

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA



**PROCEDENCIA DE LAS PRINCIPALES FRUTAS Y HORTALIZAS
DISTRIBUIDAS EN LA CENTRAL DE ABASTOS “JOSÉ MARÍA JIMÉNEZ” DE
SALTILLO, COAHUILA; CASO DE TRES BODEGAS.**

POR
EDUARDO PÉREZ DE LA CRUZ

**TRABAJO DE OBSERVACIÓN, ESTUDIO Y OBTENCIÓN DE
INFORMACIÓN**

Presentada como requisito parcial para obtener el título de:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México.

Octubre de 2019.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
División de Ciencias Socioeconómicas
Departamento de Economía Agrícola

**PROCEDENCIA DE LAS PRINCIPALES FRUTAS Y HORTALIZAS
DISTRIBUIDAS EN LA CENTRAL DE ABASTOS "JOSÉ MARÍA JIMÉNEZ" DE
SALTILLO, COAHUILA; CASO DE TRES BODEGAS.**

POR

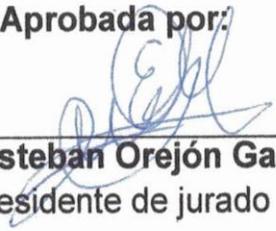
EDUARDO PÉREZ DE LA CRUZ

**TRABAJO DE OBSERVACIÓN, ESTUDIO Y OBTENCIÓN DE
INFORMACIÓN**

Que se somete a consideración del H. Jurado Examinador como
requisito parcial para obtener el título de:

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS.

Aprobada por:



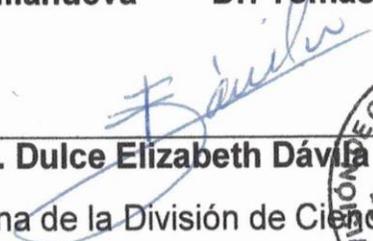
M.C. Esteban Orejón García
Presidente de jurado



M.C. Arturo Guevara Villanueva
Coasesor



Dr. Tomás E. Alvarado Martínez
Coasesor



Dra. Dulce Elizabeth Dávila Flores

Coordinadora Interina de la División de Ciencias Socioeconómicas



Buenavista, Saltillo, Coahuila, México. Octubre del 2019.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme salud, fuerzas y perseverancia para culminar el presente trabajo de investigación que me acredita como Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios. ¡Gracias!!

“A mi Alma Terra Mater”

Por brindarme todo el apoyo y beneficios por culminar la licenciatura en tan prestigiosa casa de estudios y por hacer de mí una persona profesional y competitiva en el ámbito laboral y personal. ¡Gracias!!

Al M.C Esteban Orejón García y Asesores

Por brindarme gran parte de su valioso tiempo, paciencia y compromiso en asesorarme en la elaboración y culminación de este trabajo de investigación. También por las revisiones y por compartir su sabiduría y experiencia profesional en el presente trabajo de investigación. ¡Gracias!!

DEDICATORIAS

A mis Padres:

Por haber puesto mucha confianza en mí, por siempre brindarme el apoyo y exigirme en terminar una etapa más de mi vida profesional. Por enseñarme que en esta vida si se quiere se puede lograr, siempre y cuando se tenga mucha constancia y dedicación. ¡Gracias!!

A mi familia:

Especialmente a mi hija Alexia Evelyn Pérez Torres y a mi esposa, por ser una fuente de inspiración que me motivan siempre a seguir adelante y luchar por algo que se quiere lograr. Por enseñarme a nunca rendirme aunque el camino parezca muy difícil. ¡Gracias!!

A mis seres Queridos:

Agradezco a todas las personas, amigos, familiares, compañeros, etc. por los buenos deseos, y por creer en mí y por este proyecto de investigación ya que es una parte importante en la historia de mi vida. Es un logro de muchos más en mi experiencia profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS	
1.1. Definición de Mercado	4
1.1.1. Productos agropecuarios	5
1.1.2. Definición de Demanda.	5
1.1.3. Definición de oferta y el precio del producto	6
1.2. Tipos de mercados	8
1.3. Canales de Comercialización	8
1.3.1. Agentes que participan en la cadena de la comercialización.	10
1.4. Suministro y Abasto de alimentos en México	12
1.5. Principales frutas y hortalizas en México y su distribución	13
1.5.1. Los principales frutales con mayor superficie destinada a su producción	15
1.5.2. Las principales hortalizas con mayor superficie destinada a su producción	16
1.5.3. El volumen de producción de los 10 principales cultivos hortícolas y frutales	17
CAPÍTULO II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO DE ABASTOS DE LA CIUDAD DE SALTILLO, COAHUILA.	
2.1. Aspectos Generales del Municipio de Saltillo, Coahuila	19
2.1.1. Aspectos Biofísicos	19
2.1.2. Aspectos Socioeconómicos	20
2.2. Definición de Central de Abastos	21
2.3. Características de la Central de Abastos José María Jiménez	22
2.3.1. Ubicación del mercado de abastos en la ciudad de Saltillo	23
2.3.2. Ubicación de bodegas y locales en el Mercado de Abastos	23
2.3.3. Grupos de frutas y hortalizas de mayor distribución en la Ciudad de Saltillo	25
CAPÍTULO III. PROCEDENCIA DE LAS PRINCIPALES FRUTAS Y HORTALIZAS DISTRIBUIDAS EN LA CIUDAD DE SALTILLO: ESTUDIOS DE CASO	
3.1. Procedencia de las frutas y hortalizas distribuidas en Saltillo	26
3.2. Estudios de caso	28
3.3. Información adicional para los tres casos de estudio	32
CONCLUSIONES	35
RECOMENDACIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	39

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Participación del grupo de frutas y hortalizas en la superficie sembrada y valor de la producción agrícola. Año 2017	14
Cuadro 2. Los 10 principales frutales que ocupan la mayor superficie sembrada. Año 2017	15
Cuadro 3. Las 10 principales hortalizas con mayor superficie sembrada. Año 2017	16
Cuadro 4. Volumen de producción de los 10 principales cultivos hortícolas y frutales en México. Año 2017	17
Cuadro 5. Cinco principales centrales y mercados de abasto de México donde se comercializan frutas y hortalizas	18
Cuadro 6. Procedencia y precios promedio al mayoreo de hortalizas en la Centra de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza, Nuevo León (Año 2017).	26
Cuadro 7. Procedencia y precios al mayoreo de frutas en la Centra de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza, Nuevo León (Año 2017).	27
Cuadro 8. Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 1.	28
Cuadro 9. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 1.	28
Cuadro 10. Comercialización de frutas y verduras del entrevistado 1	29
Cuadro 11. Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 2.	29
Cuadro 12. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 2.	30
Cuadro 13. Comercialización de frutas y verduras del entrevistado 2	30
Cuadro 14. Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 3.	31
Cuadro 15. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 3.	31
Cuadro 16. Comercialización de frutas y hortalizas del entrevistado 3	32

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Tipos de canales de comercialización	11
Figura 2. Distribución de la Población porcentual según su división ocupacional	21
Figura 3. Localización de la Central De Abastos de Saltillo, Coahuila.	23
Figura 4. Plano de ubicación de bodegas y locales en el Mercado de Abasto “José María Jiménez”	24

INTRODUCCIÓN

La comercialización de **agro** alimentos es una de las principales actividades económicas de mayor dinamismo dado de que involucra distribución de productos destinados a satisfacer una necesidad básica del ser humano, que es la alimentación, existiendo en esta distribución la intervención de agentes que integran lo que se conoce como canal de comercialización, integrado por el productor, acopiador, industrial, mayorista, detallista y consumidor final, que dependiendo del producto, este puede contar con dos o más canales de comercialización, cumpliendo cada agente participante una función en la cadena.

Las frutas y hortalizas representan una constancia en el consumo en fresco de alimentos requiriéndose para ello de su producción, transporte, almacenamiento y distribución de manera adecuada por ser productos perecederos, cumpliendo una función en la cadena de comercialización el almacenista también llamado bodeguero, el cual posee infraestructura y equipo obligándolo a hacer uso de la misma durante todo el año, para estar en posibilidades de suministrar frutas y hortalizas procedentes de distintas regiones o lugares de producción o almacenamiento al mayoreo, que en la República Mexicana se concentra en las principales centrales de abasto, entre las cuales destacan; ciudad de México, Puebla, Guadalajara y Monterrey en el norte.

Estos productos para el mercado de la ciudad de Saltillo, son en su mayoría almacenados para su distribución en la Central de Abastos, ubicada al poniente de la ciudad, identificándose a un aproximado de 30 bodegueros dedicados al almacenamiento y distribución de frutas y hortalizas, cuyo origen es de distintas regiones productoras, así como de la central de abastos Estrella ubicada en la ciudad de Monterrey Nuevo León. Entre el grupo de frutas que representan mayores volúmenes de almacenamiento y distribución están el plátano, mango, naranja, melón y manzana y en el grupo de hortalizas se encuentran el tomate, chile jalapeño, chile serrano y cebolla.

Tomando en cuenta el escenario anterior este trabajo de investigación se centra en la obtención de información de la comercialización de frutas y hortalizas, destacando la función que cumplen los almacenistas en la distribución de estos productos, considerándose como complemento la información procedente de entrevistas a tres almacenistas (bodegueros) ubicados en la Central de Abastos “José María Jiménez” de la ciudad de Saltillo, permitiendo identificar las frutas y hortalizas de mayor distribución, sus orígenes, su manejo e identificación de los principales detallistas o minoristas de contacto con el consumidor final, lo cual permitió conocer la situación y problemática que enfrenta este eslabón de la cadena de comercialización de frutas y hortalizas, toda vez que la información procede de agentes directamente involucrados en la actividad.

Objetivo

Conocer la distribución de las principales frutas y hortalizas en México y en específico en la ciudad de Saltillo a través del estudio de tres unidades (bodegas) ubicadas en la Central de Abastos “José María Jiménez” de Saltillo Coahuila.

Objetivos Específicos

- Conocer aspectos generales de la comercialización de productos agropecuarios, así como la función que cumplen los agentes participantes en esta actividad.
- Identificar las 10 principales frutas y hortalizas de mayor producción en México, así como la ubicación de las principales centrales y mercados de abastos de su distribución.
- Identificar las principales características de la Central de Abastos de la ciudad de Saltillo, Coahuila.
- Conocer la procedencia y distribución de las principales frutas y hortalizas comercializadas en la Central de Abastos “José María Jiménez”; mediante información y estudio de tres agentes distribuidores (bodegueros).

El desarrollo de la investigación se realizó en cuatro etapas básicas, la primera consistió en la identificación y obtención de información relacionada con la temática de la investigación. La segunda etapa consistió en la obtención de información de la Central de Abastos de la Ciudad de Saltillo, así como la elaboración y aplicación de cédula de entrevista a tres bodegueros ubicados en la Central de Abastos (anexo). La tercera etapa correspondió a la organización y análisis de la información obtenida y en la cuarta etapa se procedió a la redacción del primer borrador del trabajo para su revisión por parte de asesores y su posterior presentación de forma oral y escrita.

El trabajo se estructura en tres capítulos, en el primer capítulo se abordan aspectos generales de la comercialización de productos agropecuarios, destacando los canales de comercialización y funciones de cada agente participante.

En el segundo capítulo se describen las principales características del Mercado de Abastos “José María Jiménez”, como es su ubicación, diseño y localización de las bodegas que los conforman, además de exponer información general del municipio de Saltillo, Coahuila.

El tercer y último capítulo se expone información de los bodegueros entrevistados, organizándose la información conforme a los apartados de la cedula de entrevista, cédula que se encuentra en el apartado final de anexos.

Palabras clave: comercialización, central de abasto, agente, almacenista, frutas, hortalizas, Saltillo.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

El propósito de este capítulo es exponer los aspectos generales de la comercialización de productos agroalimentarios, se definen los canales de comercialización y las funciones de los agentes participantes, así como información adicional al comercio de dichos productos.

1.1. Definición de Mercado

El término “mercado” es una de las palabras más flexiblemente usadas en la literatura comercial, en las que se tienen las siguientes definiciones.

- a) En el sentido económico teórico, el mercado es la confrontación de las fuerzas oferentes y demandantes que intervienen en la formación de los precios.
- b) En sentido físico, un mercado es un centro de contratación, donde vendedores y compradores se concentran para realizar sus operaciones en un determinado lugar y momento.
- c) Cuando se habla de un determinado producto, se suele utilizar el término “mercado” para referirse a todo lo que concierne al mismo desde la producción hasta el consumo.

En la perspectiva del empresario que produce y/o vende un producto o servicio, el mercado es el total de individuos y organizaciones que son clientes actuales o potenciales de ese producto o servicio. (Caldentey y Gómez Muñoz, 1972)

En todo mercado se identifican 4 elementos fundamentales: el bien o servicio, la demanda, la oferta y precio. Con la finalidad de ampliar información de estos elementos en los siguientes apartados se describen de manera general.

1.1.1. Productos agropecuarios

Un bien se define como todo aquello que satisface directa o indirectamente una necesidad, el cual es resultado de un proceso de transformación de insumos (Mochón F., 2002). Un producto agroalimentario es aquel que se obtiene a través de un proceso productivo en el que se combinan insumos o recursos productivos para la obtención de productos de origen agrícola y pecuario, y del aprovechamiento de recursos naturales como son de especies forestales y pesqueros, destinándose estos productos al consumo humano como alimentos y/o materias primas para la industria.

Los cultivos, de los cuales se obtienen productos agrícolas, son agrupados en 13 grupos de acuerdo al Sistema de Información Agroalimentaria y de Consulta (SIACON) destacando el grupo de cereales, frutas, hortalizas, forrajes, industriales, entre otros. Para el caso de productos pecuarios, estos proceden de la cría y explotación de especies pecuarias como son la bovina, porcina y aves, principalmente para la obtención de carne, leche, huevo, entre otros productos.

1.1.2. Definición de Demanda.

De acuerdo a la teoría económica la demanda son las distintas cantidades de bienes y servicios que los demandantes están dispuestos a adquirir en función del precio y otros factores, para Grajales (1970), los principales factores determinantes de la demanda de un producto, son:

- a) precio del producto. Este factor tiene mucho que ver con la utilidad o satisfacción que brinda el bien o producto (utilidad marginal), esto indica que la utilidad ira disminuyendo a medida que se aumenta el consumo del bien. El consumidor actúa de forma racional ya que busca obtener la máxima utilidad, entonces siempre buscara pagar un precio menor y solo aceptara adquirir unidades adicionales si el precio es menor tomando en cuenta la utilidad marginal decreciente.
- b) el nivel de ingreso de los consumidores. Esta variable es muy importante en la demanda ya que existe una relación positiva cuando el ingreso aumenta.

Solo en el caso de los bienes inferiores sufren una disminución de la demanda cuando aumenta el ingreso de los consumidores.

- c) precio de los otros productos. Estos productos corresponden a aquellos que se pueden sustituir o que cumplen la misma función del bien en estudio, si el precio del bien en estudio sube y manteniéndose los demás factores constantes, el consumidor tiende a aumentar el consumo del bien sustituto.
- d) gustos y preferencias de los consumidores. Este factor tiene mucho que ver con las cuestiones culturales, de moda, educación y lugar de residencia.

La demanda y consumo de alimentos de origen agrícola y pecuario en un año se identifica a través del Consumo Nacional Aparente (CNA), el cual se conforma de la producción interna más las importaciones (compras al exterior) menos las exportaciones (ventas al exterior) y el Consumo per cápita (consumo por persona) se obtiene dividiendo el CNA entre la población.

En lo correspondiente al consumo de frutas y hortalizas de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS) son parte esencial de una dieta saludable que además podría contribuir a contrarrestar y prevenir enfermedades importantes; como lo son los cánceres y enfermedades cardiovasculares. Se calcula que podrían salvarse 1.7 millones de vidas cada año si se aumentara el consumo suficiente de frutas y verduras. El informe de la OMS y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) recomiendan una ingesta mínima de 400 gramos diarios de frutas y hortalizas como objetivo poblacional, excluyendo las patatas y otros tubérculos, esto para prevenir enfermedades crónicas como las cardiopatías, la diabetes, el cáncer, la obesidad; así también para prevenir carencias de micronutrientes.

1.1.3. Definición de oferta y el precio del producto

Con respecto a la oferta de productos agrícolas, esta corresponde a las diferentes cantidades de un producto que los oferentes están dispuestos a suministrar al mercado, en relación al precio en un tiempo determinado.

De acuerdo a Mochón F. (2002), entre los principales factores determinantes de la oferta de un bien o servicio, están:

- Precio del bien
- Costos de producción
- La tecnología
- El precio de bienes relacionados
- El clima
- Número de oferentes

El precio de un bien se define como el valor monetario que adquiere un bien en un mercado, para el caso de los precios que adquieren los productos agropecuarios estos son el Precio Medio Rural que es el precio que se le paga al productor, precios al mayoreo que son producto de la intermediación de agentes en la comercialización y el precio al consumidor final. Estos precios presentan comportamientos diferentes a lo largo del año dependiendo del tipo de producto y de la estacionalidad de su producción.

La oferta de alimentos la conforman la producción interna más las importaciones, generándose la oferta desde el lugar donde se produce hasta el lugar donde se consume, participando diferentes agentes económicos que cumplen una función en la cadena de comercialización, compuesto por productores, acopiadores, mayoristas, industriales y detallistas, jugando un papel de suma importancia en la comercialización las Centrales y Mercados de Abasto, por las grandes cantidades y diversidad de productos que almacenan y distribuyen hacia los comercios al por menor que están en contacto con el consumidor final.

Para el caso del grupo de frutas y hortalizas, que destacan por el mayor volumen de producción y consumo, se requiere de la constante oferta de estos productos. Las frutas que mayor destacan en su producción (oferta) son la naranja, manzana, mango, aguacate y plátano, entre otros y para el caso de las hortalizas destacan el chile jalapeño, chile serrano, tomate rojo, tomate verde y cebolla, entre otras.

1.2. Tipos de mercados

Los criterios más comunes de clasificación de mercados son con respecto al área geográfica que comprenden: locales, regionales, nacionales y de exportación. De acuerdo al grupo de productos, por ejemplo el mercado de cereales, o por producto por ejemplo el mercado del maíz.

Otro criterio de clasificación es considerando el número de compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) que existen en un mercado estos son: mercado de competencia perfecta, es aquel que no se tiene el poder para incidir en el precio por la existencia de gran número de compradores y vendedores. El monopolio que es aquel mercado en el que existe un único oferente ante muchos demandantes, tiene la capacidad de influir en el precio, este tipo de mercado es regulado normalmente por el estado. El oligopolio es el mercado donde participan pocos oferentes ante muchos demandantes, pueden clasificarse en dos grupos: los que ofertan un producto idéntico y los que ofrecen un producto diferenciado, estos se diferencian en la calidad o en la que los consumidores notan diferente, muchos de estos pueden verse atraídos por la publicidad, por las marcas o por el uso que les brindan estos productos (Samuelson, 1993).

El mercado de productos agropecuarios son las regiones o áreas en las que se intercambian productos de origen agropecuario, bien sean para consumirse como alimento en fresco, procesado o como materia prima para la industria, jugando un papel de suma importancia los agentes participantes como oferentes desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo del producto agropecuario ya sea en fresco o procesado, conformando estas relaciones de intercambio los diversos canales de comercialización.

1.3. Canales de Comercialización

De acuerdo a la FAO, la importancia de la comercialización se puede analizar desde distintas perspectivas, desde la economía nacional, del agricultor y consumidor.

Desde lo nacional se destaca que la población urbana y rural de los países en desarrollo cada vez están en constante crecimiento, la población rural se está mudando hacia las grandes ciudades y esto provoca que la población urbana crezca rápidamente; de ahí surge la idea de que hay más población urbana con necesidades de alimento y se cree también que estas personas duplican la cantidad de alimento que consumen a medida que aumentan su ingreso. Desde el punto de vista del productor este tiene una función muy importante ya que tendrá que especializarse en la comercialización y no solo en la producción de cultivos básicos de autoconsumo, sino que tiene que pasar a una agricultura comercial para abastecer a toda una población demandante de alimento. De ahí la importancia que tiene la comercialización de alimentos es sumamente relevante.

De acuerdo a Kotler (1980) la comercialización es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio. Los canales de comercialización son un grupo de organizaciones independientes que facilitan la transferencia de propiedad según los productos que se mueven del productor al usuario de negocios o al consumidor final. (Baker, 2011)

También un canal de comercialización es el circuito o cadena de distribución en la cual pasa un producto desde su producción, hasta su consumo final. Es una manera sistemática de conocer el flujo o circulación de un producto a través de las diferentes etapas de intermediación, que pueden ser tanto instituciones o personas (agentes) que forman parte de este proceso.

En este canal intervienen varios agentes, tales como el productor, acopiador, minorista mayorista, detallista; algunos de estos participantes logran cumplir hasta dos funciones esto con el fin de obtener alguna utilidad o ganancia por dicha actividad que realizan.

1.3.1. Agentes que participan en la cadena de la comercialización.

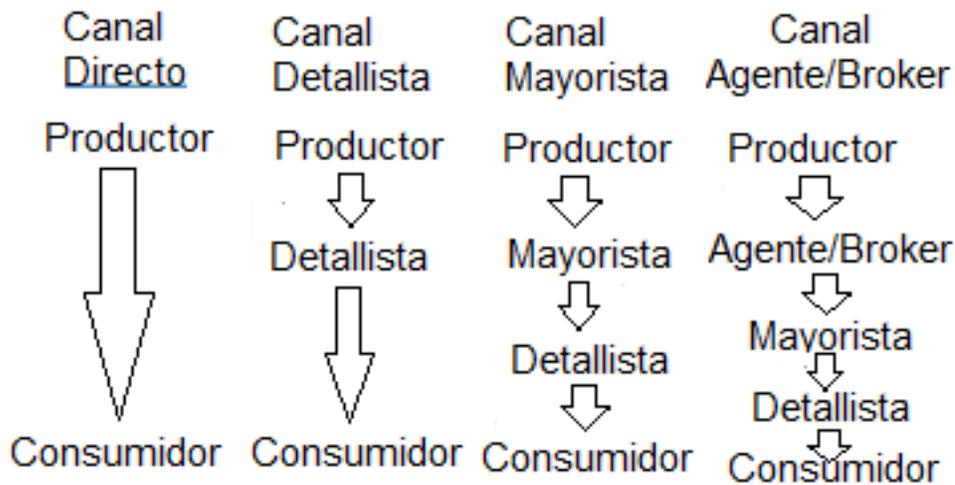
A continuación, se menciona a cada uno de los agentes que participan y funciones que cumplen en la cadena de comercialización:

Productor	Primer agente participante en la cadena de comercialización, inicia su función en el momento al decidir que, cuando, cuanto y para quien producir.
Acopiador	Compra los productos directamente al productor agrícola y los pone en varios puntos de venta, no tiene un lugar exclusivo de venta, sino que vende en cualquier lugar, puede realizar la función de mayorista o fabricante.
Mayorista	Responsable de la administración del abasto de los productos agropecuarios en los grandes mercados, aseguran que las ciudades grandes o pequeñas tengan abasto, también se aseguran que se distribuya el producto de acuerdo a la temporada y en épocas que está muy escaso, se efectúa el mayoreo y menudeo.
Empresas transformadoras	Estas cumplen la función de transformar el producto, utilizan los productos agropecuarios como materia prima y así le otorgan un valor agregado, tales como los productos enlatados, las harinas, etc.
Detallista	Son intermediarios que venden los artículos de consumo directamente a los consumidores finales, compran los productos para exhibirlos y venderlos a distintos tipos de clientes que necesitan el artículo, participan en mercados de altos o de bajos ingresos, puede ser un mercado sobre ruedas como un gran supermercado. Depende mucho del volumen de ventas que este maneje.
Consumidor final	Población en la cual se encuentran en el último eslabón de la cadena.

Fuente: Elaboración propia con base a información de Cubillos, G. T, pág. 7-8

Los intermediarios o agentes que participan en la comercialización pueden tomar distintos canales o circuitos para llegar hasta el consumidor final, esto depende de la capacidad de cada agente para realizarlo, ya que realizar etapas de más se incurre en costos y riesgos que conlleva realizar actividades de intermediación, y aún más si se trabaja con alimentos perecederos. De acuerdo a la relación que se dé entre los agentes del canal de comercialización para un producto, se pueden identificar desde el canal de comercialización productor – consumidor final, hasta el canal que involucra cantidad considerable de agentes, como se observa en la siguiente figura.

Figura 1. Tipos de canales de comercialización



Fuente: elaboración propia con información disponible en <https://syscomerubenmunoz.files.wordpress.com....>

El canal directo involucra que el productor distribuye su producto directamente con el consumidor final, el volumen de producto distribuido es pequeño para algunos casos, para el caso del canal agente/broquer involucra la comercialización del producto hacia el exterior de país (exportación), por la función que cumple cada agente de acuerdo al canal, busca obtener una ganancia que corresponde al margen de comercialización, es decir la participación del agente en la formación del precio del bien en el mercado.

A grandes rasgos un margen de comercialización es el aumento de precio que sufre un producto que viene desde el productor y hasta que llega al consumidor final. Para que los agentes realicen esta labor tan importante y se vean motivados es la obtención de una utilidad para que con ello les resulte cubrir costos y riesgos que se presentan en la intermediación de dicha actividad.

1.4. Suministro y Abasto de alimentos en México

De acuerdo a la FAO (2007) los Sistemas de Almacenamiento y Distribución de Alimentos (SADA) son una serie de actividades, funciones y relaciones complejas que involucran la producción, manipulación, almacenamiento y transporte, ventas al mayoreo y menudeo, que permiten a la población de las ciudades satisfacer sus necesidades de alimentos. (Argenti y Marocchino, 2007)

Todas estas operaciones son llevadas a cabo por diferentes agentes que participan en la cadena de comercialización: productores, acopiadores, vendedores mayoristas, minoristas, agentes que proveen de servicios, así como los que proveen de empaques, además de las instituciones públicas. Todos estos participantes en la cadena de comercialización tienen necesidades para poder realizar sus actividades. Tales como infraestructura, maquinaria y equipo necesario para realizar maniobras, reglamentos formales y leyes que regulen el buen funcionamiento de los mismos y tomen buenas decisiones. (Argenti y Marocchino, 2007)

Enseguida se mencionan las características que debe tener un subsistema de Abastecimiento y distribución de alimentos, según la FAO.

- Un subsistema de abastecimiento de alimentos en las ciudades, debe de contar con todas las áreas de infraestructura necesaria para el almacenamiento y manejo de los productos, así como actividades de producción, selección y transporte hasta llegar al centro de consumo urbano.
- Este sistema debe de incluir o tomar en cuenta toda una serie de actividades formales e informales y actividades tradicionales y modernas para que lleve la distribución de los alimentos a las ciudades de consumo, este incluye a vendedores mayoristas, minoristas, supermercados, centros comerciales y así como vendedores ambulantes.

De acuerdo a las áreas geográficas que cubre una SADA son áreas regionales, metropolitanas, urbanas, y locales. De esto surgen las ideas de los planificadores con el fin de cumplir objetivos que lleven a las condiciones necesarias para la

producción de cantidades adecuadas de alimento, así como el transporte hasta las ciudades demandantes de alimentos con estrictas condiciones de calidad e higiene.

Se menciona que para lograr estos objetivos planteados son de suma importancia mercados de acopio, bodegas y servicios de almacenamiento, infraestructura y servicios de transporte adecuados, sistema de comunicaciones eficaz que conecte las áreas rurales y urbanas en condiciones de salud e higiene en las instalaciones.

1.5. Principales frutas y hortalizas en México y su distribución

Las actividades económicas de un país se centran en la producción, intercambio y consumo de bienes y servicios, cuyo fin último es satisfacer necesidades humanas de manera directa e indirecta. Las actividades agrupadas en el sector agropecuario son desarrolladas por una diversidad de unidades de producción dedicadas a la siembra, cultivo, cosecha y recolección de vegetales; a la explotación de especies pecuarias en ambientes controlados; al aprovechamiento y recolección de recursos forestales; a la pesca, caza y captura de animales en su hábitat natural.

Según González M. J. (1986), como gran sector de la economía, el sector agropecuario cumple cinco funciones básicas como son: a) La producción de alimentos, b) La producción de materias primas para la industria, c) La generación de empleos directos e indirectos, d) La generación de ingresos directos e indirectos y e) La generación de divisas.

Otros autores aparte de estas funciones le atribuyen al sector agropecuario otras funciones como lo es la conservación de los recursos naturales debido al uso de sistemas sostenibles o sustentables.

Las actividades consistentes en el cultivo de la tierra para la producción de productos de origen vegetal destinados a la alimentación y como materia prima para la industria se agrupan en el subsector agrícola; cultivos cíclicos de los cuales se obtiene producto en menos de un año y como cultivos perenes de los cuales se obtiene producto después de un año o más, en cuanto a la disponibilidad de agua para su cultivo se agrupan cultivos de riego y temporal.

De acuerdo al SIACON (2018) en México se agrupan los cultivos en 13 grupos: cereales, especias y medicinales, forrajes, frutales, hortalizas, industriales, legumbres secas, oleaginosas, orgánicos, ornamentos, semillas para siembra y tubérculos, cada grupo con participación distinta en la superficie y valor de la producción agrícola al año.

Cuadro 1. Participación del grupo de frutas y hortalizas en la superficie sembrada y valor de la producción agrícola. Año 2017

Grupo	Superficie sembrada (Has)	% de participación	Valor de la producción (Miles de \$)	% de participación	Valor/superficie Sembrada (Miles de \$)	Participación en valor del Sector agropecuario
Cereales	8,659,045	40.11	119,239,069	20.31	13.77	11.37
Forrajes	5,874,969	27.21	72,526,782	12.35	12.35	6.91
Frutales	1,635,862	7.58	156,668,782	26.68	95.77	14.93
Hortalizas	635,668	2.94	107,086,121	18.24	168.46	10.21
Legumbres	1,807,923	8.37	20,297,647	3.46	11.23	1.93
Subtotal	18,613,467	86.21	475,818,401	81.03	25.56	45.36
Otros	2,977,108	13.79	111,414,567	18.97	37.42	10.62
Total Nac.	21,590,575	100.00	587,232,968	100.00	27.20	55.98

Fuente: elaboración propia con datos del SIACON, 2018.

De acuerdo al cuadro, los cinco principales grupos de cultivos ocuparon para el año de 2017 poco más de 18.6 millones de has, participando con el 86.21% del total de la superficie sembrada nacional (21,590,575 has), siendo los cereales y forrajes que ocupan la mayor superficie con el 40.11 y 27.21%, respectivamente, mientras que los frutales y hortalizas participaron para el mismo año con el 7.58 y 2.94%.

En lo correspondiente al valor generado, los cinco grupos de cultivos participaron con el 81.03% del valor generado por la producción agrícola en el año de 2017, generando en conjunto \$475, 818,401 del total generado en el subsector que fue de \$587,232,968, siendo los frutales y cereales los dos grupos de mayor aportación el 26.68 y 18.24 %, respectivamente, mientras que los forrajes y legumbres secas son los de menor aportación de los cinco principales. Es importante destacar que los frutales y las hortalizas son los grupos de cultivos que más valor generan por superficie sembrada. En lo que respecta a la participación del subsector agrícola en el valor generado en el sector agropecuario, este participa con el 55.98%, es decir

que por cada \$100 pesos que se generan en el sector agropecuario 55.98 pesos los genera la producción agrícola, aportando los cinco principales grupos el 45.36%.

1.5.1. Los principales frutales con mayor superficie destinada a su producción

Como se observó en el cuadro anterior, el grupo de cultivos frutales, ocupó el 7.58% en la superficie sembrada agrícola en el país y generó el 14.93% del valor de la producción agrícola. En el cuadro siguiente se exponen los 10 frutales que ocupan la mayor superficie sembrada y su participación en la superficie sembrada total de frutales, así como el valor y participación que generan.

Cuadro 2. Los 10 principales frutales que ocupan la mayor superficie sembrada. Año 2017

Cultivo	Superficie sembrada (Has)	%	Lugar	Valor de la producción (Miles de \$)	%	Lugar
Aguacate	218,492.93	13.36	2	39,705,966.22	25.34	1
Limón	193,787.41	11.85	4	12,625,481.23	8.06	2
Mango	201,464.38	12.32	3	7,434,213.28	4.75	5
Manzana	57,529.81	3.52	7	6,230,810.79	3.98	7
Naranja	335,425.69	20.50	1	8,621,734.69	5.50	4
Nuez	123,346.30	7.54	5	11,407,038.08	7.28	3
Piña	42,679.40	2.61	9	3,965,741.62	2.53	9
Plátano	80,283.16	4.91	6	6,965,812.52	4.45	6
Sandía	42,041.92	2.57	10	4,615,294.35	2.95	8
Tuna	47,973.25	2.93	8	1,473,767.75	0.94	10
Subtotal	1,343,024.25	82.10		103,045,860.53	65.77	
Otros	292,837.55	17.90		53,622,921.90	34.23	
Total Nac.	1,635,861.80	100.00		156,668,782.43	100.00	

Fuente: elaboración propia con datos del SIACON, 2018.

Los datos del cuadro muestran que los 10 frutales que ocupan mayor superficie sembrada participan con el 82.10% de la superficie total de frutales, la cual asciende a 1,635,861 has, destacando la naranja, aguacate y mango, con participaciones del 20.50, 13.36 y 12.32%, respectivamente.

En lo correspondiente al valor generado por los 10 frutales con mayor superficie, en conjunto participaron con el 65.77% del valor total que generaron los frutales en México en el año de 2017 el cual fue de \$156,668,782.43 miles de pesos, siendo los tres frutales de mayor aportación el aguacate, el limón y la nuez, que aportaron el 25.34, 8.06 y 7.28%, respectivamente.

1.5.2. Las principales hortalizas con mayor superficie destinada a su producción

El grupo de cultivos hortícolas, ocupó el 2.94% en la superficie sembrada agrícola en el país y generó el 10.21% del valor de la producción agrícola generada. En el cuadro siguiente se exponen los 10 cultivos hortícolas que ocupan la mayor superficie sembrada y su participación en la superficie sembrada de hortalizas, así como el valor y participación que generan.

Cuadro 3. Las 10 principales hortalizas con mayor superficie sembrada. Año 2017

Hortaliza	Superficie sembrada (Has)	%	Lugar	Valor de la producción (Miles de \$)	%	Lugar
Chile verde	91,678	14.42	1	22,566,697	21.07	2
Chile seco	69,607	10.95	2	6,558,617	6.12	5
Elote	67,688	10.65	3	2,342,073	2.19	9
Cebolla	52,103	8.20	4	8,118,511	7.58	4
Tomate rojo (jitomate)	50,373	7.92	5	25,483,435	23.80	1
Tomate verde	43,173	6.79	6	3,515,285	3.28	6
Brócoli	34,493	5.43	7	3,343,303	3.12	7
Calabacita	29,341	4.62	8	3,243,970	3.03	8
Espárrago	27,757	4.37	9	10,018,464	9.36	3
Lechuga	21,150	3.33	10	1,843,382	1.72	10
Subtotal	487,363	76.67		87,033,736	81.27	
Otros	148,305	23.33		20,052,384	18.73	
Total Nacional	635,668	100.00		107,086,121	100.00	

Fuente: elaboración propia con datos del SIACON, 2018.

Los datos del cuadro muestran que las 10 hortalizas que ocupan mayor superficie sembrada participan en conjunto con el 76.67% de la superficie total de hortalizas, la cual asciende a 487,363 has, destacando el chile verde, chile seco y elote, con participaciones de 14.42, 10.95 y 10.65%, respectivamente.

En lo correspondiente al valor generado por los 10 cultivos hortícolas con mayor superficie, en conjunto participaron con el 81.27% del valor total que generaron los cultivos hortícolas en México en el año de 2017, que correspondió a un valor de \$107,086,121 miles de pesos, siendo las 3 hortalizas de mayor aportación el tomate rojo (jitomate), el chile verde y espárrago, que aportaron el 23.08, 21.07 y 9.36%, respectivamente.

1.5.3. El volumen de producción de las principales 10 frutas y hortalizas.

El desarrollo de este punto es el de exponer el volumen de producción obtenido en el año de 2017 de las 10 principales frutas y hortalizas, que corresponde al volumen movilizado o distribuido de los lugares de producción a los lugares de consumo, jugando un papel de suma importancia las Centrales de Abasto ubicadas en diferentes regiones en el país. Por otra parte, es de destacarse que la producción de frutas y hortalizas es comercializada en dos formas que es en fresco y procesada, en fresco a través de los agentes que la distribuyen (transportistas, almacenistas y detallistas) y procesada que implica el transporte del lugar de producción al lugar de procesamiento y de este a los agentes que la distribuyen.

En el año de 2017, el volumen de producción de las 10 principales frutas fue de casi 17 millones de toneladas, producción procedente de cerca de 1.2 millones de has cosechadas, y en lo correspondiente a las hortalizas, el volumen producido ascendió a 11.5 millones de toneladas, procedente de 482.4 miles de has cosechadas.

Cuadro 4. Volumen de producción de los 10 principales cultivos hortícolas y frutales en México. Año 2017

Cultivo	Superficie Cosechada (has)	Volumen de producción (ton)
10 principales frutales		
Aguacate	188,722.50	2,029,885.85
Limón	170,717.99	2,513,390.68
Mango	188,644.16	1,958,491.08
Manzana	53,619.06	714,149.28
Naranja	320,793.57	4,629,758.18
Nuez	90,228.37	147,198.48
Piña	20,005.65	945,210.08
Plátano	77,237.94	2,229,519.34
Sandía	41,422.40	1,331,508.38
Tuna	45,337.85	470,231.74
Total	1,196,729.49	16,969,343.09
10 principales hortalizas		
Tomate rojo (jitomate)	50,225.83	3,469,707.28
Tomate verde	42,767.56	773,351.13
Brócoli	34,433.28	574,959.94
Calabacita	28,646.70	550,409.74
Cebolla	51,666.45	1,620,318.39
Chile seco	68,860.34	119,958.32
Chile verde	91,577.79	2,697,083.06
Elote	67,141.59	1,023,652.37
Espárrago	26,138.93	245,681.46
Lechuga	21,029.83	480,808.07
Total	482,488.30	11,555,929.76

Fuente: elaboración propia con datos del SIACON, 2018

En México, según datos del Inventario Nacional de Centrales y Módulos de Abasto y Centrales Mayoristas existe un registro de 66 Centrales de Abasto en las cuales se expiden frutas y hortalizas, totalizando 17,035 bodegas de las cuales están en operación 10,204 que representan el 59.90% del total. Es importante destacar que en la mayoría de los estados se cuentan con dos centrales o mercados de abasto, con capacidad instalada diferente, situándose en las principales ciudades de mayor población. Con la finalidad de ubicar las principales centrales de abasto, como agentes económicos que cumple la función de almacenamiento y distribución en el comercio de frutas y hortalizas en fresco, se expone en el siguiente cuadro información de las 5 principales centrales de abasto y que corresponden a las que están más cercanas a los lugares de mayor demanda y consumo, es decir de mayor concentración poblacional.

Cuadro 5. Cinco principales centrales y mercados de abasto de México donde se comercializan frutas y hortalizas¹

Nombre de la central	Ubicación	Inicio de operaciones	Superficie M ²	N° total de bodegas ocupadas	N° total de bodegas por giro			
					Frutas y hortalizas	Abarrotes	Cárnicos	Otros
Central de abastos de la CDMX	Av. Canal de Rio Churubusco s/n. delegación Iztapalapa	22/11/1982	3,040,000	2,340	1881	338	111	10
Central de abastos de Puebla	Cabecera sur, Puebla, Puebla	01/12/1988	818,702	460	380	40	3	37
Mercado de abastos de Guadalajara	Las arboledas 1285, residencial del bosque. Guadalajara	30/04/1967	700,000	1,600	1168	176	40	216
Central de abastos de León	Hermanos Aldama 4102. Cd industrial. León Guanajuato.	08/05/1982	245000	207	95	82	2	28
Mercado de abastos estrella	Av. De los Ángeles 1000. San Nicolás de los Garza, N.L.	21/05/1966	250,000	486	414	52	5	5

Fuente. Elaboración propia con base a información del inventario nacional de centrales y módulos de abasto y centrales mayoristas, 2010.

Disponible en: www.elogistica.economia.gob.mx

¹ **Central de Abasto:** Instalación que cuenta con infraestructura necesaria para la realización de actividades de comercialización (andén, patio, estacionamiento, etc.) una central atiende a poblaciones mayores a 500 mil habitantes. **Mercado Mayorista:** Área, zona, concentración o conjunto de negocios que comercializan al mayoreo y medio mayoreo, no obstante de carecer de instalaciones apropiadas para realizar este tipo de operaciones comerciales. **Mercado de Abastos:** Instalación que cuenta con la infraestructura para la realización de actividades de comercialización al mayoreo, medio mayoreo. Sus instalaciones son de menores dimensiones, ya que su mercado potencial es de 100 hasta 500 mil habitantes.

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO DE ABASTOS DE LA CIUDAD DE SALTILLO, COAHUILA.

El objetivo de este capítulo es describir la información general del municipio de Saltillo, Coahuila como región donde se realiza la investigación, así como las principales características del mercado de abastos como es su ubicación e información adicional.

2.1. Aspectos Generales del Municipio de Saltillo, Coahuila²

2.1.1. Aspectos Biofísicos

Localización. El Municipio de Saltillo, Coahuila se encuentra al sureste del Estado, en las coordenadas 101°59´17" longitud oeste y 25°23´59" latitud norte, a una altitud de 1600 metros sobre el nivel del mar, cuenta con una extensión territorial de 5652.98 km² que representa un 3.72% del total de la superficie del estado.

Al norte limita con el municipio de Ramos Arizpe; al sur limita con los estados de Zacatecas y San Luis Potosí, al suroeste con el Municipio de Parras de la Fuente y al este con el estado de Nuevo León y el municipio de Arteaga.

Clima. En el municipio de Saltillo cuenta con subtipos de climas secos semiáridos, al suroeste predominan los subtipos semisecos templados y grupos de climas secos y semifríos, en el sureste y noreste; la temperatura media anual es de 14 a 18 grados centígrados y la precipitación media anual al sur del municipio está en un rango de los 300 a 400 milímetros, al centro se presenta un rango de 400 a 500 milímetros y al norte de 300 a 400 milímetros, con lluvias presentes en los meses de Abril , Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre y Octubre rara vez se presentan lluvias en los demás meses. Las heladas se presentan de 20 a 40 días en el norte - noreste y suroeste; y en el resto del municipio es de 40 a 60 días.

² Para el desarrollo de este punto se consideró como fuente de información principal a INEGI, varios años.

Flora. En las regiones montañosas predominan los bosques de pino, encino, oyamel, mezclado de matorrales semidesérticos y pastizales naturales. En las partes intermontañosas y las llanuras se presenta una vegetación de matorrales semidesérticos y pastizales inducidos y naturales.

Como especies aprovechables por el hombre se encuentra la explotación de candelilla para la obtención de cera, así como fibra de lechuguilla y palma.

Fauna. En lo referente a la fauna silvestre predominan lo que son especies del semidesierto tales como la codorniz, conejo de cola blanca, liebre y paloma triguera, como especies mayores abundan el venado, el coyote y el leoncillo.

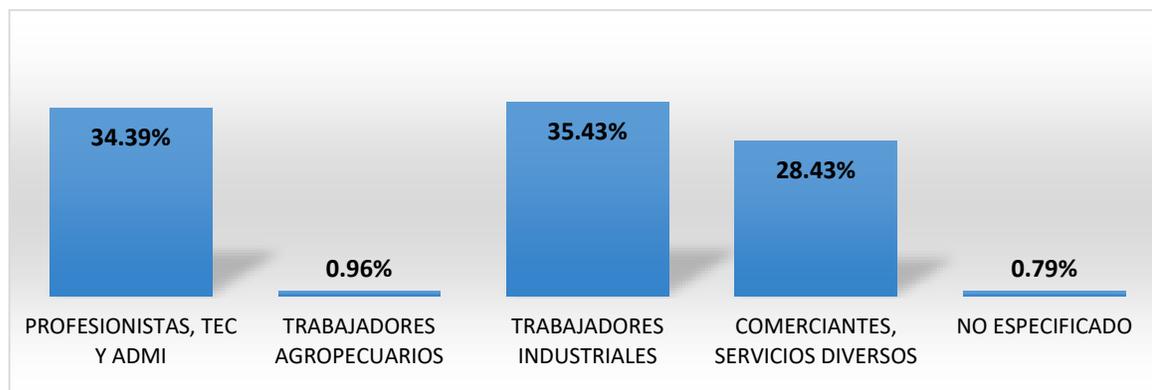
2.1.2. Aspectos Socioeconómicos

Población. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística geografía e informática (INEGI) el municipio de Saltillo Coahuila, cuenta con una población de 807 537, con respecto al conteo del 2015 y de acuerdo al censo de población y vivienda del 2010 la población era apenas de 725 123 habitantes, de acuerdo al conteo de 2015 la capital de Coahuila cuenta con 213 329 viviendas particulares habitadas.

La Población Económicamente Activa (PEA) del municipio de Saltillo es de 54.1% de la población de 12 años y más, de acuerdo a la encuesta intercensal del 2015, realizada por el (INEGI) el municipio de Saltillo cuenta con 327,417 personas ocupadas. De las cuales el 35.43% de la población labora en el sector industrial, seguido de trabajos administrativos, funcionarios, técnicos o profesionistas, con un 34.39%; comerciantes y trabajos diversos con el 28.43% y apenas el 0.96% de la población se dedica a las actividades agropecuarias.

De Acuerdo al INEGI el sector que más aporta al PIB del municipio de Saltillo en el año de 2016 fue el sector secundario, en las que incluye actividades relacionadas con la minería, la generación y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y gas, la construcción y las actividades de manufactura. Aportando un total de 300,390 millones de pesos, que representó el 51.59% del total del PIB municipal.

Figura 2. Distribución de la Población porcentual según su división ocupacional



Fuente: Elaboración propia con base a datos de INEGI

Cabe señalar que las actividades manufactureras son las que aportan la mayor parte del PIB en este sector, ya que en el municipio se encuentra el clúster Automotriz más grande del país. Ubicados en el municipio de Saltillo y Ramos Arizpe, rodeados de parques industriales e infraestructura productiva en los que se ubican plantas armadoras y fabricantes de autopartes que dan soporte a la industria automotriz.

Es importante señalar que el sector terciario es una actividad muy representativa y se ha ido incrementando a través de los años, estas actividades aportan un total de 270,230 millones de pesos, atribuidas a las actividades de comercio al por mayor y comercio al menudeo, el transporte y almacenamiento, que representó el 46.32% del PIB municipal.

2.2. Definición de Central de Abastos³

Es una unidad de distribución comercial de productos alimenticios, que provee a una cierta población servicios de abastecimiento de productos al mayoreo y menudeo, a través de instalaciones adecuadas que permitan el almacenaje y

³ En el desarrollo de este punto se consideró como fuente principal a Secretaría de Economía. Inventario de Centrales y mercados de abasto en México, disponible en www.elogistica.economia.gob.mx

concentración de productos provenientes de distintos lugares de producción, para después surtir a los agentes detallistas.

Una central de Abastos se ubica principalmente en un área urbana generalmente mayor a los 500 mil habitantes, en poblaciones con menor gente es recomendable instalar centros de acopio, solo que en estas con instalaciones muy sencillas.

Cabe destacar que las principales funciones que cumple una central de abastos son la recepción, exhibición, almacenamiento especializado y venta de productos, atendiendo necesidades de oferta y demanda de productos alimenticios, convirtiéndose en un importante instrumento regulador y es por ello que puede influir en la formación de precios.

Debido a que la principal función de la Central de Abastos es de proveer productos a los agentes minoristas y detallistas, sus instalaciones deben contar con:

- ✓ Andenes de carga y descarga
- ✓ Área de estacionamiento de camiones de carga
- ✓ Bodegas para el almacenamiento y manejo de productos

Entre las principales ventajas que tiene una Central de Abastos son:

- Permite un mayor acercamiento del agente productor con comerciantes de productos alimenticios
- Fomenta la coordinación y organizaciones con todos los participantes en el proceso de comercialización, productores, minoristas, transportistas y consumidores finales
- Evita la intermediación excesiva en el intercambio y manejo inapropiado de los productos alimenticios
- Evita la monopolización y especulación de productos

2.3. Características de la Central de Abastos José María Jiménez

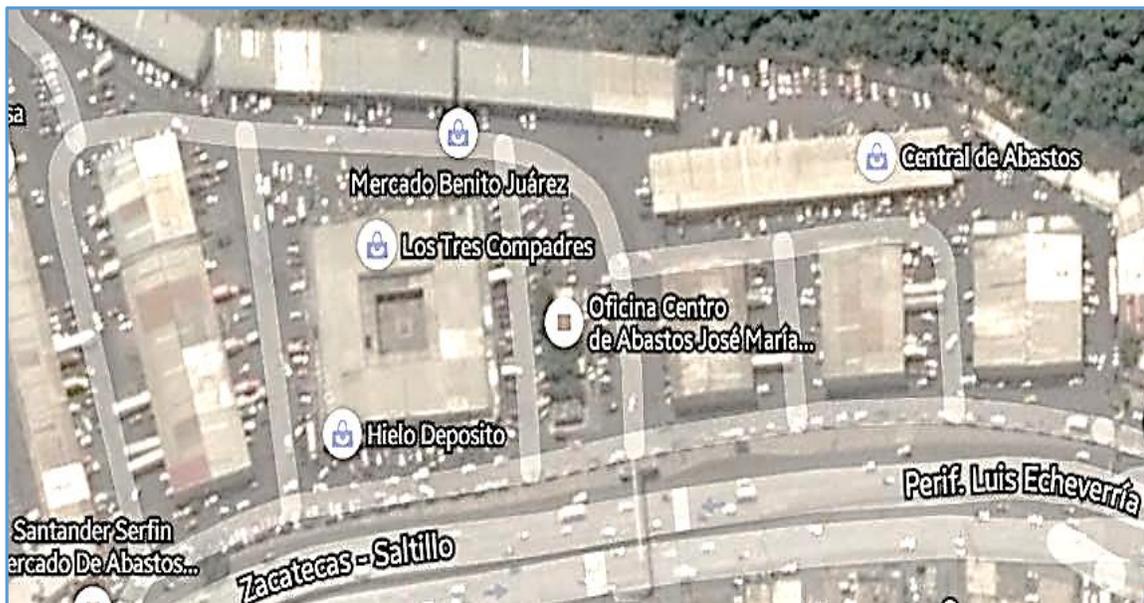
En lo correspondiente al almacenamiento y distribución de frutas y hortalizas frescas en la ciudad de Saltillo, juega un papel de suma importancia el Mercado de Abastos, ya que la gran mayoría de estas frutas y hortalizas vendidas a través de este

mercado son comercializadas a través de diferentes agentes, como son fruterías, tiendas de autoservicio, mercado sobre ruedas, entre otros.

2.3.1. Ubicación de la central de abastos en la ciudad de Saltillo

La central de Abastos “José María Jiménez” se encuentra ubicada al sur- oeste de la ciudad de Saltillo, Coahuila, a un costado del periférico Luis Echeverría Álvarez, muy cercano al distribuidor vial “El Sarape”.

Figura 3. Localización de la Central De Abastos de Saltillo, Coahuila.



Fuente: elaboración propia con imagen disponible en Google Maps

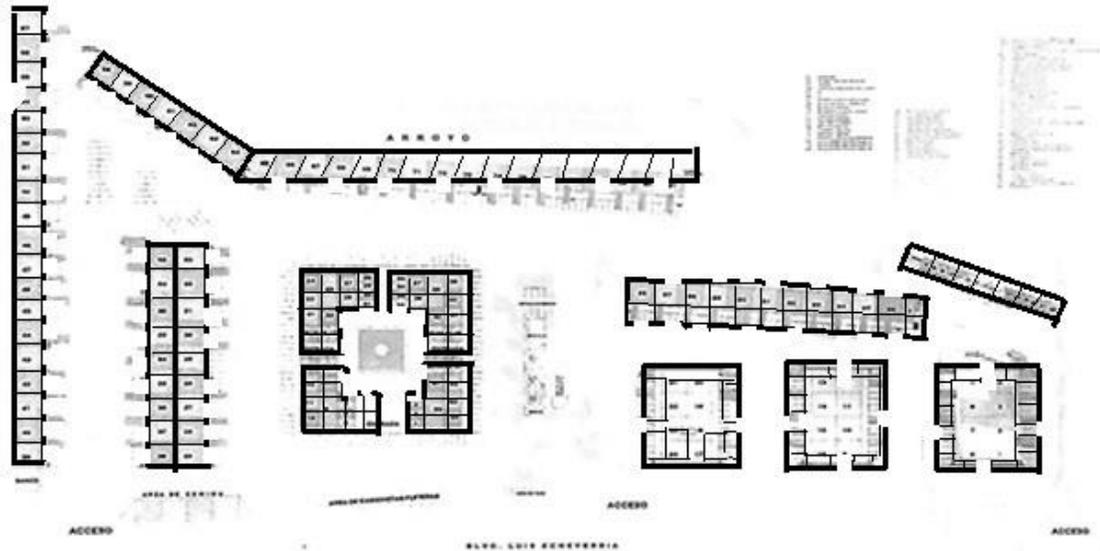
La central de Abastos tiene dos entradas principales ambas a un costado del periférico Luis Echeverría de sur a norte (lado derecho), una entrada se ubica a lado de la planta tratadora de aguas y la otra entrada al otro extremo de la misma vía.

2.3.2. Ubicación de bodegas y locales en el Mercado de Abastos

La central de Abastos José María Jiménez, aproximadamente tiene un espacio de 6 hectáreas en la que se encuentran establecidas 96 bodegas, 55 locales aproximadamente, un mercado minorista, y un área de verduras. Estos están distribuidos en 8 áreas, dos están de forma perimetral y 5 áreas están más al centro.

Dado el número elevado de bodegas, a manera de distinguirse una de otra y para mayor facilidad de localización estas tienen un nombre ya sea del negocio o del propietario, además de tener un número asignado que va consecutivamente hasta llegar al número 96. Para mayor información de las áreas de ubicación de bodegas en la central, se expone el siguiente plano.

Figura 4. Plano de ubicación de bodegas y locales en la Central de Abastos “José María Jiménez”



Fuente: Fotografía tomada en la visita de campo

Los comerciantes de la Central de Abastos José María Jiménez, están organizados bajo el régimen de persona moral con la denominación Unión de Comerciantes del Centro de Abastos José María Jiménez, S, C. Esta sociedad está integrada por 45 socios, que se reúnen en los primeros días de cada mes para tratar asuntos del funcionamiento de la central de Abastos.

Esta Central de Abastos está en operación brindando servicio de lunes a sábado en un horario de 6:00 AM a 6.00 PM, solo algunos locales y bodegas abren los días domingos de 6.00 AM a 12.00 PM, según información proporcionada por locatarios del lugar en estudio.

Aunque no se tiene información confiable sobre el tránsito vehicular que se da a diario, mediante la observación se notó que existe mucho movimiento realizando operaciones de compra – venta.

Otras características que encontraron en cuanto a la infraestructura fueron: bodegas, locales, rampas de carga y descarga, oficinas administrativas, bascula publica, estacionamientos, calles banquetas y cercas perimetrales con tres accesos.

Además, esta central de Abastos cuenta con servicios básicos como lo es agua potable, drenaje conectado a la red pública, luz eléctrica (alumbrado público). También cuenta con servicio de vigilancia y recolección de basura y una sucursal bancaria.

2.3.3. Grupos de frutas y hortalizas de mayor distribución en la Ciudad de Saltillo

De acuerdo a las visitas de campo y entrevistas realizadas en la unidad de estudio, se apreció que las frutas de mayor distribución son la manzana, plátano, melón, naranja, mango y sandía y de las hortalizas el chile jalapeño y chile serrano, cebolla, tomate rojo y papa. El conservar las características de estos productos implica un adecuado manejo de transporte y almacenamiento, poniéndosele especial atención al manejo de la cadena en frío.

Con la finalidad de ampliar más información en cuanto al suministro y distribución de las principales frutas y hortalizas en la ciudad de Saltillo, se expone información de los tres casos considerados en el estudio.

CAPÍTULO III

PROCEDENCIA DE LAS PRINCIPALES FRUTAS Y HORTALIZAS DISTRIBUIDAS EN LA CIUDAD DE SALTILLO: ESTUDIOS DE CASO

En este capítulo se detalla el origen de las principales frutas y hortalizas que se distribuyen en mayor volumen por los bodegueros en el Mercado de Abastos de la ciudad de Saltillo. En la primera parte del capítulo es la exposición de la procedencia de las cinco frutas y hortalizas que se recurren a comprar por bodegueros de Saltillo a la Central de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza, Nuevo León (CAESNNL) y como segunda parte del capítulo se exponen los tres casos de estudio, que corresponden a las entrevistas realizadas a estos agentes a principios del año 2018.

3.1. Procedencia de las frutas y hortalizas distribuidas en Saltillo

Con la finalidad de identificar el origen de producción en México de la principales frutas y hortalizas, a continuación se exponen en los siguientes cuadros, información que procede de la CAESNNL, dado de que los entrevistados manifestaron recurrir en promedio cada tercer día a abastecerse de estos productos.

Cuadro 6. Procedencia y precios promedio al mayoreo de hortalizas en la Central de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza, Nuevo León (Año 2017).

Producto	Estados de Procedencia		Precios (\$/kg) promedio			Mes del Precio Mínimo	Mes del Precio Máximo	Diferencia Precios ⁴
	3 principales	Total de Estados	Mínimo	Máximo	Frecuente			
Chile jalapeño	Sinaloa: Ene-Abr Gto.: May-Jul Chih.: Ags-Dic	7	9.5	13.18	10.91	Ene.	Nov.	24.00
Chile serrano	Mich.: Ene-Mar Nay.: Abr-Jun Jalisco: Jul-Dic	7	15.56	18.87	17.12	Ene	Nov.	30.00
Cebolla bola	Gto.: Ene-Jun y Dic Chih.: Jul-Oct B.C.: Oct.-Nov	5	10.25	13.56	11.41	Jun	Sep.	26.00
Tomate saladette	Sinaloa: Ene-Mar Son.: Abr-Jun S.L.P.: Jul-Nov B.C.: Dic.	6	13.21	16.79	14.63	Ene	Jul.	28.85
Tomate bola	Sinaloa: Ene-Mar S.L.P.: Jul-Nov B.C.: Dic	5	14.25	17.08	15.80	Feb	Dic.	30.83

Fuente: elaboración propia con datos disponibles en el SNIIM

⁴ La diferencia corresponde al precio más alto menos el precio más bajo presentado en el año, por ejemplo, el precio más alto del chile jalapeño fue de \$28/kg y el más bajo fue de \$4/kg.

Los datos del cuadro muestran que el estado de Sinaloa participa con mayor frecuencia en el suministro de chile jalapeño, tomate saladette y tomate bola en los primeros meses de año, mientras que en estos tres productos los estados de mayor frecuencia de suministro son Chihuahua de agosto-diciembre de chile jalapeño y San Luis Potosí de julio-noviembre para tomate saladette y bola. Con estos datos se puede identificar que tanto el chile jalapeño como tomate en cantidades considerables que se comercializan en la Ciudad de Saltillo procedente de los estados antes mencionados, debido a los tres agentes entrevistados recurren a la CAESNNL para la compra y distribución de estos productos hortícolas.

Es importante destacar qué de los cinco productos hortícolas, para el año de 2017 no se identificó importaciones. Para el chile jalapeño que comercializa en la CAESNNL se identificaron a 7 estados de procedencia al igual para el chile serrano, para la cebolla 5 y para el tomate saladette y bola 6 y 5, respectivamente.

En lo correspondiente a frutas de mayor distribución por orden alfabético son: mango manila, melón, manzana red delicious, manzana golden, naranja y plátano, cuya procedencia y precios se exponen en el siguiente cuadro. Es importante destacar que se registra como procedencia la importación de tres frutas, para dos de ellas (melón y manzana golden) en diferentes meses del año y para la manzana red delicious su procedencia es la importación durante todo el año.

Cuadro 7. Procedencia y precios al mayoreo de frutas en la Central de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza, Nuevo León (Año 2017).

Producto	Estado de Procedencia		Precios (\$/kg) promedio			Mes Precio Min	Mes Precio Max	Diferencia Precios
	3 principales	Estados	Min	Max	Frecuente			
Mango manila	Chiapas: Ene-Abr Oaxaca: Feb-Mar	2	11.06	11.82	11.45	Mar	Ene	13.21
Melón cantaloupe	Gro.: Ene-Abr Sonora: Sep-Nov Coah.: May-Oct	3 Importación	10.66	13.03	11.53	May	Ene	16.11
Manzana golden	Chih.: Agos-Nov Imp.: Ene-Jul y Dic.	1 Importación	34.14	37.75	35.70	Feb y Abr	Ago	27.78
Manzana red	Importación	0	25.32	28.56	26.68	Sep	Dic	17.22
Naranja valencia	Nuevo León	1	6.29	7.14	6.66	Dic	Jun	4.00
Plátano Chiapas	Chiapas	1	9.37	11.20	9.87	Oct	Jun	11.11

Fuente: elaboración propia con datos disponibles en el SNIIM

3.2. Estudios de caso

De acuerdo a datos del entrevistado 1, éste se dedica a comercializar 5 frutas realizando esta labor de forma diaria, las frutas proceden de distintas regiones o centrales de abasto, siendo la de mayor frecuencia la central de abastos “Estrella” en Monterrey N.L., esto responde por la cercanía con la ciudad de Saltillo que representa un costo más bajo en su traslado, las frutas que maneja en bodega, la procedencia y proveedores se exponen en el siguiente cuadro.

Cuadro 8. Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 1.

	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón
Procedencia	Monterrey	SLP	Coahuila	Monterrey	No Disponible
Volumen	No Disponible				
Periodicidad	Diario	Diario	Diario	Diario	Diario
Proveedor	Mayorista	Acopiador	Productor	Mayorista	Productor
Precio	No Disponible				
Empaque	C. de Cartón	Reja	Reja	Arpillera	Reja

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

De acuerdo a Información del entrevistado 1, este se dedica también a comercializar 4 hortalizas, las cuales las vende diariamente siendo un mayorista su principal proveedor. El lugar de procedencia más frecuente es la central Estrella de Monterrey; y solo un producto lo abastece un productor del estado de Sinaloa. Dicha información es presentada en el cuadro siguiente.

Cuadro 9. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 1.

Hortalizas				
	Tomate	Cebolla	Chile Serrano	Chile Jalapeño
Procedencia	Sinaloa	Monterrey	Monterrey	Monterrey
Volumen	No Disponible	No Disponible	No Disponible	No Disponible
Periodicidad	2*Sem	1*Sem	Diario	Diario
Proveedor	Productor	Mayorista	Mayorista	Mayorista
Precio	No Disponible	No Disponible	No Disponible	No Disponible
Empaque	C. de cartón	Arpillera	Arpillera	Arpillera

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

En el siguiente cuadro se muestra la forma de comercializar las principales frutas y hortalizas del entrevistado número 1, en el cual se aprecia que todas las frutas y hortalizas que comercializa son a consumidores minoristas, a los que les vende volúmenes no tan considerables como los son los grandes mayoristas, además también le surte a restaurantes y fruterías de la región.

Cuadro 10. Comercialización de frutas y hortalizas del entrevistado 1

	FRUTAS					HORTALIZAS			
	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón	Tomate	Cebolla	chile S	Chile J
Consumidor	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fruterías	1	1	0	1	1				
Autoservicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mayoristas	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Restaurantes	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

De acuerdo a esta información proveniente del entrevistado número 1, cabe destacar que no le comercializa a ninguna tienda de autoservicio ya que mencionaba que son muchos los requisitos que imponen estas cadenas de autoservicio para ser proveedores de frutas y verduras.

De acuerdo a información presentada por el entrevistado número 2, las principales frutas que comercializa son 5, teniendo como proveedor principal un mayorista de la central de abastos estrella de Monterrey y solo un productor de Coahuila es el que le abastece de manzana.

Cuadro 11. Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 2.

	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón
Procedencia	SLP	Monterrey	Coahuila	Monterrey	Monterrey
Volumen	1 Ton	2 Ton	1 Ton	3 Ton	1 Ton
periodicidad	2 días				
Proveedor	Mayorista	Mayorista	Productor	Mayorista	Mayorista
Precio	No Disponible				
Empaque	C. de Cartón	Reja	Reja	Arpillera	Reja

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

Con base a datos del entrevistado número 2, este comercializa 4 hortalizas principalmente en las que su proveedor principal es un mayorista de la central de abastos estrella de Monterrey N.L. además del volumen que maneja y la periodicidad; dicha información se presenta en el cuadro siguiente

Cuadro 12. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 2.

Hortalizas				
	Tomate	Cebolla	Chile Serrano	Chile Jalapeño
Procedencia	Monterrey	Monterrey	Monterrey	Monterrey
Volumen	1 Ton	5 Ton	100 kg	400 kg
Periodicidad	2 días	2 días	2 días	2 días
Proveedor	Mayorista	Mayorista	Mayorista	Mayorista
Precio	No Disponible	No Disponible	No Disponible	No Disponible
Empaque	C. de Cartón	Arpillera	Arpillera	Arpillera

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

En el siguiente cuadro se aprecia información brindada por el entrevistado número 2, en el que afirma comercializar frutas y hortalizas a distintos compradores, a excepción del tomate este lo vende a una tienda de autoservicio. Esto se debe a que cumple con los requisitos de compra-venta que imponen las cadenas comerciales, tales como características del producto, volumen, presentación y empaque.

Cuadro 13. Comercialización de frutas y hortalizas del entrevistado 2

	FRUTAS					HORTALIZAS			
	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón	Tomate	cebolla	chile S	Chile J
Consumidor	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fruterías	1	1	1	1	1				
Autoservicio	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Mayoristas	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Restaurantes	1	1	1	1	0	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

De acuerdo a información recabada del entrevistado número 3, menciona que maneja 5 frutas principalmente para comercializar en las que proceden principalmente de la central de abastos de Monterrey N.L. dicha información se presenta en el cuadro siguiente

Cuadro 14 Procedencia de frutas que almacena y vende el entrevistado 3.

	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón
Procedencia	Monterrey	Monterrey	Monterrey	Monterrey	Monterrey
Volumen	No Disponible				
Periodicidad	3 días	2 días	2 días	2 días	2 días
Proveedor	Mayorista	Mayorista	Mayorista	Mayorista	Mayorista
Precio	No Disponible	No Disponible	No Disponible	No Disponible	N Disponible
Empaque	C. de Cartón	Reja	Reja	Arpillera	Reja

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

Las verduras que almacena y comercializa el entrevistado número 3 se muestran en el siguiente cuadro, se puede apreciar que el proveedor principal de este bodeguero viene de la central estrella de Monterrey N.L además comercializa cuatro verduras principalmente.

Cuadro 15. Procedencia de hortalizas que almacena y vende el entrevistado 3.

Hortalizas				
	Tomate	Cebolla	Chile Serrano	Chile Jalapeño
Procedencia	Monterrey	Monterrey	Monterrey	Monterrey
Volumen	1 Ton	3 Ton	85 Kg	300 Kg
Periodicidad	2 días	3 días	3 días	3 días
Proveedor	Mayorista	Mayorista	Mayorista	Mayorista
Precio	No Disponible	ND	ND	ND
Empaque	C. de Cartón	Arpillera	Arpillera	Arpillera

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

En el siguiente cuadro se puede apreciar información proporcionada por el entrevistado 3, en el cual afirma que comercializa 5 frutas y 4 hortalizas, además menciona que no le comercializa a ninguna tienda de autoservicio.

Cuadro 16. Comercialización de frutas y hortalizas del entrevistado 3

	FRUTAS					HORTALIZAS			
	Plátano	Mango	Manzana	Naranja	Melón	Tomate	cebolla	chile S	Chile J
Consumidor	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fruterías	1	1	1	1	1				
Autoservicio	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mayoristas	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Restaurantes	1	0	1	0	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de las entrevistas

3.3. Información adicional para los tres casos de estudio

A continuación se expone información correspondiente a otros apartados de la cédula de entrevistas.

Descarga y recepción. De acuerdo a información proporcionada por el entrevistado las maniobras de carga y descarga ocurren desde la mañana cuando se va por la mercancía a la central Estrella de Monterrey N.L. Esto ocurre alrededor de las 4:00 am donde todos los trabajadores acuden para cargar el camión con distintos productos ya que se tiene que cargar el mayor volumen posible para que convenga el costo del flete. Una vez llegando a las bodegas de Saltillo se procede a descargar el camión con maquinaria y equipo que cuentan, rampa de descarga y patines operados manualmente. Cabe destacar que la frecuencia de ida a la Central de Abasto es cada tres días a la semana.

Almacenamiento. Una vez descargado el camión se procede a almacenar el producto en las bodegas clasificándose de acuerdo a la vida de anaquel de los productos, los que necesitan refrigeración se meten al cuarto frío y los que son menos perecederos solo se acomodan en la tarima y el mismo empaque.

Sistema de registro de entradas y salidas. Cabe destacar que los entrevistados no cuentan con un sistema de registro de entrada de mercancía, sino solo cuentan el producto por cajas y ni siquiera lo registran en una hoja de papel. También no realizan un inventario periódico para ver la rotación del producto que manejan.

Registro de almacén por producto. Los bodegueros o almacenistas no cuentan con un registro bien estructurado de la mercancía, solo se cuentan las cajas o arpillas que tienen, pero no se cuenta con un orden de clasificación, de acuerdo a la observación en las bodegas se pudo apreciar que no se tiene un orden de clasificación.

Mermas por producto. De acuerdo a la plática con bodegueros no se tiene un registro detallado de mermas en las bodegas, ya que no se realiza un inventario y rotación del producto periódicamente, solo hasta cuando se tiene que ir por mercancía a la Centra de Abasto “Estrella” en San Nicolás, N.L.

Conservación en frío. Cabe destacar que no todos los bodegueros entrevistados cuentan con cámara de refrigeración, de los tres entrevistados solo uno cuenta con este importante equipo, ya que mencionaban que es muy necesario obligando a los que no lo tienen a sacar los productos lo antes posible, es por ello que tiene que acudir constantemente a la Central “Estrella”, ya que no todos los productos que manejan entre frutas y hortalizas tienen un tiempo de vida de anaquel igual.

Tiempo de almacenamiento por producto. El tiempo de almacenamiento de cada producto varía, es de acuerdo al tiempo de vida de cada uno y también tiene que ver mucho la venta de los productos manejados, algunos se venden más rápidamente, en promedio el producto se almacena de tres a cuatro días.

Clasificación por calidad del producto. Los bodegueros o almacenistas no realizan este servicio de clasificación a su producto, sino que venden de diferentes tamaños y al mismo precio cada producto. Sería importante que clasificaran el producto por tamaño, ya que podrían vender a diferentes precios y esto les generaría una mayor ganancia a su actividad.

Empleados temporales y fijos. En promedio los bodegueros entrevistados tienen 4 empleados fijos, solo algunas veces es cuando contratan personal eventual, la mayoría son empleados fijos que ya llevan tiempo trabajando.

Horas de trabajo por semana. Los empleados que trabajan con los bodegueros, en promedio laboran 10 horas por día de lunes a viernes y los sábados solo 8 horas. En un horario de 6:00 am a 4:00 pm y sábado de 6:00 a 2:00 pm, cabe destacar que los días que se tiene que ir por producto a la Central “Estrella” trabajan más de 10 horas y por consecuencia se tienen que pagar horas extras a los empleados.

CONCLUSIONES

En base a la información analizada se puede concluir que:

- El grupo de cultivos de frutas y hortalizas en México, son los cultivos que generan un alto valor por superficie destinada a su producción, en conjunto ambos grupos aportaron para el año 2017 el 44.92 % del valor generado en el subsector agrícola, en cuanto a la relación valor generado con la superficie sembrada los cultivos hortícolas son los que presentan la mayor relación, es decir que generan un valor superior por ha.
- Son 63 cultivos frutales de diferentes tipos los que se producen en México, los 10 principales frutales por superficie sembrada ocupan el 82.10 % del total de la superficie de frutales, de estos frutales los tres principales son la naranja, el aguacate y mango, mientras que en volumen de producción obtenida, destacan el aguacate, limón y la nuez
- A nivel nacional se registran 59 cultivos hortícolas, los 10 cultivos ocupan el 76.67 % de la superficie que se siembra de hortalizas y que generan el 81.27 % de total del valor generado por el grupo de cultivos hortícolas, en cuanto a volumen de producción los tres cultivos que destacan son Chile verde, chile seco y elote, que aportan el 36.02 % del total generado.
- En los canales de comercialización de frutas y hortalizas participan los productores, transportistas, mayoristas (almacenistas) y detallistas, siendo las Centrales de Abasto el medio por el cual se distribuye el mayor volumen de frutas y hortalizas, existiendo en México 66 centrales y/o mercado de abasto; las cinco principales centrales con mayor tamaño por el volumen que manejan están ubicadas en la Ciudad de México, Guadalajara, Puebla, San Nicolás de los Garza Nuevo León.
- En lo correspondiente a la Central de Abastos “Estrella” de San Nicolás de los Garza Nuevo León, tiene una capacidad de 250,000 m², esta central acuden

compradores mayoristas y medios mayoristas de la región, entre ellos bodegueros que se ubican en la Central de Abastos de la Cd. De Saltillo, que recurren a la compra de frutas y hortalizas.

- Las cinco frutas que de mayor constancia son compradas por bodegueros de Saltillo son la manzana, la naranja, el plátano, el mango y el limón. La manzana es importada, la naranja procede del estado de Nuevo León, el plátano del estado de Chiapas, principalmente.
- Las cinco hortalizas de mayor constancia en la compra por bodegueros de Saltillo son el chile verde (jalapeño y serrano) que procede principalmente de estado de Sinaloa y Chihuahua en diferentes épocas del año, el tomate rojo (jitomate) procede principalmente de Sinaloa, el tomate verde de Zacatecas y cebolla que procede de diferentes estados, de acuerdo a la época.
- En cuanto los tres bodegueros entrevistados, estos recurren por la mañana cada tercer día a la Central de Abasto "Estrella" para la compra de frutas y hortalizas mencionadas, la constancia en la compra están determinada por la capacidad instalada (bodega), equipo (vehículo propio de tres toneladas) y por la cercanía.
- El origen de un porcentaje considerable de frutas y hortalizas que se consumen en la Ciudad de Saltillo corresponden a los estado origen de procedencia de la frutas y hortalizas que se comercializan en la Central de Abastos "Estrella"

RECOMENDACIONES

Dada la información que se obtuvo de manera general sobre abasto y distribución de frutas y hortalizas, que se comercializan en Saltillo a través de la central de abastos, se recomienda:

1. Realizar un estudio más detallado de los canales y márgenes de comercialización tanto de frutas como hortalizas que se comercializan en la Ciudad de Saltillo, las cuales fueron identificadas a través del estudio, así como los principales agentes que intervienen en dicha actividad. Para el estudio se debe de considerar ampliar el número de entrevistas a agentes participantes en los canales de comercialización.
2. Realizar un estudio técnico-económico a distribuidores mayoristas (bodegueros) con la finalidad de identificar la situación y oportunidades de mejora en su unidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Argenti Olivio & Marocchino Cecilia (2007). Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición. FAO
- Baker, D. (2011). Canales de comercialización y administración de la cadena de suministro. Obtenido de <https://syscomerubenmunoz.files.wordpress.com/2011/02/celtem-part-i-admin-canales-scm-marketing3.pdf>
- Bejarano, J. (1997). Economía de la Agricultura. Colombia
- Caldentey, A., & Gomez Muñoz, P. (1993). Economía de los mercados agrarios. Ed, Mundi- Prensa, Madrid España.
- Cubillos, G. T. (s.f.). Mercadeo Agropecuario, Colombia; Disponible en: <http://files.tgea2013.webnode.com.co/2000000078c6208eb6f/Mercadeo%20agropecuario.pdf>
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, (USDA), Septiembre de 1995. Métodos para el cuidado de Alimentos perecederos durante el transporte por camiones. Obtenido de <https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Metodos%20para%20el%20Cuidado%20de%20Alimentos%20Perecederos.pdf>
- Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Disponible en: <http://inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM05coahuila/municipios/05030a.html>
- Grajales V. Guillermo (1970). Comercialización. Estudio de mercado y comercialización. IICA-CIRA, Bogota, Colombia (págs. 116-118)
- Gonzales Montero J., et al (1986) La planificación del desarrollo Agropecuario Vol. 1. Ed. Siglo XXI, 4ta edición, México
- Guía Técnica. La Administración de Mercados y Centrales de Abastos. Disponible en: www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/335/1/images/guia14_a_administracionde_mercados_y_centrales_de_abastos.pdf
- INEGI, Empleo y Ocupación, Población Económicamente Activa. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/?t=0200&ag=05030#tabMCcollapse-Indicadores>

INEGI, Población ocupada por municipio y su distribución porcentual según su división ocupacional, disponible en https://www.inegi.org.mx/app/cuadroentidad/Coah/2018/10/10_4

INEGI, Producto interno bruto por actividad económica y sector de actividad económica serie anual de 2011 al 2016. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/app/cuadroentidad/Coah/2018/11/11_1

Kotler, D. P. (1980). Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales. Gestipolis.

Mochón M. F. (2002). Economía Básica, Mc Grall Hill, España.

Organización Mundial de la Salud, (OMS), Fomento del Consumo Mundial de Frutas y Verduras,(2004). Obtenido de <https://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/>

Salvatore, D. (1999). Teoría y Problemas de Microeconomía. McGraw-Hill. España

Samuelson, P. A. (1993). Microeconomía. Ed. McGraw-Hill book Company. Madrid, España.

Secretaría de Economía. Inventario de Centrales y mercados de abasto en México, disponible en www.elogistica.economia.gob.mx

Sistema de Información agroalimentaria de Consulta (SIACON), 2018

Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (SNIIM), 2018



ANEXOS

Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
División de Ciencias Socioeconómicas
Departamento de Economía Agrícola

Nombre del negocio:	Nombre del encuestado:	Tiempo en la actividad	fecha:									
I. ABASTO DE PRODUCTOS												
1. ¿Qué productos maneja? (mencionar todos)												
Frutas												
Verduras												
2. ¿Lugar de procedencia de cada producto?												
Frutas												
Procedencia												
Volumen (Kgs)												
Periodicidad												
Proveedor 1. Productor 2. Acopiador 3. Mayorista												
Empaque para transportar 1. Reja 2. Caja cartón 1. Arpilla 2. Bolsa plástico 3. Granel 4. Otro												
Precios												
Hortalizas												
Procedencia												
Volumen (Kgs)												
Periodicidad												
Proveedor 5. Productor 6. Acopiador 7. Mayorista												
Empaque para transportar 1. Reja 2. Caja cartón 8. Arpilla 9. Bolsa plástico 10. Granel 11. Otro												
Precio												
3. ¿Qué medio(s) de transporte utiliza para el abasto?												
<input type="checkbox"/> Camión de carga propio <input type="checkbox"/> Camión de carga comercial. Costo del flete por viaje \$ _____ o_ Por tonelada \$ _____ <input type="checkbox"/> Otro: _____												
4. Variación del precio y cantidad de los productos que compra.												
Mes	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
\$												
Cantidad												
II. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO.												

1. ¿Con que infraestructura cuenta para el almacenamiento y conservación de su producto?
- 10.1. Bodega 1 Propia _____ Rentada _____ Bodega 2 Propia _____ Rentada _____
- 10.2. Dimensiones: (1) Frente _____ m Fondo _____ m Alto _____ Total _____ m³
- 10.3. Dimensiones: (2) Frente _____ m Fondo _____ m Alto _____ Total _____ m³
- 10.4. Plataforma de descarga: Ancho _____ Largo _____
- 10.5. Refrigerador: Frente _____ m Fondo _____ m Alto _____ Total _____ m³

2. Maquinaria y equipo

Tipo de equipo	Cantidad	Características	Capacidad	Precio	Valor

III. MANEJO DEL PRODUCTO (Tiempos y movimientos)

- Descarga y recepción. _____
- Almacenamiento y maniobras _____
- Sistema de registro entradas y salidas _____
- Registro de almacén por producto _____
- Mermas por producto _____ % Causa _____
- Conservación en frío. _____
- Tiempo de almacenamiento por producto _____
- Clasificación por calidad del producto. _____
- ¿cuántos empleados temporales y fijos tienen en su negocio? _____
- Horas que trabajan por semana _____ Salario medio _____

IV. COMERCIALIZACIÓN

1. Forma de comercialización

Productos	Consumidor	Fruterías	Autoservicio	Mayoristas	Procesadores	Restaurantes	Otros

2. Empaque para comercializar el producto.

Productos	Rejas	C. de Cartón	Arpillas	Bolsas de plástico	Granel	Otro

18. ¿Entrega el producto afuera de la bodega o lo transporta hasta el negocio del cliente?

19. Venta de productos

Frutas									
volumen									
precio									
Verduras									
volumen									
precio									

21. ¿Qué formas de pago maneja?

22. ¿Otorga crédito a sus clientes? Si ¿qué tipo de clientes?

V. PERCEPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA DEL NEGOCIO

Indique que tipo de problemática se presenta en su negocio

Problemas de venta de sus productos	problemas de financiamiento	Problemas de cobranza	Problemas de administración

¡¡Gracias por su atención!!

