sur y del mercado de Subasta. Este mercado tiene una capacidad para 1,500 toneladas de alimentos (frutas, legumbres y lácteos) y flores, en una superficie de 1.20 hectáreas.

Se compone de diez cámaras frigoríficas con las siguientes medidas: 10 metros de ancho, 16 metros de largo y 7.5 metros de altura, donde entran 3 contenedores. Éste servicio lo proporciona "Promotora AFA, S.A. de C.V." a un cuota promedio de 100.00 (cien pesos 00/100 m.n.) por almacenaje. Las tarifas se cobran en base a períodos de 7 ó 15 días, dependiendo del producto.

El horario de trabajo del frigorífico, es el siguiente:

- lunes a viernes, de 7:00 a 16:00
- sábado y domingo, de 7:00 a 14:00

Si algún bodeguero desea sacar su producto en otro horario, podrá hacerlo pero pagando una cuota de 0.60 (sesenta centavos) por minuto. Esta cuota, también se cobra por el tiempo extra que se tardan en descargar los contenedores, en razón a un tiempo estándar.

La capacidad ocupada promedio durante el año es del 60%. Sin embargo, esta varía principalmente en razón al volumen total de producto ingresado a la Central, así como de la temporada.

Los principales productos que se observan son: el aguacate y la manzana. Ésta última, se puede conservar hasta en un promedio de ocho meses.

El principal producto de temporada, son las flores, por los días festivos del: Día de las Madres, Día de la Amistad y Día de Muertos, principalmente.

### **3.5.8 JAMAQUITA**

Este proyecto se considera de un costo total de \$21`088,520 pesos para cubrir todas las necesidades que los comerciantes habían establecido en una propuesta. Sin embargo éste fue rechazado por los mismos debido a que varios lo consideraron muy lejano de sus posibilidades.

La superficie total del terreno es de 15.22 hectáreas, donde el área total construida será de 3,900 m<sup>2</sup>, con 56 locales cerrados y 220 locales abiertos. En el centro de éste mercado se localizará el estacionamiento.

Se ubicará al noreste de la CEDA, entre el Eje 5 Sur, Rojo Gómez y Embarcadero.

### **3.5.9 PLAZA NUEVA MERCED**

La Plaza Nueva Merced, esta pensada para complementar los giros comerciales aún no existentes en la Central. Se estima que estará lista en 14 meses a partir del año de 1997. Con este proyecto, se generarán aproximadamente más de 120 empleos temporales y 300 permanentes.

“En una superficie de 7,500 metros cuadrados, aproximadamente, esta plaza albergará 200 locales con más de 40 giros comerciales.

Para la atención a clientes, propietarios y comerciantes se contará con restaurantes, sucursales bancarias y oficinas administrativas; lugares para estacionamiento y una gasolinera.

Con este proyecto, la Central de Abasto estará en la disposición de ofrecer productos de demanda generalizada, instalaciones formales y una amplia variedad de artículos, calidades y precios”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Comité Técnico CEDA, “Programa de Modernización de la Central de Abasto de la Ciudad de México, Informe de labores de 1995”, p.8

## **SECCIÓN VI DESTINO DE LOS PRODUCTOS EGRESADOS**

### **3.6.1 GENERALIDADES**

Del volumen total de productos ingresados a la Central de Abasto para la realización de operaciones de adquisición y venta hasta el consumidor final, existen una gran cantidad de intermediarios innecesarios que sólo incrementan el precio. Esto se observa principalmente a partir de la salida de los productos de la CEDA.

De acuerdo a lo anterior sólo se tratará en forma breve el destino de los productos que egresan de la Central.

### **3.6.2 DESTINO**

El destino final de los productos egresados de la Central se ubica principalmente en:

- Mercados,
- Tiendas de autoservicio,
- Pequeño comercio, y
- Amas de casa.

De acuerdo al canal de comercialización el incremento de los precios va aumentando, hasta llegar con el consumidor final.

Cabe mencionar que dentro de la misma Central, el número de intermediarios se incrementan en un 30% aproximadamente debido a que los productos son adquiridos en el mercado de subasta o en el mercado de flores y hortalizas para su posterior venta en bodegas. Este factor se observa principalmente en los siguientes productos: naranja, papa, zanahoria, lechuga y col. Sin embargo, aunque este fenómeno incrementa el precio, a veces lo ahorra debido a que el bodeguero no incurre en viáticos para ver la calidad de la mercancía del productor.

De acuerdo al Censo realizado en el período del 18 de noviembre al 15 de diciembre de 1985, se reveló la siguiente información en los mercados de hortifrutícolas y abarrotes:

<b>CANAL COMERCIAL</b>	<b>HORTIFRUTÍCOLAS %</b>	<b>ABARROTOS %</b>	<b>PROMEDIO %</b>
Mercados			
Público	38.50	34.10	37.80
Tianguis	22.40	11.40	21.10
S/ Rueda	9.60	7.40	9.20
Autoservicio			
Público	1.60	1.20	1.60
Social	0.80	0.90	0.80
Privado	2.20	2.40	2.30
Pequeño Comercio	5.40	15.00	6.60
Otros	3.30	9.40	3.90
No Especificado	1.40	1.60	1.40
<b>SUBTOTAL</b>	<b>85.40</b>	<b>83.40</b>	<b>84.70</b>
Reexpedición a otras entidades	14.60	16.60	15.30
<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

De lo anterior podemos decir que el 68% de los productos egresados de la Central se destinan a mercados; el 4.70% a tiendas de autoservicio, este porcentaje es pequeño debido a que los autoservicios generalmente pactan el precio con el productor. Dentro del "canal no especificado" se considera a las amas de casa.

Asimismo, podemos observar que del total egresado de la Central, sólo el 15% aproximadamente es destinado a otras centrales, lo cuál favorece al consumidor para evitar el incremento de precios por el costo implícito de fletes.

## **SECCIÓN VII UN MERCADO EFICIENTE**

### **3.7.1 ELEMENTOS DE UN MERCADO**

Un mercado debe tener los siguientes elementos:

- Lugar físico,
- Intermediarios autorizados,
- Reglas para la fijación de precios,
- Información disponible y
- Autoridades de vigilancia.

Para determinar la eficiencia de la CEDA, realizaremos un análisis en base a:

- Producto
- Mercado

Para que la comercialización de un producto se considere eficiente, debe considerarse el mismo con tal, es decir, ser un "producto normalizado", en donde la mayor cantidad de un lote tenga las mismas condiciones en color y textura, así como un valor agregado.

Considero que la comercialización de los siguientes productos, es eficiente:

#### **a) JITOMATE**

Debido a que este producto se exporta, la calidad y la forma de presentación han mejorado notablemente. Actualmente, el jitomate tiene un color uniforme y una textura agradable, esto se debe a que el producto se selecciona y se limpia antes de colocarse en cajas para su transportación. Generalmente, este proceso es realizado por los productores.

#### **b) PAPA**

Porque cuando ingresa el producto al mercado de subasta, el productor se protege a través de la organización de paperos, la cuál exige que los productores estandarizen su mercancía para poder proteger sus derechos (precio, principalmente).

En la venta en bodegas, los paperos limpian la papa de la tierra, la cuál es necesaria para conservar fresco el producto durante el proceso de transportación. Es necesario, señalar que este proceso implica una merma así como agregar un valor al producto para que se vea mejor a través de la utilización de mano de obra.

c) CEBOLLA

Debido a que antes de vender el producto, se selecciona la cebolla de acuerdo a los diferentes tamaños y colores, a su vez se limpia. Este proceso, implica un incremento en los precios debido a que existe una merma (el kilo se disminuye cuando se limpia la cebolla). Así como un costo, por el hecho de colocarlas en arpillas para su venta.

### **3.7.2 TENDENCIAS**

Este mercado tiende a ser eficiente, en cuanto a la información disponible en el mercado para la comercialización de los productos, ya que actualmente existe una comunicación directa entre los bodegueros y productores, lo cuál les permite saber como va la cosecha de acuerdo a las condiciones climatológicas y temporada del año, para determinar el precio del producto. Esto a su vez se debe en que gran parte de los bodegueros son productores al mismo tiempo, de esta forma obligan tanto a los:

- Productores, a ofrecer sus productos a un mejor precio;
- Intermediarios "conocidos" más no autorizados a ofrecer su producto a un precio razonable.

## **SECCIÓN VIII MANEJO FINANCIERO**

### **3.8.1 GENERALIDADES**

Antes de iniciar la evaluación de este mercado, comentaré algunos rasgos generales de La Merced.

#### **PRECIO:**

Los precios que se ofrecían, eran más caros de los que actualmente se ofrecen en la CEDA, esto se debe a que las pérdidas de los comerciantes en sus mercancías oscilaban entre un 3% y 25%, dependiendo del producto. Esta merma se originaba por:

- Inadecuadas condiciones de exposición y almacenamiento.
- Escasez de maduraderos y cámaras de refrigeración.
- Áreas inadecuadas para realizar obras de carga y descarga.

Por lo anterior, para la creación de un nuevo mercado era necesario tener una superficie suficiente para la realización de actividades comerciales. De esta forma la Central cuenta con cuatro conjuntos que permiten el desarrollo eficiente de actividades comerciales, que son:

- Bodegas para almacenamiento, exposición y venta de mercancías, tanto de hortifrutícolas como de abarrotos.
- Crujías, donde se encuentran servicios tales como: bancos, restaurantes, papelería, etc.
- Servicios complementarios, integrado entre otros por el andén de subasta.
- Instalaciones para la administración, seguridad, vigilancia, etc.

### **3.8.2 DISTRIBUCIÓN**

La Central de Abasto, con una área de 328 hectáreas se distribuye de la siguiente manera:

CONCEPTO	HECTAREAS	%
<b>1. Comercialización de productos alimenticios y otros</b>	<b>106.73</b>	<b>32.89</b>
Frutas y legumbres	54.31	16.56
Abarrotos y víveres	15.55	4.74
Andén de Subasta	11.10	3.38
Frigoríficos	1.20	0.37
Mercado de envases vacíos	2.70	0.82
Mercado de Pescados y Mariscos	9.00	2.74
Flores y hortalizas	12.87	3.92
<b>2. Servicios internos complementarios</b>	<b>31.26</b>	<b>9.63</b>
Frente azul	6.50	1.98
Oficinas de administración	4.80	1.46
Deportivo CEDA	7.20	2.20
Torre Telmex	0.80	0.24
Transbordo de basura	2.95	0.90
Cocinas	1.00	0.30
Subestación eléctrica	8.00	2.44
<b>3. Proyectos de Inversión</b>	<b>170.72</b>	<b>52.08</b>
Cárnicos y aves	30.00	9.15
Bodegas de transferencia	90.00	27.44
Econoplaza o Plaza Merced	7.50	2.29
Jamaiquita	15.22	4.64
Zona Norte	28.00	8.54
<b>4. Área de reserva</b>	<b>16.30</b>	<b>5.00</b>
<b>TOTAL HECTAREAS</b>	<b>328.00</b>	<b>100.00</b>

Estos datos fueron obtenidos en base a diferentes revistas y mapa actual de la CEDA, proporcionada por el área de mantenimiento.

Como podemos darnos cuenta, la CEDA es un lugar extenso que permite a diario la comercialización de productos básicos para el hombre, ya que constituyen la base de su alimentación diaria.

A su vez, realizaremos un análisis a nivel internacional de las diferentes centrales principales del mundo en base a:

- a) Utilización de superficie para la realización de operaciones, en relación con la superficie que abarcan;

- b) Índice de utilización: Número de toneladas comercializadas anualmente de acuerdo a espacio de comercialización;  
Ejemplo: Sao Paulo, Brasil. Comercializa 2'467,000 tons. anual en una zona de 194,358 m<sup>2</sup>. Por tanto su índice de utilización es de 12.69 ton/ m<sup>2</sup>

COMPARACIÓN INTERNACIONAL						
MERCADO INDICADOR	A	B	C	D	E	F
Area Total (ha)	550	70	92	82	108	328
Area Reserva (ha)	455	7	70	40	89	153
Area Venta (m <sup>2</sup> ) Frutas y Legumbres	11,510	194,358	95,416	81,610	37,268	409,900
Número de Mayoristas	891	1,529	4,368	3,200	500	3,100
Frutas y Legumbres miles (ton)	s/d	2,467	485	1,043	s/d	4,680
Índice de utilización (ton/ m <sup>2</sup> año)	s/d	12.69	5.08	12.78	s/d	11.42
Habitantes (millones)	10.80	16.60	s/d	6.20	1.30	18.70
	( A ) Buenos aires, Argentina		( D ) Bogotá, Colombia		( E ) Barquisimeto, Venezuela	
	( B ) Sao Paulo, Brasil		( F ) CEDA, México			
	( C ) Centagem, Brasil					

Información obtenida de la revista CEDA CIUDAD DE MÉXICO, Departamento del Distrito Federal, coordinación General de Abasto. Programa de abasto Popular, 1994

Así como, de acuerdo a el:

- c) Porcentaje de comercialización: Número de toneladas promedio comercializadas por cada mayorista (sin considerar concentración de productos en un mayorista).

MERCADO	Capacidad de Comercialización %	Índice de Utilización	Capacidad de comercialización
Buenos Aires Argentina	0.21	s/d	s/d
Sao Paulo Brasil	<b>27.77</b>	12.69	<b>1,613</b>
Contagem Brasil	10.37	5.08	111
Bogotá Colombia	9.95	<b>12.78</b>	326
Barquisimeto Venezuela	3.45	s/d	s/d
CEDA México	<b>13.69</b>	<b>10.42</b>	<b>1,509</b>

En relación a lo anterior, podemos observar que el mercado de Sao Paulo, Brasil ocupa de su extensión un 27.77% para la realización de la actividad comercial, en donde el índice de utilización de ton/m<sup>2</sup> es de 12.69, y la efectividad de sus operaciones es de 1,613 toneladas por comerciante promedio anual, destacándolo como una de las más efectivas.

La Central de Abasto de México, ocupa una extensión de 13.69% para la comercialización de productos, en donde la efectividad de sus operaciones es de 10.42 ton/m<sup>2</sup>, y con un volumen de operaciones promedio de 1,509 toneladas anuales, convirtiéndose de acuerdo a estos datos en la segunda central más eficiente en la comercialización de productos.

Además, cabe señalar que la CEDA de México a través de sus proyectos de modernización no sólo es un mercado de productos perecederos, sino la creación de una pequeña ciudad dentro de la gran Ciudad del Distrito Federal que permite la realización de todo tipo de operaciones comerciales con la creación de: bodegas de transferencia, mercado de aves y cárnicos, zona norte (hoteles y restaurantes), Jamaiquita y Plaza Nueva Merced.

### **3.8.3 NÚMERO DE PARTICIPANTES**

El número de participantes que comercializa en la CEDA podría determinarse en base al número de bodegas y locales existentes. Sin embargo, a través del único censo realizado durante 1985, se observó que para ello, hay que considerar las siguientes variables:

1. Bodegueros que poseen más de una bodega, aunque legalmente pertenecen a otras personas.
2. Bodegas, donde se rentan espacios para comercializar diferentes productos. Éstas pueden dividirse de dos a ocho espacios de renta, dependiendo del tamaño de la bodega.
3. Comerciantes, que acuden a la CEDA a vender sus productos sin tener una bodega, renta de un local, o un espacio en específico donde realizar la comercialización de su producto.

Debido a lo anterior, el número de participantes en la CEDA es una incógnita, que sólo se puede estimar en relación a la población diaria que asiste a la misma. La cuál en base a una revista de la CEDA de 1996 se estimaba de 235,000 personas. Si consideramos que un 30% son comerciantes, entonces aproximadamente 70,500 personas realizan actividades mercantiles.

### 3.8.4 PARTICIPACIÓN

La participación en la Central de Abasto, es esencialmente de carácter privado (aproximadamente el 97%), aunque sea declarada de interés público.

Sin embargo, anteriormente la CEDA estaba integrada por los siguientes sectores:

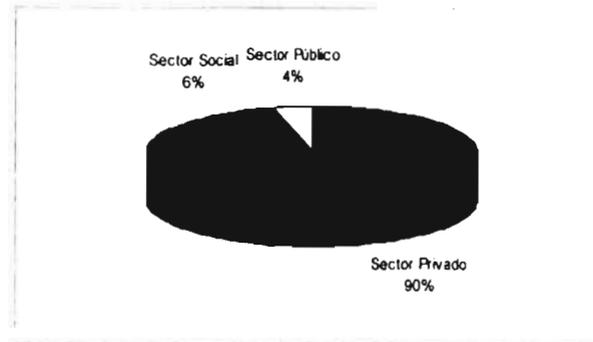
- Sector Público: Impecca y Conasupo, principalmente.
- Sector Social: Cooperativas y Sindicatos.
- Sector Privado: Particulares

La participación en 1985 era la siguiente (datos de acuerdo al censo realizado en el mismo año):

**CENTRAL DE ABASTO DEL DISTRITO FEDERAL  
SUPERFICIE Y NÚMERO DE BODEGAS Y BODEGUEROS POR GIRO  
DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PROPIEDAD**

SECTOR	PRIVADO		SOCIAL		PÚBLICO		TOTAL	
	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%
<b>FRUTAS Y LEGUMBRES</b>								
Superficie	179,868	84.2	13,080	6.1	20,712	9.7	213,660	100
Número de Bodegas	1,346	89.8	89	5.9	64	4.3	1,499	100
Número de Propietarios	1,536	93.9	89	5.4	11	0.7	1,636	100
<b>ABARROTES</b>								
Superficie	54,720	92.8	1,224	2.1	3,024	5.1	58,968	100
Número de Bodegas	303	94.4	12	3.7	6	1.9	321	100
Número de Propietarios	252	95.1	9	3.4	4	1.5	265	100
<b>TOTALES</b>								
Superficie	234,588	86.0	14,304	5.2	23,736	8.7	272,628	100
Número de Bodegas	1,649	90.6	101	5.5	70	3.8	1,820	100
Número de Propietarios	1,788	94.1	98	5.2	15	0.8	1,901	100

Es decir, la participación de bodegas por sectores era la siguiente:



En el censo se observó:

1. La participación del sector privado se componía principalmente por los "productos estratégicos", mientras que el sector social y público se constituía por la combinación equilibrada de los denominados "productos estratégicos" y demás productos.
2. El origen de los productos comercializados por el sector público se compraba dentro de las naves de la CEDA principalmente, a excepción del limón, la manzana (Chihuahua), y el jitomate (Morelos) que eran enviados directamente a bodegas.

La denominación para los propietarios de cada sector es:

Sector Privado: Bodegueros

Sector Social: Sociedades y Uniones

Sector Público: Entidades

Desde el censo de 1985 se había identificado el hecho de que la participación de los sectores público y social eran inferior debido a: prestanombres, cooperativas y/o ejidos inexistentes, subarrendamiento, subutilización de espacios, etc.

En relación al Sector Público, el principal poseedor de bodegas era:

Banrural (45% de las bodegas del sector), y

Conasupo (16%).

De tal forma, que la participación del sector público y social han ido disminuyendo con el transcurso de los años, y se cree que para fines de 1997 el manejo de este mercado será prácticamente privado, ya que algunas de las bodegas de Banrural, se están otorgando al sector privado.

### **3.8.5 CONCENTRACIÓN DE LOS PRODUCTOS**

Este análisis se realizará en base a dos aspectos:

1. Grado de concentración, y,
2. Grado de pulverización

En relación a la clasificación de bodegueros:

#### 1. Agentes Líderes:

Se caracterizan por tener una participación considerable en relación con el total de operaciones que se desarrollan en el mercado con respecto a un producto, dando origen a una regulación de la oferta y la demanda.

Este nivel de concentración en el proceso de comercialización de productos hortifrutícolas, no permite un desarrollo eficiente de comercialización, y más aún cuando esta presencia es del 60% aproximadamente hacia los "productos estratégicos".

Del total de bodegueros líderes, aproximadamente el 40% se dedican exclusivamente al manejo del producto de su especialidad. Para demostrar éste hecho se expone a continuación el siguiente cuadro:

<b>PRODUCTO</b>	<b>No. DE BODEGUEROS LÍDERES</b>	<b>No. DE BODEGUEROS DEDICADOS EXCLUSIVAMENTE A SU PRODUCTO</b>	<b>No. DE BODEGUEROS QUE MANEJAN ADEMÁS OTROS PRODUCTOS</b>
Cebolla	7	4	3
Chile	8	4	4
Jitomate	15	4	11
Limón	10	2	8
Papa	25	17	8
Papaya	9	3	6
Plátano	8	2	6
Tomate verde	9	3	6
Zanahoria	8	2	6
<b>Total</b>	99	41	58
<b>%</b>	100.0	41.4	58.6

## 2. Agentes No Líderes

Los agentes no líderes, son considerados, a su vez como los demás bodegueros. Este tipo de bodeguero ejerce participación considerable en algunos de los “productos estratégicos”, que son: tomate verde (81%), papaya (77%) y jitomate (57%). Sin embargo, ésta no es eficiente debido al elevado número de bodegueros que comercializan dicho producto, provocando una diversificación de la oferta y consecuentemente una reducción en el poder que interviene de forma errónea al determinar los precios. Este origen se observa ante la falta de infraestructura para el desarrollo de la cosecha, el traslado de la mercancía al mercado, y la infraestructura que mantienen para conservar los productos (bodegas, congeladores, espacio de demostración de la mercancía, personal, etc.).

Los porcentajes de participación en el mercado respecto a los dos tipos de bodegueros, son los siguientes en base a la información del censo realizado de noviembre a diciembre de 1985; así como de lo observado durante el período de noviembre de 1996 a mayo de 1997.

PRODUCTO	AGENTES LÍDERES			AGENTES NO LÍDERES		Total de bodegas
	No. de Agentes	No. de bodegas	% de Part.	No. de bodegas	% de Part.	
Cebolla	7	30	62.40	245	37.60	275
Chile	8	12	95.90	191	4.10	203
Jitomate	15	28	43.00	339	57.00	367
Limón	10	17	75.50	184	24.50	201
Papa	25	38	89.40	330	10.60	368
Papaya	9	13	22.90	282	77.10	295
Plátano	8	70	82.20	175	17.80	245
Tomate Verde	9	11	19.40	337	80.60	348
Zanahoria	8	12	64.90	184	35.10	196
<b>TOTAL</b>	<b>99</b>	<b>231</b>		<b>2,267</b>		<b>2,498</b>
<b>% DE PART.</b>		<b>9.25</b>		<b>90.75</b>		<b>100.00</b>

De acuerdo a una ponderación realizada entre el número total de bodegas y la participación realizada en el volumen de ventas por los “agentes líderes”, determinamos que la participación de estos bodegueros en la comercialización de “productos estratégicos” corresponde aproximadamente al 60%.

Por otra parte, podemos observar que los productos que tienen una mayor volumen de entrada a la CEDA, no son los de mayor valor unitario.

### **3.8.6 LIQUIDEZ Y SOLVENCIA DEL NEGOCIO**

La liquidez es un factor que determina la capacidad solventar nuestros pasivos a corto plazo con activos circulantes, es decir, en base a la disponibilidad de efectivo.

De acuerdo al número de operaciones que se realizan de contado, o con un crédito de corto plazo, en un promedio de siete días, decimos que este mercado es de alta liquidez.

La solvencia la determinaremos en base a dos conceptos:

- a) Solvencia económica: Se define como la capacidad de generar los recursos para solventar los pasivos a corto y largo plazo;
- b) Solvencia moral: Se refiere a la integridad de la persona, es decir, es la capacidad de compromiso que tiene una persona para cumplir con sus responsabilidades. Es la ética de una persona.

La CEDA, se caracteriza por realizar operaciones a "la palabra", de lo cuál determinamos, que la solvencia moral de los comerciantes es una características fundamental para la realización de operaciones de forma clara y transparente, ya que de no cumplirse se pierde la posibilidad de volver a realizar transacciones en este mercado.

### **3.8.7 TASA DE RENDIMIENTO**

Para determinar el grado de rentabilidad de una empresa, se calcula en base a:

1. Volumen de ventas,
2. Costo ventas,
3. Costo de operación, y
4. Utilidades.

El rendimiento de las operaciones se considera en un 5% aproximadamente, ya que para la realización de una buena utilidad, el comerciante debe agregarle un valor a su producto, lo cuál le implica:

- Costo de mano de obra en la selección y limpieza del producto, y,
- Porcentaje de merma, para ofrecer un producto normalizado.

Aparentemente, el rendimiento en este mercado es bajo pero hay que recordar que el **margen porte** de la CEDA, se realiza a través de la venta de un producto a un precio determinado con un pequeño margen de utilidad pero con un gran volumen.

Es decir, se analiza el margen de contribución, en relación a la proporción en que una unidad adicional proporciona un incremento en la utilidad. La utilidad marginal en un momento llega a ser óptima y se debe a la forma eficiente del manejo de los costos. Sin embargo, no siempre permanecerá en el punto máximo pero aún así, se considera financieramente eficiente mientras se obtenga una utilidad. Además estratégicamente se está acaparando mercado.

En relación al volumen de operaciones que se realizan en la CEDA, podemos determinar que la contribución marginal de la realización de la venta de un producto siempre es eficiente aún cuando el margen de utilidad sea bajo. Esta aseveración se realiza en base al grado de concentración de operaciones que existe en relación a la demanda nacional.

La CEDA, comercializa aproximadamente el 40% de la producción nacional, de los cuales el 80% de los productos se distribuyen en el Distrito Federal y Área Metropolitana, de esta oferta el 60% se encuentra concentrada en 10 productos estratégicos, que son:

- Cebolla
- Chile
- Jitomate
- Limón
- Naranja
- Papa
- Papaya
- Plátano
- Tomate verde, y
- Zanahoria

Estos productos fueron considerados desde el Censo de 1985 como estratégicos, debido a que regularmente se encuentran en la Central a un precio accesible, los cuales permiten que se incluyan en la canasta básica, ya que:

La mandarina, aunque es considerada como básica, es una fruta estacional;

La manzana, es un producto estacional y de precio elevado;

### **3.8.8 CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo se integra por los recursos necesarios para poder realizar la actividad de la entidad, que son:

1. Días cuentas por cobrar;
2. Días cuentas por pagar;
3. Días inventario;
4. Días de producción;
5. Volumen de operaciones;
6. Ciclo del Negocio; y,
7. Tipo de Vehículo.

### **1. Días cuentas por cobrar:**

Debido a la alta liquidez que se observa en éste mercado, la mayoría de las transacciones son realizadas de contado. Cuando se establecen créditos, éstos no llegan a ser mayores a noventa días.

### **2. Días proveedor:**

En relación al rubro de cuentas por cobrar, su manejo es similar.

El crédito que se les otorga es a través del:

- Intermediario: Es el agente financiero quien liquida de contado al productor. Sin embargo, el bodeguero utiliza un financiamiento promedio de quince días.
- Productor: Cuando los bodegueros realizan transacciones directamente con los productores, el pago es de contado generalmente o a un plazo promedio de 15 días sin rebasar de 30 días máximo.

### **3. Días de inventarios:**

Puede ser este a:

- Corto plazo tratándose de productos perecederos, aproximadamente de un día a diez días, sin medio de conservación. En caso contrario hasta 6 meses.
- Mediano plazo considerando los abarrotes, con un período de caducidad máximo de cuatro meses promedio.

Este es uno de los factores más importantes que van a determinar el precio, ya que intervienen los siguientes costos:

Adquisición, almacenaje y mermas del producto.

### **4. Días de producción:**

Se considera en base:

- Bodeguero que a su vez es productor: se considera el período en que el producto tarda en madurar para la realización de la venta, aproximadamente de un mes a cinco meses.
- Bodeguero que tiene establecido un producto con determinado introductor: se considera el tiempo de transportación del producto del campo a la CEDA (de uno a cinco días aproximadamente).

### **5. Volumen de operaciones:**

A mayor volumen de operaciones, mayor será el capital de trabajo. En este aspecto, debemos considerar también el riesgo del mercado cuando la transacción de una operación no se realiza, ya que al tener un margen de utilidad pequeño, es una empresa más sensible en su período de recuperación de la inversión.

## 6. Ciclo del Negocio:

Se relaciona con el período de ventas de una empresa. La ciclicidad de las ventas en la CEDA permite a este mercado ser uno de los más atractivos, ya que se basa en la alimentación.

En este concepto se analiza también el período de vida de una bodega:

- a) Inicio: Nuevo bodeguero que a través de relaciones ha establecido una bodega, o bien, aquel bodeguero nuevo que se inicia en la CEDA, relacionándose con los comerciantes e intermediarios.
- b) Crecimiento: Es aquella bodega o comerciante que emplea el apalancamiento a corto plazo.
- c) Estabilidad: Es una empresa que utiliza el apalancamiento a mediano plazo.

De lo anterior podemos decir que el tiempo que financia un intermediario al bodeguero es aproximadamente de 10 días; y del productor al comerciante es un período de hasta tres meses. Sin embargo, debe considerarse como variable para determinar el plazo, al volumen ingresado a la CEDA.

## 7. Tipo de Vehículo:

El tipo de vehículo en la CEDA integra el capital de trabajo en relación a que es el medio de transporte del producto. Dependiendo del tipo de camión será el monto aproximado de capital (se considera a su vez el producto y el origen del mismo) que el agricultor, intermediario o productor poseen para poder realizar su ciclo de trabajo.

La clasificación de los vehículos es la siguiente:

TIPO	CARACTERÍSTICA	CAPACIDAD (TONS.)
Pick-Up	Camioneta de rodada sencilla con caja y cuatro ruedas	1.5
Redilas	Camioneta con doble rodada y caja con redilas.	3.5
Rabón	Camión con motor diesel, plataforma con redilas, un eje trasero y cabina "chata"	7.5
Tortón	Camión con motor diesel, plataforma con redilas, dos ejes traseros y cabina "chata"	17.3
Trailer	Caja y tractor separables. Más de 5 ejes	22.0
Otros	Combi, Automóvil	N/A

De acuerdo al Censo de 1985, se observó que de la totalidad de vehículos ingresados a la Central, aproximadamente el:

- 53% son propiedad de "bodegueros y productores",
- 41% de "líneas transportistas", y
- 6% de "acopiadores".

### 3.8.9 FLUCTUACIÓN DE LOS PRECIOS

La alta diversidad de precios que se presenta en la CEDA, se deriva de que los productos presentan diferentes:

- a) Calidades,
- b) Tiempo de almacenaje,
- c) Temporada,
- d) Lugares de procedencia,
- e) Oferta o demanda en otras centrales del país,
- f) Número de intermediarios.

En relación a este concepto, a continuación se realiza un análisis de uno de los productos considerados estratégicos para observar el porcentaje de variación por la intervención del costo implícito de fletes.

La información fue obtenida del INEGI, en un estudio que realizaron acerca de los precios promedios observados en algunas centrales de abasto durante el mes de marzo de 1996:

#### TOMATE BOLA

ORIGEN	DESTINO	PRECIO	VARIACIÓN	DESTINO	PRECIO	VARIACIÓN
Sinaloa \$2.18	León, Gto.	1.67	-23.39			
	La Paz, B.C.S.	1.95	-10.55	▼ Villahermosa, Tab.	2.69	-42.64
	Distrito Federal	4.69	115.14	▲ Mérida, Yucatán	6.24	33.05
	Ecatepec	3.08	41.28			
	Cuautla, Morelos	4.62	111.93			
	Puebla, Pue.	3.43	57.34			
	Mexicali, B.C.	2.97	36.24	▶ Zacatecas, Zac.	3.23	-26.92
	Guadalajara, Jal.	4.42	102.75			
	Hermosillo, Son.	3.92	79.82			
	Obregon, Son.	2.11	-3.21			
	Culiacán, Sin.	2.18	0.00			
	Monterrey, N.L.	3.97	82.11			
	Torreón, Coah.	2.61	19.72			
Aguascalientes	1.48	-32.11				
Michoacán \$2.66	Toluca	2.95	10.90			

Teóricamente, se puede observar que la variación de los precios se debe principalmente a los costos de fletes, y a las condiciones del producto cuando llega al lugar en donde se vende.

### **3.8.10 FINANCIAMIENTO**

Algunos de los factores que debemos analizar en este concepto son:

- a) Saldos de clientes,
- b) Antigüedad de los saldos,
- c) Volumen de inventarios,
- d) Saldos y antigüedad de los pasivos.
- e) Monto del capital

#### **OPERACIONES DE COMPRA**

La operación de financiamiento se utiliza en las siguientes relaciones:

1. Acopiador - comerciante: con un pago de 8 a 15 días, sin pago de intereses. El plazo varía en relación a la oferta y demanda del producto, es decir, de acuerdo al volumen ingresado.
2. Productor - bodeguero, y Productor - comerciante:  
En ambos casos, las condiciones de pago serán en relación al volumen de la cosecha y calidad del producto. El plazo promedio es de 8 a 15 días.

De ésta forma, el medio de financiamiento que los bodegueros principalmente utilizan es realizado a través de convenios con los productores e intermediarios, en donde el pago de intereses es prácticamente nulo.

#### **PRÉSTAMOS SOLICITADOS A INSTITUCIONES BANCARIAS**

Anteriormente, el acudir a una institución financiera solía ser un medio de financiamiento bueno. Sin embargo, a través del entorno económico en que México se ha visto envuelto, sólo un 10% aproximadamente acude a las instituciones a solicitar préstamos, en parte, por el excesivo número de requisitos que solicitan para otorgarlo, así como por las altas tasas de interés que cobran y las estrictas condiciones que exigen.

Sin embargo, existen organismos o instituciones que han sido creadas por el Gobierno Federal para fomentar estos sectores, en donde interviene un banco de segundo piso para fondear las operaciones a través de un operación de redescuento.

Esta transacción consiste en que el banco de primer piso entrega el dinero a la persona que solicita el préstamo, cuyo fondo proviene del organismo gubernamental con un costo (tasa de interés) relativamente bajo, con lo cuál el banco es sólo un intermediario que por el servicio cobra una interés no mayor al que establece el fondo. En ningún caso, el banco tiene que cubrir el riesgo de que el solicitante se convierta en insolvente.

La ventaja de utilizar estos fondos consiste para quien lo solicita en que las tasas de fondos son más bajas que el promedio.

Las instituciones del gobierno creadas para estos fines son:

#### FIRA

Fideicomiso Instituido en Relación con la Agricultura.

Apoya principalmente:

- a) Actividad primaria: agricultura y ganadería.
- b) Actividades agroindustriales y de comercialización: transformación de productos primarios.
- c) Aspectos de financiamiento: costos de cultivo u operación y adquisición de activos fijos para la producción de alimentos o bienes de consumo nacional.

#### FIDEC

Fideicomiso para el Desarrollo Comercial

Otorga respaldo financiero a:

- a) Sector comercio según fondos elegibles para el fondo,
- b) Sector servicios aunados con la comercialización de productos.

#### BANCOMEXT

Banco Nacional de Comercio Exterior

Concede financiamientos a:

Empresas exportadoras directas, indirectas y potenciales de productos primarios del sector Agropecuario y Pesquero, así como de la industria de bienes de capital.

### **OPERACIONES DE VENTA**

Por otra parte, las formas de ventas que realizan los bodegueros para concretar sus negociaciones es:

- 64% de las operaciones se realizan indistintamente a crédito o de contado;
- 36% exclusivamente de contado.

Esto se debe principalmente a que sus operaciones se desplazan a los siguientes sectores:

- 60% mercados locatarios;
- 26% menudeo (público en general);
- 14% mayoristas; y,
- 2% tiendas de autoservicio.

Los bodegueros asisten a los bancos con la finalidad de realizar las siguientes transacciones principalmente:

- Giros, y,
- Depósitos.

### **3.8.11 ESPECULACIÓN**

El concepto de especulación, implica un riesgo de incurrir en costos por el deseo de obtener un mayor utilidad. En la CEDA, se refiere al riesgo de almacenamiento o de refrigeración, con la esperanza de que el precio de un artículo se incremente.

En la CEDA, si se observa este comportamiento. Sin embargo, como el número de camiones que transitan en la Central (52,790 vehículos diariamente)<sup>1</sup> es elevado, y cada camión ofrece diversas mercancías a diferentes precios y calidades, propician al comerciante a la realización de operaciones con la mercancía que poseen.

El fenómeno de especulación suele observarse más en el sector de abarrotes en los siguientes artículos: granos, chiles secos y cereales. Asimismo, sucede con algunas frutas como la manzana, ésta es una de las frutas que mayor tiempo permanece en las cámaras de refrigeración.

---

<sup>1</sup> Central de Abasto de la Ciudad de México, "Enlace y Abasto", Enero- Febrero 1996, Año 1 No.1, p.23

## **CAPÍTULO 4**

### **DESCRIPCIÓN**

#### **MERCADOS FINANCIEROS**

#### **Y EL MANEJO DE LA**

#### **BOLSA DE VALORES**

## **SECCIÓN I GENERALIDADES**

### **4.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

Desde hace varios años los comerciantes, solían reunirse en determinados lugares, para efectuar transacciones. En sus inicios éstas se realizaban sólo en rutas comerciales que ofrecían la garantía de un poder político que hacía cumplir leyes y contratos. A su vez, este lugar pudiera ser considerado como una organización auxiliar de comercio, que contribuyó a la creación de una Bolsa de Comercio. La gestación de esta organización puede dividirse en dos épocas: antigua y moderna.

- a) Época antigua: De los más remotos antecedentes, podemos citar:
- Las reuniones que se efectuaban en los pórticos del Pireo, donde los comerciantes de Atenas realizaban transacciones con otros pueblos.
  - La Plaza de Corinto, donde se reunían y ajustaban negociaciones entre los griegos, cartagineses y fenicios.
  - En Roma, el edificio Colegium Mercatorum, conocido a su vez con el nombre de Iaggia.
  - En el norte de la península italiana, los cambistas y banqueros en sus mesas manipulaban metales preciosos -amonedados- en "bolsa" o "bolsillos", esto posiblemente dio origen al nombre de Bolsa, en el sentido que actualmente conocemos.
- b) Época moderna: "El verdadero concepto de Bolsa, surge hasta el s. XVI, con la emisión de los valores mobiliarios emitidos en masa, con la aparición de las primeras sociedades anónimas de importancia"<sup>1</sup>

En 1460, en Amberes nace la primera Bolsa General, la cuál no limitaba su uso a una nacionalidad determinada.

En 1570, se constituye la Bolsa de Valores en Londres.

### **4.1.2 CARACTERÍSTICAS MAS IMPORTANTES**

La palabra "Bolsa", en el lenguaje corriente se emplea en cuatro sentidos:

- a) Edificio o lugar donde se contratan cierto tipo de operaciones;
- b) Conjunto de operaciones de un día determinado;
- c) Estado de las operaciones bursátiles ( la Bolsa sube, baja, etc.);
- d) Institución.

---

<sup>1</sup> Fernández Amatriai, Jesús: "La Bolsa, su técnica y organización cómo operar en el mercado de valores". Ediciones Deusto, España, 1972, p.156.

En el sentido de "institución", se caracteriza por:

- Mercado organizado corporativamente con reglas previamente establecidas.
- Comerciantes que asisten a este mercado para realizar operaciones. Se especifica que personas actúan por cuenta propia y cuáles por cuenta de terceros. Éstos últimos, se hallan agrupados corporativamente con severas normas de actuación.
- No se encuentra en el lugar los objetos o valores, que se contratan.
- Tipicidad de los negocios, por lo que el comprador o vendedor sólo tienen la posibilidad de aceptar o rechazar la forma en que la operación se ofrece.
- Las operaciones que se realizan en Bolsa, sólo son consideradas como tal cuando son intervenidas por un miembro de la misma.
- Determinación objetiva e imparcial de los precios.

#### **4.1.3 DIFERENTES PERSPECTIVAS**

La Bolsa, puede ser examinada desde distintas perspectivas, de acuerdo al observador, como son:

##### **a) ASPECTO FINANCIERO**

Se analiza en relación a la posibilidad de nuevas inversiones. Este incremento de volumen de operaciones se genera cuando la gente está dispuesta a suscribir nuevos valores.

Para poder satisfacer la demanda del público, la Bolsa sólo puede emitir valores nuevos, en relación a la demanda. Por lo tanto, cuando una empresa solicita nuevas inversiones, la Bolsa emitirá nuevos valores y el precio de los títulos tendrá una tendencia a subir.

A través de ésta función, la Bolsa: traspasa activos líquidos - las disponibilidades a corto de los suscriptores de valores nuevos - hacia las movilizaciones que efectúan los emisores de valores en los respectivos activos a largo de sus negocios y empresas. Esta operación se realiza de manera consciente, por el suscriptor y el inversionista, con la finalidad de promover la vida económica.

Asimismo, es en la Bolsa, donde ahorrador e inversionista crean conceptos importantes como el llamado "oportunidad cost" y el "multiplicador del mercado".

- Opportunity cost: Es el rendimiento que obtiene un inversionista normal por su inversión en bolsa, en donde al subir los precios en la Bolsa, disminuye el valor del Opportunity cost y se abarata el dinero, mientras que al bajar ésta ocurre el fenómeno contrario.
- Multiplicador de mercado: Es el factor expresado o definido por un conjunto de circunstancias muy amplias: expectativas de los negocios, beneficios de las empresas, evolución tecnológica...; en una palabra es la coyuntura general. Cuando la coyuntura es buena, los precios de las acciones tendrán una tendencia a subir, y viceversa.

Estos dos conceptos dentro del mercado bursátil permiten que en un lugar organizado e independiente, jueguen libremente las fuerzas económicas creando un verdadero sistema libre de economía de mercado.

#### b) ASPECTO ECONÓMICO

Permite realizar ésta actividad:

- Como canalizador del ahorro hacia la inversión, al proporcionar medios de información a los consumidores para invertir en valores de la Bolsa.
- Para proporcionar a la inversión: liquidez, seguridad y rentabilidad, en la medida en que cada inversionista lo desee.

#### c) ASPECTO SOCIAL

Su función permite:

- Tomar decisiones económicas a una gran masa de personas que de otra manera apenas tendrían oportunidades de movilizar sus ahorros, con lo cuál activa en un sentido amplio, la población de un país.
- Aumentar el número de ahorradores e inversionistas.
- Conocer la opinión colectiva, a través de los índices de precios y negocio.

Consideramos que estos son los principales entornos desde los cuales puede ser vista la Bolsa, sin embargo no debemos perder de vista el aspecto legal, fiscal, y jurídico, entre otros.

## SECCIÓN II SISTEMA BURSÁTIL MEXICANO

### 4.2.1 CONCEPTO

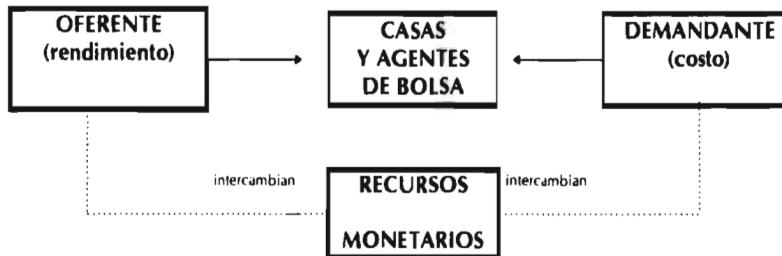
El sistema bursátil mexicano es el conjunto de organizaciones, tanto públicas como privadas, a través de las cuales se regulan y controlan las actividades crediticias mediante títulos valor que se negocian en la Bolsa Mexicana de Valores, de acuerdo con la Ley del Mercado de Valores, y supervisadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

### 4.2.2 FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA BURSÁTIL

Para la realización de alguna actividad crediticia en la Bolsa Mexicana de Valores, son necesarios los siguientes elementos:

- Oferentes.
- Demandantes.
- Casa de Bolsa o agente bursátil.

En donde los oferentes obtienen un rendimiento, mientras que los demandantes pagan un costo.



Las operaciones, se documentan mediante Títulos-Valor que se negocian en la Bolsa Mexicana de Valores.

Es requisito indispensable, que los documentos, agentes y casa de bolsa estén inscritos en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios. Además los documentos deben estar en Instituciones para depósito de Valores.

La finalidad del mercado bursátil es la ***adecuada canalización de recursos hacia empresas y proyectos productivos, mediante el establecimiento de instancias y normas que fomenten la colocación e intercambio de valores.***

### **4.2.3 LA LEY DEL MERCADO DE VALORES**

La ley de Mercado de Valores, en vigor desde el 3 de enero de 1975, regula las operaciones bursátiles.

En su artículo primero menciona: "La presente Ley regula, ... , la oferta pública de valores, la intermediación en el mercado de éstos, las actividades de las personas que en él intervienen, el Registro Nacional de Valores e Intermediarios, y las autoridades y servicios en materia de mercado de valores".

### **4.2.4 EL INTERMEDIARIO BURSÁTIL**

El intermediario es la persona u organización que esta autorizada para servir de enlace entre los oferentes y demandantes de valores.

La figura del intermediario se ha desarrollado a través de los años y "hasta principios de 1990, sólo existía un tipo de intermediario bursátil: la casa de bolsa. Ninguna otra persona u organización estaba autorizada para servir de enlace entre los oferentes y los demandantes de valores. Sin embargo, el 4 de enero de 1990 se publicó en el Diario Oficial un decreto que reforma y adiciona la Ley del Mercado de Valores, el cual contempla la creación de la figura de *especialista bursátil*."<sup>1</sup>

El intermediario debe cubrir ciertos requisitos para operar, los cuales son para:

1. Persona física:

- Tener solvencia y liquidez.
- Seguir políticas congruentes con los intereses de los inversionistas.
- No efectuar operaciones que modifiquen artificialmente el rendimiento de los valores.

2. Personas morales (sociedades):

- Estar constituidas como sociedades anónimas de capital variable.
- Los administradores, funcionarios o apoderados que lleven a cabo operaciones con el público deberán ser personas de nacionalidad mexicana, con solvencia moral y económica, así como con capacidad técnica y administrativa.
- Presentar un programa general del funcionamiento.

"Se considera intermediación en el mercado de valores la realización habitual de :

- a) Operaciones de correduría, de comisión u otras, tendientes a poner en contacto la oferta y demanda de valores.
- b) Operaciones por cuenta propia, con valores emitidos o garantizados por terceros, respecto de las cuales se haga oferta pública.

<sup>1</sup> Díaz Mate, Alfredo. *Invierta en la Bolsa*, Grupo editorial Iberoamericano, S.A. de C.V., México, 1994, p.15

c) Administración y manejo de carteras de valores propiedad de terceros.”<sup>1</sup>

El intermediario permite realizar las operaciones de manera eficaz, ya que relaciona a las partes interesadas en la negociación.

Los operadores de piso son personas autorizadas por la CNBV y la BMV, para efectuar las operaciones en el piso de remates. Para poder realizar esta actividad se requiere que aprueben un curso teórico-práctico, impartido por el Centro de Educación Bursátil de la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles, con duración aproximada de nueve meses.

#### **A. LAS CASAS DE BOLSA**

Las casas de bolsa son sociedades anónimas registradas en la Sección de Intermediarios del Registro Nacional de Valores e Intermediarios, que realizan las siguientes actividades:

- Actuar como intermediarios en el mercado de valores.
- Recibir fondos por concepto de operaciones con valores que se les encomienden.
- Prestar la asesoría en materia de valores.
- Brindar asesoría financiera a personas morales y personas físicas.
- Recibir préstamos o créditos.
- Realizar operaciones por cuenta propia que faciliten la colocación de valores o coadyuven a dar mayor estabilidad a los precios y a reducir los márgenes de colocación de compra y venta.

Las remuneraciones por los servicios de las Casas de bolsa se establecen en base a lo que determine la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, y apruebe la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

#### **PROMOTOR**

El promotor es el representante de la Casa de bolsa, él es quien realiza las operaciones de compra y venta en el mercado de valores a nombre de los inversionistas.

Las operaciones se realizan en base a dos elementos fundamentales de las inversiones: riesgo y rendimiento.

---

<sup>1</sup> Díaz Mata, Alfredo, Invierta en la Bolsa. Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., 1994, p.14

## B. ESPECIALISTA BURSÁTIL

El especialista bursátil es un intermediario financiero, que surge con la Ley del Mercado de Valores de 1990, y que tiene ciertas características que le permite operar de manera independiente.

“Al especialista se le reserva un nicho de mercado bien definido, como lo es el actuar como mediador entre la oferta y la demanda, efectuando operaciones por cuenta propia respecto de los valores en que sea registrado como tal. Contrariamente a las casas de bolsa, sus operaciones no se llevarán a cabo por venta de terceros, sino frente a los terceros con quien contrate, los cuales podrán ser casas de bolsa, otros especialistas y, cuando las condiciones lo justifiquen, directamente con el público inversionista.”<sup>1</sup>

Las actividades que realizan los especialistas bursátiles son:

- “Actuar como intermediarios por cuenta propia, respecto de los valores en que se encuentren registradas como especialistas en la bolsa de valores de que sean socios.”
- “... recibir préstamos o créditos de instituciones de crédito o de organismos de apoyo al mercado de valores, para la realización de las actividades que les sean propias, así como celebrar reportos sobre valores..”
- “Realizar operaciones por cuenta propia respecto de los valores en que sean especialistas para facilitar la colocación de dichos valores o coadyuvar a la mayor estabilidad de los precios de éstos y reducir los márgenes entre cotizaciones de compra y de venta de los propios títulos, favoreciendo condiciones de liquidez en su mercado”;
- “Mantener en guarda y administración sus valores, depositando los títulos en una institución para el depósito de valores...”
- “Invertir en acciones de otras sociedades que les presten servicios o cuyo objeto sea auxiliar o complementario de las actividades que realicen estos especialistas...”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> diem, p.19

<sup>2</sup> diem, p.20

#### **4.2.5 LA BOLSA DE VALORES**

La bolsa de valores, constituida bajo el régimen de sociedad anónima de capital variable, tiene por objeto facilitar las transacciones con valores y procurar el desarrollo del mercado, su actividad se realiza a través de una concesión otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, quien restringe el establecimiento de una bolsa para cada plaza. Actualmente, sólo funciona en el país la Bolsa Mexicana de Valores.

Alguna de las actividades que realiza la bolsa son:

- "Establecer locales, instalaciones y mecanismos que faciliten las relaciones y operaciones entre la oferta y la demanda de valores;
- "Ofrecer al público información sobre los valores inscritos en bolsa, sus emisores y las operaciones que en ellos se realicen;
- "Velar por el estricto apego de las actividades de sus socios a las disposiciones que les sean aplicables;
- "Certificar las cotizaciones en bolsa."<sup>1</sup>

#### **4.2.6 INSTITUCIONES DE REGULACIÓN Y VIGILANCIA**

##### **A. SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO**

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, es el organismo del Gobierno Federal que representa la máxima autoridad dentro de la estructura del sistema financiero y tiene a su cargo, entre otras, las siguientes funciones como órgano de Poder Ejecutivo Federal:

- Instrumentar el funcionamiento de las instituciones que integran el sistema financiero nacional.
- Proponer políticas de orientación, regulación, control y vigilancia de valores.
- Otorgar y revocar autorizaciones para la constitución y operación de las casas de bolsa y de las bolsas de valores.
- Aprobar los aranceles de las bolsas de valores.
- Sancionar administrativamente a quienes cometen infracción a la Ley."<sup>2</sup>

Asimismo en el Reglamento Interior de la SHCP, se establece en su artículo 30:

Artículo 30. Compete a la Dirección General de Seguros y Valores:

---

<sup>1</sup> diem, p.20

<sup>2</sup> Diem. p.6 y 7

I. "Formular, para aprobación superior, las políticas de promoción, regulación y supervisión de las instituciones de seguros, de fianzas y para el DEPÓSITO DE VALORES, de las SOCIEDADES DE INVERSIÓN, de las CASAS DE BOLSA y de las BOLSAS DE VALORES, de las ORGANIZACIONES AUXILIARES DE CRÉDITO Y CASAS DE CAMBIO, así como las relativas a la planeación, coordinación, operación y evaluación de los citados intermediarios financieros, cuando no siendo de fomento, corresponde su coordinación a la Secretaría."<sup>1</sup>

A su vez, la Ley Orgánica le da la facultad, a través de su artículo 31:

Artículo 31.- "A La Secretaría de Hacienda y Crédito público (SHCP) corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

Fracción VII. Planear, coordinar, evaluar y vigilar el sistema bancario del país, que comprende el Banco Central, a la Banca Nacional de Desarrollo y las demás instituciones encargadas de prestar el servicio de Banca y Crédito.

Fracción VIII. Ejercer las atribuciones que le señalan las leyes en materia de seguros, fianzas, valores y de organizaciones y actividades auxiliares de crédito.

## **B. COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES**

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores, se crea el 28 de abril de 1995, como órgano desconcentrado de la SHCP, con autonomía técnica y facultades ejecutivas.

Tiene por objeto: supervisar y regular, en el ámbito de su competencia, a las entidades financieras, a fin de procurar su estabilidad y correcto funcionamiento, así como de mantener y fomentar el sano y equilibrado desarrollo del sistema financiero en su conjunto, en protección de los intereses del público.

Algunas de las facultades de la CNBV, son:

- "Realizar la supervisión de las entidades, así como de las personas físicas y morales, cuando realicen actividades previstas en las leyes relativas al sistema financiero;
- Emitir en el ámbito de su competencia la regulación prudencial a que se sujetarán las entidades;
- Dictar normas de registro de operaciones;
- Fijar reglas para la estimación de los activos y, en su caso, de las obligaciones y responsabilidades de las entidades;
- Expedir normas respecto a la información que deberán proporcionarle periódicamente las entidades;

---

<sup>1</sup> Bolsa Mexicana de Valores, "Inducción al Mercado de Valores", 1994, p.5

- Emitir disposiciones de carácter general que establezcan las características y requisitos que deberán cumplir los auditores de las entidades, así como sus dictámenes;
- Establecer los criterios a que se refiere el artículo 2º de la Ley de Mercado de Valores, así como aquellos de aplicación general en el sector financiero acerca de los actos y operaciones que se consideren contrarios a los usos mercantiles, bancarios y bursátiles o sanas prácticas de los mercados financieros y dictar las medidas necesarias para que las entidades ajusten sus actividades y operaciones a las leyes que les sean aplicables, a las disposiciones de carácter general que de ellas deriven y a los referidos usos y sanas prácticas.
- Fungir como órgano de consulta de Gobierno Federal en materia financiera.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Diem, p.10

## **SECCIÓN III**

### **LA BOLSA MEXICANA DE VALORES**

#### **4.3.1 HISTORIA**

En 1880 aproximadamente, se realizaron las primeras operaciones con títulos - valor en la Compañía Mexicana de Gas, del sector minero. La compra de estas acciones continuo en forma no institucionalizada hasta 1984.

El 31 de octubre de 1894, se constituyó la Bolsa Mexicana de Valores de México con oficinas en la calle de Plateros, actualmente Francisco I. Madero.

En 1907 se creó la Bolsa Privada de México, y en 1910 cambió su denominación a Bolsa de Valores de México, S.C., y siguió operando ininterrumpidamente hasta 1933.

En 1933, la Bolsa de Valores de México, S.A. de C.V. recibió autorización para operar como institución auxiliar de crédito.

En 1975 se promulgó la Ley de Mercado de Valores, que establece el marco legal para el funcionamiento del sistema bursátil.

En 1976, la Bolsa de Valores de México adoptó su denominación actual de Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V.

#### **4.3.2 UBICACIÓN**

La Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. se encuentra ubicada en Paseo de la Reforma número 225, esquina Río Rhin. Este edificio fue inaugurado el 19 de abril de 1990.

La BMV cuenta con dos centros bursátiles: uno localizado en Guadalajara, Jalisco, y otro en Monterrey, Nuevo León. Estos centros proporcionan información simultánea sobre la operaciones bursátiles, a través de un sistema computarizado.

### 4.3.3 HORARIO DE OPERACIÓN

“La operación de valores se realiza exclusivamente durante la sesión de remates, cuyo horario lo establece y da a conocer la BMV. Si por alguna circunstancia se acuerda cambiar el horario, la BMV lo anuncia cuando menos con cinco días hábiles de anticipación.

La sesión de remates se divide en siete períodos de remate y cinco recesos. Inicia a las 08:30’00” y termina a las 15:00’00”. De estos períodos, el primero es de 01:30’00” de duración y el resto de 00:59’59”, con sus respectivos recesos de 00:09’59”. En los períodos de remate esta permitido todo tipo de operaciones, salvo en el período final, en cuyos últimos dos minutos se suspende la entrada de posturas. Durante los recesos se acciona la luz ámbar de los semáforos ubicados frente a cada “módulo de servicio”, y un timbre se utiliza para alertar a los operadores de piso de su inicio y terminación.”<sup>1</sup>

### 4.3.4 OBJETO

“La Ley del Mercado de Valores dispone en su artículo 29, que las bolsas de valores tienen por objeto facilitar las transacciones con valores y procurar el desarrollo del mercado respectivo a través de las siguientes actividades: establecer locales, instalaciones y mecanismos que faciliten las relaciones y operaciones entre la oferta y la demanda de valores, velar por el estricto apego de las actividades de sus socios a las disposiciones que les sean aplicables y certificar las cotizaciones en bolsa, entre otras.

En cumplimiento a este mandato legal, la BMV proporciona la infraestructura física, administrativa y tecnológica para el adecuado funcionamiento del mercado bursátil. En su sede, la BMV ha puesto a disposición de los participantes un moderno piso de remates para la operación de instrumentos del mercado de capitales, equipado con avanzada tecnología en informática y telecomunicaciones.”<sup>2</sup>

Recordemos, que la Bolsa Mexicana de Valores no compra ni vende valores. Su función consiste en: ***mantener el orden y procesar administrativamente las operaciones que realizan las casas de bolsa, e informar acerca de las cotizaciones y transacciones concertadas.*** Sin embargo, las casas de bolsa, que actúan como oferentes y demandantes de valores, por cuenta propia o de sus clientes, encuentran en la BMV las condiciones adecuadas para efectuar operaciones bursátiles de acuerdo con la ley y reglas vigentes.

---

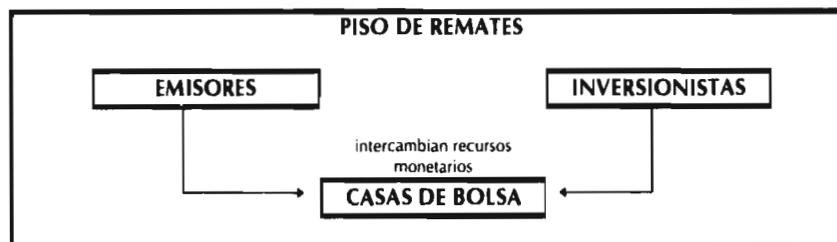
<sup>1</sup> Bolsa Mexicana de Valores, “Piso de remates de la BMV”. Kraye & Asociados, México, 1996, p.2

<sup>2</sup> diem, pág. 3

#### 4.3.5 PARTICIPANTES

Para la realización de colocación o intercambio de títulos- valor, es necesario la participación de los siguientes tres elementos:

- “Emisores: Son las entidades o empresas que, cumpliendo con las disposiciones vigentes y siendo representadas por una casa de bolsa, ofrecen valores al público inversionista en el ámbito de la BMV.
- Casa de Bolsa o Especialista Bursátil: Actúa como intermediario en el mercado bursátil y se ocupa de las siguientes funciones: realizar operaciones de compraventa, brindar asesoría a las empresas en la colocación de valores y constitución de carteras, recibir fondos por concepto de operaciones, y participar por medio de sus operadores.
- Inversionistas: Son las personas físicas o morales, nacionales o extranjeras que, a través de una casa de bolsa, compran y venden valores inscritos en la BMV.



#### 4.3.6 VALORES DE NEGOCIACIÓN

Los valores se clasifican de acuerdo a:

- a) Tipo de rendimiento
- b) Plazo

Los valores que se negocian son los siguientes:

#### I. RENTA FIJA

- Largo Plazo
  - Bonos de indemnización bancaria
  - Bonos bancarios de desarrollo
  - Bonos de renovación urbana del DF
  - Obligaciones
  
- Corto Plazo
  - Cetes
  - Pagafés
  - Tesobonos
  - Ajustabonos
  - Papel comercial
  - Aceptaciones bancarias

#### II. RENTA VARIABLE

- Largo Plazo
  - Acciones industriales, comerciales y de servicios
  - Acciones de sociedades de inversión

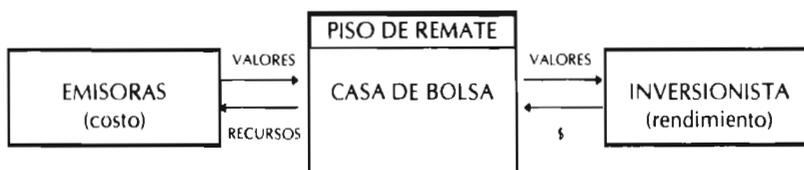
### **4.3.7 FUNCIONAMIENTO**

El funcionamiento de éste mercado, se desarrolla de la siguiente manera:

- Inicia con la emisión de valores por parte de las empresas que solicitan financiamiento,
- Continúa con la colocación de valores entre los inversionistas a través de la intermediación autorizada (mercado primario), y
- Finaliza con la obtención de utilidades por parte de los tenedores de títulos y/o las negociaciones con mercados secundarios.

Es decir, su funcionamiento se realiza de la siguiente manera en:

### MERCADO PRIMARIO



La colocación primaria de los valores se efectúa por la venta inicial de los mismos por el emisor al área de financiamiento corporativo de la casa de bolsa.

### MERCADO SECUNDARIO

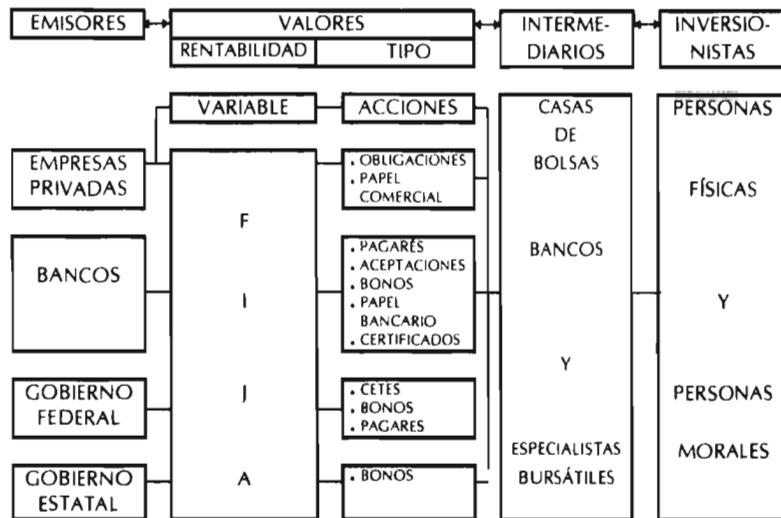


En el mercado secundario, los inversionistas pueden tener una doble posición (comprador y vendedor), la cuál puede ser total o parcial, es decir, un inversionista puede:

1. Vender algunos de sus valores y con el dinero recuperado comprar otros valores,
2. Vender su cartera completa, o,
3. Incrementar la que ya tenía.

De lo anterior, podemos observar que el flujo de valores y de fondos, en este mercado es muy dinámico, y en ambas direcciones.

Para lograr el correcto funcionamiento del mercado de valores, existen una serie de elementos que se interrelacionan de la siguiente manera:



La emisión, se encuentra en el emisor y los valores.  
 Colocación primaria: entre valores e intermediarios.  
 Mercado secundario: entre intermediario e inversionistas.

#### 4.3.8 DISTRIBUCIÓN DEL PISO DE REMATES

El funcionamiento del piso de remates se rige por el Reglamento Interior General de la BMV, aprobado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

En el salón de remates, se reúnen los agentes de bolsa y los operadores de piso para concretar operaciones de compraventa de valores.

El piso de remates está distribuido de la siguiente manera:

- “Módulos y corros: Al centro del piso de remates se encuentran tres “módulos de servicio” que se dividen, cada uno, en dos secciones denominadas “corros”. Dentro de cada uno de los seis “corros”, personal de la BMV atiende todo requerimiento para el adecuado desarrollo de la sesión de remate. Los valores son negociados en “corros” específicos, por lo que no es posible registrar una transacción en un “corro” distinto al que corresponde cada valor.

Cada "corro" dispone del personal necesario para controlar, registrar y administrar las operaciones de manera oportuna, eficiente y segura, y cada "módulo de servicio" incorpora un supervisor y un "juez de cruce" que valida todas las operaciones de cruce.

- Casetas: La BMV ha dispuesto en el piso de remates una caseta para cada casa de bolsa. Las casetas han sido equipadas con terminales de los sistemas de operación e información bursátil de la BMV y con sistemas de comunicación. Asimismo, los intermediarios han instalado sistemas propios de recepción, registro y asignación de órdenes, que facilita el envío de órdenes y confirmación de operaciones entre el piso de remates y las oficinas de cada casa de bolsa.
- Monitores y pantallas: Los 162 monitores instalados en el piso de remates proveen a los operadores con información oportuna para la toma de decisiones. En los monitores, se muestra en tiempo real, el estado que guardan los índices calculados por la BMV, y para cada uno de los valores cotizados, la siguiente información:

Clave de emisora:	Simplificación de la razón social con un máximo de siete letras.
Postura de venta:	Volumen y precio correspondiente a la postura vigente de menor precio.
Postura de compra:	Volumen y precio correspondiente a la postura vigente de mayor precio.
Último hecho anterior:	Precio registrado al cierre de la sesión de remate de la jornada anterior.
Parámetros de fluctuación:	Límites entre los que puede fluctuar el precio sin que se origine suspensión de la operación.
Precio máximo:	Precio más alto registrado durante la sesión de remate.
Precio mínimo:	Precio más bajo registrado durante la sesión de remate.
Precio último:	Precio correspondiente a la operación más reciente.
Lote y puja:	Unidad de transacción y variación mínima permitida en precio.

Fuente: Folleto "Piso de remates de la BMV" Bolsa Mexicana de Valores, Kraye & Asociados, junio 1996

- Tableros: Existen ocho grandes tableros electrónicos que muestran en tiempo real, información sobre el comportamiento de los principales índices accionarios del mundo, tipos de cambio, cotizaciones de acciones mexicanas en el extranjero, precio de metales y otros datos relevantes a considerar en el proceso de toma de decisiones.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Diem, p.3 y 4

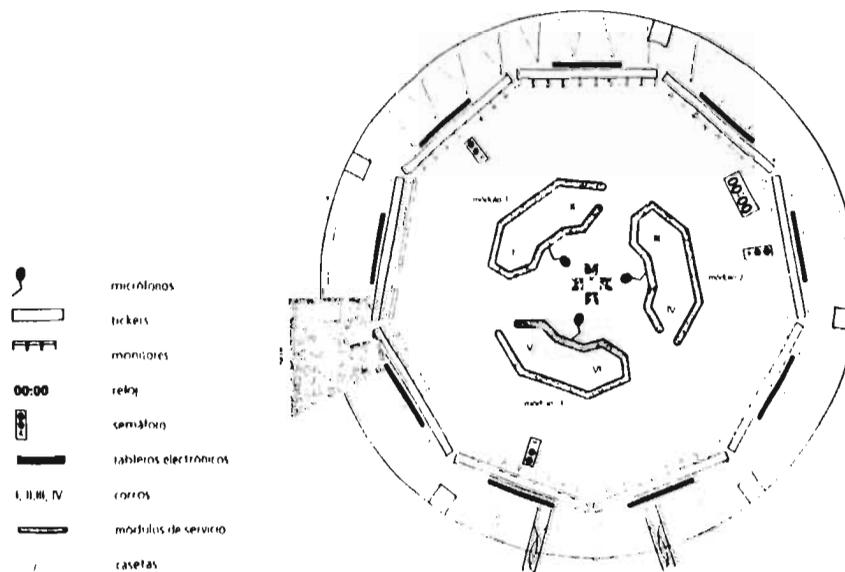
## LOTE Y PUJA

**Lote.-** Es la cantidad mínima de títulos que convencionalmente se intercambian en una transacción. Para el mercado accionario, un lote se integra de mil títulos.

**Puja.-** Es el importe mínimo en que puede variar el precio unitario de cada título, y se expresa como una fracción de mercado o valor nominal de dicho título. Para que sea válido el precio de la postura, lo debe hacer cuando menos por el monto de una puja.

El propósito de la puja y lote es evitar la excesiva fragmentación del mercado y permitir el manejo de volúmenes estandarizados de títulos.

A continuación presentamos un diagrama de la BMV.



#### **4.3.9 TIPOS DE ÓRDENES**

El intermediario puede actuar, realizando cualquiera de las siguientes órdenes:

- Orden a precio de mercado: Los valores que ordene comprar o vender se negocian al precio que se encuentren en el mercado al momento de realizar la operación.
- Orden a precio limitado: El inversionista fija los límites inferior o superior, dentro de los cuales desea realizar la operación, si las condiciones del mercado lo permiten, se realiza. Por tanto, la casa de bolsa determina si los precios que se pueden conseguir están dentro de los límites marcados por el inversionista. No se puede operar por debajo del precio mínimo, ni por encima del máximo.
- Orden condicional: La operación se realiza sólo en el caso de que se den ciertas condiciones específicas que el inversionista establece. Éstas, se refieren normalmente a la realización de otras operaciones o a determinados movimientos del precio de ciertos valores.

#### **4.3.10 TIPOS DE OPERACIONES**

De acuerdo a las características de la orden a ejecutar en el piso de remates, el operador de piso utiliza cualquiera de los siguientes tipos de operaciones:

1. "En firme: Se deposita una ficha de compra o venta (orden en firme), especificando las condiciones de la postura (emisora, número de acciones, precios y vigencia), en el corro correspondiente.

La operación se realiza cuando concuerda una orden de compra con otra de venta.

2. De viva voz: Los agentes u operadores de bolsa anuncian en voz alta su postura, si algún otro acepta, grita "cerrado". Posteriormente, la operación debe ser registrada en el corro correspondiente.
3. Cruzada: Son operaciones que se llevan a cabo cuando una casa o un agente de bolsa tiene en su poder órdenes de compra por un lado, y de venta por el otro, las cuales coinciden entre sí.

En el salón de remates se anuncian las operaciones cruzadas, de modo que si otro agente u operador se interesa en ellas, puede intervenir con un precio más bajo, si vende, o precio más alto, si compra.

El agente u operador que se interese en la operación podrá intervenir diciendo "doy" si su postura es de oferente, o "tomo", si es demandante, cerrando la operación con una ligera variación en el precio, prevista anteriormente de acuerdo a "pujas" mínimas fijadas determinadas por el precio de los valores y una escala conocida.

4. De cama: Este tipo de operación se propone en firme, aunque el precio de compra y venta se maneje con cierto margen de fluctuación. Se da cuando un operador propone de viva a voz "pongo una cama" y otro operador acepta de viva a voz diciendo "escucho la cama", en donde el primero se obliga a realizar la operación en alguno de los dos precios que resulten el diferencial acordado, según la opción que elija: comprar o vender.
5. Reporto: Este tipo de operación consiste en que la casa de bolsa acuerda venderle a un cliente una cantidad de Cetes, pactando al mismo tiempo comprarlos después de un plazo específico y garantizándole al comprador un rendimiento que se denomina "premio".

En esta operación la casa de bolsa es quien determina que precio ofrece, de acuerdo con las condiciones prevalecientes.

La principal ventaja de esta clase de operaciones es que permite programar los vencimientos a fechas específicas sin que sea indispensable que exista alguna emisión con vencimiento al día en que el cliente necesita vender sus CETES.

El plazo del reporto no puede ser mayor a 45 días y se lleva a cabo con documentos de liquidación a 24 horas.<sup>1</sup>

#### **4.3.11 FORMA DE LIQUIDACIÓN DE LAS OPERACIONES**

La forma de liquidación en los diferentes tipos de operación que se gestionan en la Bolsa Mexicana de Valores son:

1. De contado o spot: Se liquidan los valores antes de 24 horas y la liquidación en efectivo se hace antes de 48 horas.
2. A plazo: La liquidación es más de 3 meses y menos de 360 días, con liquidación anticipada, previo acuerdo de las partes.
3. A futuro: Se concreta a plazo de varios meses, en donde a diferencia de la liquidación a plazo se manifiesta la compensación diaria de pérdidas o ganancias de acuerdo con los precios vigentes.

---

<sup>1</sup> Diem. p.5 y 6

#### **4.3.12 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO**

Los valores que se negocian en el mercado de valores se encuentran clasificados en tres grupos:

1. Capitales,
2. Dinero, y
3. Metales

Los primeros dos instrumentos se clasifican en base al plazo al que se contratan, es decir, el mercado de capitales se negocia a largo plazo, en tanto, que el mercado de dinero a corto plazo. El mercado de metales, clasifica sus valores de acuerdo al nombre del metal.

Los valores que se negocian en el mercado de capitales se subdividen, a su vez:

- a) Renta variable: En esta categoría se incluyen a las acciones de empresas industriales, comerciales, financieras y de servicio y las acciones de las sociedades de inversión comunes.
- b) Renta fija: Incluye los demás valores de mercado.

De éstos, el de mayor emisión corresponde al instrumento de renta variable emitido por el sector privado.

Algunos de los valores que se manejan en la BMV, son:

##### **MERCADO DE CAPITALES**

- Renta Variable
  - Acciones de empresas.
  - Acciones de sociedades de inversión comunes.
- Renta Fija
  - Obligaciones.
  - Bienes.
  - Pagares.
  - Bores.
  - Bonos bancarios para vivienda.
  - Bonos bancarios de desarrollo.
  - Certificados de participación ordinarios.
  - Certificados de participación inmobiliarios.

## MERCADO DE DINERO

- Gobierno
  - Bondes.
  - Pagafes.
  - Tesobonos.
  - Ajustabonos.
  - Petropagarés.
- Bancos
  - Aceptaciones bancarias de rendimiento.
- Empresas Privadas
  - Bonos de prenda.
  - Papel comercial.

Información: Libro "Invierta en la Bolsa" de Días Mata, Alfredo. p. 35

De acuerdo a los datos, que se revelan de enero a octubre de 1990 en la Bolsa Mexicana de Valores, podríamos decir que la mayoría de los inversionistas son conservadores, ya que en relación con el monto total invertido de \$1,750 billones en bolsa, se obtuvo la siguiente participación:

- Mercado de capitales: 13.68%
- Mercado de dinero: 86.32%

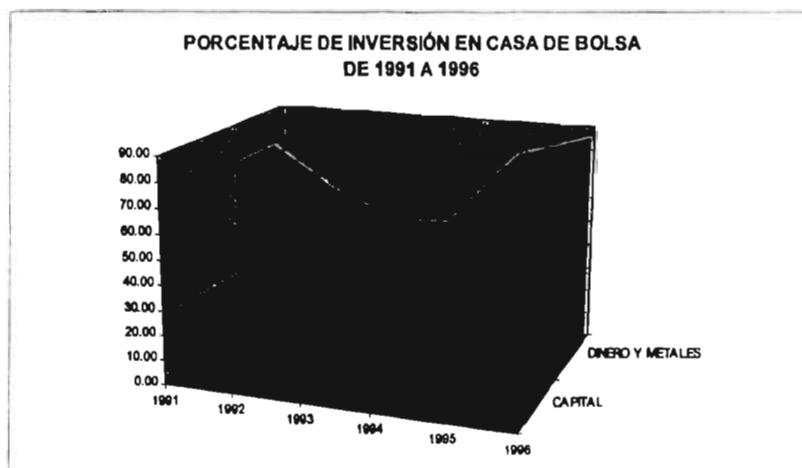


A su vez, podríamos decir que esta tendencia sigue mostrándose hasta el año de 1996. Ésta información se refleja en dólares:

AÑO	CAPITALES		DINERO Y METALES		IMPORTE TOTAL
	IMPORTE	% PART.	IMPORTE	% PART.	
1991	7,588,342	26.38	21,177,390	73.62	28,765,732
1992	11,369,274	43.32	14,878,456	56.68	26,247,730
1993	17,513,439	54.36	14,701,574	45.64	32,215,013
1994	14,963,958	53.61	12,947,132	46.39	27,911,090
1995	7,723,620	22.44	26,694,022	77.56	34,417,642
1996	2,803,440	13.67	17,703,159	86.33	20,506,599

Fuente: Boletín Bursátil 1996

Para su mayor comprensión, a continuación se presenta una gráfica donde se observa de mejor manera, la preferencia de los inversionistas en la BMV, por instrumentos de mercado de dinero.



Fuente: Boletín Bursátil 1996

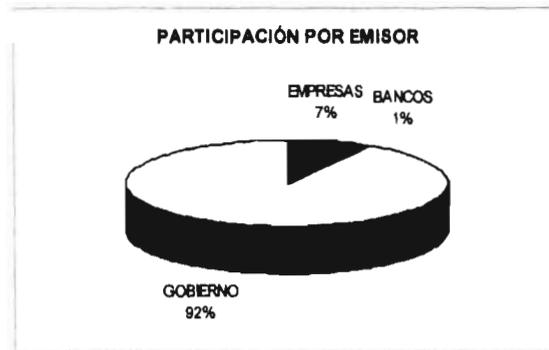
A su vez, los valores se clasifican de acuerdo a su emisor. Ejemplo:

1. Gobierno:
  - Certificados de la Tesorería de la Federación
  - Bonos de Desarrollo del Gobierno Federal
  - Bonos Ajustables del Gobierno Federal
  - Pagarés de Petróleos Mexicanos
  - Bonos de la Tesorería de la Federación
  - Petrobonos

- 2. Bancos:
  - Bonos bancarios para la vivienda
  - Pagarés con rendimiento liquidable al vencimiento
  - Bonos bancarios para el Desarrollo Industrial
  - Bonos bancarios para el Desarrollo agropecuario
  
- 3. Empresas Privadas:
  - Acciones
  - Obligaciones
  - Papel comercial
  - Certificados de participación ordinaria
  - Certificados de participación inmobiliaria
  - Aceptaciones bancarias (avaladas por el banco)
  - Bonos de prenda

De acuerdo al tipo de emisor, tenemos la siguiente participación:

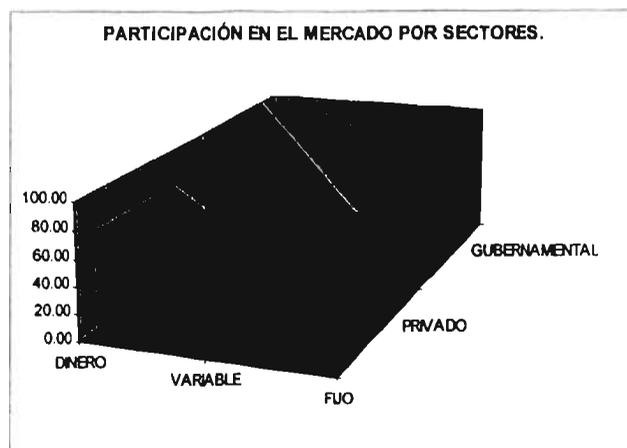
Gobierno	91.80%
Empresas	7.20%
Bancos	1.00%



Fuente: Los datos fueron obtenidos en base a la inversión de 1991, en la BMV.

Sin embargo, la posición conservadora de los inversionistas se ha venido reflejando desde hace tiempo, entre 1978 a 1987, sin incluir el sector bancario. Los datos para la obtención de las siguientes gráficas se encuentran en el Anexo 1.

Promedio Sector Gubernamental: 89.94%  
 Promedio Sector Privado: 10.06%



Es decir, la participación anteriormente señalada se comporta de la siguiente manera:

SECTOR	DINERO	CAPITAL	
		Renta Variable	Renta Fija
Privado	70.86	13.85	15.29
Gobierno	98.44	0.01	1.55

Fuente: Boletín Bursátil 1996

#### **4.3.13 TIPOS DE RENDIMIENTOS**

En el mercado de valores de acuerdo al instrumento específico que se negocie, se pueden obtener los siguientes rendimientos:

- a) Ganancia de capital: Se obtiene al comprar un título a determinado precio y al venderlo tiempo después, a otro precio más alto. La diferencia entre los precios se conoce como ganancia de capitales, cuando el precio de venta es mayor al precio de compra. Por supuesto también puede originarse una pérdida de capitales.
- b) Pago de interés: Algunos valores pagan intereses de acuerdo con una tasa convenida desde la emisión. Esta tasa se expresa generalmente por porcentaje, aunque al hacer cálculos se debe manejar en tantos por unidad.
- c) Pago de dividendos: Son aquellas cantidades que las sociedades anónimas entregan a los propietarios de sus acciones por concepto de utilidades.

#### **4.3.14 PROCEDIMIENTO DE SUBASTA EN LA COLOCACIÓN DE CETES**

Los días jueves se realiza la colocación de acciones, excepto cuando es día de descanso, en cuyo caso se realiza el día hábil anterior.

Los CETES, se colocan entre casas de bolsa a través de una subasta. Ésta se realiza de la siguiente manera:

- Cada viernes, el Banco de México anuncia el monto y los plazos de los CETES que se emitirán el jueves siguiente.
- En respuesta, cada casa de bolsa presenta su postura de compra mencionando el monto o montos que solicitan en ambos plazos, con las tasas de descuento que ofrecen.
- Posteriormente el Banco de México va asignando CETES a las posturas, en orden ascendente a las tasas. Es decir, empieza a asignar a las posturas más bajas, ya que son las que arrojan menor costo al gobierno Federal, de esta forma se van asignando los CETES, hasta que se terminen las posturas o CETES, lo que suceda primero.

Podemos decir, que si la casa de bolsa ofrece una tasa de descuento muy baja, es probable que obtengan CETES pero por otro lado, le resultaría difícil colocar esos CETES, entre sus clientes que si hubiera ofrecido una tasa más alta.

Por otro lado, si se proponen tasas de descuento muy altas, sus probabilidades de obtener CETES son menores, esto puede ocasionar:

- si las consigue, ofrecerá un precio atractivo a sus clientes.
- si no las consigue, tendrá que recurrir al mercado secundario, con el consiguiente aumento en los costos.

**CAPÍTULO 5**

**COMPARACIÓN**

**DE**

**MERCADOS**

### **5.1.1 LA CEDA Y LA BMV, SON MERCADOS**

El mercado es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores para intercambiar bienes, servicios o valores que satisfagan su necesidad.

La Bolsa Mexicana de Valores en estricto sentido, es un intermediario que facilita las instalaciones para la transacción de operaciones. Sin embargo, por ser el lugar donde convergen oferentes y demandantes para satisfacer sus necesidades, es considerado un mercado. En términos generales, el sector financiero de la economía incluye a los mercados bursátiles, monetario, crediticio y cambiario. Las transacciones que en estos mercados ocurren, influyen en la oferta y la demanda de bienes y servicios del país.

La Central de Abasto, es una estructura que permite el acceso de oferentes y demandantes para la realización de transacciones de manera eficiente, donde cada comerciante tiene una bodega, local o espacio preestablecido que les permite conservar sus productos en el estado adecuado. Los demandantes en este mercado pueden apreciar la variedad de los productos y la calidad de los mismos.

Por lo anterior, la CEDA y la BMV son mercados, los cuales muestran una actividad constante y cambiante, con tendencias buenas y malas, que influyen en el entorno del país.

Ambos mercados, han demostrado un desarrollo en el país debido a que se ha cubierto satisfactoriamente la demanda, dirigida a segmentos bien identificados, lo cual ha permitido un crecimiento interno adecuado.

### **5.1.2 GENERALIDADES**

Para determinar que ambos son mercados, a continuación se mencionan ciertas características, de acuerdo a las cuales se realizará el análisis:

I. Elementos básicos:

- Lugar físico,
- Intermediarios autorizados,
- Reglas para fijar los precios,
- Información disponible, y
- Autoridades de vigilancia.

II. Tipo de economía de mercado:

- Mercado de productos: se comercializan bienes manufacturados y servicios.
- Mercado de factores: se negocian los factores de la producción, que son mano de obra y capital.

III. Clasificación, en relación a los seis elementos:

- Área que abarca,
- Tiempo,
- Productos que se ofrecen,
- Competencia,
- Nivel de operaciones,
- Tipo de intercambio.

IV. Algunas funciones económicas que proporcionan los mercados financieros:

- Proceso de fijación de precios,
- Liquidez,
- Reducción del costo de transacciones.

V. Eficiencia del mercado.

### **5.1.3 ELEMENTOS BÁSICOS**

#### **• LUGAR FÍSICO**

**BMV:** Tiene un lugar específico para la realización de sus transacciones financieras, ubicado en Paseo de la Reforma No. 225 esquina Río Rhin, éste edificio posee unas instalaciones adecuadas que permiten el desarrollo eficiente de operaciones financieras.

**CEDEA:** Se encuentra ubicado en la delegación Iztapalapa abarcando una superficie de 328 hectáreas entre las calles de Canal de Tezontle, Eje 6 Sur, Calzada Rojo Gómez y Canal Río Churubusco. Éste mercado, permite concentrar gran parte de las actividades comerciales de alimentos en un solo lugar, evitando de esta forma la inadecuada participación de intermediarios en la cadena de comercialización pero a su vez, al conjuntar todas las operaciones en un solo lugar contribuye a incrementar el tráfico.

#### **• INTERMEDIARIOS AUTORIZADOS**

El intermediario, es el mediador entre el oferente y demandante, que facilita el desarrollo de la operación comercial. Su intervención implica un costo para el consumidor e inversionista.

Éste costo se integra por el financiamiento del tiempo de búsqueda de la persona para la realización de la operación hasta la forma de contratación de la negociación, ya sea a través de manera directa o indirecta.

En la directa, el intermediario pone en contacto las partes sin asumir riesgo; mientras que en la indirecta él capta los recursos y decide a quien asignárselos, asumiendo un riesgo.

**BMV:** El intermediario de la BMV, puede ser una persona física o moral para lo cual deberán, entre otros requisitos, demostrar tener solvencia y liquidez, y estar autorizados por la CNBV y la BMV, para poder operar.

La BMV, es un intermediario. Sin embargo como persona moral no puede actuar, por lo tanto es el promotor quien realiza las operaciones, a nombre de los inversionistas.

Para que una operación se realice en la BMV, ésta deberá registrarse ante los "corros" correspondientes.

En éste mercado, se pueden observar dos tipos de inversionistas, en donde la participación del intermediario, podrá realizarse bajo dos vertientes, una de ellas es asumiendo el riesgo de la operación, y la otra actuando conforme a lo que el comerciante establezca.

**CEDA:** El intermediario de la Central se puede conocer bajo la figura de: acopiador, introductor o coyote.

Ésta persona no esta autorizada para intervenir en las prácticas comerciales, sin embargo es la propia costumbre la que le ha otorgado el derecho de hacerlo. Su participación en la cadena comercial puede contribuir a eficientar el desarrollo comercial, o en su defecto entorpecer o hacer ineficiente al mismo.

En el mercado de Productores y Subasta dentro de la Central, se está tratando de legalizar la participación de los intermediarios con la impresión de credenciales y la formación de expedientes personales.

El intermediario, se da básicamente bajo el esquema de indirecto, ya que el acopiador compra una producción, asumiendo el riesgo de que el volumen de mercancías entradas sea superior al demandando y por lo tanto bajen los precios y se genere una ganancia.

- **REGLAS PARA FIJAR OPERACIONES Y PRECIOS**

Podríamos decir que las reglas para fijar los precios en ambos mercados atienden a variables tanto financieras como económicas.

Las variables financieras, se refieren principalmente a: el número de ventas, el plazo de la deuda, la tasa de interés y la rentabilidad.

Las variables económicas determinan el precio de mercado, en relación a: existencia de demanda (mercado), entorno del país (política y social), y estrategias de venta.

Sin embargo, a pesar de que las reglas son iguales, las perspectivas en cada mercado son diferentes, ya que en la:

**BMV:** El precio de mercado se encuentra dentro de un parámetro diario en un puja, en donde de cierta manera se controla el precio atendiendo principalmente a una tendencia. De tal forma que si un inversionista pierde en un día, puede recuperarse si se permanece en la bolsa, en condiciones estables.

**CEDA:** Las pérdidas o utilidades, se registran cuando se realiza la operación. En éste mercado no se determina una tendencia, ya que las variables cambian en relación al tiempo, fertilizantes, cuidado de la tierra, en sí a la experiencia del productor y el comerciante.

Las reglas para fijar los precios atienden principalmente a la Ley de la Oferta y la Demanda, es decir en base al volumen de producto ingresado a la Central. Así como, a la concentración de los productos en un comerciante y a la ciclicidad de los artículos.

- **INFORMACIÓN DISPONIBLE**

La información de mercados tiene por objetivo fundamental hacer transparente las operaciones del mercado, de manera que todos los participantes conozcan las variables relevantes que les permitan realizar una correcta toma de decisiones. Éste aspecto, mide el grado de eficiencia de un mercado.

**BMV:** Hay información disponible para cada uno de los inversionistas a través de cada una de las pantallas. Por lo tanto sólo corresponde a los intermediarios interpretar la información para poder determinar en que instrumento invertir.

**CEDA:** Ha ido mejorando su sistema de información con lo productores y acopiadores, a través del teléfono, fax y computadoras. De esta forma, el comerciante puede saber cuanto cuesta el producto en el campo, las condiciones del clima y lo más importante la calidad de la fruta.

La obtención de información en la CEDA, es más difícil ya que no se encuentra disponible para todos; cada uno debe conseguirla a través de sus conocidos. Esta es una de las causas que dificulta la entrada a este mercado.

A su vez, para el control de los precios se creó el Servicio Nacional de Información de Mercados (SNIM), por el Ejecutivo Federal, como un Organismo Público Descentralizado del Sector Comercio y Fomento Industrial. El propósito fundamental es difundir información sobre el comportamiento de los mercados agropecuarios y pesqueros , con la finalidad de:

1. Lograr transparencia en la información de los precios,
2. Incrementar la competitividad y eficiencia de los mercados,
3. Evitar la intermediación innecesaria,
4. Abatir mermas y movimientos innecesarios,
5. Reducir costos en la comercialización de productos agropecuarios.

Este sistema de información cubre alrededor de 287 mercados del país, en donde se levanta información de una canasta de orden de 782 productos percederos. La información generada en este sistema se encuentra disponible en boletines y documentos diarios, semanales, quincenales, estacionales y anuales. Entre otros datos, la información que se proporciona es:

1. Precios pagados al productor,
2. Cotización al mayoreo y menudeo,
3. Calidad y variedad,
4. Orígenes geográficos,
5. Presentaciones comerciales,
6. Volúmenes de ingresos,

Las oficinas de éste organismo, se encuentran ubicadas en:

Aguascalientes

Distrito Federal: Sierra Lona No. 285, y en la Central de Abasto Nave I- J.

Ecatepec, México

Hermosillo, sonora

Guadalajara, Jalisco

Monterrey, Nuevo León

Villahermosa, Tabasco

Mérida, Yucatán,

Torreón, Coahuila

y, otras en construcción a lo largo de la República,

#### • **AUTORIDADES DE VIGILANCIA**

**BMV:** Las instituciones de vigilancia de la BMV, son la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Comisión Nacional Bancaria.

La SHCP, es la máxima autoridad del sistema financiero, que tiene por objeto regular, controlar y vigilar las operaciones de valores, así como el funcionamiento de las instituciones financieras.

La CNBV, es un órgano desconcentrado de la SHCP, con autonomía técnica y facultades ejecutivas para supervisar y regular el correcto funcionamiento de las entidades financieras, así como de mantener el sano equilibrio de las entidades financieras.

Estas autoridades vigilan el desarrollo de las operaciones financieras en base a informes que tanto la CNBV como la SHCP, solicita a las instituciones.

CEDA: El Comité Técnico, es el órgano de gobierno de la Central que tiene por objeto vigilar el buen funcionamiento. Para ello, se apoya en cuatro comisiones (comercialización, operación, finanzas y jurídica).

Se integra por 10 representantes del sector público, el cargo de presidente lo desempeña el Jefe de Gobierno del D.F., quien a partir del 1º de diciembre de 1997, será Cuauhtémoc Cárdenas del Partido Revolucionario Democrático.

El control que realiza el Comité Técnico, básicamente se orienta hacia la administración del mercado; las operaciones comerciales de los productos aún no se regula debido a la diversidad de los mismos, así como a la falta de información pública, a pesar de secretarías existentes como el SNIM

Asimismo, el control de las cuestiones administrativas del Fideicomiso Central de Abasto, se regulan a través de la fiduciaria Banco Santander Mexicano, S.A. de C.V.

Finalmente el D.D.F., se encarga de vigilar el mantenimiento de la CEDA, el cual se puede realizar a través del pago oportuno de las cuotas de mantenimiento. En relación a la vigilancia en la regulación de precios, se puede decir que se encarga el organismo: "Servicios Nacional de Información de Mercados" (SNIM).

#### **5.1.4 TIPO DE ECONOMÍA DE MERCADO**

En base al análisis del mercado, la economía de mercado se muestra bajo dos vertientes:

1. Mercado de productos: se comercializan bienes manufacturados y servicios.
2. Mercado de factores: se negocian los factores de la producción, como la mano de obra y el capital.

La BMV y la CEDA, es una conjugación de ambos mercados, ya que un producto se compone de una parte tangible (producto o títulos-valor) y otra intangible (servicio, conocimientos, venta de estrategias, etc.).

Actualmente, la economía de mercado no permite dedicarse sólo a uno, sino globalizarlos, principalmente.

### **5.1.5 CLASIFICACIÓN EN RELACIÓN A SEIS ELEMENTOS**

#### **I. ÁREA QUE ABARCA**

El área que abarca un mercado se determina en relación a la extensión de las operaciones que realiza un comerciante en: local, regional, nacional o internacional.

**BMV:** La extensión de las operaciones de este mercado básicamente es nacional, ya que se realizan en el Distrito Federal y sus entidades. Sin embargo, el entorno de las operaciones que se contratan, tiene influencia en los mercados internacionales. Por lo que podríamos decir, que es un mercado nacional con tendencia al internacional.

**CEFA:** El tipo de operaciones que realiza son básicamente regional, ya que atiende a los habitantes de la Ciudad y áreas circunvecinas. A su vez es nacional, ya que algunos de los productos que se adquieren en la Central son distribuidos a otras Centrales, que les conviene adquirirlos más en ésta, que de la ciudad procedente. Sin embargo, tiene una tendencia internacional por aquellos productos que se exportan.

En síntesis, ambos mercados abarcan un sector internacional por lo que los dos, son importantes para la economía del país.

#### **II. TIEMPO**

Es la relación entre la transacción económica y la liquidación de la operación, en donde el precio se establece en el momento de la transacción. Este puede ser:

**BMV:** El tiempo de una operación puede ser entre otras, de las siguientes maneras: contado o spot (entre 24 y 48 horas); a plazo (más de 3 meses y menos de 360 días); con liquidación anticipada o vencida; o bien, a futuros (varios meses) en donde las pérdidas o ganancia se manifiestan a diario de acuerdo con los precios vigentes.

**CEFA:** Básicamente el tiempo de una transacción es de contado (spot) o a un plazo máximo promedio de 30 días. Sin embargo, éste varía principalmente en relación al volumen total ingresado de los productos, es decir: la oferta.

### III. PRODUCTOS

La características de los productos que se ofrecen y demandan en un mercado depende del entorno y del lugar donde nos encontremos.

**BMV:** Ofrece activos financieros, los cuáles en términos generales son cualquier posesión que tiene un valor de intercambio, y pueden clasificarse en tangibles o intangibles.

Los activos tangibles, son aquellos cuyo valor depende de propiedades físicas particulares; en tanto que los intangibles representan obligaciones legales sobre algún beneficio futuro, en donde su obligación no tiene relación con la forma física. Por lo anterior, los títulos-valor son activos financieros intangibles.

Los títulos valor representan para el emisor una obligación, ya que es quien realizará los pagos futuros, en tanto que para el poseedor un derecho de realizar un cobro a futuro, y se le denomina inversionista.

Este título se diferencia respecto de los demás en relación al rendimiento y riesgo que cada uno proporciona, en donde ambos son relativamente proporcionales y en el mismo sentido, es decir, a mayor riesgo mayor rendimiento, y viceversa.

**CEFA:** Básicamente ofrece productos perecederos, los cuales en términos generales tienen un promedio de vida de 10 días.

Para evitar la descomposición de los alimentos, la mayoría de los bodegueros han instalado dentro de sus bodegas cámaras de refrigeración o maduración, para prolongar el tiempo de vida del producto. En caso de que un bodeguero no tenga la infraestructura necesaria, puede contratar el servicio necesario.

Los artículos que se negocian, se encuentran físicamente dentro del mercado ofreciendo una gran variedad de colores, olores y sabores.

### IV. COMPETENCIA

Existen diferentes tipos de competencia de mercados que varían desde un monopolio hasta un mercado perfecto. En la actualidad se observa con mayor frecuencia la presencia de oligopolios, donde los comerciantes determinan el volumen y el precio. Las características generales de los diferentes tipos de competencia son:

- a) Monopolio: Modelo de mercado donde no hay competencia, y una de las causas por la cual surge es por el movimiento descendiente del precio hasta llegar a un mínimo donde sólo la empresa fuerte, se sostiene. Después de esta baja de precios, los mismos suben repentinamente.
- b) Competencia monopolística: Es un modelo que tiene un número grande de empresas que producen artículos parecidos pero no iguales, por lo que la publicidad es muy importante y sobretodo dirigida a crear clientes fieles. La competencia es básicamente en precios, ya que todos los productos tienen sustitutos.
- c) Competencia perfecta: Este modelo supone que no hay publicidad, pero existe un gran conocimiento del mercado, y sobretodo existe una atonicidad de la oferta (gran número de empresas que producen un monto significativo en relación con la oferta total), y atonicidad de la demanda (gran número de consumidores que consumen individualmente un monto significativo en relación a la demanda total). De tal forma, esto permite que no se pueda influir en el precio.
- d) Oligopolio: Mercado de pocas empresas que elaboran productos similares o diferenciados, en donde lo que hace una empresa afecta a las demás. Los productos son muy similares.

**BMV:** Es un mercado perfecto, ya que se tiene un manejo eficiente de la información, permitiendo dar a conocer las condiciones del mercado. A su vez, se genera la atonicidad de la oferta y de la demanda.

**CEFA:** La Central tiene un modelo de mercado de tipo oligopolio, con tendencia a una competencia monopolística, es decir, gran número de empresas con productos parecidos; en cuyo esquema el comerciante con mayor poder, obtiene las mejores utilidades. Éste tipo de competencia obliga a dar un valor agregado a los productos, o al servicio.

## V. NIVEL DE OPERACIONES

Se refiere al volumen de operaciones que manejan los comerciantes en la realización de una transacción, es decir, desde detallista y hasta mayorista.

**BMV:** Maneja operaciones al mayoreo de acuerdo a lotes, en donde la cantidad mínima de títulos que se pueden intercambiar en una transacción es de mil.

**CEFA:** Básicamente realiza operaciones al mayoreo; sólo en el pasillo "I- J" y en los andenes se comercializa al menudeo. Sin embargo, en la zona de abarrotes no se descarta la venta al detalle.

## VI. TIPO DE INTERCAMBIO

En el mercado existen dos tipos de transacciones económicas: el directo (trueque) y el indirecto (interviene como intermediario el dinero).

**BMV:** El tipo de intercambio es básicamente indirecto aunque no se pierde la posibilidad de ser directo, realizando un trueque de acciones cuando así se convenga entre los inversionistas.

**CEDA:** La existencia de un intercambio directo es prácticamente nulo, debido a que un comerciante dedicado a un sector no va a intercambiar parte de su producto por otro para tener una mayor cobertura de mercado, ya que incluso en la zona donde se encuentre puede estar no permitida la comercialización del artículo. Por lo tanto, el tipo de intercambio es prácticamente indirecto.

### 5.1.6 ALGUNAS FUNCIONES ECONÓMICAS QUE PROPORCIONAN LOS MERCADOS FINANCIEROS

#### • PROCESO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

El proceso de fijación de precios se da en la interacción del comprador y el vendedor para determinar el monto en que una negociación finalmente se cierra. Para cerrar la operación, el comerciante establece unos parámetros dentro de los cuales está dispuesto a negociar.

**BMV:** La fijación de precios, se realiza en relación a la posición de cada oferente (vender o comprar). Al haber dos personas con posiciones diferentes, que deseen negociar bajo las condiciones establecidas se cierra la operación, sino entra en una especie de subasta donde va el importe de menos a más, en donde el mejor precio es quien obtiene los títulos.

En la realización de una negociación, el intermediario de la Casa de Bolsa va a cerrar una operación, de acuerdo al tipo de orden que reciba, las cuales pueden ser:

- a) Orden de precio de mercado: Se negocia el precio al que se encuentre en el mercado en el momento de realizar la operación.
- b) Orden a precio limitado: El inversionista fija los límites inferior o superior, dentro de los cuales se realiza la operación.
- c) Orden condicional: La operación, sólo se realizará en el caso que se den ciertas condiciones.

Cabe señalar que en la BMV no se vende el precio del título, sino básicamente el rendimiento del mismo.

**CEDA:** La negociación del precio se realiza de acuerdo al volumen total ingresado a la Central, en donde si la entrada de cierto producto es poca, el precio sube y viceversa. Éste, es uno de los mercados que más atiende en la fijación de precios a la Ley de: "La Oferta y la Demanda".

Ésta Ley, señala: la cantidad ofrecida de un artículo varía en sentido inverso al precio, mientras que la demanda lo hace en el mismo sentido.

Mayor demanda ↑ Precio más alto ↑

Mayor oferta ↑ Precio más bajo ↓

Asimismo, podríamos decir que se regula también por la "Ley de Mercado", que dice: "cuando existe libre competencia podemos decir que el precio de un artículo aumentará si la demanda aumenta, y la oferta permanece constante".

Cabe mencionar que si la competencia es muy enérgica, el precio de los productos baja.

Finalmente, el principal tipo de operaciones que se realizan en la Central, es en base a un "precio limitado" donde se establece un importe mínimo y otro máximo, a través del cual se determina el precio.

- **LIQUIDEZ**

Éste concepto se refiere a que importe de dinero se tiene en efectivo o de rápida disponibilidad para que el inversionista pueda cubrir sus obligaciones a corto plazo.

**BMV:** Este mercado prácticamente tiene solvencia pero no liquidez, ya que sólo se negocian títulos valor pero no dinero. Sin embargo, el inversionista puede obtener liquidez en la venta de su activo financiero cuando las circunstancias lo fuerzan o motivan.

**CEDA:** La Central, se caracteriza por ser un mercado con un alto grado de liquidez, ya que la mayoría de las operaciones que se realizan son de contado.

## • REDUCCIÓN DEL COSTO DE TRANSACCIONES

La disminución de costos se origina a través de los costos explícitos (son aquellos que están identificados directamente con la realización de una operación) e implícitos (se refieren al costo inherente a la realización de la transacción, ejemplo: el tiempo).

La disminución de los costos, originada por la automatización con un crecimiento de la empresa da origen a una economía de escala.

La producción a bajos costos, es el rasgo de un mercado perfecto.

**BMV:** La reducción de los costos en forma explícita, se determina por el costo de la transacción, en tanto que en forma implícita es el riesgo por el paso del tiempo, en donde a menor tiempo menor riesgo pero mayor seguridad, y viceversa.

**CEDA:** El costo explícito se refiere al hecho de que un embarque venga malo en una gran proporción. En tanto el costo implícito, es el tiempo que un comerciante invierte para ir directamente con el productor a ver la mercancía para ver si la adquiere o rechaza.

### 5.1.7 EFICIENCIA

En términos generales, un mercado eficiente es aquel que refleja en los precios de los productos que se comercializan, la información disponible relacionada con el bien.

La eficiencia de un mercado se mide de la siguiente manera:

- a) Interiormente: Es el costo de comercialización dentro del mercado, y se mide en base a la intervención del intermediario, la cual no debe manipular el precio de los productos o activos financieros que opera.
- b) Exteriormente: Se refiere a la disponibilidad y accesibilidad de la información.

A su vez, de acuerdo al manejo y disponibilidad de la información, la eficiencia puede ser débil (no se pueden predecir los movimientos financieros de los precios, ya que esto implicaría la determinación del mismo por la psicología y no por la racionalidad propia del valor de la actividad); semi-robusta (capacidad de ajustar los precios ante nueva información, lo cuál evita que ciertos inversionistas generen ganancias extraordinarias); y, robusta (se demuestra que no existe información privilegiada).

La eficiencia, es una característica de un mercado competitivo perfecto, ya que debe tener una estructura adecuada en el interior para poder ofrecerla al exterior.

**BMV:** En su estructura interior, el intermediario al intervenir en la realización de una operación debe manifestar primero el hecho de serlo. Asimismo debe registrar todas sus operaciones ante alguna autoridad de vigilancia, para evitar la especulación de valores.

En su estructura exterior, tiene una accesibilidad a la información de manera semi-robusta, en donde los precios varían de acuerdo a tendencias, y el ajuste de los mismos es rápido, evitando burbujas especulativas, y con ello ganancias extraordinarias para algunos inversionistas.

A su vez, la eficiencia del mercado financiero, se evalúa en tanto que los recursos económicos de los inversionistas son canalizados a proyectos productivos, con lo cual se genera un mayor rendimiento.

**CEDA:** En su estructura interior, el intermediario de este mercado tiene una actuación muy particular debido a que no se encuentra autorizado por la autoridad pero sí por la costumbre.

La intervención del intermediario en el proceso de comercialización del productor a la Central puede ser considerada eficiente, debido a que él asume el riesgo de que un producto no se venda por la heterogeneidad del mismo (calidad). Así como, el costo del financiamiento por el tiempo que transcurre entre la compra de la mercancía y la realización de la venta, al pagarle en efectivo al productor.

Su estructura hacia el exterior, en relación al manejo de la información y accesibilidad a la misma, se puede determinar como débil, ya que los precios siguen una tendencia aleatoria, la cual no permite predecir los movimientos futuros de los precios. Esto tiene su origen en las condiciones de la naturaleza y la falta de tecnología, que afectan de manera relevante a este mercado. A su vez, se puede determinar como semi-robusta, ya que los precios cambian rápidamente, cuando un artículo nuevo entra con un precio diferente al mercado.

Sin embargo, en términos agropecuarios, el Sr. Bo Bengtsson, Director del Mercado la Central en Estocolmo en 1986, señala que la eficiencia del mercado se establece en relación al parámetro de normalización del producto.

En el mundo, existen varias organizaciones encargadas de esto, como son: CAC (Codex Alimentarius Commission) y la ECE (Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa), entre otras .

La CAC, se integra por 129 países<sup>1</sup> y estipula entre otras cosas los niveles permisibles de residuos de plaguicidas en los alimentos y materiales para empaque. La ECE diseña normas de calidad, aspecto, tamaño, etc. para frutas y legumbres, así como normas de transportación.

México, gracias a la apertura económica ha mejorado la calidad, textura y tamaño de sus productos hortifrutícolas de calidad de exportación.

A su vez el término normalización, es descrito por el Sr. Jorge Vargas Araya, miembro del Consejo del Programa Integral del Mercado Agropecuario P.I.M.A. de Costa Rica, como el establecimiento de normas de calidad y de pesas y medidas de un lugar a otro, y que sirva de criterio para la clasificación de los productos en categorías, en donde a través de éste sistema, se logra la transferencia de tecnología, y sobretodo, la protección del consumidor.

Por lo tanto, para lograr un manejo interno eficiente, debe de normalizarse el producto, ya que ofrece las siguientes ventajas:

1. "Permite las transacciones por muestra y descripción (sin la presencia del producto) y facilita las negociaciones a grandes distancias.
2. Reduce costos de mercadeo, al eliminar el acarreo innecesario de los productos que se requieren en la compraventa por inspección.
3. Los productores pueden programar la producción de calidades específicas para mercados determinados.
4. El mercado puede establecer diferencias de precio remunerando en mayor medida la calidad que incorpora mayor esfuerzo en la producción y mercadeo.
5. Es un paso indispensable para el manejo a granel de los productos, en el transporte, almacenamiento y manipuleo, mediante el uso de plantas y equipo moderno que se requiere cuando la producción llega a niveles tales que hace necesaria la mecanización en el mercadeo.
6. Se puede llevar a cabo funciones de mercadeo a niveles de fincas que tradicionalmente se realizan a nivel urbano (empacado, limpieza, etc.)
7. Facilita la formación de canales de comercialización más directos entre productores y compradores (Agroindustrias, Empresas exportadores, etc.). Lo anterior hace que se agregue por parte del productor más valor a la producción y participación en mayor proporción en los márgenes de comercialización.
8. Con la incorporación de grupos organizados tales como Cooperativas y Asociaciones de Productores en el proceso de mercadeo haciendo efectivas la economías de escala en el acopio, transporte, y almacenamiento, desplaza a los intermediarios tradicionales, que se muestran irremplazables en los sistemas obsoletos de mercadeo."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Datos del XIV Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas de 1986.

<sup>2</sup> International Union of Local Authorities, Efectos de los Mercados Mayoristas en las Estructuras Agrícolas y Orientales: XIV Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas”, abril 1986.

## **CONCLUSIONES**

La Central de Abasto, es un mercado de venta de alimentos al mayoreo que promueve la participación de los sectores involucrados en el proceso comercial de alimentos perecederos.

La participación en éste proceso, generalmente es ineficiente debido a que el manejo de la información también lo es; aunque una de las oportunidades que este mercado ofrece, consiste en poder capturar y sistematizar datos relativos al abasto de productos hortifrutícolas a la Ciudad de México, como son:

- volumen por origen y destino,
- precios, y
- participación de los diversos agentes.

De acuerdo al esquema anterior, se podrá regular la participación del intermediario, y planear y regular el abasto por parte de las entidades responsables. Esto sólo se puede lograr con una visión global de la Central, bajo la perspectiva de un mercado financiero.

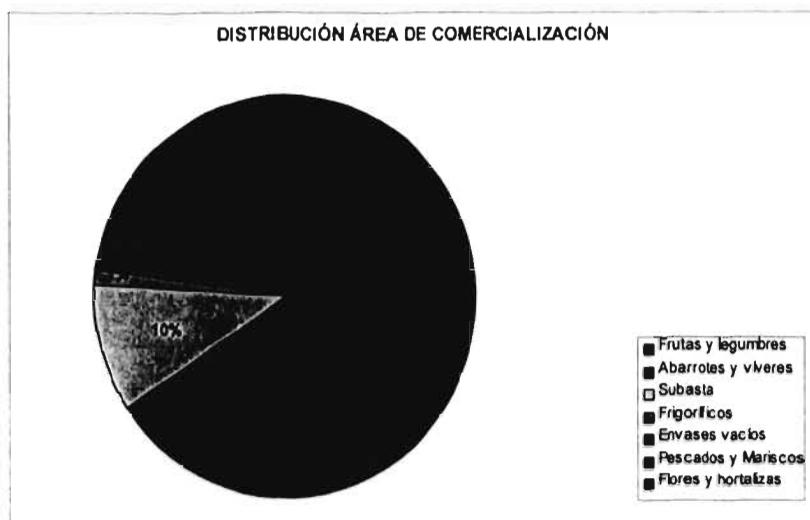
Nuestro mercado de la Central, tiene un pasado lleno de mitos enmarcados en un entorno político que le ha permitido un crecimiento en forma gradual más no eficiente, debido a la presencia de varias generaciones de productores que sólo han cosechado para satisfacer sus necesidades primarias sin contribuir al crecimiento del país, y esto ha sido por:

- temor de los campesinos a perder su capital en una temporada, y
- falta de infraestructura.

La importancia de eficientar éste mercado se observa, cuando los datos revelados indican que se comercializa **el 60% del producto nacional en una área de 328 hectáreas, de las cuales 106.73 corresponden a el proceso de comercialización, es decir, el 32.54%** de la superficie total que se distribuye de la siguiente manera:

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS	HECTÁREAS	%
ALIMENTICIOS Y OTROS	106.73	100.00
Frutas y legumbres	54.31	50.89
Abarrotes y víveres	15.55	14.57
Andén de Subasta	11.10	10.40
Frigoríficos	1.20	1.12
Mercado de envases vacíos	2.70	2.53
Mercado de Pescados y Mariscos	9.00	8.43
Flores y hortalizas	12.87	12.06

Es decir:



La mayoría de las operaciones de la Central de Abasto, se realizan "a la palabra", donde se utilizan plazos de créditos comunes de un día y hasta tres meses, con un pago de intereses que varía principalmente en proporción al volumen ingresado de un producto. El porcentaje de cuentas incobrables es mínimo debido a que es un mercado muy cerrado; esto a su vez dificulta la entrada de nuevos comerciantes, el proceso de comercialización en cada una de las áreas es el siguiente:

1. **SUBASTA:** Se comercializa el 10% del producto ingresado a la Central. Se maneja un crédito aproximado de 1 día a 3 meses. Son 5 los productos que principalmente se negocian: naranja, plátano, toronja, papa y tangerina.
2. **ABARROTES:** El 25% del producto ingresado a la Central, se comercializa en este mercado. Esta superficie abarca el 23% de la zona de bodegas, donde el 83% de las 350 bodegas se tienen registradas como no compartidas, el 2% están compartidas y el 15% restante, no se encuentra especificado. Se utiliza un crédito promedio de un día y hasta una semana, dependiendo del producto.
3. **FRUTAS Y LEGUMBRES:** En esta sección se comercializa aproximadamente el 40% del producto ingresado a la Central. Se tiene registrado que en promedio el 70% de las bodegas son compartidas, el 27% no están compartidas y el 3% restante no se encuentra especificado. Sin embargo, estos datos no son muy relevantes debido a la existencia de prestanombres y dada la existencia de agentes líderes que se estima comercialicen cerca del 80% de los productos estratégicos ingresados a la Central. Se utiliza un crédito promedio de 1 a 30 días.

4. FLORES Y HORTALIZAS: Esta área comercializa aproximadamente el 20% del volumen ingresado a la Central. El crédito varía dependiendo de si se es un comerciante establecido o no establecido, para el primero es de 1 a 7 días, mientras que para el segundo casi es nulo, debido a que pueden cambiar los comerciantes que realizan operaciones en esta sección.

5. MERCADO DE ENVASES VACÍOS: Comercializa el 5% de las ventas realizadas en la CEDA.

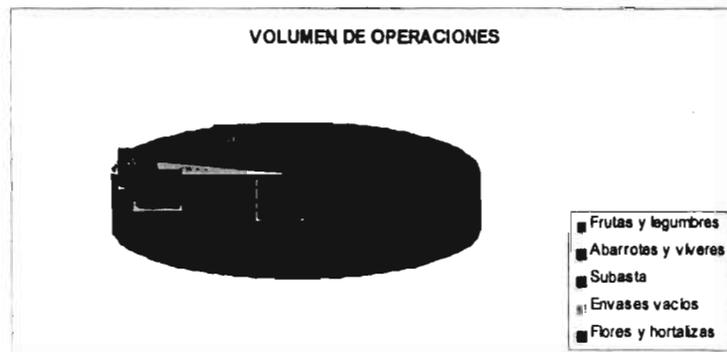
NOTA: La zona de Pescados y Mariscos, no se analiza porque corresponde a una administración diferente, aunque esté considerada en el área de comercialización de la Central de Abasto.

El volumen de operaciones que cada área realiza respecto al total, se estima que sea el siguiente:

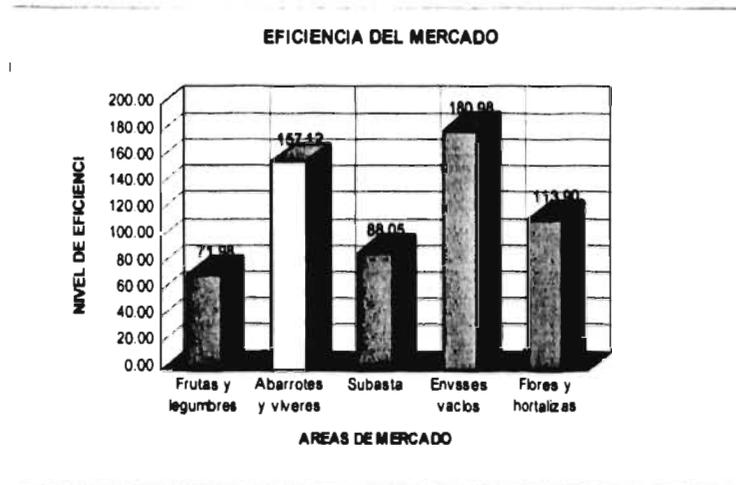
Área	Volumen	Porcentaje
Frutas y legumbres	54.31	40.00
Abarrotes y víveres	15.55	25.00
Andén de Subasta	11.10	10.00
Frigoríficos	1.20	N.A.
Mercado de envases vacíos	2.70	5.00
Mercado de Pescados y Mariscos	9.00	N.E.
Flores y hortalizas	12.87	20.00

El área de frigoríficos no se considera, debido a que es un servicio para los comerciantes, a través del cual los productos se conservan un mayor tiempo.

El volumen de operaciones que cada zona realiza, se observa en la siguiente gráfica:



Sin embargo, la eficiencia en relación al área que cada una ocupa de acuerdo a la superficie total de comercialización es la siguiente:



De lo anterior, podemos darnos cuenta que las zonas de la Central de Abasto no están bien distribuidas, lo cual impide tener un mercado eficiente. Esta gráfica nos muestra las áreas que requieren ser reestructuradas para permitir un mejor aprovechamiento de la Central de Abasto.

Como se ha podido observar, el manejo financiero de este mercado podría ser más eficiente. Una propuesta para poder desarrollarlo sería tomar como modelo la Bolsa Mexicana de Valores, considerando sus similitudes en etapas de crecimiento:

**1982**

- CEDA: Realiza su apertura comercial.
- BMV: Se nacionaliza la banca, debido a esto la Bolsa Mexicana de Valores tiene un crecimiento importante, ya que era quien mejores tasas de interés ofrecía dentro del mercado financiero.

**1983**

- CEDA: Comenzaba a tener una aceptación por lo comerciantes de La Merced y Jamaica. En este año se realizó la apertura del mercado al público, permitiendo modernizar la comercialización de frutas, legumbres, abarrotes y víveres.

BMV: Durante 1982 y principios de 1983, el sector financiero había mostrado una disminución del 35%, a finales de éste año se acelera el ritmo de crecimiento de la captación, como efecto de las atractivas tasas reales de rendimiento ofrecidas por los Bancos, a pesar de la significativa reducción en sus niveles nominales de hasta 9.8%.

Algunos de los objetivos que se lograran al eficientar éste mercado son:

- Hacer transparente el proceso de comercialización.
- Crear un mercado abierto.
- Lograr mayor diversificación de oferentes.
- Consolidar una unión de productores, que produzcan más y mejor mercancía, tanto para los mexicanos como para los extranjeros (P.ej. el caso del jitomate).

El esquema bajo el cual se propone realizar el objetivo anterior es:

- I. Normalizar el producto.
- II. Regular la participación del intermediario.
- III. Implementar un mercado de derivados, donde tanto el productor como el comerciante tengan la posibilidad de asegurar el precio de la mercancía en relación a una tendencia.

#### **I. NORMALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

La normalización del producto significa el establecimiento de las normas para los métodos de cultivos, variedades, transporte, almacenamiento, incluyendo las de salud e higiene. Así como del establecimiento de controles de calidad de pesas y medidas que permanezcan constantes de un lugar a otro, para que se permita:

- Desarrollar la tecnología en el campo,
- Clasificar los productos en categorías, pero sobretodo
- Proteger, tanto al productor como al consumidor.

Este concepto en la producción de artículos hortifrutícolas, ofrece las siguientes ventajas:

1. Vender los productos por muestra y descripción a través de muestrarios, lo que le permitirá facilitar las negociaciones a grandes distancias.
2. Reducir los costos de mercadeo, al eliminar el acarreo innecesario de los productos que se requieren en la compraventa por inspección.
3. Los productos podrán programar la producción de calidades específicas para mercados determinados.

4. Establecer diferencias de precios, remunerando en mayor medida la calidad que incorpora mayor esfuerzo en la producción y mercadeo.

Actualmente, esta filosofía se desarrolla en Suecia, en el mercado de Estocolmo, en donde cada producto tiene una serie de reglamentos, como sucede con la coliflor:

- Requisitos para un producto.  
La coliflor debe estar fresca, entera, limpia, y en particular no tener residuos de fertilizantes ni sustancias químicas.
- Criterios de selección.  
La coliflor tiene dos clases. La clase uno implica que el producto esté dura, tenga buena forma, con racimos firmes, que deberán ser de color blanco o crema, sin marca alguna y libre de daño por plagas. Por contra, la clase dos implica, un menor tamaño y calidad.
- Determinación del empaque.  
Incluye los criterios de manipuleo y empaquetamiento del producto. Es decir, la coliflor se puede vender sin hojas o con hojas recortadas. El tipo de caja y empaque del producto dependerá de la calidad, cantidad y destino del mismo.

Sin embargo, para poder implementar este sistema se requiere de la creación de organismos que regulen los requisitos necesarios de cada producto para poder normalizarlos, tanto con una mira específica hacia las condiciones del país importador como para el control de los productos mexicanos. A su vez, con esta normalización se trata de implementar una forma de que los precios no se muevan conforme a la oferta y la demanda, sino en base a la calidad, ya que este sistema infiere en que un producto de segunda o tercera calidad se venda a precios superiores que una primera calidad en un momento dado. Con esto se pretende regular la actuación del intermediario.

Finalmente, la normalización se ha determinado como un paso indispensable para eficientar el mercado en el manejo a granel de los productos en los diferentes procesos para lograr su comercialización que van desde su producción y hasta la venta final al último consumidor, quienes tiene las siguientes ventajas:

- Productor:  
Puede seleccionar, sembrar y sacar al mercado un producto en función a la calidad requerida. Esto permite que el agricultor sea retribuido de la manera más justa.
- Consumidor:  
Proteger al consumidor en la adquisición de sus bienes, y satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias.

- Sector Agroindustrial:

Permite comprar un producto de acuerdo a los requerimientos de la materia prima para asegurar un producto final excelente, y proteger al empresario a respaldar sus productos con un sello de calidad. Es decir, como en el caso del jitomate o tomate rojo, en su actividad exportadora:

"Actualmente, la CEDA es el lugar más importante de comercialización en el tomate de mayoreo. "Se estima que anualmente ingresan a este centro alrededor de 288 mil toneladas que representan un promedio diario de 800 toneladas de tomate en sus dos presentaciones: bola y saladette"<sup>1</sup>.

Dentro del contexto internacional debemos señalar: "la producción mundial de hortalizas se estima en 700 millones de toneladas. De las 200 hortalizas que se cultivan aproximadamente solo 20 tienen importancia significativa. Así, considerando el promedio de los años 88/1991, solamente tres hortalizas cubren más del 50% de la producción hortícola mundial: la papa (37.7%), el jitomate (9.6%) y la col (5.2%)."<sup>2</sup>

Sin embargo de estas tres hortalizas sólo el jitomate ha mostrado un crecimiento promedio anual de 9.45% entre 1981 y 1992.

México, es el principal proveedor de tomate fresco para Estados Unidos: "con una 95% de participación del mercado de importación, seguido muy de lejos por Holanda (1.90%) y Canadá (1.94%). No obstante esta fuerte participación, es necesario advertir que entre 1980 y 1993 México perdió 4.6 puntos porcentuales en las importaciones totales y que Holanda, potencia hortícola mundial, empieza a ganar terreno"<sup>3</sup>.

Para Estados Unidos la importación hortícola más importante es el tomate, el cuál representa el 17% del volumen físico y el 26% del valor total de sus importaciones en éste rubro.

#### COMERCIALIZACIÓN DEL JITOMATE, EN EL CASO DE EXPORTACIÓN

Los productores que dan prioridad al mercado de exportación, programan sus lotes para cumplir sus contratos pero a su vez siguen produciendo la mayor parte de la temporada en espera del momento en que se les permita incrementar los volúmenes enviados a un precio elevado, lo cuál suele ser en períodos cortos pero los cuales les permiten obtener una ganancia.

---

<sup>1</sup> Universidad Autónoma Chapingo, "Desarrollo de ventajas competitivas en la agricultura", La Fuente, septiembre 1995, p.44

<sup>2</sup> Universidad Autónoma Chapingo, "Desarrollo de ventajas competitivas en la agricultura", La Fuente, septiembre 1995, p.4

<sup>3</sup> Universidad Autónoma Chapingo, "Desarrollo de ventajas competitivas en la agricultura", La Fuente, septiembre 1995, p.11

Es cierto, que los productores más que estar interesados en exportar un gran número de lotes están en espera de captar valor, por lo que los productores o intermediarios reaccionan rápidamente al comportamiento de los precios en frontera; dejando de enviar o enviando, según sea el caso del comportamiento del precio.

## **II. REGULAR LA PARTICIPACIÓN DEL INTERMEDIARIO**

El intermediario, se define según la enciclopedia Salvat como: "Que media entre dos o más personas, y especialmente entre el productor y el consumidor de géneros o mercaderías; y así se dice de los traficantes, acaparadores, proveedores, tenedores, etc."

Cuando comencé a realizar mi tesis consideraba al intermediario como: una persona innecesaria y fraudulenta, en donde su única contribución al proceso de comercialización era la de aumentar los precios y entorpecer el proceso. Incluso en algunos casos se le denomina: coyote, acopiador, introductor, etc...

Sin embargo, al realizar las investigaciones, observé que el intermediario era necesario para reducir prácticas nocivas y subsanar rezagos tales como:

- Caciquismo,
- Latifundios,
- Falta de tecnología y educación, y
- Falta de capital para que el productor pueda cosechar y transportar adecuadamente sus mercancías para realizar sus ventas.

Así pues, tanto el intermediario de la BMV, como el de la CEDA, realizan ciertas funciones económicas. Al intermediario de la Central le corresponden:

1. Asumir el riesgo: Con el poder adquisitivo que el intermediario posee, puede adquirir los productos de los campesinos y absorber los gastos de fletes y mano de obra en la clasificación de productos. De tal forma, que él recibe una ganancia adicional, y en varias ocasiones exagerada por el riesgo que asume al comprar la mercancía para venderla en la plaza. Lógicamente en algunas ocasiones el intermediario pierde dinero.
2. Reducir los costos del proceso de contratación: Se da cuando el intermediario ofrece los productos en la plaza. Éste hecho evita que el comerciante incurra en gastos de viáticos para determinar si la mercancía cubre las características necesarias para ser adquirida y realizar la negociación, o en caso contrario no cerrar la operación y buscar a otro productor, lo cual significa pérdida de tiempo y dinero.

3. Estructurar mecanismos de pagos: La mayoría de las transacciones son realizadas en efectivo en la CEDA. Sin embargo, algunas veces los intermediarios realizan operaciones de crédito, con un promedio de un día a tres meses, en función al volumen ingresado a la Central, es decir, en base a la Ley de la oferta y la demanda.

Estas funciones las realiza el intermediario de la Central. Sin embargo, la actuación del mismo podría ser más eficiente si el producto se normalizara, y el precio se estableciera en un contrato evitando de esta forma la fluctuación de los precios, ocasionada por la Ley de la oferta y la demanda.

Considero que una vía de solución para ello, sería la implementación de un mercado de derivados.

### **III. IMPLEMENTAR UN MERCADO DE DERIVADOS**

Para comentar porque se sugiere éste método para lograr la eficiencia del mercado, se explica a continuación, qué es un mercado de derivados.

Un producto financiero derivado es aquél cuyo valor o precio esta en función de algún otro instrumento denominado subyacente o de referencia. Hay cuatro grupos básicos de derivados que son: futuros, opciones, swaps y forwards. Sin embargo, de estos grupos sólo considero viables para la Central de Abasto, el de futuros y el de opciones, ya que su manejo es menos complicados que los dos restantes.

La ventaja que ofrece la implementación del mercado de futuros es poder abrir un poco éste mercado, ya que podría decirse que de cierta manera en algunos casos se realiza. Sin embargo, la actuación del mismo es muy limitada ya que, corresponde por una parte sólo a los comerciantes que tienen un alto poder adquisitivo, y por otra parte a productores que pueden cosechar volúmenes deseados por los mismos, bajo un contrato que se realiza sólo "a la palabra", esto da origen a la creación de un mercado cerrado.

El mercado de futuros, es un instrumento cuya función económica básica es la de proporcionar la oportunidad a los participantes de mercado para protegerse contra el riesgo de movimientos de precios adversos. De esta forma se puede eliminar la participación del intermediario ineficiente, y proteger al productor y consumidor final. Éste instrumento, se realiza a través de un contrato legal por el cuál el vendedor se obliga a entregar un activo específico a el comprador en una fecha determinada a un precio convenido. Este tipo de contrato se ha determinado como necesario cuando los precios son impredecibles, tales como el caso de: agricultores, ganaderos, silvicultores, etc..., es decir, en los casos que las condiciones climatológicas alteren la productividad.

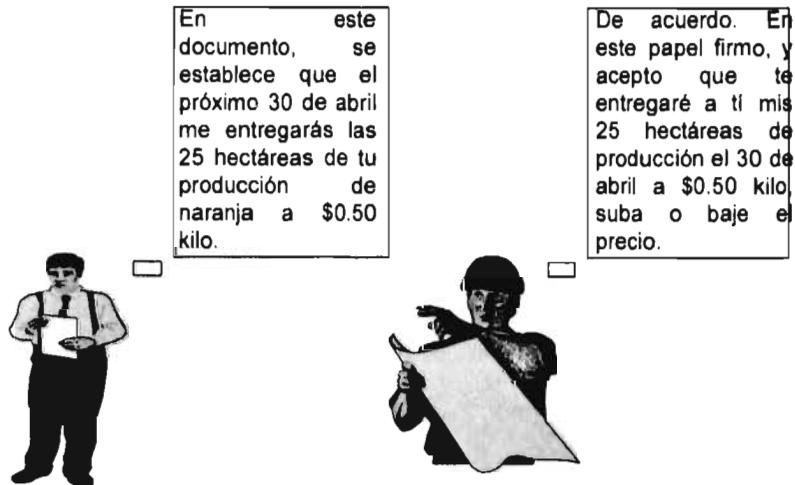
En este tipo de instrumento tanto el comprador (intermediario o comerciante) como el vendedor (productor), realizan un convenio hoy para que tenga efectos a futuro, en donde ambos establecen:

- Fecha de entrega (closing date).
- Precio a ser pagado en un futuro.
- Cantidad y calidad del bien (commodity).

Ejemplo:

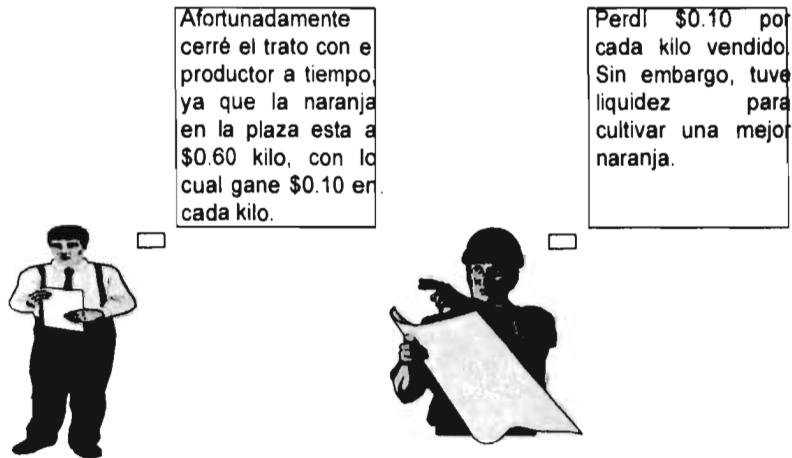
En la venta de la naranja, el productor ya sabrá cuanto producir y de que calidad para que de esta forma, toda su cosecha se venda y pueda obtener una verdadera ganancia.

**Enero 1,1998**



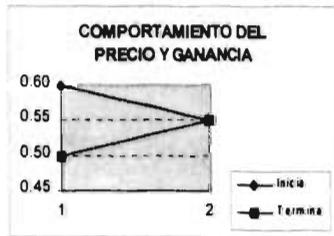
Abril 30, del mismo año, comerciante y productor, después de haber celebrado la transacción.

Abril 30, 1998

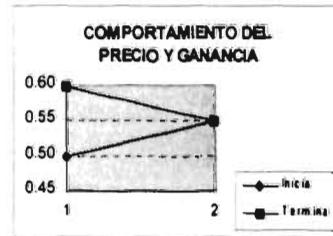


Utilizando términos financieros, diremos que un inversionista toma una posición en largo, cuando se compromete a comprar. Por contra, ejercerá una posición en corto cuando se obligue a vender.

La ganancia de esta forma de contratar se genera para el comprador, cuando el precio de futuros aumenta, y una pérdida cuando éste disminuye. Es decir, siguiendo con el ejemplo anterior:



Contrata a \$0.60 kilo, baja el precio a \$0.50 kilo.  
Pierde el comerciante (posición larga), y gana el productor (posición corta).



Contrata a \$0.50 kilo, sube el precio a \$0.60 kilo.  
Gana el comerciante (posición larga), y pierde el productor (posición corta).

La participación del intermediario en un mercado de futuros, consiste en presentar a las partes y encargarse de observar que la operación se realice de acuerdo a lo establecido en el contrato. Por lo tanto, él se interpone para el comprador para cada venta y como el vendedor para cada compra, asumiendo un riesgo, por el cual cobra una comisión, denominada en el sector financiero como "margen". De esta forma, su participación es eficiente.

Sin embargo, creo que aunque es buen medio por el cual eficientar el mercado, no es el paso final, ya que el productor ante este sistema puede producir en forma mediocre su producto, debido a que ya tiene asegurada la venta. Por esta razón, una vez logrado éste cambio se propone introducir el instrumento de "opciones", que consiste en:

Es un contrato por el cual una de las partes adquiere el derecho más no la obligación para ejercerla, asegurando éste derecho mediante el pago de una prima (premiun). Hay dos tipos de obligaciones: venta (short call -posición corta-), o compra (short put -posición larga- ).

Los elementos necesarios para éste tipo de instrumento son:

1. Comprador (buyer).
2. Vendedor (seller).
3. Bien subyacente (underlying interest).
4. Precio (strike price).
5. Tiempo (expiration date).
6. Prima (premiun).

De esta forma no sólo se protege al productor sino también al comerciante, ya que éste no adquirirá la mercancía si ésta no cubre con los requisitos mínimos de calidad establecidos por las normas. A su vez, el productor tenderá a cumplir con los requisitos de normalización para poder realizar una ganancia aunque de no realizarse la operación, él no perderá el valor total de la cosecha, ya que recuperara una proporción con la prima pagada.

Por otro lado, y bajo otro tipo de contrato, si la mercancía es muy buena, el productor podrá venderla al oferente demandante que más le convenga, ejerciendo entonces un derecho de venta, y el comerciante una obligación de compra.

La participación del intermediario, bajo este instrumento sería parecida al mercado de futuros, en donde sería él quien pone en relación a las partes, y vigila que la operación se lleve a cabo, y su ganancia o pérdida la genera a partir de la prima (premiun), y el precio convenido (strike price).

El manejo de las opciones es más complicado, y más aún si se analizan todas las estrategias, pero hay que recordar que el manejo de la Central de Abasto, es tan cerrado y tradicional, que de implementarse todas las estrategias en un principio, no daría resultado y el mercado tendería a seguir utilizando las prácticas comerciales usuales.

Cabe señalar, que para la implementación de un mercado de derivados se requiere de un análisis especializado en el rubro, que corresponde a un estudio diferente a la directriz de esta tesis.

De lo anterior, se ha observado que son varios los puntos necesarios para eficientar éste mercado; entre lo cuales se encuentran:

- Realizar reglamentaciones en base al entorno del país,
- Disponer de información oportuna,
- Usar eficientemente los recursos,
- Coordinar e integrar los participantes,
- Regular y eficientar la participación del intermediario,
- Ofrecer un precio justo,
- Normalizar el producto.

Esto se podrá lograr, si se van realizando uno a uno estos puntos, logrando así que la Central de Abasto, mercado origen del abasto alimentario de la Ciudad y zonas de México, sea eficiente.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Van Horne, Financial Management and Policy, Estados Unidos, 1996, Prentice Hall, 10a. edición.
2. Mansell Carstens, Catherine, Las Nuevas Finanzas en México, México, 1996, Milenio.
3. Weston, Fred y F. Brigham, Eugene, Fundamentos de Administración Financiera, México, 1995, Mc Graw Hill, 10a edición, Traducido al español del libro Essentials of Managerial Finance, Estados Unidos, 1996
4. Fernández Fernández, Santiago y Rayón Villeja, José Luis, Mercados Grises, México, 1992
5. Dirección General, Enlace para el Abasto, México, 1994
6. Enlace abasto y Alimentación, publicación bimestral año1 No.1
7. Enlace abasto y Alimentación, publicación bimestral año1 No.2
8. Enlace abasto y Alimentación, publicación bimestral año1 No.3
9. Iturriaga, de la Fuente José N., Mercados de México, 1990, Corporación Industrial San Luis, A. de C.V., Editorial Jilguero, México, D.F.
10. Francisco Rodríguez Avedaño, La Teoría de los Mercados eficientes de capitales y el Caso de México, Escuela de Economía, Universidad Panamericana, abril 1994
11. Secretaría de Agricultura y Recurso Hidráulicos, El Desarrollo Agroindustrial: Problemas y Perspectivas en América Latina, Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial, México, 1981.
12. Secretaría de Agricultura y Recurso Hidráulicos, Desarrollo Agroindustrial y Alimentación, Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial, México, 1981.
13. A. Aguilar, F. Alonso, A. Baños, A. Espinosa, J. Juárez, A. Tort, L. Caletti, Mercadeo de Productos Agropecuarios, Limusa, México, 1984
14. Fernández Amatriai, Jesús. La Bolsa, su técnica y organización: cómo operar en el mercado de valores, Ediciones Deusto, España, 1972
15. Días Mata, Alfredo. Invierta en la Bolsa, Grupo editorial Iberoamericano, S.A. de C.V., México, 1994
16. Asociación Mexicana de Casa de Bolsa, A.C., EL Mercado de Valores Mexicano agosto, 1989