

Organización comercial en la central de abasto de la ciudad de Toluca, México

María Estela Orozco Hernández* y Mario Daniel García Romero* *

Recepción: mayo 30 de 2001
Aceptación: septiembre 11 de 2001

* Profesora e investigadora de la Facultad de Geografía, Universidad Autónoma del Estado de México.

Teléfonos: (722) 214 31 82 y 215 02 55.

Correo electrónico: estela_orozco@yahoo.com.mx

**Tesisista del proyecto y egresado de la Facultad de Geografía, Universidad Autónoma del Estado de México.

Teléfonos: (722) 214 31 82 y 215 02 55.

Resumen. En las últimas décadas se ha registrado un acelerado crecimiento de la población urbana en las ciudades mexicanas, este es el caso de la ciudad de Toluca, lo que genera una mayor demanda de satisfactores: uno de los más importantes es el abasto de alimentos.

El objetivo del trabajo es caracterizar la forma en que se organizan los actores sociales que intervienen en la actividad comercial, como indicador de la efectividad y cumplimiento de las metas alcanzadas por el funcionamiento de la central de abasto, y como el eje del sistema de comercialización y abasto de productos perecederos de la ciudad de Toluca.

Palabras clave: organización comercial, central de abasto de la ciudad de Toluca, sistema de comercialización, actores sociales.

Commercial Organization of the Wholesale Market in the City of Toluca, Mexico

Abstract In the last few decades, the population of Mexican cities has grown in an accelerated fashion. In the case of the city of Toluca, this phenomenon has given rise to a great need to satisfy the growing demands of its population; one of the greatest urgencies being to provide food. The objective of this paper is to characterize the organization of the principal players engaged in commercial activity; as an indicator of the effectiveness of the goals achieved by the wholesale market; of its effectiveness as a commercial system and provider of perishable products for the City of Toluca.

Key words: commercial organization, Toluca city wholesale market, commercialization system, social actors.

Marco de referencia

El sistema comercial nacional combina el comercio tradicional y el comercio moderno. El primero está constituido por una gran diversidad de pequeños negocios distribuidos en las zonas urbanas y rurales, y abastece a la población de bajos ingresos; el segundo está representado por los media-

nos y grandes supermercados, cuya actividad comercial se dirige a una población más heterogénea.

Ante la heterogeneidad y complejidad del tema comercial, en México y en otros países, las investigaciones tienen orientaciones diversas. Sin embargo, sobresale el estudio de los hábitos de consumo, el gran interés por este aspecto se debe al impacto social y económico ocasionado por el co-

mercado moderno –supermercados, centros comerciales e hipermercados, entre otros.

Rello (1988) y Rello y Sodi (1989) han centrado sus investigaciones en la distribución y el abasto de los alimentos, así como en los hábitos de consumo: considerando variables relacionadas con el sistema particular de valoración, preferencias e ingreso. Al mismo tiempo, y con la intención de visualizar el impacto económico del consumo, se incorpora el ingrediente territorial, definiendo las áreas de influencia regional, tanto de zonas de producción como de consumo.

Delgadillo *et al.* (1993) destacan la perspectiva macroestructural del comercio de alimentos y su impacto en la redefinición de las orientaciones de producción regional. Esta perspectiva articula el circuito comercial, dotándolo de una connotación territorial, al analizar el impacto del consumo de alimentos en la especialización económica de las diferentes regiones agrícolas del país.

Por su parte, Chías y Pavón (1996) destacan la importancia del transporte como el eje de la articulación del abasto, y como condición necesaria para acercar geográficamente y económicamente las áreas de producción con las áreas de consumo. En otros trabajos, Castrezana (1985), hace énfasis en los aspectos territoriales locales, y analiza el impacto económico y espacial de la central de abasto de la ciudad de México.

Las aportaciones de los autores referidos, sin ser las únicas, expresan que la perspectiva territorial es de utilidad para el análisis de la organización socioespacial de la central de abasto de la ciudad de Toluca, cuyas estructuras físicas (instalaciones) y social (relaciones comerciales en su interior) son fundamentales en la distribución de productos perecederos y productos básicos.

Bours (1989) señala que la organización socioespacial se construye con una serie de actividades básicas concernientes al trabajo, adquisición de bienes y servicios, educación, ocio y contactos sociales alrededor del hábitat. Estas actividades determinan esquemas en el sistema de redes de comunicación que, a su vez, forman el contexto espacial del sistema social.

Algunas ideas que permiten ligar la cuestión social con la espacial son proporcionadas por Coraggio (1994), al afirmar que las relaciones sociales –en este caso las comerciales– requieren de soportes físicos (la central de abasto de la ciudad de Toluca) sean éstos los agentes de las relaciones o los medios materiales involucrados en las mismas.

En su interacción, las relaciones sociales y el soporte físico dan lugar a una configuración espacial, y en la medida en que ésta es mediada por una serie de procesos sociales permanentes, que la refuerzan y la conservan en un lugar concreto, entonces se manifiesta una organización territorial particular.

En síntesis, la presencia física de la central de abasto se encuentra mediada por dinámicas sociales, que se traducen en el proceso de intercambio comercial entre los agentes involucrados al interior y fuera de las instalaciones.

Moreno y Escolano (1992a) señalan que el comercio no debe concebirse como una actividad socioeconómica aislada y pasiva. Recibe y asimila de acuerdo con su propia dinámica a las informaciones del resto del tejido social, en un permanente flujo de intercambio recíproco de formas y estructuras. Es decir, se dota al comercio de espacialidad y circunscripción geográfica. Esta última hace alusión al lugar en el que se establece un sistema de intercambio, mediado por formas de organización jurídica, económica y social, cuya función se traduce en el acercamiento de una producción dispersa y alejada al consumo concentrado y cercano a las ciudades.

Al respecto, Mejía (1994) define a una central de abasto como un servicio público, que atiende necesidades colectivas, y por lo tanto su actividad comercial está dirigida hacia los productos perecederos y básicos; también se puede considerar como un servicio para la reproducción social, de las familias y trabajadores, en la medida en que uno de sus objetivos fundamentales es el abasto.

De este modo, se establece una relación directa entre la existencia física de la infraestructura de abasto, las necesidades sociales y la actuación de la administración pública. En el caso de México, esta última es definida por el Sistema Nacional para el Abasto, que conjuntamente con los gobiernos estatales y municipales establece las normas para definir la localización y la morfología de la infraestructura en el marco de la planeación económica y territorial.

De acuerdo con los distintos ordenamientos, procede a la construcción y localización de una central de abasto, en localidades de más de 500 mil habitantes, en las que se estima una gran demanda de productos perecederos. Además tiene como objetivos el propiciar el acercamiento entre productores y consumidores, así como mejorar los precios para ambos, lo que implica la ampliación de la producción primaria de alimentos y las alternati-

La existencia de la central de abasto se une indisolublemente a la ciudad a la que sirve, y por ello se constituye en representativa del hecho urbano.

vas de consumo en la población (Gobierno del Estado de México, 1990).

Cruz (1993), atendiendo a los procesos sociales del abasto de productos alimenticios, define los agentes y las variables que participan en el sistema comercial. En este sentido, Moreno y Escolano (1992b: 103) señala que las diversas tareas asociadas al acopio, almacenaje, transporte y preparación para el consumo son llevadas a cabo por diferentes agentes comerciales. De tal modo que se presenta una relación funcional de bienes y de información entre los agentes y los medios físicos de la comercialización. Para la mejor comprensión de esta relación, propone el siguiente esquema de interpretación (véase figura 1).

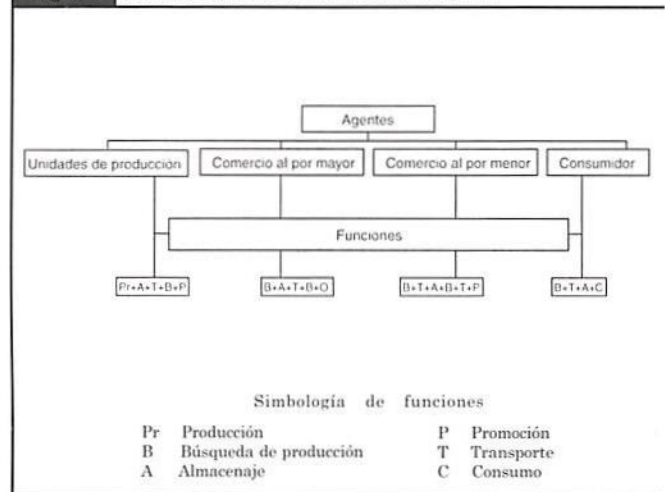
En la figura se muestra de manera sencilla los agentes y sus funciones, que competen a las formas de distribución de los productos, donde destaca el comercio al por mayor y el comercio al por menor como circuitos más cercanos al consumo. Sin embargo, agregaríamos que es posible la existencia de una diversidad de agentes y funciones intermedias, de complejidad insospechada, producto del desorden del sistema socioeconómico en general y del sistema comercial en particular.

Al identificar al sistema de distribución y abasto como un sistema espacial, siempre está presente el territorio, como una de las consideraciones que intervienen en las decisiones de compra de los consumidores. Unas veces es decisiva la proximidad, porque permite disponer rápidamente de un producto, sin atender a otras cuestiones como la calidad y el precio; por ello, en el comercio tradicional la proximidad es el principal motivo de la visita de la clientela; en otros casos es tolerable recorrer una larga distancia, si ello se compensa con el precio, surtido, calidad, horario y servicios.

En resumen, la comercialización de productos perecederos en la ciudad de Toluca tiene que ver con la estructuración de una red de comerciantes minoristas, cuyo eje se encuentra en la función que desempeña la central de abasto. Por lo que sería erróneo suponer que la actividad comercial de la central y el comercio minorista, dentro y fuera de las instalaciones, funcionan de manera autónoma; por el contrario, interactúan y mantienen lazos funcionales asimétricos, que los retroalimentan y sostienen.

La existencia de la central de abasto se une indisolublemente a la ciudad a la que sirve, y por ello se constituye en representativa del hecho urbano. Ello se constata al observar el incremento absoluto de la población en cinco décadas (véase cuadro 1), y relacionarlo con el inicio de la construcción de las instalaciones de abasto en la primera mitad de la década de los ochenta, que culmina en 1989. La

Figura 1. Sistema de distribución como un sistema espacial.



Cuadro 1. Aumento de la población de la ciudad de Toluca.

1950	1960	1970	1980	1990
115,019	156,033	239,261	357,872	487,612

Fuente: García (2000), INEGI (1990).

Cuadro 2. Población total en la zona metropolitana municipal de Toluca.

Municipios	1980	1990	1995	2000
Lerma	57,219	66,912	81,144	99,714
Metepec	83,030	140,268	177,967	194,265
San Mateo				
Atenco	33,719	41,926	54,070	59,601
Toluca	357,071	487,612	564,287	665,617
Zinacantepec	60,232	83,197	105,508	121,715
Total	591,271	819,915	982,976	1,140,912

Fuente: INEGI (1984), (1990), (1995), (2000).

segunda etapa de construcción finaliza en 1994, y la tercera está en proyecto.

Los datos municipales (véase cuadro 2), indican que la población de la ciudad de Toluca representaba, en las décadas de 1980 y 1990, aproximadamente 60% de la población total de los municipios metropolitanos; y los datos más recientes reportan un considerable aumento de la población en el municipio de Toluca y su zona metropolitana, en conjunto se registran 1,140,912 habitantes (INEGI, 2000).

El conjunto de población parece justificar por mucho la realización de la tercera etapa de construcción de la infraestructura comercial. Por ello, es de nuestro interés caracterizar la forma en que se organizan los actores sociales que intervienen en la actividad comercial, como indicador de la efectividad y cumplimiento de las metas alcanzadas por el funcionamiento de la central de abasto y como eje del sistema de comercialización y abasto de productos perecederos de la ciudad de Toluca.

Cuadro 3. Cálculo de la muestra.

Tipo de comerciantes	Universo	Error máximo	Nivel deseado de confianza	Tamaño de la muestra
Minoristas permanentes	170	15%	90%	17
Minoristas de los viernes	380	13%	90%	37
Bodegueros	180	15%	80%	18
Consumidores	300	13%	90%	36

Fuente: Cálculos propios

I. Selección de la muestra y levantamiento de la información en campo

La información para este trabajo se obtuvo por varias vías: una de ellas fue la observación directa, como una aproximación a la zona en estudio; otra se constituyó en entrevistas no estructuradas, dirigidas a la administración de la Central de Abasto y a directivos de la Dirección General de Abasto y Comercio con sede en Toluca. De esta manera, se definió el marco institucional y jurídico en el que se ubica el objeto de estudio.

El último medio fue el cuestionario estructurado, que se aplicó a tres tipos de comerciantes: minoristas ubicados en el área permanente de manejo; minoristas ubicados sólo los viernes, y los bodegueros (véase cuadro 3).

Para el cálculo de la muestra se utilizó el STATS (Statistics), y Hernández (1998).

Para los comerciantes, el universo lo constituye el total de locales, puestos y bodegas, aplicando el número de cuestionarios que se señalan en el cuadro 3.

En el caso de los consumidores, no fue fácil definir la muestra, sin embargo, se pudo identificar que los días de mayor afluencia fueron los viernes, sábados y domingos. Se estimó la presencia de poco más de trescientas personas en un lapso no menor a dos horas, aproximación que se consideró como el universo total. Con base en los cálculos estadísticos se aplicaron treinta y seis cuestionarios, gracias a ellos fue posible conocer de manera general el tipo de abastecimiento que caracteriza a la gente que acude al lugar.

El cuestionario para comerciantes se integró de 25 preguntas, lo que permitió identificar las características de la actividad comercial, así como la opinión sobre la problemática y funcionalidad de las instalaciones, y que por lo tanto fueron comparables en términos de las respuestas emitidas por los tres tipos de comerciantes.

El cuestionario dirigido a consumidores constó de 17 preguntas, que indagaron sobre las preferencias en las compras, sobre precios, distancia, calidad y variedad de los productos, así como medios de transporte.

Consideramos que el procedimiento metodológico es perfectible, por varios lados: el primero se refiere a la necesidad de incrementar la representatividad de la muestra,

implementar formas de estratificar a los consumidores, tomando en cuenta nivel de ingreso, edad, ocupación, entre otros, con la finalidad de avanzar más en el estudio del comportamiento del consumo, accesibilidad, preferencias y nivel económico. En el caso de

los comerciantes, es necesario profundizar en el análisis de las redes interactivas que establecen con agentes externos: central de abasto de la ciudad de México, productores, la administración pública, y lineamientos normativos, aquellos que favorecen o limitan su actividad.

II. Características y funciones del lugar de la interacción comercial

La política de abasto del Gobierno del Estado de México (1990) plantea la mayor participación de capitales privados como vía para modernizar el abasto y el comercio. Además de promover una estructura de abasto y comercialización desconcentrada, competitiva y suficiente, para atender a los grupos sociales más necesitados. En este esquema de modernización se ubica como eje a la central de abasto de la ciudad de Toluca.

Debido a que los productos que se comercializan en el lugar son perecederos en poco más de 80%, requieren de un adecuado almacenamiento para su conservación. Las principales instalaciones son cámaras refrigeradoras, cuartos de maduración, y en el caso de frutas y legumbres, máquinas de lavado y selección. Este tipo de equipo se asocia a la presencia de bodegas destinadas al comercio de frutas y legumbres, las que se disponen alineadas junto al área de frigoríficos. También sobresalen tres naves grandes y dos pequeñas para venta de abarrotes, el área de manejo o venta al menudeo de frutas y legumbres, donde se combina con venta de abarrotes.

Otras áreas son: venta de animales, tianguis, bodega de excedentes, envases vacíos, estacionamiento, báscula, caseta de cobro y caseta de vigilancia.

Cabe añadir que aunque está proyectada la última etapa de construcción del inmueble, las instalaciones actuales no se encuentran totalmente ocupadas, principalmente las bodegas o naves de frutas y legumbres.

III. Los actores de la interacción comercial: comerciantes y consumidores

Al interior de la central de abasto la red comercial sólo puede ser definida en función del comportamiento y carac-

terísticas de los actores sociales que intervienen en el proceso de compra y venta de productos perecederos.

Para la identificación de los actores, se construye, a partir de la información obtenida –cualitativa y cuantitativa–, el esquema explicativo de la estructura de la actividad comercial en la central de abasto de la ciudad de Toluca (véase figura 2). En la figura se establece una relación horizontal entre los distintos comerciantes. Los mayoristas abastecen con productos de temporada, de tal manera que en los negocios menores se presenta una dualidad que consiste en que algunos se especializan en uno o hasta tres productos de temporada, y no venden menos de un kilogramo; mientras que otros expenden productos diversos y en menor cantidad.

Un mecanismo que cohesionan de algún modo la actividad comercial es la especialización en un reducido número de productos perecederos, lo que permite cierto margen de complementariedad entre los comerciantes menores.

Por lo que se refiere a los mayoristas, éstos se abastecen fundamentalmente de los productores; de esta manera tienen la posibilidad de captar producto en mayor cantidad y a menor costo. También se diversifican vendiendo a minoristas en un 80% y el resto a consumidores familiares y restaurantes.

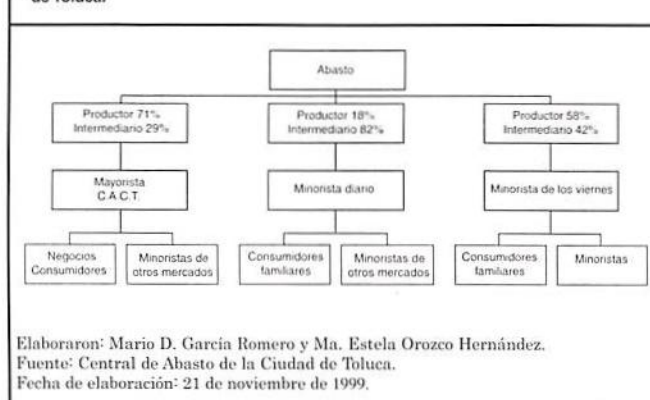
Estos grandes mayoristas o bodegueros se ubican en la central desde 1994, hecho que coincide con la culminación de la segunda etapa de construcción del inmueble. El 14% de los entrevistados tiene otra bodega, y son ellos quienes establecen los precios de las verduras y frutas que comercializan.

El 86% se dedica exclusivamente al comercio, el resto se dedica al campo o son profesionistas. Los productos que comercializan son frutas y verduras de temporada, traídas de diferentes partes del país, así como de la central de abasto de la ciudad de México. Aquí es interesante señalar que la actividad de compra mayorista es considerablemente menor a la de la ciudad de México, y priva en lo fundamental la compra a pie de parcela, en la que los bodegueros usan su propio transporte, o bien los productores, en particular los del ámbito regional llevan directamente el producto a las bodegas; en ambos casos negocian directamente el precio, sin la presencia de intermediarios o “coyotes”.

Otro agente de la cadena comercial lo constituye el minorista ubicado todos los días en la central de abasto. Se localiza en las instalaciones más rústicas, bajo un techo metálico; precisamente en el área de mayor actividad comercial, acompañada por sitios de taxis y un amplio estacionamiento

Del conjunto de entrevistados, 88% se dedica exclusivamente al comercio, y principalmente se abastecen con intermediarios de la misma central, y de la central de abasto de la ciudad de México. El contar con un puesto perma-

Figura 2. Estructura de la actividad comercial de la central de abasto de la ciudad de Toluca.



nente les permite ofrecer los productos a un mayor número de consumidores, lo que al mismo tiempo los convierte en intermediarios que tienen la posibilidad de incrementar los precios. A ellos acuden comerciantes de mercados menores y recauderías; los requerimientos de estos últimos son bajos en cantidad, y son revendidos a consumidores que se encuentran distribuidos de manera heterogénea en la ciudad de Toluca o localidades cercanas a ella.

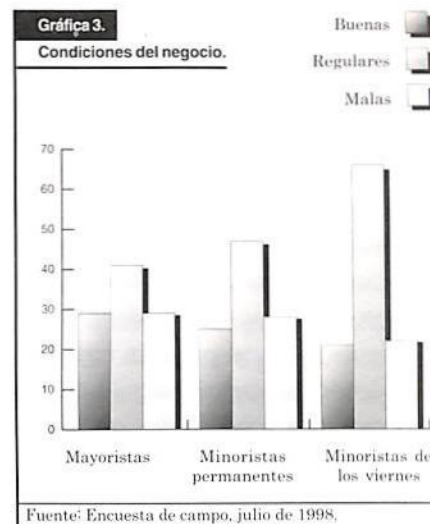
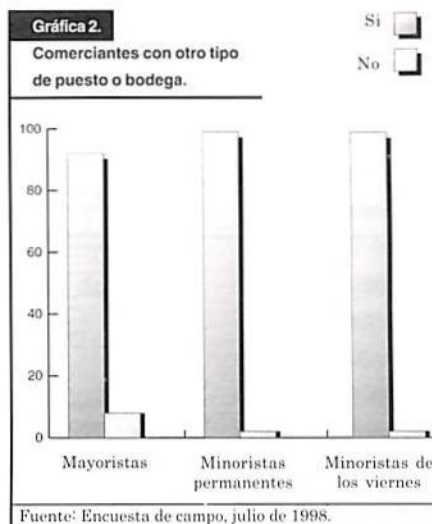
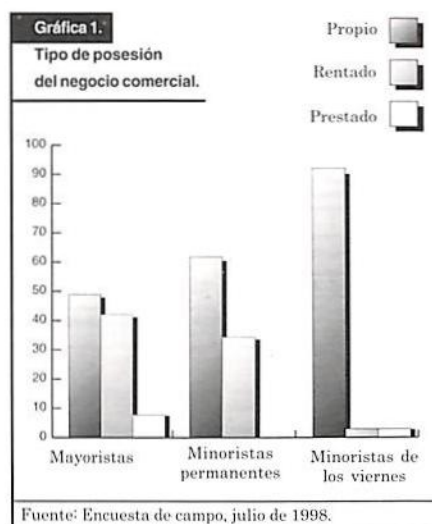
El tercer tipo son los minoristas que se ubican sólo los viernes. La forma de comercialización de sus productos adopta las características de un tianguis, que recupera la tradición del mercado que se establecía en ese lugar antes de la construcción del inmueble. Se abastecen más o menos equilibradamente con productores e intermediarios; sus consumidores son revendedores de pequeños mercados y establecimientos, y los consumidores familiares, quienes acuden muy temprano, pues los precios son más bajos que en la zona de manejo o área minorista permanente.

En este sector comercial predominan los hombres: ellos atienden, instalan y recogen el puesto con el apoyo de su familia. Son sujetos de pago por el derecho de licencia, a razón de 2,000 pesos el año, y 30 pesos por derecho de piso.

Como una forma de complementar su actividad, estas personas se desplazan diariamente hacia los lugares de plaza, de hecho 79% de los entrevistados se dedica al comercio y el resto lo combina con otro tipo de actividades.

En cuanto a los ingresos de los comerciantes, los minoristas de diario reportan ingresos que van de 1,500 pesos al día en una venta regular, hasta 8,500 pesos en un día muy activo. Algunos atienden su negocio en forma personal, pero 65% reporta emplear personal.

El ingreso de los minoristas de los viernes va de los 500 a los 5,000 pesos al día, con un promedio de 1,200. En este caso, 16% de los entrevistados menciona tener por lo menos un familiar que se dedica a otra actividad, como obrero o campesino, y de esta manera contribuye al ingreso familiar.



Las diferencias en el ingreso se observan al comparar lo que ganan los bodegueros con respecto a los comerciantes minoristas. El mayorista o bodeguero alcanza ingresos promedio de 500 hasta 10,000 pesos diarios, o bien hasta 150,000 pesos a la semana; su estatus en la cadena comercial es alto, pues cuenta con camiones y camionetas de carga.

El último eslabón de la cadena comercial son los consumidores, los que se constituyen en un sector social de niveles económicos variados, los que acuden a la central por lo menos un día a la semana y se abastecen de todo lo necesario. Los productos adquiridos varían desde un mínimo de un kilogramo hasta cinco kilogramos, y el gasto promedio familiar es de 150 a 300 pesos.

La mayoría de los entrevistados son jefes de familia (hombres y mujeres), con ocupaciones diversas. Adquieren fundamentalmente frutas y verduras, se trasladan en autobús o taxi, y las compras las realizan en una sola visita; mientras que los que tienen automóvil, repiten la operación cuantas veces sea necesario, por lo que lo hacen con mayor tranquilidad y de manera paulatina.

Paralelamente a la dinámica comercial producto de la compra-venta de productos perecederos, abarrotes y semillas, se han establecido diversos puestos de comida, los que de alguna manera contribuyen a fortalecer el papel del área de manejo como la de mayor actividad comercial; asimismo favorecen la permanencia de los compradores.

IV. Discusión de resultados

Del análisis de las características y funciones de la central de abasto, y de los actores de la interacción comercial, se desprenden los aspectos fundamentales de la discusión. La

que parte de confrontar, en primer lugar, los objetivos de la creación de la central de abasto de la ciudad de Toluca; y en segundo lugar, las condiciones de la infraestructura y el funcionamiento del proceso de comercialización.

De esta manera tenemos que 95% de los minoristas ubicados sólo los viernes señalan que el negocio es propio (véase gráfica 1).

Esto deberá entenderse como la propiedad de la mercancía y el ejercicio personal del comercio, más no del lugar donde se efectúa la venta, ya que se paga derecho de piso. En los mayoristas y minoristas ubicados todos los días, se concentra la mayor participación de negocios rentados, por encima de 35%, lo que hace pensar en la existencia de otro agente, que sin estar presente, y en muchos casos no ejercer la actividad comercial, la promueve a través de la renta de los locales y bodegas.

Los precios de las rentas oscilan entre 2,000 y 5,000 pesos al mes, dependiendo de las condiciones de las instalaciones; particularmente el costo de las bodegas a la compra oscila entre 430,000 a 660,000 pesos.

En cuanto a la posesión de otro puesto o negocio fuera de las instalaciones, la participación en los tres tipos de comerciantes es superior a 90%. El asunto se concentra entre los bodegueros y minoristas de todos los días, quienes tienen puestos de venta en los mercados urbanos de la ciudad de Toluca o en la misma central (véase gráfica 2).

Las condiciones de los negocios se consideran de regulares a buenas, mientras que en los servicios, los mayoristas y minoristas de los viernes opinan que son regulares a malos, y los minoristas de todos los días las definen como malas regulares y buenas. Sin embargo, se coincide en más de 70% que la central está cerca y en más de 90%, bien comunicada; además es amplia y eficiente (véase gráfica 3).

Podemos afirmar, entonces, que las condiciones de la central de abasto son aceptables, y que el mayor problema es la deficiente calidad de los servicios de mantenimiento y conservación, lo que ocasiona el deterioro de las instalaciones (véase gráfica 4).

Por lo que se refiere a la actividad comercial, es interesante observar que poco más de 50% de los mayoristas y minoristas de los viernes se abastece de los productores; mientras que los minoristas de todos los días se abastecen principalmente de intermediarios.

Con este último dato, nos damos cuenta de que la cadena y el sistema comercial no han eliminado a los intermediarios, sobre todo por la ausencia de mecanismos de control de precios, lo que repercute en el bolsillo de la mayor parte de los consumidores (ver gráfica 5).

Por el gran volumen de mercancías que manejan los mayoristas, almacenan el producto de una y hasta tres semanas, mientras que los minoristas lo hacen algunos días y máximo una semana.

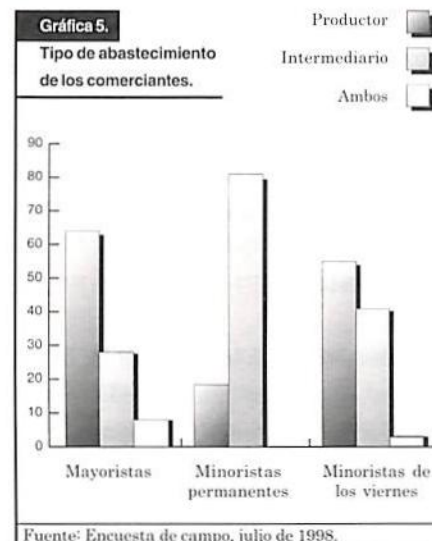
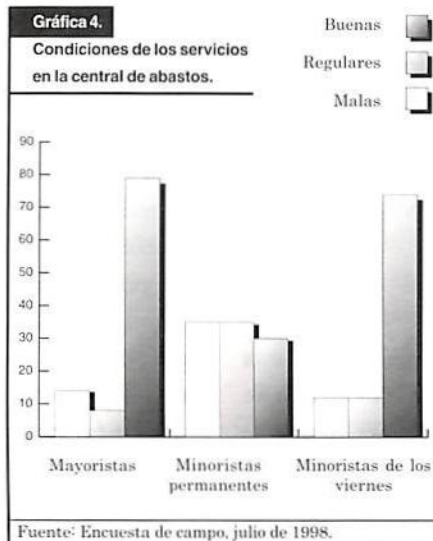
El periodo de almacenaje de los productos tiene que ver con el porcentaje de pérdidas registradas. De este modo, más de la mitad de los mayoristas entrevistados reportan pérdidas, entre 5% y 20%. El 80% de los minoristas de todos los días dijo tener pérdidas entre 0 y 10%, y en contraste, poco más de 50% de los minoristas de los viernes reporta pérdidas de 5% a 20%.

Entre otros problemas que causan pérdidas se encuentra la baja de las ventas provocados por la lluvia, o debido a la merma de los consumidores, también el deterioro de las mercancías, incidencias de plagas y variaciones de los precios de un negocio a otro.

En cuanto a los consumidores, 72% opina que los precios son accesibles, y 26%, medianamente accesibles. El 69% indica que su ingreso es suficiente para realizar las compras y 31% dijo que no (véase gráfica 6).

El gasto promedio por familia oscila entre 150 y 300 pesos; las personas que compran para vender, gastan hasta de 2,500 pesos en una visita.

Del conjunto de consumidores, 75% señala que sus compras son para con-

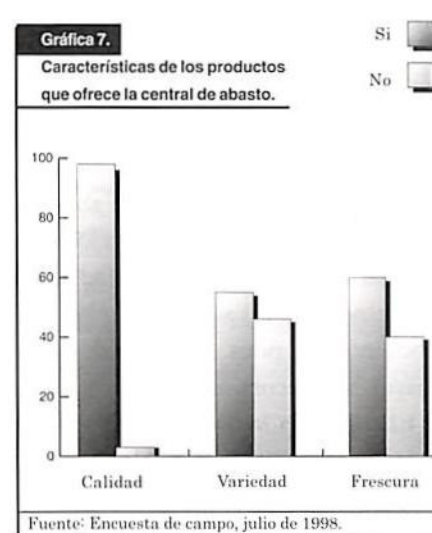


sumo familiar y 25% para la reventa. El 100% dijo que en la central sí encuentran los productos que se buscan; 90% confirma la variedad de productos y más del 50% su frescura (véase gráfica 7).

Más de 80% indica no haber encontrado precios más bajos en otro lugar. Aunque señalan que de no comprar sus productos en el lugar, 33% lo hace en el mercado local, 24% en el pequeño comercio y 18% en el supermercado. Lo que indica que todavía el pequeño comercio tiene un lugar preferente para el consumidor, por encima de los supermercados, donde los productos perecederos son más caros.

En cuanto a la accesibilidad de las instalaciones, 55% opina que está cerca y poco más de 70% indicó un tiempo de traslado de 15 a 30 min. El 44% utiliza autobús, 18% taxi, y el resto, vehículo propio.

Los principales problemas que identifican los informantes son: el exceso de basura, producto de un deficiente sistema



de limpia; la inseguridad derivada del tránsito de los diableros y lo reducido de los andadores; variación de los precios de un puesto a otro, así como los problemas clásicos del pesado de los productos en negocios donde se expenden de 800 a 900 gramos, en vez de un kilogramo. Aun con estos problemas, a la gente le gusta acudir a la central de abasto.

Conclusiones

El objetivo de la instalación de la central de abasto de la ciudad de Toluca como medio para cubrir la demanda de productos perecederos, se cumple en la medida en que se especializa en 80% en la comercialización de este tipo de productos, principalmente frutas y legumbres; el resto de la actividad comercial se diversifica en granos y semillas, abarrotes, carnes y puestos de alimentos. Además, cumple el cometido de haber descentralizado el comercio interior de la ciudad.

Su actividad comercial ha generado un patrón amplio de distribución de alimentos. Los municipios que más se han beneficiado son: Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco, Zinacantepec, Almoloya de Juárez, Tenango, Ixtlahuaca, Atlacomulco, Temoaya, Xonacatlán, Huixquilucan y Zitácuaro, Michoacán.

En la central de abasto se registran los precios más bajos del sistema comercial de productos perecederos, los que son de buena calidad y accesibilidad. Esto permite que el lugar se mantenga en la preferencia de los consumidores.

Es posible afirmar que los consumidores que realizan un gasto de entre 150 y 300 pesos presentan un ingreso superior a los tres salarios mínimos o más, esto sin considerar el gasto de transporte o de gasolina.

Lo anterior significa que el proceso de comercialización de la central, más que orientarse a los sectores sociales más pobres, se ha dirigido hacia un sector social heterogéneo de ingresos medios, aquellos que cuentan con cierto poder adquisitivo, que les permite comprar productos, como frutas y verduras frescas, los que no forman parte de la canasta básica.

La población más pobre se abastece en lugares cercanos a su vivienda y en el comercio local, pero también es cierto que en los niveles más altos se abastecen en el comercio moderno o en los supermercados, los que generalmente se encuentran a poca distancia de su hogar y en zonas con mayor nivel económico.

El comercio local tiene gran importancia en la distribución de alimentos a la población de bajos recursos económicos; sin embargo, contradictoriamente, los precios se incrementan al consumidor que menos dinero tiene, debi-

do a la presencia de infinidad de revendedores al menudeo. Problema que el sistema de abasto proyectado mediante la creación de la central no ha podido resolver.

El sistema de comercialización de productos perecederos en la ciudad de Toluca y zona metropolitana no sólo comprende la estructura organizacional de la central de abasto; también incluye a minoristas con establecimientos locales, con puestos en mercados formales y mercados sobre ruedas.

En la otra cara de la moneda se ubican los mayoristas, los que como parte de su actividad comercial, han creado monopolios gracias a su especialización en un producto único. Lo que favorece el acaparamiento, con el consiguiente incremento de los precios; es decir, que con la especulación como principal arma, se promueven las distorsiones en el sistema comercial y acumulan la riqueza.

Los comerciantes minoristas ubicados dentro y fuera de la central de abasto se caracterizan por vender menos producto, lo que con frecuencia también incentiva el aumento de los precios, lo que para el consumidor no es perceptible, ya que su referente de comparación lo tiene en los mercados formales, y puestos al menudeo.

El fortalecimiento de la figura de mayorista lo ha convertido en el eje del proceso de comercialización de productos perecederos. Sin embargo, el detallista o minorista es un agente fundamental para la distribución final de los productos, ya que mantiene contacto directo con los consumidores, y a ellos se debe la imagen de bajos precios y mejor calidad.

Los compradores-revendedores, que se abastecen en la central de abasto, adoptan un papel doble; es decir, como compradores y vendedores, por lo que se convierten en intermediarios del consumo.

La central de abasto se encuentra hoy en su segunda etapa, la que presenta un nivel de ocupación de 70%; sin embargo, en las unidades especializadas, como las bodegas y unidades de abarrotes, los niveles de ocupación son bajos. Esto cuestiona, hasta cierto punto, la expectativa de la construcción de la tercera etapa y la eficiencia de la infraestructura proyectada a 20 años.

En cuanto a las instalaciones, es evidente el malestar de los comerciantes. Éstas presentan ya signos de deterioro en techos y paredes, lo que cuestiona el material utilizado para su construcción. Debido a esto, se presentan goteras en bodegas y área de manejo, problemas agudizados por un deficiente mantenimiento, el que provoca suciedad.

Entre otras deficiencias, destaca la carencia de señalización para los peatones, poca seguridad, que se traduce en robos a comerciantes y consumidores. También por falta de orden se presentan conflictos al abordar el transporte, sobre todo en una vialidad rápida como es la carretera Toluca-Naucalpan.

Actualmente, en el área exterior de la zona de venta diaria se han formado economías locales o familiares, cuyos integrantes sobreviven a partir de la recolección de productos hortofrutícolas, los que son considerados como desperdicio, y dado su nivel de deterioro ya no son susceptibles de venderse.

Finalmente, la central de abasto de la ciudad de Toluca cumple sólo parcialmente sus metas, constituye un servicio necesario, aunque la gran mayoría de la población de la ciudad no acude a ella.

Recomendaciones

Fomentar que la población tenga mayor acceso a la central de abasto y que se aprovechen ampliamente los beneficios de productos nutritivos y baratos, sustentados en un programa de control de precios y con ello evitar monopolios.

Crear programas que relacionen al productor con el comerciante mayorista para terminar con las grandes cadenas de intermediarios, que sólo perjudican al consumidor final y empobrecen a los productores.

Dar mayor apoyo para el mantenimiento de la infraestructura, ya que de sus condiciones depende la conservación de los productos y la disminución del porcentaje de merma de frutas y legumbres.

Promover que los comerciantes participen en proyectos relacionados con la conservación y administración del servicio público, para que de manera transparente se utilicen los recursos aportados por los usuarios en el mejoramiento de los servicios.

Crear programas de apoyo de cuotas, seguridad, etcétera, que beneficien a los comerciantes y consumidores.

Establecer nuevos mecanismos de vinculación, y con ello acercar a las grandes zonas productoras con los grandes mercados, con la finalidad de crear un sistema de mercado más barato y eficiente.

Establecer un banco de alimentos para la distribución, y a precio simbólico, de productos perecederos, los que comercialmente se consideran como desecho, pero que aún están en buenas condiciones, y que pueden ser aprovechados por la población de muy bajos recursos.

OBJE

Bibliografía

- Bours, A. (1989). "Management by Territory and the Study of Administrative Geography", en R. J. Bennett (Ed.). *Territory and Administration in Europe*. Londres, Pinter:72-90.
- Castrezana, R. (1985). *Impacto socioespacial de la nueva Central de Abasto de Iztapalapa, México*. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Tesis de licenciatura.
- Coraggio, J. L. (1994) *Territorios en transición. Crítica a la planificación regional en América Latina*. UAEM, Toluca, México.
- Cruz, R. (1993). *El abasto alimentario en el subsistema Oaxaca-Juchitán-Salinas*. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Chías L. y M. Pavón (1996) *Transporte y abasto alimentario en las ciudades latinoamericanas*. Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Delgadillo, J.; L. Fuentes y F. Torres (1993). *Los sistemas de alimentos en México*. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- García, M. (2000). *Organización socioespacial de la Central de Abasto de la ciudad de Toluca*. UAEM, Toluca, México. Tesis de licenciatura.
- Gobierno del Estado de México (1990). *Programa Estatal de Modernización del Abasto y Comercio*. Toluca, México.
- Hernández, R.; C. Fernández y P. Baptista (1998). *Análisis de los datos. Metodología de la investigación*. McGraw Hill. 2a. edición. México.
- INEGI _____ (1984). *Integración territorial*. X Censo General de Población y Vivienda, 1980. Estado de México. Tomo 15. Volumen I y II, Aguascalientes. México.
- _____ (1990). *XI Censo General de Población y Vivienda 1990*. Estado de México.
- _____ (1995). *Conteo de Población y Vivienda*. Estado de México.
- _____ (2000). "El INEGI da a conocer los resultados oportunos del XII Censo General de Población y Vivienda", *Comunicado de prensa*, No. 140. México.
- Mejía, J. (1994). "Servicios públicos municipales". *Colección Xinantécatl*. No. 1. UAEM. México.
- Moreno, A y S. Escolano (1992a). "Los servicios y el territorio", *Espacios y Sociedades*. No. 19. Editorial Síntesis, Madrid, España.
- _____ (1992b). "El comercio y los servicios para la producción y el consumo". *Espacios y Sociedades*. No. 20. Editorial Síntesis, Madrid, España.
- Rello, F. (1988). *Comercio y distribución de alimentos en la ciudad de México*. Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México, México. Tesis doctoral.
- _____ y Sodi Demetrio (1989). *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis*. Editorial Nueva Imagen, México.