

2. Se hace una investigación por el Secretario para determinar si se deben tomar acciones subsecuentes.
3. Se establece una audiencia pública en la que se presenta el ordenamiento propuesto. Todas las partes interesadas deben presentar sus opiniones en esta audiencia.
4. Basado en los hechos y opiniones presentados en la audiencia, se emite un ordenamiento. Se permite un tiempo para presentar objeciones. Posteriormente se pueden hacer modificaciones al revisar las objeciones.
5. El ordenamiento es emitido y se hace efectivo después de un referéndum en el que dos tercios de los productores votan en favor del ordenamiento propuesto.

Debido al problema que representa en el mercadeo de la leche la sobreoferta de leche "estacional", generalmente estos ordenamientos dan incentivos para la leche que se produce hasta un nivel estable de producción, la leche producida en exceso recibirá un precio menor. El Acta Agrícola de 1949 estableció que el Secretario de Agricultura apoye los precios de leche. En 1982 debido a los grandes inventarios de derivados lácteos se están restringiendo nuevos aumentos al precio de la leche.

En Inglaterra en 1931 se estableció el Acta de Mercadeo Agrícola y en 1932 se formó la comisión oficial "Grigg" para examinar los problemas específicos de la industria lechera y para su gerir su reorganización (6). En 1933 a iniciativa de la Unión Nacional de Granjeros se propuso un plan de comercialización de la leche el cual fue aprobado por el Parlamento, comenzando el 6 de octubre de ese año a funcionar el Consejo de Comercialización de la Leche. (Milk Marketing Board, M.M.B.)

El M.M.B. es una organización de granjeros financiada y controlada por los productores y supervisada por el gobierno. Todos los productores venden su leche con participación del M.M.B.,

Además se provee a los productores de servicios de inseminación artificial y de asesoría en diferentes aspectos de la producción lechera.

La recolección y distribución de leche a las diferentes industrias de lácteos está controlada por el M.M.B. quien se encarga de pagar a los productores de acuerdo a los precios acordados por comisiones en que participan los productores, industriales y gobierno (7).

En Canadá, Australia y Nueva Zelandia funcionan M.M.B. con semejanzas a la organización de Inglaterra pero con diferentes grados de intervención gubernamental y de servicios técnicos de apoyo a los productores.

En los principales países productores de leche de Europa Oeste: Francia, Alemania Occidental, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Suiza, Italia y más recientemente Inglaterra, además de sus propios programas de apoyo se rigen por las políticas agrícolas del Mercado Común Europeo.

En México, en 1962, se establece la Comisión Nacional para el Fomento y Aprovechamiento de la Leche, presidida por la Subsecretaría de Ganadería y con la participación y representación de la Secretaría de Comercio, CONASUPO, Secretaría de Salud y Asistencia, Confederación Nacional Ganadera, Confederación Nacional Campesina, CANACINTRA, Cámara de Productos Alimenticios Elaborados con Leche; su objetivo es como su nombre lo indica el fomento a la producción nacional de leche y regular las importaciones de leche.

El 3 de octubre de 1974 por primera vez se fijó el precio de garantía al productor para su leche junto con los precios al público por la Secretaría de Comercio, fijándose distintos precios por Estados y por zonas de producción así como por calidades de leche, estableciéndose tres tipos principales: Pasteurizada, Pasteurizada Preferente y Pasteurizada Preferente Extra, contando

las dos primeras con dos subcategorías: No enfriada y enfriada.

El 28 de diciembre de 1981 se emite por el gobierno el Programa de Fomento a la Producción e Industrialización de la Leche de Vaca el que tiene como principal objetivo establecer procedimientos para estimular la producción nacional de leche de vaca así como establecer estímulos fiscales, de precios y de tasas preferenciales de interés para las inversiones en la ganadería lechera, debido al bajo consumo per cápita de este producto básico y a las crecientes importaciones de leche.

Este programa es importante pues su intención principal es terminar con la incertidumbre que tiene el productor acerca de las reglas del juego, especialmente considerando que al fijar el precio del producto se ha tendido a sacrificar los intereses del grueso de los productores a favor de los consumidores, lo cual ha desestimulado a la inversión. Es aún poco tiempo para juzgar su impacto, especialmente considerando que ha arrancado en un momento de crisis económica en el que se ven afectadas todas las ramas productivas. Sin embargo, comparando con los programas de apoyo a la ganadería lechera que existen en países desarrollados, se puede apreciar que no se han hecho provisiones para que el gobierno mexicano intervenga en forma decisiva con compras de apoyo para regular el mercado, como el caso específico de la Commodity Credit Corporation de Estados Unidos, mencionada anteriormente. En México CONASUPO sería el organismo equivalente, sin embargo en el caso de compras de excedentes, sobre todo en temporadas de sobreoferta, su intervención en apoyo del productor es sólo parcial, siendo los industriales privados por medio de sus compras de leches excedentes, el principal mecanismo regulador del mercado en épocas de sobreoferta. En ocasiones CONASUPO interviene como una empresa competidora en el mercado olvidándose de su papel regulador de oferta y demanda.

Si consideramos que la productividad de la mayoría de las explotaciones lecheras es baja, a que existe un rango muy amplio de productividad y a que hay una correlación positiva entre

productividad y rentabilidad, que los precios de garantía al productor se establecen en base a la rentabilidad promedio de las explotaciones, que existe una alta tasa de inflación en México la cual incide fuertemente en los insumos para la producción, que la mayoría de las veces los estudios de costos reflejan situaciones pasadas y no las presentes o futuras, que el nivel y la oportunidad de las autorizaciones de aumentos de precios, están sujetas muchas veces más a consideraciones políticas que económicas, podemos deducir que una alta proporción de las explotaciones lecheras tienen baja rentabilidad e inclusive operan con pérdidas económicas. Esto lo hemos podido constatar en análisis de rentabilidad que hemos efectuado en diferentes cuencas lecheras. A futuro podemos esperar que siga ocurriendo en México, aunque no en la misma magnitud, ni proporción, lo que ha ocurrido en los países desarrollados: menor número de ganaderos, mayor productividad por vaca, explotaciones de mayor tamaño, dado que por razones de economías de escala las ganaderías grandes tienden a ser más rentables. Por otro lado también subsistirán las explotaciones muy pequeñas de tipo familiar, las cuales utilizan mano de obra y patrimonio familiar. Las explotaciones de tamaño mediano o pequeño que no usen recursos familiares y/o tengan baja productividad y pobre tecnología tenderán a desaparecer. Debido a la crisis económica nacional y mundial y a las altas tasas de interés que desalientan nuevas inversiones, el que se desarrolle o no la ganadería lechera en México dependerá del apoyo decisivo que dé el gobierno a esta rama productiva.

#### 4. CARACTERISTICAS DEL MERCADO

En el mercadeo de la leche, al igual que otros productos agropecuarios, el productor individual por sí solo se enfrenta a un mercado de libre competencia en el cual él tiene poco o ningún poder para influir en el precio. Para tener este poder requiere de a) Asociarse en cooperativas de venta u otro medio de organización, b) Integrarse verticalmente vendiendo su producto al consumidor final, en forma de leche fluida o diversificarse horizontalmente en forma de derivados como quesos, cremas, yoghurt. -

En estos últimos productos en México (y en muchos países) no hay control de precios por lo que el margen de utilidad unitaria es considerablemente mayor (151% más que la leche pasteurizada en 1980) (8).

La leche desde el punto de vista de su comercialización tiene en México las siguientes características.

- a) Mercado de venta libre, en el cual el 45% se utiliza como leche "bronca", (o sea leche cruda sin procesar), 23% como leche pasteurizada y 32% industrializada en diferentes derivados.
- b) Sujeta a control de precios en su forma fluída pasteurizada, leche evaporada y leche en polvo. El 45% de leche "bronca" se vende clandestinamente y con predominio en zonas rurales y poblaciones de menor importancia. Esta última leche representa una competencia desleal a la industria y comercio organizado y un riesgo de salud para el consumidor, dado que no está sujeta a ningún control sanitario.
- c) Producto altamente perecedero, de difícil y costosa conservación y transporte en su estado natural, por lo que en épocas de abundancia los excedentes de producción se industrializan y la mayor parte de la leche fluída se produce cerca de los centros de consumo.
- d) Para su recolección y transporte se utilizan en México en forma muy difundida los botes lecheros de 40 litros sobre todo para leche caliente, la cual es recogida una o dos veces al día en establos que no cuentan con tanques enfriadores. En algunos lugares se utilizan botes de 30 y de 20 litros como en las colonias menonitas del Norte de la República para facilitar su manejo por niños y muchachos jóvenes. Para suministro de leche fría a pasteurizadoras de leche preferente y preferente extra y en una gran proporción en los países desarrollados, se recolecta la leche directamente de tanques enfria-

dores a pipas de recolección, lo cual permite la recolección cada tercer día. Para facilitar la recolección y transporte las plantas procesadoras pueden contar con estaciones auxiliares de recibo de leche cerca de las zonas de producción. En estas estaciones se recibe y enfría la leche, posteriormente es trasladada a mayores distancias en pipas de transporte, muchas veces de características diferentes a las pipas de recolección. La mayoría de las plantas procesadoras están cercanas a los centros de consumo, buscando reducir costos de distribución. Esto es especialmente importante en el caso de la leche fluída.

- e) La leche está sujeta a normas oficiales de calidad, las que además de higiene y pureza en México debe contar con un mínimo de 3% de grasa para la leche entera. Normalmente las plantas pagan un premio o descuentan un castigo por cada gramo de grasa en exceso o faltante, respectivamente.
  - f) Algunos procesadores tienen un sistema adicional de incentivos mediante los cuales pagan precios diferenciales de acuerdo a incrementos de producción, calidad sanitaria u otros criterios, con ello buscan premiar a los más eficientes. Muchos de los procesadores tienen además un cuerpo de técnicos que ayudan al ganadero a producir leche en mayor cantidad y calidad.
  - g) Para su venta requiere de estandarización, normalmente de un litro para consumo casero, 250 cc para restaurantes en proporciones individuales. En otros países hay presentaciones en medidas inglesas como el "pint" y el galón.
- La venta al menudeo se realiza principalmente a domicilio y en tiendas para la leche fluída y por este último canal en el caso de los laticinios. A pesar de que en México se consumen cantidades mayores de refrescos y cervezas que leche, son prácticamente inexistentes las campañas publicitarias a favor de la leche, debido a la desincentivación por precio controla