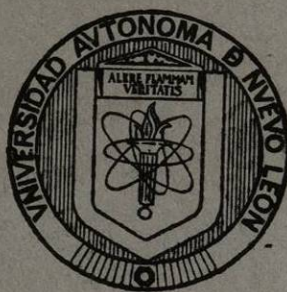


KARDEX

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE ECONOMIA



Estudio del Mercado del Plátano en el
Estado de Tabasco

TRABAJO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ECONOMIA
OPCION "C" PRESENTA

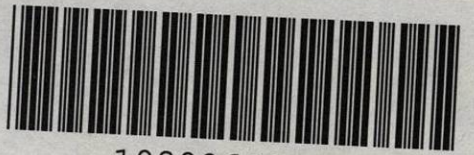
Fernando Flores Fernández

MONTERREY, N. L.

SEPTIEMBRE DE 1981

F
HD92
.B2
F5
c.1

UNIVERSITY OF CHICAGO

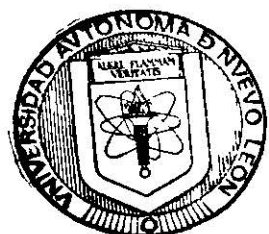


1080064093

1 A
CUM

KARDEX

230
F634e
e. 1
U.A.N.L.



BIBLIOTECA CONSUELO MEYER
FACULTAD DE ECONOMÍA U. A. N. L.
MONTERREY. N. L.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE ECONOMIA



Estudio del Mercado del Plátano en el
Estado de Tabasco

TRABAJO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ECONOMIA
OPCION "C" PRESENTA

Fernando Flores Fernández

MONTERREY, N. L.

SEPTIEMBRE DE 1981

T
1409259
.B2
F5



Biblioteca Central
Magna Solidaridad

Tesis



FONDO
TESIS LICENCIATURA

A MIS PADRES

Quienes siempre me han brindado
un apoyo integral

P R O L O G O

El examen de la diversidad de factores extraeconómicos, que afectan la estructura de un mercado específico, constituye en sí mismo un avance en los estudios tradicionales sobre la investigación de mercados. El trabajo que ahora se presenta apunta a rescatar no sólo el análisis de los elementos económicos que influyen en la conformación del mercado, sino de los aspectos jurídico-políticos, de relaciones internacionales y otros tantos que inciden sobre la producción y la distribución, de una manera fundamental. En este sentido los conceptos de la demanda y de la oferta, así como el proceso de comercialización, resultan redimensionados e inscritos en una nueva versión del estudio de mercado; es decir, una versión más generalizada que las basadas en relaciones puramente económicas.

El mercado en estudio es el del plátano en Tabasco. Sin embargo, su ubicación geográfica sólo hace referencia a la zona productora, y no al ámbito espacial en el cual se circunscriben los factores de la distribución (cambio y comercialización), cuyos límites deben ser buscados dentro y fuera del territorio nacional.

La explicación más inmediata que se puede elaborar en torno al motivo de la elección tanto del producto como de la zona, reside en las características económicas propias del plátano, así como en las condiciones estructurales de la región, que permiten estudiar con cierta profundidad problemas concretos del mercado y de la comercialización. Por otro lado, el plátano como producto básico de la alimentación del pueblo mexicano, constituye un buen representante de los bienes - salarios; de que un examen del comportamiento de su producción y distribución nos permite con grandes restricciones derivar comportamientos similares en la demanda y comercialización de otros productos con características semejantes y que también se incluyen en la Canasta Básica Recomendable como ha sido determinada por el Siste-

ma Alimentario Mexicano. Además, a través del examen de un producto básico es factible analizar la acción del Estado en su función legitimadora (o de bienestar social), o en la producción misma (el caso de la creación y apoyo integral al ejido colectivo de la Chontalpa), de forma similar se puede observar el dominio de las transnacionales en la industria internacional de los alimentos o en su comercialización, así como otras circunstancias económicas, políticas y sociales de un producto indispensable en la dieta del país, tales como la incorporación de tierras ociosas y transferencia de cultivos, etc.

Por otro lado, enfocar el estudio del mercado del plátano a partir de su producción en Tabasco ofrece ventajas significativas para el análisis, no encontradas en otros Estados. En primer lugar resalta el papel pionero que asumió históricamente el Estado de Tabasco al ser el que introdujo el cultivo de esta fruta en el país; además, entre otras cosas, el hecho de que tras una serie de crisis y enfermedades experimentadas en la producción de plátanos en Tabasco, la organización y técnicas del proceso productivo fueron asimiladas por otros Estados, generalizándose el cultivo en forma regular. En segundo lugar, se estudia una sociedad en transición económica, que al interior de su organización productiva guarda profundas diferencias económico-sociales agravadas por la expansión petrolera; diferencias que se reproducen en forma acelerada también al interior de la producción platanera; es decir, se observa una transformación básica en la estructura agraria por la orientación cada vez más comercial que se le da al cultivo del plátano, cuestión que no se revela con tanta claridad como en otros Estados. Y finalmente, sin que con ello se agote la serie de explicaciones, cabe decir que en Tabasco la acción del Estado es más agresivo que en ninguna otra parte del país (respecto a la producción del plátano) en tanto que ha auspiciado directamente la producción de plátano a través de la puesta en marcha del Sistema Alimentario Mexicano, principalmente en el ejido colectivo de la Chontalpa.

Con base a lo anterior, el presente trabajo pretende exponer la situación que guarda el mercado del plátano en el Estado de Tabasco, así como analizar las eventuales posibilidades de su desarrollo. Razón por la cual se visitaron algunas zonas productoras, a la vez que se acudió a las dependencias gubernamentales adecuadas para obtener información más precisa para este estudio; así que el trabajo que aquí se presenta es producto de una investigación de campo, a la vez de la utilización de fuentes secundarias.

El trabajo está estructurado de la siguiente manera: El Capítulo I, contiene el desarrollo histórico en el cual se inscribe tanto la evolución de la producción en Tabasco como la estructura del mercado que enfrenta. Los Capítulos II y III versan sobre el comportamiento observado y esperado entre los principales actores del estudio: la demanda y la oferta de plátano tanto a nivel nacional como regional. El Capítulo IV presenta un sumario de los dos anteriores y ante el resultado favorable (superávit) se proponen alternativas para su óptima canalización (que se beneficien tanto los productores como los consumidores). El Capítulo V se aboca por completo al sistema de comercialización en el país y en los Estados Unidos de Norteamérica, como la forma más viable de canalizar el superávit creciente que se registra en la producción. Por último las conclusiones y recomendaciones son expuestas en el Capítulo VI.

Quiero hacer patente mi agradecimiento a José Carlos Ramírez por la valiosa asesoría que me proporcionó durante el desarrollo del trabajo, así como a todas las personas que de una u otra forma me auxiliaron en la realización del mismo, especialmente a mi hermano Gustavo Flores Fernández, a Alicia Rodríguez de Ramírez y a Teresa Martínez de Rodríguez.

C O N T E N I D O

	Página
Prólogo	i
Contenido	iv
Capítulo I. Marco General del Estudio del Mercado	1
I.1 Antecedentes	1
I.2 Estructura del Mercado	5
I.2.1 Mercado Doméstico	6
I.2.2 Mercado Exterior	7
I.2.3 Problemas del Mercado Exterior	8
I.3 Utilización Industrial del Plátano	10
Capítulo II. Análisis de la Demanda	12
II.1 Análisis y Proyección de las Variables	12
II.2 Medición de la Demanda en los Niveles Nacional y Regional	17
II.3 Otros Factores de la Demanda: Los Productos Derivados	17
Capítulo III. Análisis de la Oferta	21
III.1 La Oferta Nacional	22
III.1.1 Organización de la Producción y de los Productores	22
III.1.1.1 Indicadores de la Producción Nacional	22
III.1.1.2 Organización de los Productores	24
III.1.2 Las Condiciones Ecológicas y Tecnológicas del Cultivo y sus Variedades	25

	Página
III.2 La Oferta Estatal	26
III.2.1 Descripción de las Zonas Productoras de Plátano de Tabasco. Diversidad de Variedades Producidas	27
III.2.2 La Organización de la Producción en Tabasco	28
III.2.3 Los Productores y sus Organizaciones	30
III.3 Proyección de la Oferta Nacional y Estatal	31
III.3.1 Sinopsis	31
III.3.2 Hipótesis	33
III.3.3 Las Cifras de las Proyecciones	34
Capítulo IV. Balance Oferta - Demanda	35
Capítulo V. El Sistema de Comercialización	40
V.1 Mercado Doméstido	41
V.1.1 Clasificación, Empaque y Transporte	41
V.1.2 Almacenamiento	43
V.1.3 Canales de Distribución	44
V.2 Mercado de los Estados Unidos	45
V.2.1 Dimensión Aproximada del Mercado	46
V.2.2 Consideraciones en el Manejo de la Fruta de Exportación	47
V.2.3 Requisitos Legales para el Acceso al Mercado	48
V.2.4 Distribución	48
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones	50
Bibliografía	54
Indice de Anexos	56
Indice del Apéndice	61

C A P I T U L O I

MARCO GENERAL DEL ESTUDIO DEL MERCADO

En este estudio se presenta una visión general del mercado Tabasqueño del Plátano. Se incluye tanto el mercado doméstico como el mercado exterior, buscando mostrar en primera instancia la evolución histórica de ambos, para proceder enseguida a analizar con mayor detenimiento la composición y estructura de cada uno de ellos. Finalmente, se exponen los principales problemas a que se enfrentan tales mercados.

I. 1 Antecedentes

El comportamiento histórico del cultivo de Plátano en Tabasco se halla ligado, de una u otra forma, a los ciclos especulativos de la agricultura tropical ocurridos en otras partes de América Latina. La introducción del cultivo comercial en la entidad resultó animada por el éxito llevado a cabo en la industrialización del plátano por parte de los productores en Centro América. Ya para 1866 se habían introducido las variedades de "Roatán" o "Gross Michel", expandiéndose su incorporación posteriormente a Tuxtepec y Oaxaca en 1916 y a Chiapas en el año de 1923.

No obstante, el inicio del cultivo comercial en el Estado de Tabasco data formalmente desde principios de siglo. Para 1909 ya existían 59 fincas plataneras a lo largo de los diques del Usumacinta, cuyas extensiones eran de considerable importancia; entre las dé cadas de los años veintes y treintas el cultivo se había extendido por la mayor parte del Estado, incluyendo las Cuencas del Bajo Grijalva, la mayor parte de los grandes ríos de la Sierra y parte de la Chontalpa. Las mayores utilidades originadas, a corto plazo, por el auge del plátano provocaron una serie de transformaciones en el uso de la tierra al disminuir el interés por el cultivo de productos tra dicionales.

Igualmente la organización de cooperativas de compradores constituyó un incentivo más para los productores de plátano ya que, además de dotarles de un mercado seguro les facilitaban el medio para transportar sus cosechas^{1/}. Este tipo de medidas impulsó el cultivo del plátano en la Entidad logrando que para 1930 se constituyera en uno de los principales productores de América; de esta forma el plátano por su importancia en la economía interna del estado lograba superar al cacao y al hule en la producción agrícola.

Este proceso expansivo se vería frenado años más tarde (1937) por la presencia en la región del "mal de Panamá" y "el mal de Sigotoka", enfermedades privativas del plátano, que determinaron el desplome vertiginoso de la producción entre los años de 1938 y 1942. La celeridad con que se manifestó la caída en la producción tabasqueña resultó aún más grave, en su impacto sobre los volúmenes totales producidos en el continente, ya que los demás grandes países productores de América (y que guardaban condiciones similares de cultivo), también padecieron de los mismos problemas.

La situación prevaleciente en esos años previos a la Segunda Guerra Mundial se agravó más por una circunstancia notable en esa época: la falta de disponibilidad de barcos. De esta manera los problemas que adolecían los productores de plátano en el estado se acrecentaron, de forma tal que el deterioro consecuente de la producción condujo a la desintegración y pulverización de las asociaciones de los productores, ahondando la crisis interna.

Posteriormente el uso de sulfato de cobre para el control de la Sigotoka, así como la introducción de nuevas variedades resistentes al mal de Panamá, tales como las "Cavendish", revitalizan parcialmente la producción. Sin embargo, este relativo reavivido en la

^{1/}Existen referencias de que para 1925 se exportaron los primeros 1,502 racimos. Posteriormente la exportación llegó a su clímax en 1935 cuando se cosecharon 7.000,000 de racimos, de los cuales 5.000,000 se enviaron a los Estados Unidos de Norteamérica. (D. G. P. A., S. A. R. H., 1976).

producción se vería frustrado después por la falta de una reacción favorable en las exportaciones^{2/}. Lo cual ocasionó, además del desaliento entre los productores, que gran parte de las plantaciones a lo largo del Usumacinta se convirtieran en zonas de pastizales, reorganizándose la antigua estructura productiva de la agricultura estatal. Sólo las plantaciones ubicadas en los márgenes del río Carriзал y otros lugares al sur de la Chontalpa entre Cárdenas y Villahermosa lograron sostenerse.

La vorágine de acontecimientos que sucedieron después de la Segunda Guerra Mundial afectaron muy desfavorablemente el lugar de primacía que ocupaba Tabasco en la producción platanera del país; este desplome se acrecentó con el surgimiento de la Reforma Agraria, que aún cuando sus efectos no se sintieron con mucha fuerza en el Sur de México, su implementación legal detuvo el avance progresivo de la apropiación extensiva de tierras por parte de los terratenientes. Este último hecho, cuyos resultados inmediatos en la producción fueron más bien inciertos, conformó durante las tres décadas posteriores una zona productiva con una organización bien delineada y dividida con arreglo a una dominancia de la pequeña propiedad y ejidal. Esto constituye un determinante fundamental en la orientación de la producción platanera de la Entidad hacia el mercado interno. Este tipo de organización productiva, con sus bajos niveles de productividad y estándares de calidad^{3/}, ha circunscrito la comercialización del pro

2/ Las exportaciones no se incrementaron debido a que el "mal de Panamá" afectó precisamente a la variedad exportable, la "Roatán", además de dificultar grandemente la implementación de nuevas variedades, y las variedades Cavendish resultaron sólo un paliativo para el auge de la producción, ya que su comercialización al exterior implicaba grandes inversiones de capital que sólo las compañías extranjeras podrían realizar.

3/ La región de Teapa, caracterizada por una agricultura de plantación, es la única en el estado que cumple cabalmente las normas y estándares de exportación. Por su parte Chontalapa, cuya producción es de tipo ejidal colectiva y que ha recibido un impulso decidido del estado, puede considerarse una excepción respecto a los bajos estándares de calidad, ya que recientemente se ha observado una exportación constante de plátano.

ducto al mercado doméstico (donde no se exigen las normas y estándares de calidad requeridos en el exterior), que es el principal consumidor de la producción de la Entidad.

La producción de Tabasco compite a través del tiempo, con otros Estados del país hacia donde el cultivo se propagó. Destacando en orden de importancia Chiapas, Colima y Veracruz, en lo que respecta a la participación en la producción nacional durante el período 1974-1978. Por otra parte, y atendiendo a la extensión cosechada, Tabasco fue ampliamente superado en el mismo período por Chiapas, Veracruz, Colima y Oaxaca^{4/}, cuyas ventajas sobre Tabasco van desde mejores condiciones climatológicas y ecológicas (Chiapas) hasta mejores sistemas de riego y drenaje (Colima), pasando por los menores costos de comercialización (Colima y Veracruz). Tabasco de esta forma se ha visto desplazado de su papel hegemónico en el mercado doméstico e internacional.

Ahora bien, se considera que casi dos terceras partes del total de la superficie está en manos de los pequeños propietarios y ejidatarios y que en términos generales esto concuerda con una agricultura de autosubsistencia; entonces, la expansión de la participación de Tabasco en el mercado doméstico e internacional estará sujeta al avance que experimenten las regiones de Teapa que participa con el 45% de la producción estatal y Chontalpa con un 13.5%; que dadas sus condiciones de infraestructura pueden competir en ambos mercados. Quedando limitada la participación de la región del Centro, principalmente, a satisfacer el creciente mercado regional.

Lo anterior nos lleva a recapitular que frente a un mercado interno (México, Guadalajara, Monterrey) competido por los productores de los Estados anteriormente mencionados y un mercado externo fuertemente competido por países como Ecuador, Nicaragua y Costa Rica, la participación de la producción de plátanos frescos del Estado de Ta-

^{4/} C. F. el Cuadro No. 1 del Apéndice.

basco en estos mercados estará determinada por el éxito de las innovaciones que sus productores puedan realizar en la esfera de comercialización. Esto es así por dos razones: Primero, en el mercado doméstico, al no existir problemas respecto a normas y estándares de calidad, la competitividad con los estados se traduce en optimizar los gastos en el empaque, clasificación y transporte del producto buscando mejorar su presentación final, además de enfrentar al mercado con una organización de productores sólidos. Segundo, en el mercado internacional una vez cubiertas sus normas de calidad, los productores de Tabasco se enfrentan ante el monopolio de los servicios internacionales de comercialización del plátano por empresas trasnacionales (United Fruit Company, Standar Fruit Co., etc.), lo cual es tratado en el punto I.2.3).

I.2 Estructura del Mercado

La producción de plátanos frescos en México se canaliza a través de dos mercados de ventas: el doméstico que participa prioritariamente en el consumo de la fruta y el de exportación^{5/}, que tiene grandes posibilidades de expansión. El primero, cubierto en su totalidad por la oferta nacional, es un mercado de rápido despliegue que crece proporcionalmente a la tasa de crecimiento demográfico (ya que esta tasa y la continuidad en el consumo se consideran las principales variables del consumo interno). Por su parte el segundo mercado aun cuando absorbe una parte muy pequeña (aproximadamente el 1%) de la producción nacional, sus posibilidades de ampliación están sólo limitadas por la celeridad que muestre la oferta nacional de plátanos y la capacidad de las organizaciones productoras de internarse en el mercado estadounidense, aprovechando las ventajas que se tienen, debido a la cercanía a él.

^{5/} Este mercado se circunscribe al comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, ya que es nuestro principal demandante, además de ser mayor importador del mundo. C.F. Cuadro 4 del Apéndice.

Las especificidades exigidas por el análisis del mercado del plátano, serán abordadas a continuación en forma descriptiva y particularizada, ya que así se estima poder revelar con mayor claridad su estructura.

I.2.1 Mercado Doméstico

La oferta concurrente al mercado nacional procede principalmente de siete zonas productoras, destacándose en orden de importancia: Colima, Chiapas, Veracruz, Tabasco, Oaxaca, Michoacán y Nayarit. Zonas que, por demás está mencionarlo, constituyen los lugares con las condiciones climáticas y ecológicas favorables para el cultivo de esta fruta tropical.

El proceso de distribución se caracteriza por una alta concentración del consumo en las tres áreas metropolitanas más importantes del país; es decir, el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey son los lugares que absorben el 80% de la producción de plátanos frescos del país. Aquí cabe mencionar que la tendencia a la centralización del plátano en determinados centros de consumo, ocurre con una lógica similar a la que acontece con los demás productos alimenticios que conforman la canasta de bienes básicos.

Sin embargo, aun cuando la distribución se lleva a cabo en las tres zonas metropolitanas, el consumo propio de la fruta no necesariamente se realiza allí mismo en forma total. La circulación del plátano se amplía en una segunda fase de redistribución hacia mercados regionales más pequeños, agrupando en total a treinta subcentros de consumo que en general coinciden con las capitales de los estados de la República^{6/}. Estableciéndose así la estructura del mercado dentro del territorio nacional.

^{6/} Así tenemos que del mercado de "La Merced", el de mayor importancia en el Distrito Federal por los volúmenes que en él se manejan, distribuye el producto tanto al área metropolitana en su conjunto como a las entidades vecinas del centro. Otro tanto ocurre con Guadalajara y Monterrey en las zonas occidental, norte y noreste del país, así como la frontera con Estados Unidos.

I.2.2. Mercado Exterior

El cultivo del plátano en México con miras a la exportación es de origen reciente, se inició efectivamente hace menos de un siglo y ha generado transformaciones al interior de su organización productiva, pasando de un sistema de cultivo de autosuficiencia a otro de tipo comercial. No obstante este proceso es de lenta gradualidad y más bien diferenciado por regiones, ya que la tendencia no es a la suplantación de un tipo de producción por otro, sino a la coexistencia de ambos (como tal, es el caso de las tres regiones productoras de Tabasco). Hecho que ha tendido a dificultar la orientación de la producción al exterior y coarta la participación de México en la producción regional y mundial (que se limita a un 18% del total de la producción de América del Norte y Central y a un 3.4% de la mundial; C.F. Cuadro 2 del Apéndice).

En general el mercado mundial presenta una clara división entre los productores y consumidores ya sea por área geográfica o por nivel de desarrollo económico. Tenemos por otro lado, el bloque de países productores en desarrollo de América, Asia y Africa que contribuyeron con el 96.4%^{7/} de la oferta mundial durante el período 1970-1978. Estos países ubicados en la franja tropical del mundo, presentan a su vez una participación en la producción diferenciada al interior del bloque, ya que: por ejemplo, solamente tres países de América del Sur (Brasil, Ecuador y Venezuela) aportaron por sí solos el 85% del volumen de su oferta total (que representa el 35% de la oferta mundial, véase Cuadro 2 del Apéndice). Por otro lado, una serie de países industrializados como los de Europa Occidental, Japón, Nueva Zelandia, Canadá y Estados Unidos (este último el mayor importador con un 28.9% del total de importaciones mundiales en 1977^{8/}), importaban por propia cuenta el 91% de las importaciones

^{7/} C.F. Cuadro 2 del Apéndice.

^{8/} Para el mismo período los países de América Central y del Norte contribuyeron con el 19% de la oferta mundial, los de Asia con el 30.2% y Africa con el 12.0%. C.F. Cuadro 2 del Apéndice.

mundiales en 1977, la cual equivale al 16% de la producción mundial, para el mismo año.

Lo anterior revela un esquema comercial internacional orgánicamente vinculado, y no el cuadro clásico entre productores y consumidores aislados. Grandes países importadores como los Estados Unidos representados por el capital trasnacional, controlan las diferentes etapas tanto de la producción (por medio del Know-How, asesoría técnica, etc.) como de la distribución. Ello asegura el suministro continuo del producto en esos países, a la vez que los protege de la competencia de eventuales consumidores. Finalmente, conviene destacar que la comercialización del producto como forma desarrollada de control por las trasnacionales, circunscribe los contratos entre los países productores y consumidores a una serie de cláusulas definidas que se traducen en la determinación de la producción y su destino y cauce finales.

Todo esto conduce a pensar que el equilibrio del mercado gira en torno al papel de las trasnacionales. Por consecuencia países como México que aparecen fuera de la órbita del capital trasnacional (en cuanto a la producción y distribución del plátano se refiere) se enfrentan a serios problemas al incursionar al mercado internacional, como los que se mencionan enseguida.

I.2.3. Problemas del Mercado Exterior

Como se apuntó en el párrafo anterior, los problemas de los países importadores de plátano se reducen a procurarse un abastecimiento oportuno y suficiente de la fruta mediante sus canales preestablecidos de comercialización. Mientras que por su parte los países productores deben sortear desde los problemas inherentes a la producción (estacionalidad por competencia con otras frutas, factores meteorológicos imprevisibles, etc.), hasta los diferentes criterios de comercialización impuestos por los intermediarios del tráfico mercantil (las trasnacionales). Es en este último punto donde se localizan los principales cuellos de botella del mercado interna-

cional, en tanto que son las grandes compañías las que al controlar los movimientos del comercio exterior de los países subdesarrollados y con ellas al mismo plátano, condicionan no sólo la oferta de un país sino, y fundamentalmente, las especificaciones implícitas en la demanda del producto: frescura y presentación de acuerdo a estándares y normas de calidad internacionales.

De ahí que el principal problema que enfrenta la demanda internacional del plátano, sea cual fuere el lugar en el que se origine, es estrictamente mercantil, debido a que el volumen de oferta total de exportación depende del grado de efectividad del sistema de comercialización; es decir, de la calidad presentada por el producto al momento de desembarcar. Las innovaciones tecnológicas en los sistemas de comercialización (mejoramiento en almacenaje, empaque y transportación), se traducen en un aumento en las ventas y una merma en desperdicios derivados de la mejor transportación del producto. La reducción en los gastos accesorios ocasionados por este manejo del producto, atenúa la diferencia entre los precios domésticos y los internacionales a la vez que disminuye los costos generales de producción y circulación del plátano, permitiendo así aumentar la competitividad de los productores en cuestión.

Cabe observar que la producción y la distribución del plátano se encuentran indisolublemente ligadas a la acción de las transnacionales. De acuerdo a la forma y grado que estas grandes empresas logren penetrar en la economía de los países productores, se desarrollará un proceso de organización del cultivo cada vez más orientado a la exportación. En este panorama México se encuentra ajeno a la influencia de las transnacionales del plátano desde los años cuarentas, época en la cual se hacen todas las transformaciones agrarias. A partir de este período las exportaciones no volvieron a alcanzar el ritmo y los volúmenes de los años previos, puesto que además de las razones expuestas en relación al control transnacional del mercado mundial del plátano, México orientó su producción hacia el mercado interno donde los productores encontraban un consumo cautivo y seguro. Ahora bien, esto no significa que haya existido desinterés

por parte de los productores en colocar sus productos en el exterior, donde las ganancias son mayores, sino que dadas las restricciones ya mencionadas en la comercialización, la incursión de los productores se ha visto limitada al no poder competir con sistemas eficientes de transportación.

Queda, entonces, en pie que además de las eventuales deficiencias en la producción local (a nivel de regiones) los principales problemas que enfrenta la colocación del plátano en el exterior se circunscribe al contexto de las restricciones de la comercialización impuestas por las empresas trasnacionales.

I.3. Utilización Industrial del Plátano

La transformación del producto por medio de procesos industriales, permite dar aprovechamiento a la fruta de calidad inferior y a los excedentes de la producción a través de la introducción de nuevas formas de consumo; a la vez que posibilita pasar de una agricultura de integración horizontal a una de integración vertical, posibilitando que los productores tengan mercados más estables y menos sometidos a la intermediación de especuladores.

La utilización de plátano como materia prima por empresas industriales en nuestro país es muy limitado, concentrándose en la industria alimenticia para consumo humano (infantil principalmente) y la que se dedica a la fabricación de alimentos balanceados. A su vez, las empresas extranjeras Nestlé, Gerber y Kellogg's, así como la nacional Minsa, adquieren el plátano como materia prima para la fabricación de los siguientes productos: alimentos para niños, hojuelas, harinas, maizena, etc.

En Tabasco se preparan "dulces", agregándole al plátano previamente cortado en rebanadas, miel o melaza de azúcar, dejándolo acitronar. Esta pequeña industria es prácticamente a nivel familiar, y su requerimiento de materia prima es insignificante ya que su consumo se limita a la región sur del país.

En las zonas aledañas a las de producción platanera se destina parte de ésta, especialmente el plátano de "rechazo"^{9/}, que mezclado con los alimentos balanceados, constituyen una fuente barata y buena de carbohidratos para el ganado vacuno y porcino^{10/} preferentemente.

9/ El plátano de "rechazo", es aquel de desecho que no se envía al mercado, e inclusive ha excedido su madurez.

10/ Experimentos realizados en Ecuador con la utilización del plátano de "rechazo" para la alimentación porcina así lo revela; C.F. "El empleo del banano de "rechazo" en la alimentación porcina" de Héctor Clavijo, Abril de 1975.

C A P I T U L O I I

ANALISIS DE LA DEMANDA

II.1. Análisis y Proyección de las Variables

La ley de demanda establece que los consumidores responderán a una disminución del precio adquiriendo una cantidad mayor de producto. Pero el grado de sensibilidad de los consumidores a una variación de precio puede ser muy distinta de un producto a otro.

La demanda de ciertos productos es tal que los consumidores son relativamente sensibles a las variaciones en los precios de aquellos; esto es, las variaciones de precios dan lugar a variaciones considerables de la cantidad adquirida. La demanda de tales productos se dice es elástica. En otros productos como el "plátano", los consumidores son relativamente insensibles a las variaciones de precios; es decir, las variaciones de precios dan lugar a variaciones modestas de la cantidad adquirida. La demanda que enfrentan estos productos se dice es inelástica.

En nuestro análisis la demanda de plátano basa su inelasticidad en los siguientes supuestos: 1) el plátano es una fruta muy barata, comparada con la mayoría de las frutas en el mercado, y aun cuando su precio llegue a su punto máximo^{1/}, su valor es de hecho menor al resto de las frutas en el mercado; 2) existe una costumbre generalizada por consumir plátano en todo el país, la cual se infiere del alto consumo per capita de plátano observado de 1970 a 1980 con un promedio de 19.7 Kg. anuales (ver Cuadro No. 8), cantidad que sobrepasa en 1.2 Kg. a la cantidad que el Sistema Alimentario Mexicano (SAM) estipula como consumo anual de recomendable de plátano; 3) no existen presiones provenientes de un factor extraeconómico hacia un cambio brusco en la demanda; como sería el que los consumidores cam-

^{1/} En función de la estacionalidad del plátano y el resto de las frutas.

biaran drásticamente sus gusto por otras frutas, debido a que el plátano ha sido tradicionalmente aceptado en la dieta de las familias mexicanas. Los primeros dos supuestos nos indican que la demanda se rá contínua y no dependerá en forma directa del precio del bien y el tercero nos permite asegurar que este comportamiento será sostenido.

Por lo anteriormente expuesto, se tomó la decisión de no considerar a la variable precio como la determinante, en la demanda de plátanos frescos, y en su lugar se decidió tomar el crecimiento demográfico, ya que al aumentar el número de pobladores del territorio nacional aumenta también la cantidad demandada por plátano; es decir, la relación entre el crecimiento en la población y la demanda es directa y creciente. Es pertinente mencionar que la utilización del crecimiento demográfico como determinante de la demanda, supone que el mercado del plátano no es estratificado; este supuesto es validable con la realidad si tenemos en cuenta que el plátano es una fruta la cual se encuentra tanto en las mesas de las familias de altos ingresos como las de bajos ingresos, debido a que su consumo es generalizado y su precio es muy accesible; además la Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares de 1977 realizada por la Secretaría de Programación y Presupuesto revela que para la ciudad de México las familias del estrato 1 (el más bajo) gasta \$12.30 mensualmente en plátano, las familias del estrato 2 gastan \$29.45, y las familias del estrato 3 gastan \$37.25, esto nos indica que a medida que aumentan los ingresos de las familias, estas gastan más en plátano; la información anterior muestra que el supuesto de que el mercado del plátano no es estratificado es consistente con la realidad.

Con el fin de realizar un mejor análisis de la demanda que en frentan los productores de plátano del Estado de Tabasco, el mercado será dividido en dos niveles:

- a) Mercado Nacional: Cubre todo el territorio del país y representa la principal fuente de demanda por este producto.
- b) Mercado Regional: Está formado por el mercado local, principalmente Villahermosa y Cárdenas, y por el mercado adya-

cente integrado por localidades medianamente distantes con cierta accesibilidad a las principales zonas productoras de Tabasco y que ya sea, han mostrado un crecimiento demográfico acelerado (Coatzacoalcos y Minatitlán) o bien fungen como centros de consumo y distribución importantes (Mérida).

A continuación se analiza y proyecta el crecimiento demográfico en las regiones comprendidas por ambos mercados, dado que el crecimiento de este factor es determinante en el establecimiento tanto de la demanda nacional como de la regional.

Mercado Nacional

México es un país con un alto crecimiento demográfico. En el período 1900-1950, la población casi se duplicó, repitiéndose el fenómeno en sólo 20 años, de 1950 a 1970, lo que implica una tasa de crecimiento media anual muy alta, en la década de los 60's llegó al 3.5%. Pero a partir de 1970 se observa un cambio en la dirección de la trayectoria del crecimiento poblacional y así para 1977 y 1978 las tasas de crecimiento anuales fueron del 3.2% y 3.0%^{2/}, respectivamente.

Esta nueva fase demográfica estará determinada por el comportamiento de la natalidad^{3/} que observará la tendencia siguiente: al inicio una disminución rápida, seguida de una disminución más lenta y terminando por una estabilización del crecimiento demográfico de la población, que se estima llegue al 1.0% en el año 2,000. De esta forma se estima que al llegar al punto estable de la tasa de creci-

2/ Estas estimaciones se apoyan en los resultados obtenidos de la Encuesta de Fecundidad, S.P.P., 1976-1977 y la Encuesta de Prevalencia en el uso de Métodos Anticonceptivos, Coordinación Nacional de Planificación Familiar.

3/ De las dos variables que rigen el crecimiento natural demográfico, la natalidad es la que más influye en esta nueva fase demográfica, ya que se espera que la mortalidad mantenga sus índices observados en los 70's o los disminuya ligeramente.

miento en 1990, seremos aproximadamente 88 millones de habitantes^{4/}
(Cuadro II.1.1).

Mercado Regional

El mercado regional, está en función de la accesibilidad que pueda haber entre la zona productora de plátano de la Entidad y las diversas localidades cercanas, además de la capacidad de éstas para absorber cantidades importantes del producto.

Esta zona se caracteriza por ser una de las de más alto crecimiento demográfico en el país ya que aunado al crecimiento normal de la población se observa una alta tasa de inmigración hacia ella originada a partir del auge petrolero experimentado en años recientes y que se prevé continuará a largo plazo (30 años).

Los principales municipios de Tabasco y Yucatán así como la parte norte del Istmo de Tehuantepec, han sido seleccionados como Mercado Regional para el plátano de Tabasco, por encontrarse allí un conjunto de ciudades cercanas entre sí de importante crecimiento económico. Son cinco las localidades adscritas a esa zona; Villahermosa y Cárdenas, en Tabasco que es el mercado local; Coatzacoalcos y Minatitlán, del Estado de Veracruz, por ser dos núcleos urbanos muy cercanos a la zona productora; y la ciudad de Mérida, importante área urbana, que aun cuando se encuentra a poco más de 550 Km., está unida a la zona productora por la carretera federal, que le permite tener importantes transacciones comerciales con el Estado de Tabasco.

La ciudad de Villahermosa tiene actualmente una de las tasas de crecimiento de población más altas en el país, esto como consecuencia del desarrollo de la actividad petrolera en el Estado, pero sin que éste halla collevado hasta la fecha un proceso de industrialización.

^{4/} Estimación del Consejo Nacional de Población, proyección programática, tasa de crecimiento del 1% al año 2,000.

La ciudad de Cárdenas ha conocido un fortísimo desarrollo como centro comercial y de servicios de la zona agrícola del Plan Chontalpa. El crecimiento acelerado que la población en Villahermosa y Cárdenas experimentó durante los últimos años, se originó a partir del auge petrolero de la zona, se espera continúe pero a un ritmo menor, debido a que el "boom" petrolero ha pasado y ahora el crecimiento se dará en función al desarrollo industrial y agropecuario.

Coatzacoalcos es uno de los centros urbanos del país con mayor crecimiento. Esto por varias razones: su ubicación estratégica en el Golfo de México, la naturaleza e importancia de la actividad industrial de la región y los objetivos de las políticas de desarrollo industrial y urbano. Puerto de alta mar ubicado en la desembocadura de un río navegable, Coatzacoalcos se encuentra también al entronque de la carretera costera del golfo y de la carretera transístmica.

Minatitlán es puerto fluvial y centro de industria petrolera, posee la más grande refinería del país. Cerca de Minatitlán se encuentra Coseleacaque que es también una ciudad industrial. Ambas localidades dependen para el comercio y los servicios de la infraestructura existente en Coatzacoalcos.

La región de Coatzacoalcos-Minatitlán se encuentra entre las zonas definidas, como prioritarias en los Planes de Desarrollo Urbano y de Desarrollo Industrial. Se prevé por lo tanto un muy importante desarrollo de las actividades industriales vinculadas con el petróleo, de tráfico portuario y por consecuencia un fuerte crecimiento poblacional.

La ciudad de Mérida, que está unida a la ciudad de Villahermosa por la carretera federal, es también un importante centro de consumo para la producción del Estado de Tabasco, a la vez de que funge como distribuidor del producto en los estados de Yucatán y Quintana Roo.

II.2 Medición de la Demanda en los Niveles Nacional y Regional

La demanda de plátano en el país está determinada directamente por la preferencia generalizada por la fruta y el crecimiento demográfico, lo que ha permitido mantener el consumo doméstico a niveles crecientes.

El método para medir la demanda contempla las dos variables anteriormente mencionadas; la preferencia por la fruta queda de manifiesto al observar los consumos per capita del período 1970-1978^{5/} que muestran una tendencia estable alrededor de 20 Kg. per capita anuales^{6/}, cantidad que es tomada como base para determinar el consumo por habitante y que multiplicado por la población en el año "t"^{7/} nos permite determinar la cantidad demandada, ya sea para el Mercado Nacional o Regional, del año en cuestión.

En base a lo anterior se encontró que en 1960 la estimación de la demanda nacional por plátanos frescos fue de 698,460 toneladas, aumentando a 1.013,900 toneladas en 1970 (ver Cuadro II.1.1). En el año de 1980 la demanda nacional alcanzó la cifra de 1.398,040 toneladas y se espera que para 1990 sea de 1.749,780 toneladas, según el crecimiento esperado de la población nacional.

La demanda regional denota un enorme dinamismo con un crecimiento medio anual de 4.4% en el período de 1990-1970, el cual está vinculado en forma directa con el crecimiento de la población regional y en forma indirecta con el auge petrolero de la zona de influencia, que genera la necesidad de una enorme infraestructura para proveerle de bienes y servicios dentro de los cuales se incluye el plátano, ver Cuadro II.1.2.

II.3 Otros Factores de la Demanda: los Productos Derivados

El ámbito de los productos derivados del plátano en México es

5/ C.F. Cuadro No. 8 del Apéndice

6/ Esta información es compatible con el S.A.M. ya que en su Canasta Básica Recomendable (C.B.R.) determina que el consumo anual requerido por persona es de 18.9 Kg. anuales.

7/ Demanda Nacional en el año "t" = Población Nacional en el año "t" x 20 Kg.

poco conocido, y se circunscribe a la industria alimenticia para consumo infantil principalmente. El volumen demandado por estas empresas varía entre 500 y 600^{8/} toneladas anuales. Lo reducido de la cantidad demandada y el consumo estratificado de los productos que se derivan del plátano, nos permite asegurar que la demanda por plátanos frescos tiene un comportamiento independiente y que no es afectada por los productos derivados, aún y cuando los volúmenes que demanden lleguen a aumentar.

Otra alternativa es la utilización de las hojas y tallo de la planta y del plátano de "rechazo" como alimento para el ganado bovino y porcino, que aun cuando no se puede hablar de una demanda actual por este tipo de producto, es conveniente promocionarlos entre los ganaderos de forma que sea posible llegar a un uso integral de la planta, como una forma de mejorar las utilidades de los agricultores que se dedican a la siembra del plátano.

^{8/} Datos de la Dirección General de Economía Agrícola, S. A. R. H., 1979.

C U A D R O II.1.1

POBLACION Y DEMANDA NACIONAL DE PLATANO

(1960 - 1990)

Año	Población Nacional (Miles de Habitantes)	Cantidad Demandada en la Región (Tons.)
1960	34,923	698,460
1970	50,695	1 013,900
1971	52,418	1 048,360
1972	54,195	1 083,900
1973	56,021	1 120,420
1974	57,898	1 157,960
1975	59,826	1 196,520
1976	61,801	1 236,020
1977	63,821	1 276,420
1978	65,844	1 316,880
1979	67,899	1 357,980
1980	69,902	1 398,040
1981	71,852	1 437,040
1982	73,749	1 474,980
1983	75,622	1 512,440
1984	77,452	1 549,040
1985	79,242	1 584,840
1986	80,985	1 619,700
1987	82,686	1 653,720
1988	84,339	1 686,780
1989	85,942	1 718,840
1990	87,849	1 749,780

Fuente: 1960-1970: Censos Generales de Población, Dirección General de Estadística, S.I.C.
 1971-1990: Estimación del Consejo Nacional de Población, Proyección Programática: Tasa de crecimiento del 1% al año 2000.

Información sobre Demanda: Elaboración propia.

C U A D R O II.1.2

POBLACION Y DEMANDA REGIONAL DE PLATANO *

(1960 - 1990)

Año	Población Regional (Miles de Habitantes)	Cantidad Demandada en la Región (Tons.)
1960	422	8 440
1970	692	13 840
1971	725	14 500
1972	760	15 200
1973	794	15 880
1974	832	16 640
1975	870	17 400
1976	912	18 240
1977	953	19 060
1978	996	19 920
1979	1 044	20 880
1980	1 092	21 840
1981	1 142	22 840
1982	1 192	23 840
1983	1 246	24 920
1984	1 299	25 980
1985	1 352	27 040
1986	1 408	28 160
1987	1 464	29 280
1988	1 523	30 460
1989	1 581	31 620
1990	1 641	32 820

* Incluye los municipios de Villahermosa, Cárdenas, Minatitlán, Coatzacoalcos y Mérida.

Fuente: 1960-1970: Censos Generales de Población, Dirección General de Estadística, S.I.C.

1971-1990: Estimación del Consejo Nacional de Población.

Información sobre Demanda: Elaboración propia.

C A P I T U L O I I I

ANALISIS DE LA OFERTA

En este capítulo se reseñan todas aquellas condiciones económicas, políticas, sociales y ecológicas que afectan la producción del plátano nacional y tabasqueño. Se procede en consecuencia a verificar los lazos que tienen diversos factores extra-económicos con el proceso productivo mismo, ya que en nuestro esquema la PRODUCCION, al ser contemplada como una categoría totalizante, es irreductible a una moción puramente económica, o de fuerzas de mercado. Los elementos de la distribución (organización de los productores, disponibilidad de crédito, etc.) circunscriben el ámbito de la producción dentro de límites algunas veces muy estrictos, razón por la cual omitir los significaría observar solo una parte del análisis de la oferta.

A su vez, los factores explicativos de la oferta cobran una dimensión distinta según se defina su campo de análisis: niveles nacional y estatal. En el primer caso el interés del estudio se centra básicamente en mostrar la competencia que los productores de Tabasco enfrentan a nivel nacional, sin descuidar otros puntos relacionados con el grado de eficiencia técnica, las condiciones climáticas, etc., que también son considerados. Respecto al segundo, adquiere particular importancia el estudio de la oferta al interior de las tres zonas productoras, su organización jurídico-económica, sus diferencias de orientación en la comercialización, etc.

Finalmente, el capítulo contiene un apartado destinado a analizar el comportamiento futuro de la producción, tanto nacional como estatal. Las hipótesis que fundamentan tales comportamientos resumen, en primer lugar, la tendencia histórica del volumen de producción nacional en los últimos veinte años, y en segundo lugar, las posibilidades potenciales de expansión estatal sustentadas en diversos criterios de factibilidad económica, política y social.

III.1 LA OFERTA NACIONAL

III.1.1 Organización de la Producción y de los Productores

III.1.1.1 Indicadores de la Producción Nacional

La organización productiva nacional del plátano está conformada mayoritariamente por pequeños propietarios y ejidatarios. Esto es cierto si se consideran tanto los porcentajes de superficie cultivada como los volúmenes de producción generados. Atendiendo a las cifras de superficie cultivada se observa que a nivel nacional el 36.2% está en manos de unidades de producción privada, mientras que el 63.8% restante se encuentra en poder de ejidatarios y comunidades agrarias. Una estructura similar se presenta por el lado de los volúmenes de producción o cantidades cosechadas, según la versión censal de 1970. Como se muestra en el Cuadro 9.

La anterior situación se reproduce en forma proporcional dentro de la organización productiva de los siete principales estados productores de plátano en el país, donde incluso existe un mayor predominio de campesinos ejidales. Sin embargo, no es posible asegurar que al interior de los estados, considerados individualmente, las posesiones ejidales y comunidades agrarias registren un comportamiento homogéneo. Así tenemos que mientras en Nayarit las unidades de producción privadas alcanzan apenas un 6.6% de la superficie cultivada frente a un 93.6% de ejidos y comunidades agrarias, en Tabasco la situación se invierte al observarse un predominio en la tenencia de la tierra por parte de las unidades de producción privadas (63.9%) sobre otro tipo de propiedad como la ejidal (36.1%)^{1/}. En un punto intermedio se encuentran los Estados de Veracruz, Chiapas, Oaxaca, Colima y Michoacán, quienes mantienen porcentajes ligeramente superiores al 30% y 60% de superficie cultivada en manos de propietarios privados y de ejidatarios o comuneros, respectivamente.

^{1/} Aquí hay que destacar que con la creación del ejido colectivo de la Chontalpa en 1974, la organización productiva de Tabasco se ha modificado sustancialmente.

Dejando a un lado, por el momento, las condiciones heterogéneas que prevalecen en la producción regional consideremos, preferentemente, la tendencia que han registrado algunos indicadores como la superficie cosechada, rendimiento y producción a nivel nacional; a efecto de reseñar los impactos que ha tenido la organización productiva sobre los movimientos generales de la producción. No obstante, debe quedar claro que sólo a nivel estatal pueden escudriñarse con mayor especificidad las relaciones que guardan la organización de la tenencia y el uso de la tierra con la producción misma. Entre tanto, sólo se describirá el comportamiento de dos indicadores de la oferta nacional durante el período de 1970 a 1978 (lapso que es representativo de las últimas décadas).

La superficie cosechada fue la única de las tres variables que mostró una tendencia a la reducción durante el período. De 74 mil hectáreas de cultivo de plátano recolectadas en 1970, la superficie disminuyó a un equivalente en la producción de 71 mil hectáreas; es decir, una reducción del 4%. Las alzas en los rendimientos medios por hectárea y el precio medio rural han impedido no sólo que el valor bruto de la producción decaiga, sino que incluso se haya aumentado.

Una eventual explicación de la baja en la superficie cosechada reside en la menor rentabilidad del cultivo del plátano frente a otros con orientación más comercial y exportable. El auge en la demanda por productos como cacao y otros frutos afectan en forma directa la redistribución y el uso de la tierra que tradicionalmente se dedica a otros cultivos, tales como el plátano.

Por otra parte, y debido a las diversas implementaciones y mejoras en el cultivo del plátano, los rendimientos promedio por hectárea han aumentado en 13 toneladas en 1970 a 19 toneladas en 1978 (46.1% en términos relativos). . Ello refleja la creciente racionalidad en el aprovisionamiento de insumos y en la aplicación y aplicación de sistemas de riego en las regiones donde la producción está organizada en unidades privadas o en ejidos colectivos (como el caso de Chontalpa) patrocinadas por el Estado directa e indirectamente.

Los sistemas de crédito y las distancias a los centros de localización de insumos, constituyen factores, entre otros, de suma importancia que explican las diferencias existentes en los rendimientos obtenidos por las diversas zonas productoras del país. A esto último se agrega la mejor capacidad de negociación de las exportaciones comerciales para aprovechar los incrementos de los precios rurales (que aumentaron aproximadamente en un 17% de 1970 a 1978).

Todo esto nos presenta un cuadro favorable en la expansión histórica de la producción nacional en los últimos 20 años. Expansión que como se insistió anteriormente corre a cargo de determinadas zonas comerciales y de la incorporación de predios ejidales auspiciados por el Estado. Con salvedad de las irregularidades de ciertos períodos, la tasa de crecimiento para las últimas dos décadas fue del orden del 4.6% anual, crecimiento mucho mayor al registrado por la población (3.5%). Las expectativas de una mayor tasa de expansión de la oferta nacional, y por ende de una ampliación de la brecha entre éste y la experimentada por la población, está fundamentada por la función realizada por el Estado, en los últimos 10 años, consistente en la reorientación de la producción ejidal, así como la reintegración de las tierras ociosas a la actividad comercial, según ha postulado el Sistema Alimentario Mexicano y referido al fomento de productos de su Canasta Básica Recomendable, como es el plátano.

III.1.1.2 Organización de los Productores

A nivel nacional, no existe un organismo que agrupe a las uniones o asociaciones de productores regionales de plátanos existentes en el país. Diversos intentos de la S.A.R.H. por crear la Confederación Nacional de Productores de Plátano, han fracasado por la diversidad de intereses predominantes entre las asociaciones. Sin embargo, la misma ingerencia del Estado en la producción nacional en los últimos años puede ofrecer una buena base para sustentar que la Comisión Nacional de Fruticultores (CONAFRUT) sea la encargada de iniciar la primera organización; sobre todo para atender la multiplicidad de problemas existentes en el proceso de comercialización. Pro

ceso que tenderá a aumentarse con la mayor apertura del mercado norteamericano y por la necesidad de los productores nacionales de romper el cerco impuesto por las transnacionales (United Fruit Co., etc.) para el acceso al mercado.

III.1.2 Las Condiciones Ecológicas y Tecnológicas del Cultivo y Variedades

El estudio^{2/} realizado por la S.A.R.H. revela que Chiapas (Soconusco) constituye el lugar más apropiado para el cultivo del plátano. Enseguida destacan en orden descendente Veracruz (Centro), Colima y Chiapas (Norte), Tabasco, Veracruz (Norte y Sur) y Nayarit. Al incorporar diversos elementos como situación geográfica, altitud, temperatura, precipitación, vientos y suelos, que computados sobre una escala de 100 ofrecen juicios sobre la factibilidad del cultivo comercial. Chiapas (Soconusco) con un promedio de 93 es la mejor de todas naturalmente, proseguidos por los demás Estados arriba enunciados con 88, 84, 82, 80 y 75. Tabasco aparece en consecuencia en cuarto lugar (82) bastante abajo de Chiapas y muy cerca de Nayarit.

La verdadera dimensión de la rentabilidad del cultivo comercial no reside sólo en las condiciones ecológicas sino entran otras consideraciones, ya reseñadas parcialmente en la sección anterior, que unidas a las bases técnicas hacen posible la revolución del ambiente natural. En este plano, cobran sentido real las innovaciones en el sistema de riego que posibilitan los altos rendimientos en Colima, por ejemplo, al grado de ubicarlos en los primeros lugares. Sin embargo, la historia no acaba allí ya que las mismas condiciones objetivas de la producción (el habitat y la base técnica), varían según la organización social y jurídica de la producción local. Esto se explica en parte porque la misma estructura ejidal en un Estado (como Tabasco) tenga diferente productividad (caso Chontalpa). Es necesario, entonces, considerar el papel del Estado y otros factores con el fin de redimensionar el concepto de condiciones técnicas y ecológicas.

^{2/} "El Plátano" Análisis Socioeconómico para la Rehabilitación de Areas de Cultivo". México, Junio, 1974.

De la misma forma, la existencia de diversas variedades del cultivo de plátano tiene una historia que relaciona los tipos de cultivo con las formas de explotación comercial y de autosubsistencia. Lo anterior no sucede vis a vis en la realidad pero en una faceta importante de la forma en que se distribuyen las distintas variedades del plátano en el país.

Así tenemos que después de la aparición del "mal de Panamá" que prácticamente exterminó al plátano "Roatán" o "Gross Michel" se introdujeron a nuestro país variedades resistentes a dicha enfermedad (Cavendish) muy semejantes en cuanto a calidad y presentación. Sin embargo, las condiciones requeridas para su comercialización, doméstica e internacional, han impuesto una forma particular de estratificación del cultivo por zonas y estados. La variedad "Roatán", que es la única que se exporta, es producida en su mayoría (90%) en Nayarit, algunas regiones de Chiapas (Soconusco) y Tabasco (Teapa y zonas aledañas) que se caracterizan tanto por la alta fertilidad de sus tierras como por sus desarrollados sistemas de riego y drenaje. Por otro lado, la variedad Valery posee una alta capacidad de adaptabilidad al suelo nacional que le ha permitido la generalización de su cultivo comercial; además se desarrolla en zonas de autosubsistencia y es la principal proveedora del mercado nacional (ya que carece de las normas y estándares exigidos a nivel internacional) y se encuentra asociada, generalmente con pequeñas propiedades y ejidos agrícolas.

III.2 La Oferta Estatal

A continuación se destacan en forma más específica los lineamientos generales observados para el análisis de la oferta nacional. Se procede de esta manera para evitar duplicidad en los razonamientos emitidos, por ejemplo, acerca del papel de las condiciones ecológicas y técnicas en el proceso de producción, o en la función del Gobierno al promocionar una zona productora diferenciada del resto de la organización estatal. Queda en pie, consecuentemente, la visión

reseñada sobre los factores que afectan (y bajo qué forma) los movimientos generales de la producción.

III.2.1 Descripción de las Zonas Productoras de Plátano en Tabasco. Diversidad de Variedades Producidas

En términos generales, el clima de Tabasco casi en su totalidad está clasificado dentro de los climas húmedos aptos para la proliferación del cultivo de plátano. Con una temperatura media anual de 25°C y una precipitación pluvial de 1,500 mm. a lo largo de la costa y 4,000 mm. en las estribaciones de la Sierra^{3/}.

Sobre esta base climática se erige toda una serie de factores propios de la organización social de la producción estatal, mismos que conforman una división productiva bien diferenciada: una zona de sierra integrada por Teapa, Tacotalpa y Blanquillo, otra del centro constituida por los municipios de Huimanquillo, Cárdenas y Cunduacan, y una última formada por el complejo agroindustrial de la Chontalpa. Entre ellas median grandes diferencias en superficie cultivada, cosechada, rendimientos por hectárea, participación en el valor de la producción y orientación mercantil. De la misma forma, y a diferencia de lo que acontece en el país, existen similitudes marcadas en el porcentaje de su superficie ocupada por una variedad, Valery, del cultivo del plátano, la cual ocupa el 88.9% del total, repartida en un 37% en la zona de Teapa, un 49% en el Centro y sólo un 14% en la de Chontalpa; tal como se observa en el Cuadro No. 7 del Apéndice, y en el cual se muestra la "Distribución Regional de la Superficie Cultivada y por Variedad" del cultivo del plátano en Tabasco.

Nuestra atención se centrará a continuación en la forma en la que las diferencias entre las zonas han fomentado el estableci-

^{3/} Según datos de la Dirección General de Estudios Agropecuarios (D.G.E.A.), las características adecuadas para el cultivo del plátano varían entre los 21°C y los 32°C, en lo que se refiere a los patrones climáticos, y entre 635 y 4,155 mm. en cuanto a la precipitación pluvial.

miento de una regionalización en la producción del plátano en Tabasco. Se estima que las similitudes presentadas en forma aislada, lejos de ofrecer un cuadro homogéneo de la producción, entorpecen la verdadera dimensión que cobran los procesos económicos cuando presentan características iguales. Con esto queremos decir que, si la superficie cultivada en Tabasco está dedicada al cultivo de la variedad Valery principalmente, ello no nos conduce a afirmar 'per se' que el tipo de propiedad tiene características homogéneas a través de todas las zonas. Más bien nos lleva a sostener que analizando los diferentes aspectos de la producción social, el tipo de variedad si bien es una condición necesaria para explicar las formas de propiedad no es suficiente para definir las. Esto sin caer en contradicción con lo dicho en el apartado sobre la oferta nacional, cuando se hizo referencia a la relación existente entre el tipo de cultivo (o variedad) y forma de propiedad.

III.2.2. La Organización de la Producción en Tabasco

El cultivo de plátano en la entidad se ha propagado en forma verdaderamente creciente. Su siembra en general no es costosa y se ajusta a cualquier tipo de necesidad campesina por más pequeña que sea la extensión cultivada. Esta característica diversificadora de la producción de plátano en Tabasco contrasta con la explotación más nacionalizada llevada a cabo en forma comercial en las tres zonas ya mencionadas, las cuales aglutinan el 63% Centro, 26% Teapa o Sierra y 11% Chontalpa de la superficie cultivada total. Sin embargo debe anotarse que es muy difícil deslindar qué parte de la producción es destinada para el autoconsumo y qué parte es orientada para la exportación nacional o extranjera, aun cuando se puede decir que las regiones de Teapa y Chontalpa tienen una mayor orientación mercantil.

Lo que en cambio sí queda claro es que la regionalización de la producción tabasqueña del plátano guarda profundas diferencias respecto a la extensión de la propiedad, la infraestructura agrícola-

la (drenaje, riego, etc.), la calidad de la fruta, etc.; la cual de termina los distintos grados de eficiencia y productividad de cada una de las zonas.

Lo anterior se refleja de forma clara al analizar los resultados de la cosecha de 1978, obtenidos para la regionalización de las tres zonas (C.F. Cuadro No. 5 del Apéndice) donde se puede apreciar que no obstante que la región de la Sierra se cultivó el 26% de la superficie total; el valor de la producción cosechada representó el 45.7% del total. Mientras que en el Centro con un 63% de la superficie cultivada, apenas obtuvo el 40.7% del total. Mientras que en el Centro con un 63% de la superficie cultivada, apenas obtuvo el 40.9% del valor generado.

Estas diferencias obedecen en alguna medida a las grandes divergencias existentes en las extensiones promedio de las propiedades. Tenemos por un lado que mientras la extensión de las explotaciones en la Sierra alcanzan un tamaño de 10 a 150 hectáreas^{4/}, con un promedio de 20.7 hectáreas por predio y un rendimiento de 28.3 tons./ha., en el Centro, por otro lado, el rango de extensión va de 1.6 a 7.7 hectáreas, o un promedio de 3.7 hectáreas, y un rendimiento de 18.2 tons./ha.

De igual manera que factores como la extensión de la tierra y las facilidades de explotación extensiva e intensiva derivadas de su mayor frontera agrícola, ofrecen particulares ventajas en la producción; su acción junto a otros elementos como la calidad de la fruta y por ende mejores cotizaciones de la producción, permiten a los productores de regiones como Teapa apropiarse de un mayor valor en la distribución. Esto queda claro en los registros contables que hacen alusión a la participación mayoritaria de la región de la Sierra (53.5%) en el valor del producto sobre las otras regiones (que se reparten el restante 46.5%^{5/}, según datos de 1978). Esto

^{4/} C. F. Cuadro No. 6 del Apéndice

^{5/} C. F. Cuadro No. 5 del Apéndice

promueve a su vez un proceso progresivo de acumulación en forma diferencial año con año ya que los mayores volúmenes de capital disponible, retenidos anualmente por la región de Teapa, ofrecen mayores posibilidades reales de expansión así como mayores disponibilidades de aprovisionamiento de fuentes diversificadas de crédito.

III.2.3 Los Productores y sus Organizaciones

Los productores se encuentran agrupados en Asociaciones Agrícolas locales que a su vez se organizan en Uniones Regionales. A la fecha destacan dos Uniones que se hallan localizadas en el Centro y la región de la Sierra. Sin embargo, los objetivos fundamentales para los cuales fueron creados no han sido cumplidos en tanto que no se ha logrado desarrollar un sistema de organización que asegure una demanda constante del producto, ni podido establecer un precio rentable a la producción. Las razones del fracaso pueden ser localizadas en la falta de infraestructura adecuada al proceso de comercialización (almacenar, transportes, deficiente sistema de créditos, etc.), la baja competitividad de la calidad del producto y el exceso de intermediación (coyotaje), sobre todo en la región del Centro.

Por otra parte, la Unión de Ejidos Colectivos de Producción Agropecuaria del Plan de la Chontalpa^{6/} es un caso atípico no sólo dentro de la producción del plátano específicamente en Tabasco sino también, de la producción agropecuaria en general. Esta aparece como una alternativa para las organizaciones de producción tradicionales, ya que, la experiencia obtenida a lo largo de su corta existencia ha sido bastante favorable.

Los buenos resultados obtenidos hasta la fecha en la zona son bastante alentadores y si bien obedecen a las condiciones clima

^{6/} Fundado en Enero de 1973; tiene como sede el municipio de H. Cárdenas, está dirigido por la Promotora Agroindustrial de la Chontalpa que es un organismo Técnico-Administrativo de la S.A.R.H., en la que tienen participación los ejidatarios en la toma de decisiones a través de sus representantes ante la Unión.

tológicas y ecológicas favorables para el cultivo del plátano, en muy buena parte se deben al franco impulso que ha otorgado la S.A.R.H. a la región; impulso que se refleja en la intensa asesoría técnica y financiera que ha permitido a la región llegar a tener la mejor infraestructura del estado para la producción comercial del plátano.

Actualmente la participación de la Chontalpa en la producción de plátano en Tabasco es relativamente baja y en lo que se refiere a superficie cosechada, producción y valor de la producción gira en torno al 13%.

Actualmente se realiza el proyecto "Olla de la Chontalpa"^{7/} que es un programa hidroagrícola que por medio de obras de drenaje pretende restituir 105 000 has. de suelo pantanoso para el año de 1984. Este avance tecnológico, permitirá a la Chontalpa^{8/} incrementar en forma decisiva su participación en la producción de plátano en el Estado, asimismo contribuirá a mantener el ritmo de crecimiento observado en años recientes por la oferta de la entidad.

III.3 Proyección de la Oferta Nacional y Estatal

III.3.1 Sinopsis

Las ofertas nacional y estatal de plátano han experimentado durante los últimos años un crecimiento del orden de 1.6% y 6.7% anual, respectivamente. No obstante, la expansión de la oferta estatal, a diferencia de la observada a nivel nacional, no ha sido homogénea y sostenido a lo largo de la última década; su comportamiento ha descrito una tendencia errática y sólo en los últimos años ha logrado estabilizarse ligeramente.

Dejando a un lado esas diferencias, resalta el hecho que la

^{7/} - Actualmente la Chontalpa exporta plátanos a los Estados Unidos, aun cuando es una cantidad muy pequeña sienta el precedente para una expansión a corto plazo.

^{8/} Comité Promotor de Desarrollo Socioeconómico del Estado de Tabasco. Plan Agropecuario y Forestal. Diciembre de 1979.

producción de Tabasco ha venido incrementando su contribución nacional en forma progresiva hasta más que duplicar su participación en un período de cinco años, de un 7% en 1974 a un 16% en 1978. Ello le ha permitido cerrar la brecha que lo separaba de los principales productores del país, Chiapas y Colima, quienes a su vez disminuyeron su importancia en producción de 21% y 25%, que mantenían en 1974 a 19% y 21% en 1978 respectivamente^{9/}. En el proceso de expansión la oferta estatal ha tenido mucho que ver la introducción del plan de la Chontalpa, que con sus mayores canales de crédito y sistemas de riego, etc., ha logrado evitar los fenómenos estacionales (condiciones climáticas y ecológicas desfavorables que disminuyen el porcentaje de superficie cosechada) privativos de este tipo de cultivo, confiriéndole un nuevo impulso sostenido y menos irregular a la producción comercial de Tabasco.

Es de esperarse, en consecuencia, que con la implantación a nivel nacional de sistemas organizacionales como el de Chontalpa, acompañados de un apoyo para mejorar la calidad de las técnicas agrícolas e insumos, para extender las zonas de riego y para aumentar los canales de crédito, entre otras cosas; se logrará mantener como mínimo la tendencia histórica observada durante los últimos veinte años (tasa de crecimiento medio anual de un 4.6%).^{10/}

Un razonamiento similar al anterior para el caso de la oferta estatal no podría realizarse con la misma claridad. La diversidad de elementos divergentes al interior de la zona productiva impide extrapolar el comportamiento del pasado en forma lineal. La tasa de crecimiento del 6.7% observada para la década no es representativa de todo el período, excepto para los últimos 5 años; precisamente a partir de la fecha de introducción del plan de la Chontalpa, en los años anteriores se presentan grandes fluctuaciones. Sin em-

9/ C.F., Cuadro I del Apéndice

10/ Esta tasa se plantea como mínima, ya que el plátano es una de las frutas auspiciadas por el S.A.M., de allí que su cultivo reciba el apoyo decidido del Estado y fácilmente sobrepase la tasa de crecimiento hasta ahora observada.

bargo, puede considerarse que si bien, la tasa de crecimiento del 6.7% es en realidad muy alta (ya que puede atribuirse a la época del "boom" del ejido colectivo subsidiado por el Estado^{11/} tampoco muy por debajo de esta cifra debido a la mayor previsión y control de la producción estatal de plátano con que se cuenta actualmente, y la orientación comercial que progresivamente se le ha venido dando al cultivo del plátano ha permitido trazar proyectos de producción con metas más definidas en el suministro nacional, que se ha traducido en una creciente participación en la producción del país. Lo anterior permite inferir que la proyección que lleva a cabo el Comité Promotor de Desarrollo Socioeconómico (COPRODET) con una tasa de crecimiento del 6.0% anual, es bastante aceptable y es la que se utilizará en este trabajo para proyectar la oferta estatal de plátanos frescos en Tabasco.

III.3.2 Hipótesis

Las hipótesis que sustentan la proyección de la oferta nacional han sido expuestas a lo largo del presente capítulo, por lo que sólo agregaremos que la tasa de 4.6% es aceptable en tanto se considere como el límite mínimo al cual puede crecer la producción nacional hasta 1990. Es posible en nuestro estudio, entonces, contemplar una expansión de la oferta mayor que la tasa proyectada.

Por su parte, las hipótesis que hacen referencia a la eventual cantidad ofrecida de plátano en Tabasco para 1990 se basan, además de los varios elementos dispersos en el texto, en las siguientes suposiciones:

- a) La tasa de crecimiento de la producción esperada para la década de los ochentas incorporará diversos fenómenos de estacionalidad (malas cosechas, interrupciones de alguna fase del ciclo productivo, etc.) que se estiman se distribuyan homogéneamente a lo largo del período futuro. Es

^{11/} Para tomarse como un indicador tampoco puede encontrarse.

decir que los problemas imprevisibles afectarán proporcionalmente a todas las zonas productivas del Estado.

- b) Se incorporarán tierras ociosas a la actividad comercial, se proporcionará asesoría técnica, se mejorarán los sistemas de crédito, etc., según los planes trazados por el COPRODET.
- c) Se excluye la presencia de elementos exógenos tanto en el proceso de comercialización como en el de producción que afectan el propio ciclo productivo. Con esto no queremos decir que se elimine la presencia del Estado sino más bien de las trasnacionales.

III.3.3 Las Cifras de las Proyecciones

En base a lo expuesto se espera que para 1985 las producciones nacionales y estatales lleguen a 1.895,759 ton. y 328,089 ton. respectivamente, y para 1990 alcancen las cifras sin precedentes de 2.373,786 has. y 439,057 has. La participación del Estado de Tabasco en la producción nacional de plátano se incrementará del 16% al 18%^{12/} de 1978 a 1990 "Centeris Paribus".

^{12/} C.F. Cuadros IV.1.1 y IV.1.2.

C A P I T U L O I V

BALANCE OFERTA - DEMANDA

Este capítulo pretende englobar el contenido de los dos capítulos anteriores que versan sobre la oferta y la demanda con la finalidad de mostrar la situación actual y futura del mercado del plátano tanto a nivel nacional como a nivel estatal o regional.

Se puede afirmar que el abastecimiento del plátano ha sido suficiente para cubrir las necesidades de los mercados nacional y estatal hasta la fecha^{1/}, y su abastecimiento seguirá asegurado hasta el año de 1990. La información cuantitativa que corrobora lo antes dicho es presentada en los cuadros de balance de la oferta y la demanda para ambos mercados; como se muestra en los Cuadros IV.1.1 y IV.1.2, al final del Capítulo. En éstos se destaca un superavit creciente que es una consecuencia de la diferencia experimentada en las tasas de crecimiento de la oferta y la demanda de ambos mercados, ya que mientras las ofertas nacional y estatal observan un crecimiento del 4.6% (como mínimo) y 6% respectivamente, las demandas nacional y regional crecen a una tasa programática decreciente al año de 1990 del 1.8% y 3.8%^{2/}.

La principal limitante que presenta nuestro estudio se deriva de la información disponible, ya que si bien la cantidad de 20 Kg./año per capita representa un consumo bastante alto, esto no nos dice nada acerca de la eficiencia en la distribución del producto, es decir, si bien es cierto que el mercado registra un superavit (creciente), con esto no podemos asegurar que la distribución del producto en el país es lo suficientemente eficaz para que todos los

1/ A excepción de ciertos años en los cuales se presentó déficit en el mercado nacional, pero éste fue considerablemente pequeño.

2/ La diferencia tan grande entre las tasas de crecimiento de la demanda se explica en función de que la zona que comprende el mercado regional es una de las de mayor dinamismo en el país.

habitantes tengan un consumo tan recomendable; más bien sostenemos lo contrario, ya que sobre todo las zonas rurales del norte de México se encuentran marginadas del mercado.

Lo anterior nos conduce a reconocer: a) la existencia de un panorama optimista en la producción del plátano a nivel nacional y regional, en los cuales destaca un superavit creciente del producto en relación a los requerimientos de los mercados, b) la existencia de un sistema de distribución ineficiente para cubrir totalmente las necesidades de plátano en nuestro país.

Ante esta situación las alternativas que se presentan son las siguientes:

- a) La necesidad de que el Estado intervenga decididamente en el proceso de comercialización a través del Sistema Alimentario Mexicano^{3/} de forma que se asegure un abastecimiento completo y puntual del producto a las zonas marginadas del mercado^{4/}.
- b) La existencia del superavit creciente hace necesario que los principales productores nacionales^{5/} (Chiapas, Colima y Tabasco) orienten su producción en forma decisiva a la exportación; aprovechando las ventajas de estar más cerca del principal país consumidor de fruta de exportación como lo es Estados Unidos de Norteamérica, con relación a otros países productores de Centro y Sudamérica, por lo cual se puede introducir en este mercado fruta de mejor calidad y presentación, al requerir menos días su corte y transportación al destino final, esto significa además un ahorro considerable en fletes de transporta-

^{3/} El plátano está incluido en la Canasta Básica Recomendable propuesta por el Sistema Alimentario Mexicano (S.A.M.)

^{4/} Este requisito es muy importante en el proceso de comercialización del plátano debido a su naturaleza perecedera.

^{5/} Ya que son los únicos con una infraestructura agrícola, lo suficientemente desarrolladas para cumplir con las normas y estándares internacionales. C.F. Anexo V.

ción. Por otro lado, permitirá captar divisas y sobre todo mejorar los ingresos de los campesinos, ya que las utilidades obtenidas en las ventas efectuadas en el exterior son superiores por amplio margen a las obtenidas en las ventas efectuadas en el mercado interno. Dejando el mercado nacional para ser abastecido por las zonas y entidades productoras que no tienen la capacidad para competir en el mercado internacional.

C U A D R O I V . 2 . 1BALANCE OFERTA-DEMANDA NACIONAL DE PLATANO

(1970 - 1990)

T O N E L A D A S P O R A Ñ O			
Año	Oferta Nacional (1)	Demanda Nacional (2)	Balance (3) = (2) - (1)
1970	965,252	1 013,900	- 48,648
1971	1 121,124	1 048,360	72,764
1972	1 093,511	1 083,900	9,611
1973	1 063,538	1 120,420	- 56,882
1974	1 097,954	1 157,960	- 60,006
1975	1 194,802	1 196,520	- 1,718
1976	1 199,427	1 236,020	- 36,593
1977	1 276,506	1 276,420	86
1978	1 383,762	1 316,880	66,882
1979	1 447,723	1 357,980	89,743
1980	1 514,641	1 398,040	116,601
1981	1 584,652	1 437,040	147,612
1982	1 657,899	1 474,980	182,919
1983	1 734,532	1 512,440	222,092
1984	1 814,707	1 549,040	265,667
1985	1 898,588	1 584,840	313,748
1986	1 986,346	1 619,700	366,646
1987	2 078,161	1 653,720	424,441
1988	2 174,219	1 686,780	487,439
1989	2 274,718	1 718,840	555,878
1990	2 379,861	1 749,780	630,081

Fuente: Elaboración propia

C U A D R O I V : 2 . 2BALANCE OFERTA-DEMANDA REGIONAL DE PLATANO

(1970 - 1990)

TONELADAS POR AÑO			
Año	Oferta Estatal (1)	Demanda Regional (2)	Balance (3) = (2) - (1)
1970	117,000	13,840	103,160
1971	108,000	14,500	93,500
1972	130,000	15,200	114,800
1973	98,729	15,880	82,849
1974	80,000	16,640	63,360
1975	150,000	17,400	132,600
1976	159,375	18,240	141,135
1977	208,103	19,060	189,043
1978	218,198	19,920	198,278
1979	231,290	20,880	210,410
1980	245,167	21,840	223,327
1981	259,877	22,840	237,037
1982	275,470	23,840	251,630
1983	291,998	24,920	267,078
1984	309,518	25,980	283,538
1985	328,089	27,040	301,049
1986	347,774	28,160	319,614
1987	368,640	29,280	339,360
1988	390,759	30,460	360,299
1989	414,205	31,620	382,585
1990	439,057	32,820	406,237

Fuente: Elaboración propia

C A P I T U L O V

EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION

El cultivo del plátano es perenne y su fruto es sumamente pe recedero. Por ello el manejo del fruto exige una alta eficiencia y total disposición en cada una de las etapas o funciones del proceso de comercialización.

En la primera parte de este capítulo se pretende mostrar la cadena organizada que relaciona a la unidad productora con la unidad consumidora en el mercado nacional. Por tal motivo, primeramente se destaca la importancia de su estudio, posteriormente se tratan diversos aspectos sobre el empaclado, almacenamiento, transportación y distribución del plátano para su comercialización; es decir, los factores que afectan a los medios establecidos y que permiten asegurar el movimiento del bien entre el productor y el consumidor son resaltados; ya que en el caso del plátano, como se anotó en el capítulo anterior, el problema medular de su mercado es la comercialización del fruto. Además, en esta misma sección se presenta la experiencia obtenida por los productores de la Unión del Centro cuando intentaron conjuntamente con la Secretaría de Recursos Hidráulicos, de modificar el sistema actual de comercialización del plátano.

En la segunda parte de este capítulo se presenta una panorámica del mercado del plátano y de su sistema de comercialización en los Estados Unidos de Norteamérica. La razón fundamental de esta presentación es la de analizar las posibilidades que los productores mexicanos tienen de internarse en este mercado; debido a que es to representa una alternativa viable que permitiría canalizar el su peravit en la producción del plátano que se registra en nuestro país. Ya que el mercado estadounidense es el mayor del mundo^{1/} y además es el más cercano a nuestro país.

^{1/} En 1977 absorbió el 29% de las importaciones mundiales de plátano; C.F. Cuadro No. 4 del Apéndice.

V.1 Mercado Doméstico

La importancia de estudiar el sistema de comercialización del plátano en el país surge como una consecuencia del conocimiento de que no existen problemas de oferta para este producto, ya que desde 1960 la oferta ha crecido a una tasa mayor que la tasa del crecimiento poblacional. Esta situación no es privativa de la fruta en estudio, ya que otros productos agrícolas en la Canasta Básica Recomendable (CBR) como son la papa, el jitomate y la naranja, tampoco han presentado problemas de oferta. Por otro lado, lo que resulta palpable es que estos productos sí requieren de sistemas de comercialización altamente eficaces para lograr una distribución eficiente que permita cubrir más adecuadamente las necesidades alimenticias de la población, particularmente las de las zonas rurales no productoras donde padecen de una deficiencia en el abastecimiento de estos productos, o en su defecto se presentan al consumidor en un estado avanzado de madurez, lo que los hace poco atractivos para el comprador, originado por la ineficiencia en el sistema de transporte.

Por la capacidad de producción de estos alimentos en el país y por la continua existencia de excedentes, es altamente recomendable promover su consumo, impulsando sus canales de distribución en las regiones más pobres y mejorando su comercialización (básicamente mediante la eliminación de intermediarios). Las medidas tomadas en esta dirección tendrán un impacto de grandes beneficios tanto para los productores quienes recibirán mayores ingresos por sus cosechas haciendo más rentable su producción, como para los consumidores quienes tendrán mayor accesibilidad al producto a un menor precio y la población de menores ingresos será la que proporcionalmente resulte más beneficiada.

V.1.1 Clasificación, Empaque y Transporte

La presentación del producto para su venta en el mercado nacional se lleva a cabo generalmente en racimo. Y cuando el producto es destinado a cadenas de tiendas de autoservicio en las princi-

pales ciudades del país, o bien para exportación, la forma común de presentación es en cajas de madera o plástico.

El plátano en racimos se protege para su maniobra con bolsas de plástico, debiendo tener para su mejor aceptación comercial un tamaño regular. El peso del racimo empacado oscila entre 20 y 25 Kgs., debido a que los racimos o pencas grandes son pesados y de difícil manejo. Ya "desmanillado" el plátano se vende en cajas de madera denominadas "rejas" con capacidad de 20 a 25 Kgs. de fruta seleccionada.

Una vez en la empacadora, el producto es clasificado de acuerdo a tres calidades: primera, segunda y desecho; que son determinadas por su "grado de corte"^{2/}. La fruta de primera es destinada al mercado exterior y debe tener un diámetro de 1-1/4" ó 1-5/6" y una longitud de 7-1/2" medida sobre la curva externa de la fruta. Las empacadoras desechan toda aquella fruta que no se ajusta a estos estándares.

El transporte del fruto de las zonas de producción a los mercados de concentración, es realizado en camiones de redilas y thorton, cuyas capacidades varían de 5 a 9 toneladas y de 10 a 12 toneladas, respectivamente.

Las unidades referidas, generalmente pertenecen a flotilleros o transportistas que en muchos casos actúan como comisionistas y que concurren a las zonas productoras a comprar el plátano.

En el caso de los comerciantes mayoristas de Monterrey, N.L., éstos eliminan al intermediario citado en razón de que son los mismos propietarios de las unidades los que concurren a las zonas productoras, en donde contratan y realizan la liquidación de inmediato.

Para el envío de la fruta a los Estados Unidos se emplean camiones refrigerados "Thermoking" cuya capacidad es de 17 toneladas aproximadamente, estibadas con ventilación.

^{2/} Se refiere al tamaño y grado de maduración del plátano.

V.1.2 Almacenamiento.

Las zonas productoras de plátano en el Estado de Tabasco, no cuentan con bodegas para conservar un tiempo prolongado el producto, debido a que la fruta es enviada a los centros consumidores inmediatamente después de su corte; ya sea que su venta se realice en racimo, caso en el que la fruta es recogida por los camiones directamente de las plantaciones, o desmanillada y empacada, caso en el que el plátano se guarda en bodegas y galerones durante un lapso no mayor de 12 horas, tiempo requerido para que los camiones recojan el producto.

En el Distrito Federal existen bodegas para almacenar este producto con una capacidad ligeramente inferior a las 100 toneladas diarias y están localizadas básicamente en el mercado de "La Merced"; el volumen que se maneja en estas bodegas es de alrededor de 400,000 toneladas al año. En Monterrey, N. L. se dispone de una capacidad de almacenamiento de 270 toneladas diarias y almacenan alrededor de 100,000 toneladas al año.

En las ciudades que comprenden el mercado regional, Villahermosa, Cárdenas, Mérida, Coatzacoalcos y Minatitlán, no existen bodegas para el almacenamiento del producto.

En el Mercado de "La Merced", la fruta verde se almacena en bodegas construídas exprofeso para su maduración. Para acelerar el proceso se introduce gas etileno a las bodegas, dejándolo en éstas por espacio de 12 horas; de aquí la fruta sale "almidonada" (con un grado menos del de maduración) y es expuesta al público para su venta en ganchos adheridos a barras especiales.

En Monterrey se almacena en bodegas de maduración del mercado local. El proceso de maduración que se utiliza en esta plaza consiste en encender un anafre con carbón vegetal en la bodega, sobre el cual se coloca una olla con agua que se deja vaporizar continuamente durante tres días, lapso en el cual la fruta alcanza su maduración uniforme. En dicha ciudad, las principales tiendas de au-

toservicio, así como en la industria alimenticia y en menor magnitud los mayoristas foráneos disponen de cámaras de maduración artificial y en algunos casos de refrigeración.

V.1.3 Canales de Distribución

El canal comercial que generalmente se registra para el plátano de Tabasco, se ha establecido a través del "Productor, Comisionista, Mayorista, Detallista, Consumidor" (véase Anexo I). Este sistema de comercialización propicia el intermediarismo que despoja a los productores, de parte del valor de su producción, y propicia además el encarecimiento del producto afectado directamente al consumidor. En contadas ocasiones se presenta la relación directa entre el productor y el mercado mayorista (Anexo II) como es el caso de los comerciantes mayoristas de Monterrey, N. L., como quedó estipulado en el inciso V.1.1. El origen, concentración, destino intermedio y destino final de la producción platanera de Tabasco se describe en el Anexo III. El mercado de concentración es el contacto más importante con el mercado nacional (La Merced, D. F. y Mercado de Abastos, Monterrey, N. L.), el mercado regional y el mercado de Estados Unidos; todos estos puntos fungen a la vez como distribuidores ya que el producto al estar en condiciones de venta, es remitido a los centros consumidores (o detallistas), a través de los comisionistas.

En los últimos meses de 1979 y a iniciativa de la S.A.R.H., que pretendiendo poner solución al problema del intermediarismo, trató de establecer un "Comité de Ventas" en la Unión Centro, el cual tuvo un funcionamiento efímero por la presión que ejercieron los intermediarios.

El Comité de Ventas tendría por objeto el canalizar la producción platanera de la Unión al mercado nacional, o sea pretendían que éste fuera el único canal por el cual se comercializara el producto, y de esta forma al eliminar los intermediarios beneficiaría directamente a los productores. Sus funciones serían las de pla-

near, coordinar y efectuar las ventas de plátano de acuerdo al siguiente sistema: el productor debía acusar la fruta a la asociación con 10 días de anticipación al corte, posteriormente se recoplaban todos los acuses de la semana y se entregaba al Comité la relación de la fruta disponible. Siendo él el encargado de repartir a los compradores en distintas zonas plataneras de acuerdo con los acuses de fruta. El comprador depositaba en el Comité de Ventas el importe de la fruta que adquiriría, y el Comité liquidaba la fruta a la asociación y ésta se encargaba de liquidar al productor.

Los precios de venta eran fijados por el Consejo Directivo de la Unión Regional de Agricultores Productores de Plátano cada semana, y éstos eran de acuerdo a las fluctuaciones de la demanda en el mercado nacional, específicamente "La Merced" de México, D.F.

El comité de Ventas estuvo en funciones del 20 de agosto de 1979 al 31 de octubre del mismo año, fracasó por problemas estructurales internos, que no le permitieron tener un control físico de la producción (cámaras de conservación, centros de acopio, sistema de transporte, etc.), y por problemas externos, como la incapacidad para asegurar una demanda estable al producto. El sistema propuesto es muy bueno porque ataca el problema medular que adolece el actual: el intermediarismo (coyotaje).

En cuanto a la exportación del producto, el Comité trabajó para lograrlo, entablado conversaciones con varias empresas estadounidenses. Una de ellas se interesó, pero no se llegó a concretizar nada por decisión del presidente del Comité, a raíz de la inestabilidad dentro de la Unión Regional.

V.2. Mercado de los Estados Unidos

El mercado de plátano fresco en los Estados Unidos emerge como alternativa para canalizar el superavit creciente que experimenta la producción nacional. Lo que hace necesario analizar las posibilidades de acceso a él.

El principal problema que enfrentarán los productores es el control que las empresas Estadounidenses, como la United Fruit Co., Standar Fruit Co., etc., tienen en el mercado de frutas importadas, desafortunadamente no existe evidencia empírica de este control para el caso del plátano, a excepción de la experiencia de los productores del Soconusco, Chiapas que han tenido tratos con la Standar Fruit Co., y los cuales tuvieron que ser rotos, ya que esta compañía no proporcionó la asesoría técnica convenida para la producción, manejo, empaque y transportación del producto, lo que incidió considerablemente en la presentación del producto. Razón por la cual la asociación de plataneros convino en suspender los envíos de fruta, antes de desprestigiarse en el mercado. Por lo tanto las operaciones de comercio exterior de plátano deben hacerse siempre con aval del Gobierno Federal a través de los organismos adecuados (I.M.C.E. y S.A.R.H.)

En esta sección se presenta la dimensión del mercado, las restricciones técnicas y legales para su acceso a él, así como su sistema de distribución en un intento de mostrar las condiciones imperantes de comercialización.

V.2.1. Dimensión Aproximada del Mercado

El plátano mexicano, ha sido tradicionalmente considerado como de muy buena calidad y debido a la cercanía geográfica con el mercado final ofrece además grandes ventajas para su comercialización.

En los Estados Unidos no existe producción de plátano; esta fruta es importada en su totalidad para consumo interno, ya que no se reexporta en ninguna otra forma.

La falta de una promoción adecuada del producto mexicano entre el público norteamericano, y la existencia de países competidores como Ecuador, Honduras y Costa Rica, han desplazado a México del mercado, como puede apreciarse en el Cuadro No. 12 en el Apéndice

ce, donde se muestra que la participación de los productores nacionales en el mercado estadounidense es muy pequeña. Lo anterior pone de manifiesto la enorme brecha que existe entre México y sus competidores; brecha que debe ser acortada aprovechando la coyuntura que brinda el creciente superavit en la producción nacional de plátano.

V.2.2. Consideraciones en el Manejo de la Fruta de Exportación

El manejo del plátano en el mercado exterior es afectado e influenciado por tres características principales:

- a) Se estropea fácilmente, por lo que los plátanos habrán de presentarse "desmanillados" y colocados en cajas de cartón de 12 kilogramos netos de capacidad. Por otro lado, las manos^{3/} deberán observar los siguientes estándares, constituidas por frutas de tamaño uniforme; lavadas en origen, con soluciones detergentes y aditivos antisépticos, con el corte limpio y sin signos de desecación o alteración.
- b) Dura a lo sumo 21 días, desde su corte hasta su venta al consumidor; lo que lo hace un producto sumamente perecedero, y exige que su proceso de comercialización sea altamente eficiente.
- c) Debido a que los cambios en temperatura y humedad le causan grandes daños y a que despida dióxido de carbono; son esenciales el almacenamiento adecuado y la ventilación durante el almacenaje. Estos problemas también deben de ser considerados para la transportación del producto, así los barcos o camiones deberán ser refrigerados. Actualmente se exporta a los Estados Unidos en camiones "Thermolking", cuya capacidad es de 17 toneladas

^{3/} Significa el conjunto de dedos o frutas individuales que se insertan en una sola corona en el eje del racimo.

aproximadamente, desde Chiapas, Nayarit y Tabasco en las regiones de Chontalpa y Teapa.

V.2.3. Requisitos Legales para el Acceso al Mercado

Estados Unidos importa el plátano bajo la fracción arancelaria T.S.U.S.A. 149.10.00.

Todo tipo de productos frescos importados a los Estados Unidos son inspeccionados por un funcionario del Programa de Protección Vegetal y de Cuarentena (P.P.V.C.), quien verifica que los frutos estén exentos de parásitos y enfermedades vegetales. Una vez aceptado, el cargamento se entrega al importador. Este deberá contar con una licencia de importación y aparecer registrado en las listas de las autoridades del P.P.V.C.

Si las autoridades encuentran la presencia de parásitos o enfermedades en el cargamento, se prescribe un tratamiento específico que generalmente consiste en fumigar la carga completa. Si los importadores no tomaron las precauciones necesarias al girar la carta de crédito, los costos de la fumigación estarán a su cargo.

De no cumplir el producto con los requisitos necesarios para que proceda su fumigación, se ordenará su reexportación o destrucción.

V.2.4. Distribución

La importación de productos frescos, se hace generalmente a través de corredores los cuales liquidan la fruta al momento de su recepción, y abastecen a los mayoristas. Estos últimos se encargan de surtir a las cadenas de supermercados como Pikinic Wikinic, Food Mart y Safe Way (Anexos I y II). Los mayoristas se encuentran localizados en la ciudad de Fort Worth, Texas, a los cuales acuden los propietarios de tiendas de abarrotes para proveerse del producto; el anexo IV describe la estructura de mercado del plátano en los Estados Unidos de Norteamérica.

Generalmente los corredores se encuentran localizados en los estados de la Unión Americana situados a lo largo de la Frontera con México, sobre todo California y Texas. Florida es otro punto importante, a sus diversos puertos arriban barcos refrigerados, los cuales descargan la mercancía que los corredores repartirán en las regiones circunvecinas y Estados del Norte.

Como acontece con otros productos frescos, el precio de venta del plátano varía según la estación y demanda del mercado.

El plátano se cosecha durante todo el año en la mayor parte de los países latinoamericanos excepto Paraguay, donde se cosecha de Septiembre a Mayo. La importación también es constante, lo que nos indica la existencia de una demanda constante, que debe ser aprovechada por los productores mexicanos.

En la actualidad, no hay una organización publicitaria que promueva las ventas o consumo del plátano mexicano en los Estados Unidos.

C A P I T U L O V I

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Actualmente, tanto el mercado de plátano del Estado de Tabasco como el mercado nacional del mismo producto, no presentan problemas ni de oferta ni de demanda. Más bien, es su precario sistema de comercialización el que presenta un cuello de botella. Esta apreciación general está apoyada ampliamente en las siguientes conclusiones y recomendaciones:

1. La demanda por plátanos frescos está determinada por el crecimiento demográfico y su consumo generalizado no estratificado; y ha observado incrementos continuos y aparejados al crecimiento poblacional, lo cual desde el punto de vista de los productores es en cierta medida una situación favorable. Sin embargo, en la práctica el crecimiento mencionado no se ha traducido en beneficios significativos en el ingreso del campesino, la explicación a este fenómeno se localiza en la pobre estructura organizativa de los productores y por ello su precaria influencia en el sistema de comercialización.
2. La demanda doméstica se concentra en tres áreas geográficas que son: El Distrito Federal, Guadalajara, Jalisco y Monterrey, Nuevo León, las cuales absorben en conjunto el 80% de la producción.
3. La demanda del plátano como materia prima por la industria, está limitada a la elaboración de productos alimenticios para consumo humano (infantil preferentemente) y como complemento de la industria de alimentos balanceados. Es necesario fomentar el consumo de este tipo de bienes, para que los productores tengan mercados más estables y menos sometidos a la intermediación de especuladores.
4. Los volúmenes de producción en Tabasco y en el país han aumentado constantemente, como una consecuencia del incremento en la superficie cosechada (Tabasco), la ampliación de los sistemas de

riego, la aplicación de técnicas más adecuadas al cultivo y principalmente al incremento en la demanda interna.

5. Las zonas productoras en Tabasco están conformadas en base a características organizativas, tecnológicas y ecológicas. De estas zonas se destaca Teapa, que es la que tiene la mejor organización de productores, obtiene los más altos rendimientos unitarios por hectárea, produce la fruta de mayor calidad tanto para el mercado nacional como para el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica y obtiene las mejores cotizaciones del producto; además es la región que está más cerca del modelo de plantación. Por otro lado, el ejido colectivo de Chontalpa fundado en 1973 es la región más desarrollada en cuanto a infraestructura específica para la producción de plátano (debido al apoyo brindado por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, S.A.R.H., a este ejido colectivo), no obstante sus rendimientos se encuentran por debajo de los de Teapa. Centro obtiene los rendimientos unitarios por hectárea más bajos debido a que el tipo de agricultura que se practica es el tradicional, ocasionando con ello que se producción no sea competitiva, por lo que recibe los precios más bajos de las tres regiones, afectando en forma determinante su participación en el valor de la producción estatal, y por ende los ingresos de los agricultores que integran la zona.

6. Actualmente no existe un programa de asistencia técnica a los ejidatarios y pequeños propietarios (a excepción de Chontalpa) que los oriente acerca de las técnicas de cultivo más apropiadas, por lo que es necesario que la S.A.R.H. establezca un servicio de asistencia técnica orientada a este tipo de productores.

7. Es requisito indispensable para llegar a las metas fijadas de producción, que los proyectos estipulados por el Comité Promotor de Desarrollo Socioeconómico del Estado de Tabasco se realicen, a fin de mejorar y extender las tierras cultivables, perfeccionar el sistema hidráulico y el drenaje, así como auxiliar al temporal con sistemas de riego complementario.

8. Es conveniente promocionar en los centros locales de investigación -Colegio de Agricultura Tropical- la realización de trabajos de investigación aplicada que estén estrechamente vinculados al proceso productivo de los pequeños productores, que permitan sobre todo, establecer una adecuada estructura de costos de producción mediante la implantación de técnicas agropecuarias acopladas a las condiciones económicas, sociales y ecológicas del Estado de Tabasco. Además, se debe establecer un canal que asegure que los resultados de las investigaciones lleguen a los campesinos.

9. En base a las tendencias observadas en los crecimientos de la demanda y oferta por plátanos frescos, podemos prever un superavit creciente, el cual debe canalizarse por medio de un mejor sistema de comercialización que asegure que las regiones marginadas del mercado de esta fruta como las zonas rurales del norte sean completamente abastecidas; además deberá orientarse hacia la exportación como una forma de captar divisas y sobre todo mejorar los ingresos de los campesinos, ya que las utilidades obtenidas en las ventas efectuadas en el exterior son superiores por un amplio margen a las obtenidas en las ventas efectuadas en el mercado nacional, quedando de manifiesto la preponderancia para exportar.

10. Los problemas de comercialización son, dentro de la problemática en conjunto del plátano, los más intrincados y limitantes. El canal comercial que se registra en el mercado del plátano está establecido a través del "Productor, Comisionista, Mayorista, Detallista, Consumidor", manifestándose casos eventuales de relación directa entre el productor y el mercado mayorista. Este sistema propicia el intermediarismo que afecta directamente a los productores y consumidores.

11. Todo parece demostrar que los problemas comerciales del plátano de Tabasco y del país giran en un círculo vicioso establecido por la ausencia de organizaciones que agrupen a los productores

a nivel estatal y nacional, así como por la falta de una infraestructura de organización, centros de acopio, cámaras conservadoras, y sistemas de transporte que permitan el control físico de la producción y su movilización oportuna.

12. Otro factor que actúa desfavorablemente para el mejor desarrollo de la economía de los productores, es la falta de una marca comercial del producto para concurrir a los mercados nacionales e internacionales. La falta de tal característica no facilita que los productores, aún organizados adecuadamente, tengan una participación competitiva con arreglo a precios establecidos.

13. Las operaciones por venta de plátano a los diferentes países con que se establezcan lazos comerciales deberán hacerse siempre con aval y asesoría del Gobierno Federal, a través de sus organismos adecuados, como una forma de eliminar los problemas con las compañías trasnacionales.

14. En virtud de la situación geográfica de México, se cuenta con la ventaja de estar más cerca del principal consumidor de plátano de exportación como es E.U.A., con relación a otros países productores de Centro y Sudamérica. Por lo que los productores nacionales deben aprovechar las ventajas comparativas en costos de comercialización que esto origina.

B I B L I O G R A F I A

1. Clavijo, Héctor; "El Empleo de Banano de Rechazo en la Alimentación Porcina", Centro Internacional de Agricultura Tropical, Colombia, Abril, 1975.
2. Comité Promotor de Desarrollo Socioeconómico del Estado de Tabasco; "Plan Sectorial Agropecuario y Forestal; Plan Estatal de Desarrollo", Villahermosa, Diciembre, 1979.
3. Consejo Nacional de Población; "México Demográfico", Brevario 1979, México, 1980.
4. Consejo Nacional de Población; "Política Demográfica Nacional y Regional", Objetivos y Metas 1978-1982, México, 1980.
5. Champion, Jean; "El Plátano", Editorial Longmans, Londres, 1959.
6. Department of Commerce; "Schedule A.V.S. General Imports", Washington, D.C., 1974-1980.
7. Dirección General de Economía Agrícola (D.G.E.A.), Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (S.A.R.H.); "Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos", 1977 y 1978.
8. Ibid; "Boletines Mensuales", 1974, 1975 y 1976.
9. Ibid; "Consumos Aparentes de Productos Agrícolas, 1925-1978", Diciembre, 1979.
10. Ibid; "El Plátano: Análisis Socioeconómico para la Rehabilitación de Areas para el Cultivo", México, Junio, 1974.
11. Ibid; "Rehabilitación del Plátano para Exportación", México, Octubre, 1974.

12. Fox, J. M.; "How 'Chiquita' helped United Fruit", *Agribusiness Worldwide*, Vol. 1, No. 2, pags. 12 - 19, Febrero-Marzo, Minneapolis, 1980.
13. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (I.L.P.E.S.); Editorial Siglo XXI, México, 1979.
14. Manford, E. S.; "Marketing Research", Mc-Graw Hill, New York, 1951.
15. Oficina de Asesores del Presidente de la República Mexicana, "Sistema Alimentario Mexicano", México, 1980.
16. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación, (F.A.O.); "Anuarios de Producción", 1970-1978.
17. Ibid; "Situación y Perspectivas de los Productos Básicos", 1977-1979.
18. Ramírez Hernández, Juan, y Chávez, Adolfo; "Situación Alimentaria de México", *Comercio Exterior*, Vol. 31, No. 4, pags. 383 - 390, México, Abril, 1981.
19. Simmonds, N. W.; "Bananas", Editorial Longmans, Londres, 1959.

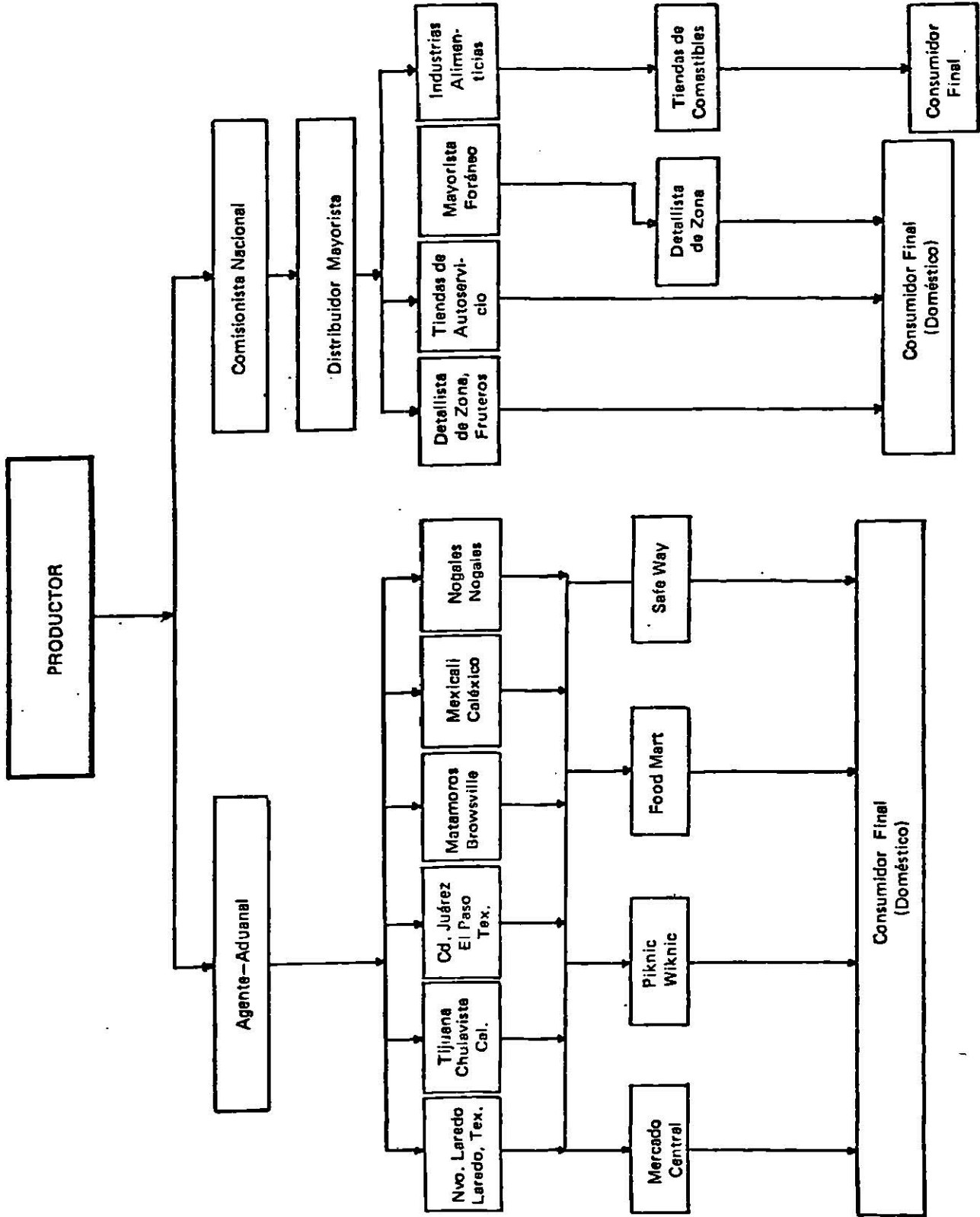
INDICE DE ANEXOS

- Anexo I : Estructura del Mercado del Plátano "A"
- Anexo II : Estructura del Mercado del Plátano "B"
- Anexo III: Origen, Concentración y Destino del
Plátano de Tabasco
- Anexo IV : Estructura del Mercado de Plátano
en los Estados Unidos de Norteamérica.

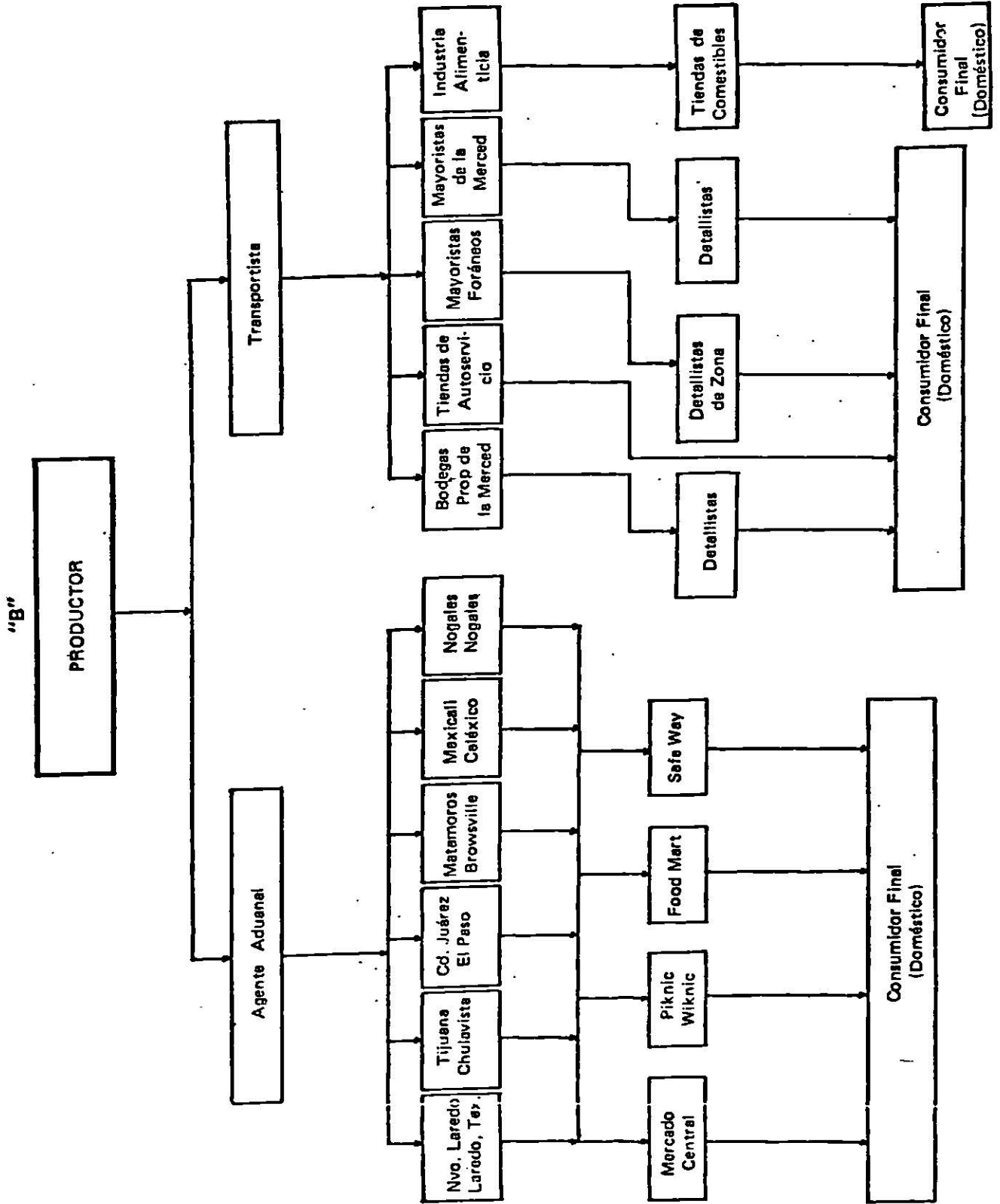
PLATANO

ESTRUCTURA DEL MERCADO

"A"

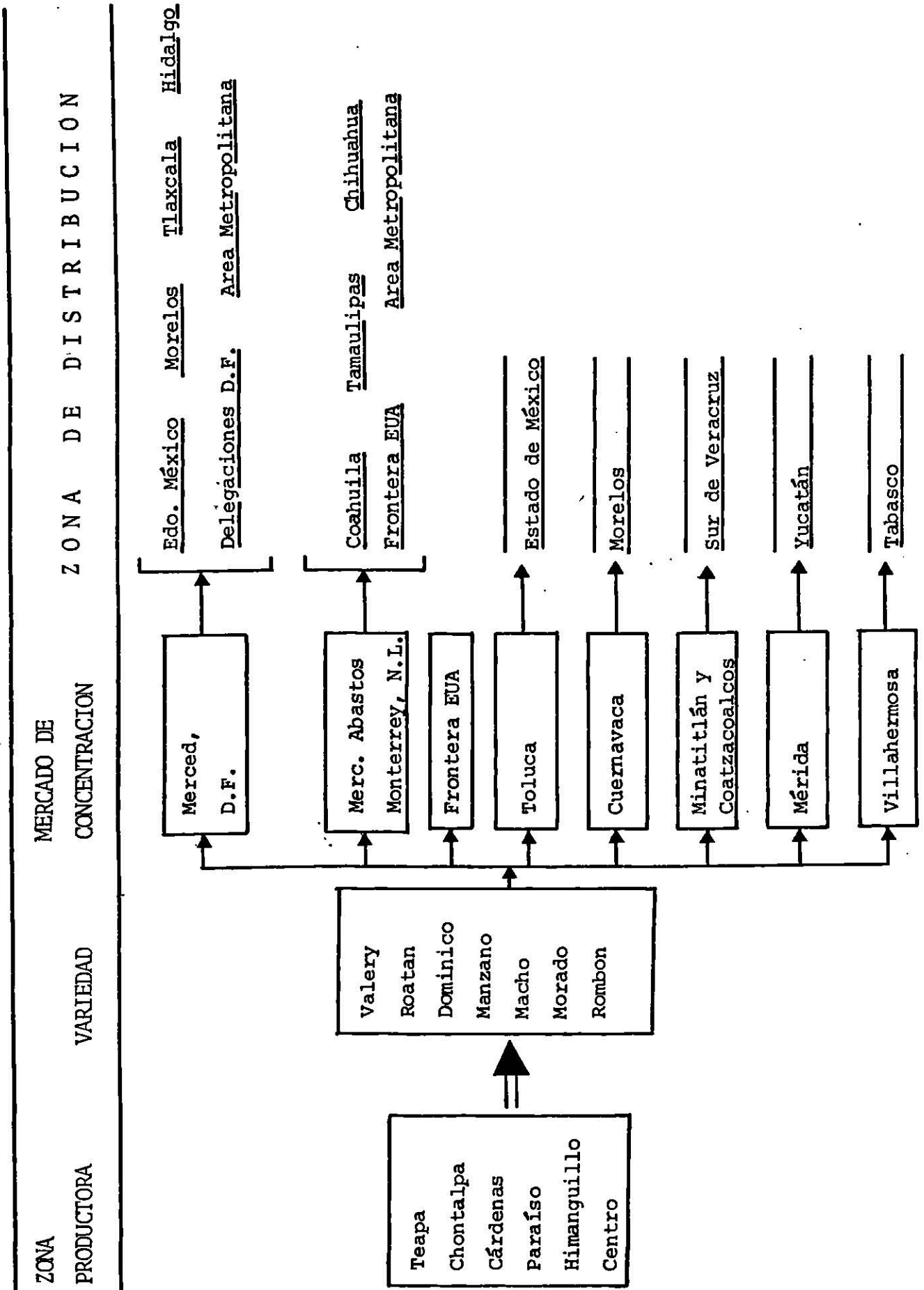


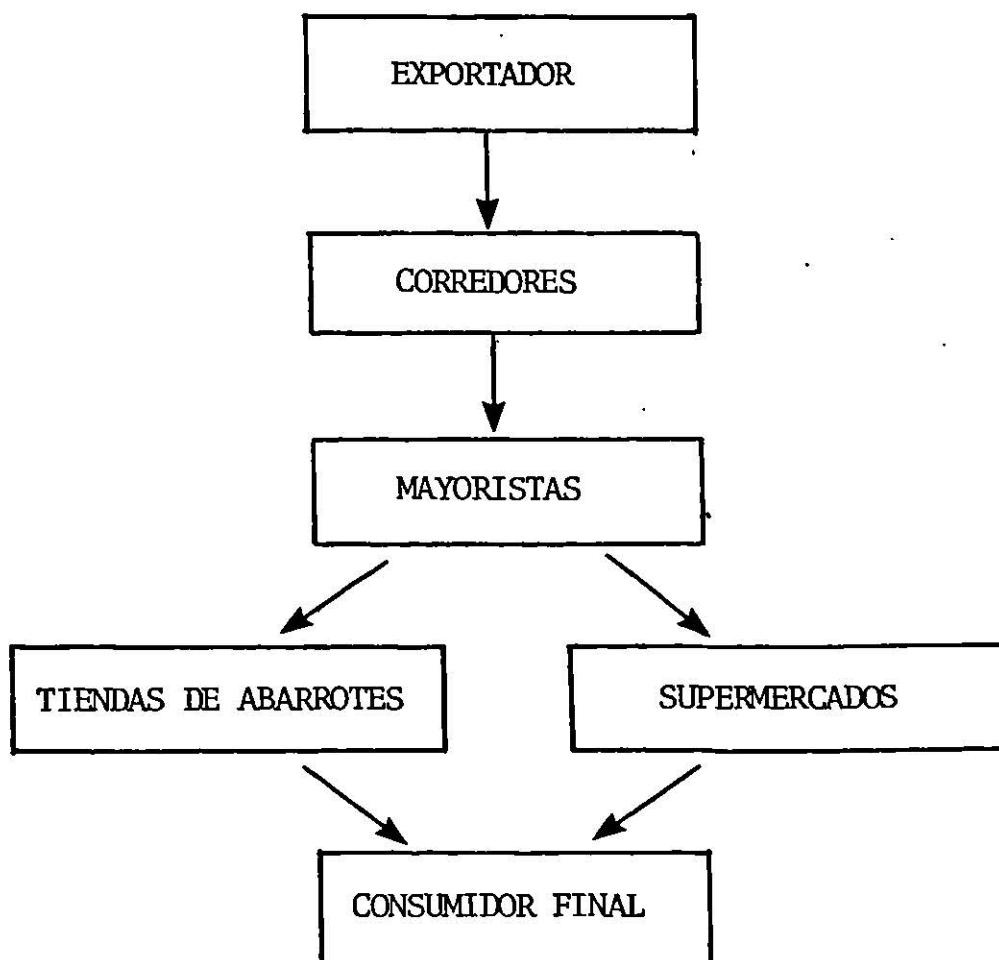
PLATANO
ESTRUCTURA DEL MERCADO



PLATANO DE TABASCO

ORIGEN, CONCENTRACION Y DESTINO



ANEXO IVESTRUCTURA DEL MERCADO DE PLATANO DE LOS
ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA

INDICE DEL APENDICE

- Cuadro No. 1 Principales Entidades Productoras
Quinquenio 1974-1978
- Cuadro No. 2 Producción Mundial de Plátano 1970-1978
- Cuadro No. 3 Comercio Mundial de Plátano durante
1977. Exportaciones
- Cuadro No. 4 Comercio Mundial de Plátano durante
1977. Importaciones
- Cuadro No. 5 Producción de Plátano en las Tres Zonas
Productoras de Tabasco
- Cuadro No. 6 Propiedad Media de los Predios de Plátano
que Forman las Uniones de Sierra y Centro
- Cuadro No. 7 Distribución por Región de las Superficie
Cultivada y por Variedad, Tabasco
- Cuadro No. 8 Consumos Aparentes Per-Capita de Plátano,
1970-1978
- Cuadro No. 9 Características de la Tenencia de la Tierra
en las Principales Entidades Productoras
- Cuadro No. 10 Importancia Económica del Cultivo del Plátano
- Cuadro No. 11 Valorización de la Cosecha de Plátano
- Cuadro No. 12 Principales Países Proveedores de Plátano a
Estados Unidos, 1979-1976

P L A T A N O
PRINCIPALES ENTIDADES PRODUCTORAS
QUINQUENIO 1974 - 1978

Entidad	1974	1975	1976	1977	1978	Promedio	%
				Superficie Cosechada (Ha)			
Veracruz	13 733	16 048	16 048	10 318	10 405	13 310	18
Chiapas	11 825	10 000	10 000	10 500	10 494	10 564	15
Oaxaca	6 975	9 391	9 410	9 739	9 762	9 055	13
Colima	10 649	9 916	8 700	6 003	8 700	8 794	12
Tabasco	7 800	8 000	8 500	9 541	9 726	8 713	12
Nayarit	6 500	7 000	7 000	7 500	7 500	7 100	10
Michoacán	2 526	4 429	5 127	6 252	6 870	5 041	7
Suma	60 008	64 784	64 785	59 853	63 457	62 577	87
Otros	10 546	10 058	8 607	7 824	7 913	8 990	13
Total Nacional	70 554	74 842	73 392	67 677	71 370	71 567	100
				Producción (Ton.)			
Colima	255 433	237 842	221 335	184 627	261 000	232 047	19
Chiapas	216 000	182 000	182 000	281 043	272 870	226 783	19
Veracruz	185 968	200 570	200 600	119 326	120 680	165 429	19
Tabasco	80 000	150 000	159 375	208 103	224 678	164 431	14
Oaxaca	110 723	127 487	140 780	-147 854	137 538	132 876	11
Michoacán	57 841	81 701	103 235	113 927	117 909	94 759	8
Nayarit	61 000	52 600	52 600	79 600	99 300	69 020	6
Suma	966 965	1 032 200	1 007 325	1 134 480	1 233 156	1 085 345	91
Otros	60 989	56 289	192 102	141 526	150 606	190 783	9
Total Nacional	1 027 954	1 088 489	1 199 427	1 276 006	1 383 762	1 195 128	100

FUENTE: Datos de la Dirección General de Economía Agrícola.- SARH.
1974 a 1976.- Boletines mensuales
1977 y 1978.- Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los E.U.M.

PRODUCCION MUNDIAL DE PLATANO
1970 - 1978

MILES DE TONELADAS

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	Promedio	Importancia Relativa
Mundial	30 752	31 621	34 817	35 519	36 768	37 252	34 396	36 346	36 893	34 928	100.0
África	3 844	3 984	3 901	4 089	4 124	4 207	4 338	4 558	4 675	4 191	12.0
América del Norte y Central	6 429	6 993	6 960	7 020	6 625	6 902	6 533	6 735	6 539	6 748	19.3
Honduras	1 200	1 500	1 366	1 500	1 360	1 400	1 074	1 235	1 338	1 330	19.7
Costa Rica	1 146	1 260	1 250	1 300	1 151	1 240	1 187	1 112	1 170	1 202	17.8
México	1 136	1 219	1 149	1 115	1 070	1 241	1 199	1 276	1 137	1 171	17.3
Panamá	947	940	988	960	977	989	999	1 028	742	952	14.1
Guatemala	487	495	510	520	500	520	550	550	566	522	7.7
República Dominicana	275	286	290	310	302	302	318	314	305	301	4.5
La Martinica	158	165	240	170	220	184	275	275	270	217	3.2
Suma	5 349	5 865	5 793	5 875	5 580	5 876	5 602	5 790	5 538	5 695	84.4
Otros Países	1 080	1 128	1 167	1 145	1 045	1 026	931	945	1 001	1 053	15.7
América del Sur	11 588	11 854	12 964	12 935	13 226	12 499	11 163	11 729	11 819	12 197	34.9
Brasil	6 408	6 806	7 000	7 122	6 974	7 081	5 761	6 151	6 176	6 609	54.2
Ecuador	2 700	2 500	3 296	3 115	3 397	2 569	2 571	2 451	2 375	2 775	22.6
Venezuela	968	989	997	902	937	860	900	1 050	1 080	965	7.9
Paraguay	249	250	250	255	258	260	254	268	282	258	2.1
Suma	10 325	10 545	11 543	11 394	11 566	10 770	9 486	9 920	9 913	10 607	87.0
Otros Países	1 263	1 309	1 421	1 541	1 660	1 729	1 677	1 809	1 906	1 590	13.0
Asia	8 245	8 139	9 554	9 941	11 377	12 258	10 986	11 895	12 422	10 535	30.2
Europa y Oceanía	646	651	1 438	1 534	1 416	1 386	1 376	1 429	1 438	1 257	3.6

FUENTE:FAO.- Anuarios de Producción.- 1970 y 1971, Vol. 26 Pág. 161, 1972 y 1973 Vol. 28-1 Pág 170, 1974 y 1975 Vol. 30 Pág 172, 1976, 1977 y 1978 Vol. 32 Pág. 179.

CUADRO 3

P L A T A N O COMERCIO MUNDIAL DURANTE EL AÑO DE 1977

Exportaciones
(Miles de Tons.)

	Volumen	Exportaciones	
		%	%
Total Mundial	6 700	100.0	-
Países en Desarrollo	6 389	95.4	-
América Central	2 609		100.0
Costa Rica	977		37.5
Honduras	695		26.6
Panamá	524		20.1
Guatemala	257		9.9
Nicaragua	113		4.3
Otros Países	43		1.6
América del Sur	1 901		100.0
Ecuador	1 261		66.3
Colombia	500		26.3
Brasil	112		5.9
Otros Países	28		1.5
Caribe	516		100.0
Martinica	222		43.0
Islas Windward	108		20.9
Guadalupe	106		20.5
Jamaica	80		15.5
Asia y Oceanía	879		100.0
Filipinas	810		92.2
Otros países	69		7.8
Africa	322		100.0
Costa de Marfil	109		33.9
Camerún	83		25.8
Somalia	53		16.4
Otros Países	77		23.9
E.P.C. 1/ De Asia	162		100.0
China	160		98.9
Otros Países	2		1.2
Países Desarrollados	311	4.6	100.0
España (Islas Canarias)	290		93.3
Portugal (Madeira)	20		6.4
Israel	1		0.3

1/ E.P.C.; Economías de Planificación Centralizada

FUENTE: FAO "Situación y Perspectivas de los productos básicos" 1977-79

CUADRO 4

P L A T A N O
COMERCIO MUNDIAL DURANTE EL AÑO DE 1977

Importaciones
(Miles de Tons.)

	Volumen	Importaciones %	%
Total Mundial	6 628	100.0	100.0
Países en Desarrollo	581	8.8	—
Irán	126		1.9
Argentina	100		1.5
Otros Países <u>1/</u>	355		5.4
Países Desarrollados	6 047	91.2	—
Estados Unidos	1 917		28.9
Japón	813		12.4
Alemania Fed.	584		8.8
Francia	500		7.5
Italia	305		4.6
Reino Unido	297		4.5
Canadá	231		3.4
Países Bajos	120		1.8
Otros Países	1 280		19.3

1/ Otros países de América Latina, Asia y Africa

FUENTE: F. A. O. "Situación y perspectivas de los productos básicos" 1977 - 1979.

C U A D R O . 5

PRODUCCION DE PLATANO EN LAS TRES ZONAS PRODUCTORAS DEL ESTADO

1978

CONCEPTO	TEAPA	CENTRO	CHONTALPA	TOTAL Y/O MEDIA
Superficie Cosechada (Has.)	3,500	4,900	1,326	9,726
(%)	(36.0)	(50.4)	(13.6)	(100.0)
Producción (Ton.)	99,089	89,215	29,894	218,198
(%)	(45.4)	(40.9)	(13.7)	(100.0)
Rendimiento (Ton./Ha.)	28.3	18.2	22.6	22.4
Precio Promedio de Venta (\$/Ton.)	1,100	780	840	932.6
Valor de la Producción (Miles de \$)	108,998	69,588	25,111	203,696
(%)	(53.5)	(34.7)	(12.3)	(100.0)

Fuente: Departamento de Agroindustrias, Comisión del Río Grijalva,
S.A.R.H., 1978.

C U A D R O 6

PROPIEDAD MEDIA DE LOS PREDIOS DE PLATANO
QUE FORMAN LAS UNIONES SIERRA Y CENTRO
(1978)

MUNICIPIO	SUPERFICIE CULTIVADA (Has.)	(%)	NUMERO DE PRODUCTORES	(%)	PROMEDIO
Teapa	2,329	64.0	120	68.2	19.4
Tacotalpa	489	13.4	23	13.1	21.3
Blanquillo	500	13.7	15	8.5	33.3
Pichucalo	325	8.9	18	10.2	18.1
TOTAL (Sierra)	3,643	100.0	176	100.0	20.7
Cárdenas	170	2.0	37	1.6	4.6
Centro	4,391	51.8	1,501	65.4	2.9
Quinduacan	2,936	34.7	621	27.1	4.7
Huimanguillo	976	11.5	135	5.9	7.2
TOTAL (Centro)	8,473	100.0	2,294	100.0	3.7

Fuente: Censo Platanero, Informe por Rancherías y Municipios de la Comisión del Río Grijalva, S.R.A.H., 1978

TABASCO

DISTRIBUCION POR REGION DE LA SUPERFICIE CULTIVADA Y POR VARIEDAD

(ESTRUCTURA PORCENTUAL)

1978

Variedad	% de la Superficie Total Cultivada	Teapa	Centro	Chontalpa	Total
Valery	88.0	37.0	49.0	14.0	100.0
Dátil	1.5	100.0	---	---	100.0
Macho	2.0	16.0	78.0	6.0	100.0
Robusta	2.0	21.0	79.0	---	100.0
Enano	2.5	16.0	84.0	---	100.0
Manzano	1.5	70.0	30.0	---	100.0
Dominico	1.5	30.0	70.0	---	100.0
Roatán	1.0	---	100.0	---	100.0
TOTAL	100.0	---	---	---	---

Fuente: Departamento de Agroindustrias, Comisión del Río Grijalva, 1979, S.A.R.H.

C U A D R O 8

CONSUMOS APARENTES PERCAPITA DE PLATANO
(Kg.)

1970 ----- 1978

Año	Consumo Percápita
1970	19.008
1971	21.364
1972	20.116
1973	18.917
1974	18.879
1975	19.806
1976	19.076
1977	19.510
1978	20.380
PROMEDIO:	19.673

Fuente: Econtécnia Agrícola, Consumos Aparentes de Productos Agrícolas
1925 - 1978., S.A.R.H.

C U A D R O 9

P L A T A N O *

CARACTERISTICAS DE LA TENENCIA DE LA TIERRA EN LAS
PRINCIPALES ENTIDADES PRODUCTORAS

Entidades	Superficie Ocupada (Ha)		Cantidad Cosechada (Tons.)	
	Abs.	Rel.	Abs.	Rel.
Veracruz				
Unidades de Producción Privada	4,577	33.1	36,657	36.5
Ejidos y Comunidades Agrarias	9,243	66.9	60,732	60.5
SUMA	13,820	100.0	100,389	100.0
Chiapas				
Unidades de Producción Privada	3,041	34.5	26,305	39.6
Ejidos y Comunidades Agrarias	5,769	65.5	40,154	60.4
SUMA	8,810	100.0	66,459	100.0
Oaxaca				
Unidades de Producción Privada	1,057	37.0	7,893	44.8
Ejidos y Comunidades Agrarias	1,801	63.0	9,733	55.2
SUMA	2,858	100.0	17,626	100.0
Colima				
Unidades de Producción Privada	2,356	34.8	27,849	37.7
Ejidos y Comunidades Agrarias	4,421	65.2	46,108	62.3
SUMA	6,777	100.0	73,957	100.0
Tabasco				
Unidades de Producción Privada	5,920	63.9	54,884	69.8
Ejidos y Comunidades Agrarias	3,351	36.1	23,791	30.2
SUMA	9,271	100.0	78,675	100.0
Nayarit				
Unidades de Producción Privada	484	6.6	2,668	5.9
Ejidos y Comunidades Agrarias	6,807	93.4	42,933	94.1
SUMA	7,291	100.0	45,601	100.0
Michoacán				
Unidades de Producción Privada	1,104	38.9	12,168	31.4
Ejidos y Comunidades Agrarias	1,737	61.1	26,526	68.6
SUMA	2,841	100.0	38,694	100.0

CONTINUACION..... CUADRO. 9

P L A T A N O *

CARACTERISTICAS DE LA TENENCIA DE LA TIERRA EN LAS
PRINCIPALES ENTIDADES PRODUCTORAS.

Entidades	Superficie Ocupada (Ha)		Cantidad Cosechada (Tons.)	
	Abs.	Rel.	Abs.	Rel.
Sumas de las Entidades Anteriores				
Unidades de Producción Privada	18,539	35.9	171,424	49.7
Ejidos y Comunidades Agrarias	33,129	64.1	249,977	60.3
SUMA	51,668	100.0	421,401	100.0
Otras Entidades				
Unidades de Producción Privada	1,876	39.4	19,036	44.7
Ejidos y Comunidades Agrarias	2,875	60.6	23,545	55.3
SUMA	4,751	100.0	42,581	100.0
República Mexicana				
Unidades de Producción Privada	20,415	36.2	190,460	41.0
Ejidos y Comunidades Agrarias	36,004	63.8	273,522	59.0
SUMA	56,419	100.0	463,982	100.0

Fuente: S.I.C.-- Dirección General de Estadística.-- Datos que arrojó el V Censo Agrícola Ganadero y Ejidal de 1970.-- Resumen General.-- Páginas 220 a 225.

Incluye Roatán y diversas variedades.

C U A D R O 1 0

MEXICO: IMPORTANCIA ECONOMICA DEL CULTIVO DEL PLATANO *

Superficie (Miles de Has.)		Valor de la Producción (Millones de pesos)							
Año	Frutales y Plantaciones	Plátano	Relación Porcentual	Frutales y Plantaciones	Plátano	Relación Porcentual	Sector Agrícola	Plátano	Relación Porcentual
1970	1,802	74	4.1	10,455	653	6.2	33,149	653	1.97
1971	1,885	82	4.4	10,864	654	6.0	35,726	654	1.83
1972	1,909	74	3.4	11,516	652	5.7	37,803	652	1.72
1973	1,991	67	3.4	13,678	694	5.1	49,090	694	1.41
1974	1,995	71	3.6	16,564	741	4.5	63,399	741	1.17
1975	2,317	75	3.2	21,512	1,022	4.8	75,275	1,022	1.36
1976	2,365	73	3.1	31,767	1,109	3.5	92,309	1,109	1.20
1977	2,596	68	2.6	39,233	1,887	4.8	129,064	1,887	1.46
Reducción Porcentual			44.7			44.8			44.8

* Incluye Rotán y diversas variedades.

Fuente: Dirección General de Economía Agrícola, SARH.-- Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos.-- Año 1977.

C U A D R O 1 1

MEXICO: VALORIZACION DE LA COSECHA DE PLATANO *

Año	Superficie Cosechada Has.	Rendimiento Medio Kg./Ha.	Producción Ton.	Precio Medio Rural \$/Ton.	Valor de la Producción \$
1970	74,406	12,973	965,252	677	653,475,600
1971	81,650	13,731	1,121,124	583	653,615,290
1972	74,235	14,730	1,093,461	596	651,702,750
1973	66,841	15,911	1,063,538	653	694,490,310 †
1974	70,754	15,562	1,097,954	675	741,118,960
1975	74,842	15,964	1,194,802	855	1,021,555,700
1976	73,392	16,343	1,199,427	925	1,109,469,900
1977	67,677	18,854	1,276,006	1,479	1,887,212,800
1978	71,370	19,389	1,383,762	1,837	2,541,970,794

* Incluye plátano ratán y diversas variedades

Fuente: S.A.R.H. --- D.G.E.A.

PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DE PLATANO A ESTADOS UNIDOS 1979-1976

(Estructura Porcentual)

PAISES	1979	1978	1977	1976
Honduras	26.6	23.6	24.1	23.1
Ecuador	21.6	20.0	21.0	18.8
Costa Rica	19.3	29.7	26.2	33.1
Colombia	8.6	5.0	5.1	5.0
Panamá	11.2	4.7	6.7	2.7
Otros	11.9	16.4	16.1	16.8
México	0.8	0.6	0.8	0.5

FUENTE: Schedule A.U.S. General Imports. 1976, 1977, 1978, 1979, 1980.
 U.S. Department of Commerce.
 Washington, D. C.

