

PARTICIPACIÓN DEL LIC. VICENTE YÁÑEZ EN EL PANEL “LOS MERCADOS AGROALIMENTARIOS EN UN ENTORNO DE CRISIS ECONÓMICA: OPORTUNIDADES Y RETOS”

QUISIERA OFRECER DE MANERA SUMARIA COMENTARIOS GENERALES SOBRE: PRIMERO, LA IMPORTANCIA DE LOS ALIMENTOS EN LAS VENTAS DEL SECTOR DETALLISTA; SEGUNDO, ALGUNOS DATOS SOBRE EL INGRESO-GASTO Y LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO DE MÉXICO; TERCERO, LA VINCULACIÓN DEL SECTOR DETALLISTA CON LA CADENA DE SUMINISTRO DE ALIMENTOS; Y, CUARTO, UN APUNTE SOBRE POSIBLES CURSOS DE ACCIÓN FRENTE A LA CRISIS.

I. IMPORTANCIA DE LOS ALIMENTOS EN LAS VENTAS DEL SECTOR DETALLISTA.

CON UNA PARTICIPACIÓN DE CASI TRES POR CIENTO EN EL PIB Y CERCA DEL 50 POR CIENTO EN LA VENTA DE ALIMENTOS A CONSUMIDORES FINALES, EL SECTOR DETALLISTA ES UN ESLABÓN CLAVE EN LA CADENA DE SUMINISTRO DE BIENES BÁSICOS.

LOS SUPERMERCADOS, AUTOSERVICIOS Y EL CONJUNTO DE FORMATOS COMERCIALES DEL SECTOR VENDIERON EN EL 2008 MÁS DE 350 MIL MILLONES DE PESOS DE PRODUCTOS DE

SUPERMERCADO. ESTAS OPERACIONES COMERCIALES SE LLEVAN A CABO PRÁCTICAMENTE EN TODAS LAS CIUDADES MEDIAS Y DE MAYOR TAMAÑO Y – PARA EFECTOS PRÁCTICOS – CUBREN A TODA LA POBLACIÓN URBANA DEL PAÍS EN LOCALIDADES MAYORES DE 50 MIL HABITANTES.

II. INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA INGRESO-GASTO Y DE LA DISTRIBUCIÓN INGRESO MÉXICO

LA ENCUESTA NACIONAL DE INGRESO-GASTO REVELA QUE EN MÉXICO LOS HOGARES GASTAN UN PROMEDIO DE MENOS DE UNA CUARTA PARTE DE SU INGRESO EN ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO. HACE MEDIO SIGLO ERA EL DOBLE, EL NIVEL DE HAITÍ EN LA ACTUALIDAD. POR CONTRASTE, EN EUROPA O ESTADOS UNIDOS SE TIENEN VALORES PROMEDIO DE 10 POR CIENTO.

ES IMPOSIBLE Y PREMATURO EVALUAR INTEGRALMENTE EL DESEMPEÑO DE LA ECONOMÍA MEXICANA FRENTE A LOS GOLPES RECIENTES DE LOS MERCADOS EXTERNOS, DE ALIMENTOS Y FINANCIEROS.

DEFICITARIOS COMO SOMOS EN LOS PRINCIPALES GRANOS, RESULTA IMPOSIBLE ESQUIVAR LAS ALZAS INTERNACIONALES. ASÍ ES QUE NUESTROS NIVELES DE PRECIOS INTERNOS INEVITABLEMENTE SE VEN AFECTADOS.

EL CÁLCULO DEL DAÑO ES UNA FÓRMULA SIMPLE: LOS INCREMENTOS INTERNACIONALES PONDERADOS POR EL PORCENTAJE DE NUESTRAS COMPRAS EXTERNAS RESPECTO A NUESTROS CONSUMOS NACIONALES.

OTRAS PARTICULARIDADES DEL CASO MEXICANO SE DERIVAN DE LA DISTRIBUCIÓN NACIONAL DEL INGRESO. LOS 20 MILLONES DE NACIONALES QUE VIVEN EN POBREZA EXTREMA INTEGRAN SOBRE TODO A UNA POBLACIÓN RURAL, CON PATRONES TRADICIONALES DE AUTOCONSUMO Y, EN ESTA MEDIDA, LEJANA DE LOS MOVIMIENTOS DE LOS MERCADOS.

DE MODO QUE ENTRE MÁS DEPENDA EL CONSUMO DE PRODUCTOS NO PRODUCIDOS POR LA UNIDAD FAMILIAR, MÁS VULNERABILIDAD TENDRÁ ANTE LOS PRECIOS DE MERCADO. EN UN CASO EXTREMO ESTÁN LA ALIMENTACIÓN DE LOS POBRES URBANOS, DEPENDIENTES TOTALMENTE DE LOS PRECIOS DE MERCADO.

ESTE ES SIN DUDA LA PARTE MÁS SENSIBLE DEL PROBLEMA INFLACIONARIO, SU IMPLACABLE NATURALEZA REGRESIVA. DE AQUÍ LA IMPORTANCIA DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO CON LOS GRUPOS SOCIALES MÁS DÉBILES.

ES CLARO ENTONCES, QUE LOS EFECTOS CAUSADOS POR LA CRISIS DE ALIMENTOS PRIORITARIAMENTE DEBEN

EVALUARSE EN TÉRMINOS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.

ES PERTINENTE PUES REPASAR SUMARIAMENTE LA INFORMACIÓN DISTINTIVA DEL CASO MEXICANO: PRIMERO, EL VALOR DEL COEFICIENTE DE GINI ES 53 (UN VALOR DE CERO SIGNIFICARÍA IGUALDAD ABSOLUTA DE INGRESO; 100 DESIGUALDAD TOTAL); SÓLO DOS O TRES PAÍSES SUPERAN A MÉXICO (BRASIL Y NICARAGUA CON 60, SIERRA LEONA 63); POR CONTRASTE, SUECIA, NORUEGA Y JAPÓN TIENEN UN COEFICIENTE DE 25 MIENTRAS QUE ESTADOS UNIDOS, 41. OTRO INDICADOR SUMAMENTE ELOCUENTE: EN MÉXICO, EL DECIL MÁS POBRE CONSUME POCO MÁS DE UNO POR CIENTO DEL TOTAL; EL MÁS RICO, EL 40 POR CIENTO.

LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR COMERCIAL Y EN ESPECÍFICO DEL SECTOR DETALLISTA SIN LUGAR A DUDA HA SIDO UN DIQUE NATURAL PARA LAS FUERZAS ALCISTAS DE PRECIOS.

VALGA DESTACAR QUE DESDE EL SEGUNDO TRIMESTRE DEL 2008 SE HA LIBRADO UNA BATALLA COMERCIAL EN LOS MERCADOS DE AUTOSERVICIO, PRÁCTICAMENTE SIN PRECEDENTE EN LA HISTORIA RECIENTE DEL PAÍS.

TODA ESTA COMPETENCIA SE PRESENTA EN FORMA DE PRECIOS BAJOS, OFERTAS, PROMOCIONES, PAQUETES DE

DEVOLUCIONES VÍA PUNTOS DE CONSUMO Y MÚLTIPLES ESTRATEGIAS PARA LOGRAR CAPTURAR MAYOR PARTICIPACIÓN DE LOS CLIENTES.

III. EL SECTOR DETALLISTA Y SU VINCULACIÓN CON LA CADENA DE SUMISTRO DE ALIMENTOS

AL PASO DEL TIEMPO, AQUELLOS DE NUESTROS PROVEEDORES QUE HAN LOGRADO NIVELES DE EXCELENCIA EN SU OPERACIÓN, INCLUSIVE HAN PODIDO INGRESAR AL COMERCIO DE EXPORTACIÓN.

TAN PERJUDICIALES PARA LOS PRODUCTORES PRIMARIOS COMO PARA EL SECTOR DETALLISTA – Y, SOBRE TODO, PARA LOS CONSUMIDORES – SON LAS CONSECUENCIAS DE LA INTERMEDIACIÓN INEFICIENTE DE PRODUCTOS, LAS MERMAS RESULTANTES, LA FALTA DE INFORMACIÓN SOBRE LOS MERCADOS DE FRUTAS Y VERDURAS, ASÍ COMO LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE TECNOLOGÍA INCIPIENTE EN EL ACOPIO, CONSERVACIÓN, ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE.

TODOS LO SABEMOS: CUANDO ESTOS ELEMENTOS SE COMBINAN, SIN REMEDIO TENEMOS PRODUCTOS DE POCA SELECCIÓN Y CALIDAD Y, POR SI FUERA POCO, PRODUCTOS

CAROS, PRODUCTOS NO ATRACTIVOS PARA LOS CONSUMIDORES.

LÓGICAMENTE, ESTAS CIRCUNSTANCIAS SE VUELVEN UNA DESVENTAJA TODAVÍA MAYOR, CUANDO SE TIENE LA PRESENCIA DE PRODUCTOS ORIGINARIOS DE OTROS PAÍSES Y LA COMPETENCIA DEL MERCADO GLOBAL.

POR TODO ELLO, NUESTRO INTERÉS COMPARTIDO CON LOS PRODUCTORES PARA FORTALECER EL MERCADO INTERNO, EFICIENTAR LA CADENA DE SUMINISTRO Y ESTABLECER ALIANZAS CON LOS PROVEEDORES.

NUESTRA ASOCIACIÓN SIEMPRE HA TENIDO UNA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL DESARROLLO DE PROVEEDORES. EN PRIMER LUGAR, DEBO MENCIONAR QUE AÑO CON AÑO ORGANIZAMOS EN GUADALAJARA UNA CONVENCIÓN DEDICADA AL SECTOR ALIMENTARIO.

ADEMÁS DE NUESTRA CONVENCIÓN, EN LA ANTA TAMBIÉN TENEMOS UNA ACTIVIDAD PERMANENTE EN MATERIA DE CAPACITACIÓN.

JUNTO CON COMPITE, EL ORGANISMO ENCARGADO DE PROMOVER LA PRODUCTIVIDAD Y LA CALIDAD, HEMOS ORGANIZADO CURSOS DE CAPACITACIÓN SOBRE LOS

REQUISITOS NECESARIOS PARA VENDER PRODUCTOS A LAS CADENAS COMERCIALES.

IGUALMENTE HEMOS ORGANIZADO SEMINARIOS Y SE HAN EDITADO MANUALES PARA LOS OPERADORES DE LOS DEPARTAMENTOS DE FRUTAS Y VERDURAS. CON ELLO SE PRETENDE MEJORAR EL MANEJO Y LA PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LAS TIENDAS Y REDUCIR LAS MERMAS.

TAMBIÉN HEMOS PARTICIPADO EN LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL CONSUMO DE FRUTAS Y VERDURAS.

EN LAS TIENDAS DE NUESTROS ASOCIADOS SE HA PRESENTADO PUBLICIDAD, DISEÑADA Y PROPORCIONADA POR LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y ASERCA, CON MENSAJES A LOS CLIENTES PARA QUE ADQUIERAN EL HÁBITO DE CONSUMIR CINCO RACIONES AL DÍA DE ESOS PRODUCTOS, RECOMENDACIÓN DIETÉTICA PARA UNA SANA ALIMENTACIÓN.

EN OTRA ÁREA DE ACTIVIDADES, TAMBIÉN IMPORTANTE PARA ELEVAR LA EFICIENCIA DE LOS MERCADOS, LA ANTAD HA PROMOVIDO CON LOS DIFERENTES SECTORES UN ACUERDO PARA DESARROLLAR PRÁCTICAS COMERCIALES.

IV. POSIBLES CURSOS DE ACCIÓN

- i. PRIVILEGIAR MECANISMOS DE MERCADO, PARA EVITAR ESCASEZ Y MERCADOS NEGROS. LOS PACTOS FUERON ÚTILES EN SU MOMENTO; VOLVER A ELLOS NO LO VEMOS COMO UN RECURSO QUE CONTRIBUYA A LA COMPETITIVIDAD**

- ii. MINIMIZAR COSTOS DE TRANSACCIÓN.**
 - ✓ REDUCIR BARRERAS NO ARANCELARIAS Y DISMINUIR ARANCELES DE INSUMOS Y PRODUCTOS TERMINADOS. AMBOS MECANISMOS INCIDEN A LA BAJA EN LOS PRECIOS FINALES.**
 - ✓ MANTENER LA ATENCIÓN DEL GOBIERNO SOBRE LOS ASUNTOS DE SEGURIDAD.**

- iii. LAS DECISIONES RECIENTES DE HABER ELIMINADO PADRONES DE IMPORTACIÓN, ADUANAS ESPECÍFICAS Y CERTIFICADOS SON PARTICULARMENTE OPORTUNAS, REDUCEN COSTOS E IMPACTAN FAVORABLEMENTE A LOS PRECIOS.**

- iv. SIMPLIFICACIONES ADMINISTRATIVAS; LA COFEMER PUEDE CONTRIBUIR A ALIVIAR EL EXCESO DE REGULACIONES.**
- v. INTENSIFICAR Y PUBLICITAR AMPLIAMENTE LOS SUBSIDIOS DIRIGIDOS**
- vi. PROMOVER LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE GRANOS CON APOYOS PARA TECNOLOGÍA AGRÍCOLA Y USO DE ORGANISMOS GENÉTICAMENTE MODIFICADOS.**
- vii. LAS CIRCUNSTANCIAS OBLIGAN A HACER UN USO INTENSO DE LOS MECANISMOS REDISTRIBUTIVOS VÍA DICONSA, LICONSA Y EL PROGRAMA DE OPORTUNIDADES.**
- viii. LA UTILIDAD SOCIAL DE LA RED COMERCIAL PRIVADA DE TIENDAS PUEDE EXTENDERSE.**
 - PARA CANALIZAR CON EFICIENCIA, BAJOS COSTOS Y TRANSPARENCIA LOS APOYOS SOCIALES. EL USO DE TARJETAS ELECTRÓNICAS PUEDE SER MANEJADO EN NUESTROS SISTEMAS OPERATIVOS**
 - PARA DISTRIBUIR MEDICINAS DEL SISTEMA NACIONAL DE SALUD**

- **PARA ATENDER DESASTRES NATURALES Y EVITAR COSTOSAS DISTRIBUCIONES PARALELAS, COMO EN EL CASO RECIENTE DE TABASCO**

- ix. **UN RIESGO MAYOR PARA EL SECTOR Y LA COMPETITIVIDAD NACIONAL ES LA APARICIÓN DE INICIATIVAS DE LEY QUE PERSIGUEN EL CONTROL DEL DESARROLLO Y PRÁCTICAS COMERCIALES. YA ESTÁ EN MARCHA UN MECANISMO DE AUTORREGULACIÓN ENTRE EL SECTOR Y SUS PROVEEDORES.**

- x. **PROFECO DEBE USARSE PARA ORIENTAR EL CONSUMO DE LAS FAMILIAS.**

A MANERA DE CONCLUSIÓN

EN NOVIEMBRE DE 2008 EL FOOD OUTLOOK DE LA FAO REGISTRABA UNA CAÍDA DE CERCA DEL 50 POR CIENTO RESPECTO DE LOS PRECIOS PICO REGISTRADOS EN EL 2008. TOMANDO AL 2002-2004 COMO BASE CIENTO, EL ÍNDICE DE PRECIOS DE ALIMENTOS DE LA FAO, SIN EMBARGO, ES LIGERAMENTE INFERIOR A 140.

SÍ, EN EFECTO, LOS PRECIOS HAN DESCENDIDO DE MANERA IMPORTANTE. SIN EMBARGO, EL EFECTO DEVALUATORIO

COMPENSA CONSIDERABLEMENTE ESAS BAJAS EN LAS COTIZACIONES INTERNACIONALES.

EN EL SECTOR DETALLISTA, CON LOS COMENTARIOS QUE ME HE PERMITIDO APUNTAR EN ESTA SESIÓN, VEMOS UN AMPLIO ABANICO DE OPORTUNIDADES PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTROS EN EL SECTOR DE ALIMENTOS.