

Tenemos por principio las preferencias regionales. La importancia de esta variable reside en el hecho de que un mercado potencial podrá ser reconocido por sus formas tradicionales de consumo, indicándonos los productos que podrán ser comercializados.

Así por ejemplo no sería lógico diseñar un proyecto de producción de carne bovina, teniendo como mercado objetivo La India. Ni tampoco pensar en ofrecer carne de cabra a consumidores regiomontanos que tienen propensión al consumo de cabrito.

Lo anterior no quiere decir que las posibilidades queden reducidas a cero, pero habrá que esperar un cambio de actitud, en forma estacional o definitiva. Esta situación indicaría que hay que tomar en cuenta otro factor que afecta la demanda y que es la moda.

La moda se refiere a los cambios temporales que se dan en las actitudes de consumo de la población. Un ejemplo lo sería el consumo de pavo en las navidades, la cual se ha estado acentuando en las preferencias de los consumidores regiomontanos en los últimos años.

Por otra parte tenemos a la población. Su crecimiento por vía natural o migracional debe de ser tomada en cuenta. En el primer caso tendríamos un crecimiento de la demanda de productos "tradicionales" y en el segundo una probable recomposición de los productos demandados, por efecto de las preferencias regionales importadas con la población.

Por último tenemos el ingreso nacional o regional que nos da cuenta de la capacidad de compra de los consumidores de que se trata. Este indicador revela el potencial de consumo para diferentes tipos de productos; desde los básicos baratos hasta los superfluos caros. En el primer caso tendríamos que con una estructura de ingresos bajos los consumidores de alguna región buscarían la satisfacción de sus necesidades de proteína con productos de bajo precio fundamentalmente agrícolas o en el caso de ganaderos productos avícolas (huevo o pollo).

Por su parte las regiones de alto ingreso conformaría una demanda de productos más caros, y hasta sofisticados, para el abastecimiento de ese satisfactor esencial. Ejemplo carne de bovinos, productos del mar y/o vegetales de otras latitudes. La moda también tiene ingerencia en lo anterior, recordaremos que están de moda los productos bajos en grasa y calorías.

POLITICAS DE APOYO A LA PRODUCCION

Dentro de estas políticas podemos enumerar las siguientes:

- Subsidios
- Asistencia técnica
- Crédito
- Aseguramiento
- Investigación

Estas no cubren el total pero nos dan una idea de las acciones que realiza o realizaba el Estado en apoyo a las producción.

Todas estas medidas buscan fundamentalmente el aumento de los ingresos de los productores. Los objetivos se enmarcan por un lado en lograr más producción y por el otro tender a aumentar la productividad, esto último como efecto de más ingresos y su correlativa acción de mejoras de los procesos productivos.

Uno de los problemas que se suscitan en este aspecto es el relacionado con la infraestructura administrativa que se tiene que generar para administrar estas acciones, la cual puede ser de tal magnitud que se han observado ineficiencias por falta de recursos para su supervisión efectiva.

Por otro lado, ha sucedido que los beneficiarios de estas acciones han sido solo una parte de los productores por efecto de la falta de discriminación efectiva según los objetivos específicos de las acciones de apoyo. Se ha podido constatar que en cuanto a los subsidios directos los más favorecidos han sido los productores más grandes por sus propias condiciones de productividad y volumen. Sucediendo lo contrario para los productores pequeños.

También tenemos que la política de apoyo la producción provoca a veces que los propósitos de mejorar el ingreso del productor se ven contrarrestados por el incremento de la oferta del producto. Si la producción mantiene su estacionalidad entonces el efecto solo aumenta la oferta en los períodos de producción, dando por resultado que los precios bajen limitando el objetivo de la política de apoyo. Sin embargo si la política logra incrementar la productividad en forma rápida, si se podrá asegurar el incremento del ingreso del productor.

Lo anterior significa que parte de los problemas de las acciones de fomento a la producción deben de reconocer la condición de estacionalidad de la oferta y sus efectos en los precios, buscando mecanismos para limitarla y lograr una oferta y precios estables durante el año.

POLITICA GUBERNAMENTAL DE PRECIOS Y COMERCIALIZACION

Según Hagg y Soto se pueden citar tres normas generales en la que se basa la intervención gubernamental en estos aspectos, siendo éstas:

- a) Demanda ilimitada
- b) Oferta ilimitada
- c) Almacenamiento

En lo que respecta a la primera norma se busca como objetivo establecer una demanda ilimitada de los productos a un precio mínimo para el productor.

El objetivo se centra en que el gobierno se mantenga como comprador mientras que el precio del producto reaccione hasta un nivel superior al de garantía, al suceder esto las compras no se justifican. Esto es, en este momento los productores se dirigirán hacia los compradores que pagan más del precio que el estado paga.

La segunda norma establece que la intervención del gobierno ha de ser mediante la conformación de una oferta ilimitada a un precio máximo. Cuando los intermediarios al menudeo no encuentran quien les venda a un precio

bajo, recurrirán al organismo del Gobierno, protegiéndose así al consumidor (intermedio o final) contra alzas exageradas de los precios. También el propio gobierno puede establecer mecanismos de distribución directos al consumo.

Por su parte, la tercera norma implica que el organismo regulador mantiene productos almacenados de una estación a otra y de un año a otro; surte sus almacenes con las compras a precios mínimos y eventualmente con importaciones.

Tomando en cuenta que los costos de almacenamiento son muy altos y las ventas interiores se hacen a veces a precios inferiores de como se pagaron en el exterior, lo común es que el organismo regulador, pierda dinero. Sin embargo, esas pérdidas se justifican por el cumplimiento de la función reguladora.

Lo anterior nos lleva a concluir que la acción de la CONASUPO es más o menos consecuente a lo propuesto por Hagg y Soto.

En este caso, los problemas que se enfrenta la política es la de la capacidad instalada que asegure la compra de los productos a precios mínimos y la capacidad para financiar los subsidios a los consumidores (intermedios y finales).

En la actualidad y en base a las medidas de adelgazamiento del estado, la política de apoyo a la comercialización se enfoca más a los aspectos de información y apoyo logístico de mercados.

POLITICA GUBERNAMENTAL DE COMERCIO INTERNACIONAL

La base de estas acciones están en las medidas que el Estado implementa en relación a la entrada y salida de mercancías del país. En el caso de las importaciones puede crear un sistema de pago de impuestos por la internación de productos, para proteger a los productores nacionales.

En este aspecto actualmente el Gobierno se encuentra en una etapa de apertura que se inició después de 1982. Dicha apertura comercial implica que las posibilidades de internación de productos agropecuarios provenientes de otros países se han incrementado por la disminución de aranceles.

Desde que México se incorporó al acuerdo internacional sobre aranceles GATT, se han definido políticas de apertura de fronteras en las cuales los productos agropecuarios no han quedado exentos. Las posibilidades que ofrecen organismos con el GATT se encuadran en el hecho de que una transacción comercial intencional de nuestro país estaría sujeta a una consideración multilateral y/o bilateral o unilateral. El arbitraje que ofrecería esta agrupación supone beneficios sobre todo en cuanto a que nos sería reconocido nuestra condición de país en desarrollo y podríamos imponer limitaciones a la entrada de productos que nosotros declararíamos como "estratégicos".

Por otra parte las actuales negociaciones del tratado no pueden ser estudiadas con detalle por la falta de información que se tiene de dichas negociaciones, sin embargo la decisión final deberá estar enmarcada en el balance de beneficios y perjuicios a nuestro sector agropecuario.

POLITICAS SOBRE DISTRIBUCION DE LA TIERRA

En este aspecto solo mencionaré que en la medida que una estructura de distribución de la tierra no incentive la inversión de capital, por cualquiera de las consideraciones que queramos, tarde o temprano dicha forma de distribución tendrá a ser ajustada para incentivar la incorporación de capital operativo.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Hoyle, Ken. Principios generales de economía: su aplicación en la empresa. México 1990, Ed. Trillas.

Bishop, C.E. y Toussaint, W.D. Introducción al análisis de economía agrícola. México 1972, Ed. Limusa-Wiley.

Hagg, H.M. y Soto, A.J. El mercadeo de productos agropecuarios. México 1971, Ed. Limusa.

Metcalf, David. La economía de la agricultura. España 1969, Ed. Alianza Universidad.

M.Sc. NORMA I. CONTRERAS
CATEDRÁTICO FAUVAL.