

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
COORDINACION DE SOCIOLOGIA**

**"LA IMPORTANCIA DEL PROGRAMA RURAL DE ABASTO
EN EL CAMPO MEXICANO.
(DISTRIBUIDORA E IMPULSORA COMERCIAL CONASUPO, S.A. DE C.V)**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA
PRESENTAN:**

**MARTHA GLORIA FRANCO PEDRAZA MATRICULA 87336065
MARIA DE JESUS ALVAREZ SANCHEZ MATRICULA 89231749**

ASESOR TITULAR DEL SEMINARIO:

CLARA INES CHARRY SANCHEZ

DICIEMBRE DE 1995.

INDICE

PROYECTO DE INVESTIGACION	1
CAPITULO I	
MARCO HISTORICO	
1.1. Surgimiento del Programa Conasupo-Coplamar de Abasto a Zonas Marginadas.	4
1.2. Convenio CONASUPO-COPLAMAR.	5
1.3. Incorporación del Programa Rural a DICCONSA.	17
CAPITULO II.	
DICCONSA: OPERACION DEL PROGRAMA RURAL	
2.1. Elaboración, publicación y vigencia del reglamento de operación Programa Rural.	20
2.2. Qué es un almacén rural y como funciona.	22
2.3. Qué es un tienda rural y como funciona.	27
2.4. Actividades a seguir para el establecimiento de una tienda rural.	29
2.5. Infraestructura con que cuentan los almacenes y las tiendas rurales	38
2.6. Evolución del Programa Rural (1982-1988).	40

CAPITULO III

EVOLUCION DEL PROGRAMA RURAL EN EL SEXENIO 1989-1994

3.1 La Política de adelgazamiento del Estado y desincorporación de la Empresa Pública del Lic. Carlos Salinas de Gortari	44
3.2. Desincorporación de CONASUPO (desaparición de algunas de sus filiales).	46
3.3. Situación del Programa Rural en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari 1989-1994 Apertura de Almacenes y tiendas.	49

CAPITULO IV PARTICIPACION COMUNITARIA.

4.1. Esquema de Corresponsabilidad Estado-Comunidad	53
4.2. La participación comunitaria como soporte, base y crecimiento fundamental del programa rural de abasto comunitario.	57
4.3. Asamblea Comunitaria	63
4.4. Comité Rural de Abasto.	64
4.5. Consejo Comunitario de Abasto.	66
4.6. Mesa Directiva del Consejo.	67
4.7. Congresos Nacionales de los Consejos Comunitarios de Abasto. Comunitarios de Abasto.	68

V. CONCLUSIONES.	70
-------------------------	----

VI. BIBLIOGRAFIA.	73
--------------------------	----

ANEXO ENTREVISTA

ANEXO LISTADO ALMACENES

**LA IMPORTANCIA DEL PROGRAMA RURAL DE ABASTO
EN EL CAMPO MEXICANO.
(DISTRIBUIDORA E IMPULSORA COMERCIAL CONASUPO, S.A. DE C.V.)**

I. INTRODUCCION

El objetivo central de Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S. A. de C.V. (DICCONSA) es el de contribuir al desarrollo económico y social del país en el campo de la regulación de las subsistencias populares, mediante la compra, la distribución y venta de las mismas, en cantidad y precios adecuados para los sectores de escasos recursos que constituyen su población objetivo.

Para cumplir con su objetivo y teniendo como antecedente el Programa CONASUPO-COPLAMAR, así como en congruencia con los términos en que el Estado busca replantear su pacto con los campesinos, nace el Programa Rural con acciones tendientes a lograr apertura de almacenes y tiendas que se conviertan en canales de comercialización y distribución que respondan cualitativa y cuantitativamente a las necesidades de su población objetivo y ha procurado ampliar la participación de las comunidades organizadas para el establecimiento y operación de tiendas en forma corresponsable.

Dicho programa ha sobrevivido a los sexenios de José López Portillo (3 últimos años) al de Miguel de la Madrid Hurtado. Así como al de Carlos Salinas de Gortari y sigue vigente en el actual Gobierno.

Por lo anterior creemos que dicho programa ha sido de suma importancia, en el campo mexicano logrando resolver con la apertura de sus almacenes y tiendas en las zonas rurales marginadas por una parte, el problema de abastecimiento (productos de primera necesidad) a la población de menos recursos con oportunidad y precios adecuados, y por otra, ayudando a eliminar el intermediarismo, regulando los precios del mercado.

El programa Rural de DICCONSA tiene repercusiones económicas, políticas y sociales. En el aspecto económico, efectivamente el programa ha llegado a las poblaciones más marginadas (rurales), ayudando a abastecer a la población y beneficiándolos en su ya deteriorada economía. En el aspecto político, se ha dicho que el programa ha sido utilizado en ocasiones para acarrear gente para apoyar al partido del Estado (PRI) en diversos eventos. El aspecto social, es el más importante ya que ha logrado unificar esfuerzos y participación de las comunidades a las cuales prestan el servicio.

Aunque el programa tiene repercusiones en los aspectos antes mencionados, nuestro estudio se abocara a analizar principalmente el aspecto social, por considerarlo el de mayor importancia.

2. OBJETIVO GENERAL

Exponer y analizar el Programa Rural de Abasto (DICCONSA) con el objeto de demostrar la importancia de dicho programa para la solución de los problemas de Abasto de la Población rural, así como los alcances de dicho programa en su ámbito social.

3. OBJETIVOS PARTICULARES

- Estudiar los antecedentes y el Convenio de creación del Programa Rural (DICCONSA).
- Analizar particularmente el programa durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari.
- Dar a conocer la estructura organizativa para que dicho programa funcione.
- Analizar la infraestructura y crecimiento del programa en dicho período.
- Análisis de gráficas y estadísticas que muestren la apertura de almacenes y tiendas rurales.
- Conoce y definir la población beneficiada y la manera en que participa o contribuye para que dicho programa funcione.
- Detectar la problemática a la que se ha enfrentado el programa y la forma como han logrado superar, así como las deficiencias que subsisten.

4. HIPOTESIS

- El Programa Rural de abasto llega a sectores importantes de las comunidades rurales.
- El Programa Rural soluciona las necesidades básicas de las comunidades que cuentan con este servicio.
- El abasto a través del Programa DICCONSA tiene un alto grado de eficiencia en la entrega de las mercancías a las tiendas rurales.
- Las tiendas rurales están localizadas en zonas accesibles a la población del medio rural y alejadas de los centros urbanos de consumo.
- Las mercancías vendidas en las tiendas rurales cubren las necesidades básicas de consumo alimenticio de su población objetivo.
- Los precios de los productos son mas bajos que en otros lugares.

- El Programa Rural de DICONSA ha sido el mecanismo más importante para superar los problemas de desabasto en una gran cantidad de zonas rurales.
- El Programa Rural sirve para acabar con la especulación de precios.
- El Programa Rural sirve para optimizar el ingreso de las familias beneficiadas.
- El Programa Rural de abasto se organiza a partir del apoyo de la comunidad, a una mejor organización y participación corresponde un mejor funcionamiento del programa.
- El Programa Rural de abasto no tendría éxito sino hubiese sido desarrollado sobre la participación de las propias comunidades.
- El Programa Rural de abasto no cubre la totalidad de la dieta alimentaria básica de las personas beneficiadas, ellas deben completar su abasto en otros circuitos de consumo.

5. TIPO DE INVESTIGACION

La investigación será hemerográfica con investigación de campo. Se programarán entrevistas tanto con informantes calificados, así como con la población a la cual beneficia el Programa Rural.

Se realizarán visitas de campo a algunas de las poblaciones rurales marginadas, que cuenten con almacén y tiendas de dicho Programa, con objeto de confirmar nuestras hipótesis de trabajo en relación a los problemas que se generan en las zonas donde dicho programa no llega y las ventajas que reporta a las zonas que cuentan con el programa.

6. DEFINICION DEL INSTRUMENTO METODOLOGICO.

- Entrevistas a informantes calificados: a través de estas entrevistas pretendemos obtener información sobre el Programa Rural (creación, evolución, problemáticas, etc).
- Visita de campo: se entrevistará a gente que vive en poblaciones donde llega el programa, para saber su punto de vista sobre el programa rural, si les ha sido de utilidad, si les beneficia, a qué tipo de problemática se han tenido que enfrentar, etc, para poder tener no solo la visión del informante calificado, sino el de la población beneficiada.

Las entrevistas serán con preguntas abiertas.

CAPITULO I

MARCO HISTORICO

MARCO HISTORICO

CAPITULO I.

1.1 SURGIMIENTO DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A ZONAS MARGINADAS.

Buscando resolver el ancestral y grave problema de los campesinos y comunidades de las regiones más apartadas, el gobierno federal a fines del sexenio de José López Portillo y en ocasión de la culminación de los actos conmemorativos del sexagésimo noveno aniversario del inicio de la Revolución Mexicana, el Ejecutivo firmó como testigo de honor el convenio para establecer el sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Zonas Marginadas

El 20 de Noviembre de 1979, al terminar el desfile, el ejecutivo, acompañado de su gabinete y de los dirigentes de las cámaras de Diputados y de Senadores, así como del Presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, pasó del balcón central al salón de embajadores del Palacio Nacional, donde se realizó la firma del convenio. En este documento se establece el compromiso del gobierno de abastecer de alimentos y otros productos básicos, por valor de cinco mil millones de pesos anuales, a más de cinco mil centros de distribución o tiendas comunitarias que darán servicio a 20 mil localidades, con lo cual alrededor de 10 millones de campesinos obtendrían ahorros por cerca de 4 mil millones de pesos en la adquisición de sus subsistencias.

El convenio fue suscrito además, por el Secretario de Comercio, como Coordinador Sectorial de ese campo de actividad del gobierno Lic. Jorge de la Vega Domínguez, el Director de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares -CONASUPO- Lic. Enrique Díaz Ballesteros. Ya que a través de la empresa filial, Distribuidora CONASUPO--DICONSA se compromete a garantizar el abasto general del sistema, el Secretario de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, Arq. Pedro Ramírez Vázquez, en virtud de que la dependencia a su cargo es la responsable de construir los 200 almacenes que funcionarán en lugares estratégicos de acceso a las comunidades que serán servidas; el Secretario de Patrimonio Industrial, Lic. José Andrés Oteyza, quien asegurará que la industria automotriz del país provea los 300 camiones pesados y las 600 camionetas en las que se distribuirán los productos, el Director de la Comisión Nacional de la Industria Azucarera, Lic. Mario Trujillo García, quien se encargará de que no existan obstáculos operativos para surtir el azúcar popular del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados, --COPLAMAR-- representada por el Lic. Ignacio Ovalle Fernández, esta Coordinación tendrá a su cargo la proposición de los sitios donde se levantarán las instalaciones, la organización de las comunidades y la supervisión del Sistema. El Sistema contará además con el apoyo de cuando menos seis aviones de carga para atender a las regiones más abruptas. (1)

(1) Convenio CONASUPO-COPLAMAR, noviembre de 1979.

1.2. CONVENIO CONASUPO-COPLAMAR

Por considerarlo importante a continuación incluimos el convenio con el cual nace el Programa Rural objeto de nuestro estudio, dicho documento se presenta íntegro, ya que incluye información fundamental para el desarrollo y entendimiento del tema de la presente tesis, así como por ser un documento poco difundido.

CONVENIO PARA ESTABLECER EL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A ZONAS MARGINADAS QUE CELEBRAN LAS SIGUIENTES DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL: LA SECRETARIA DE COMERCIO -SECOM- REPRESENTADA POR SU TITULAR EL SR. LIC. JORGE DE LA VEGA DOMINGUEZ; LA SECRETARIA DE PATRIMONIO Y FOMENTO INDUSTRIAL -SEPAFIN- REPRESENTADA POR SU TITULAR EL SR. ARQ. PEDRO RAMIREZ VAZQUEZ; LA COORDINACION GENERAL DEL PLAN NACIONAL DE ZONAS DEPRIMIDAS Y GRUPOS MARGINADOS, DE PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA -COPLAMAR- REPRESENTADA POR SU COORDINADOR GENERAL EL SR. LIC. IGNACIO OVALLE FERNANDEZ; LA COMPAÑIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES -CONASUPO- REPRESENTADA POR SU DIRECTOR GENERAL EL SR. LIC. ENRIQUE DIAZ BALLESTEROS Y LA COMISION NACIONAL DE LA INDUSTRIA AZUCARERA REPRESENTADA, POR SU DIRECTOR GENERAL EL SR. MARIO TRUJILLO GARCIA.

ANTECEDENTES.

Las partes que intervienen en este convenio manifiestan su voluntad de establecer un sistema que permita hacer llegar productos básicos, en cantidades suficientes, a los grupos marginados de las áreas rurales del país, que se sustente en una adecuada combinación de apoyo institucional y de organización comunitaria, con base en los siguientes antecedentes y consideraciones jurídicas y sociales:

1o.- De acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal la Secretarías de Comercio tiene, entre otras atribuciones, las de formular y conducir las políticas generales de comercio del país, orientar y estimular los mecanismos de protección al consumidor, coordinar y dirigir la acción orientada a asegurar el abastecimiento de los consumos básicos de la población y fomentar la organización de sociedades cuyo objeto sea la distribución o el consumo.

2o.- Por acuerdo Presidencial de fecha 17 de Enero de 1977, publicado en el Diario Oficial del día 21 siguiente, se creó la Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados, de Presidencia de la República -COPLAMAR- para estudiar y proponer la atención eficaz de las necesidades de las zonas deprimidas y los grupos marginados, sugerir y determinar la coordinación de las

acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como los programas dirigidos a este tipo de zonas geográficas y grupos humanos en el país.

COPLAMAR. - creada en los términos del artículo 8o. de la ley orgánica de la Administración Pública Federal, agrupa, coordina y apoya, entre otras, a las siguientes entidades: Instituto Nacional Indigenista -INI-; Comisión Nacional de Zonas Áridas -CONAZA-; Patrimonio indígena del valle del Mezquital -PIVM- Patronato del Maquey; Productos Forestales de la Tarahumara - PROFORTRAH. fideicomiso de obras sociales a campesinos cañeros de escasos recursos -FIOSCER-; fideicomiso del fondo candelillero; FIDEPAL, S. DE R.L. de I.P. y C.V. y La Forestal -F.C.L- Todos estos organismos tienen una estructura de penetración y supervisión de sistemas de abasto para zonas marginadas, así como promover la participación de las comunidades beneficiadas.

3o.- CONASUPO - es un organismo descentralizado de la Administración Pública creado por Decreto Presidencial del día 23 de marzo de 1965, publicado en el Diario Oficial de la Federación del día jueves 1o. de abril del mismo año, al que corresponde "integrar reservas nacionales que permitan regular los mercados de consumo interno, realizando su distribución y venta por los canales comerciales que sean adecuados" así como "promover, organizar y operar sistemas comerciales para comprar, envasar, distribuir y vender subsistencias populares" por sí o a través de instituciones filiales agrupadas en el denominado SISTEMA DICONSA, que poseen capacidad formal, material, técnica " administrativa para cumplir con las funciones que tienen encomendadas.

4o.- DICONSA, filial de CONASUPO, está integrada a su vez por seis empresas filiales de participación estatal, constituidas en Sociedades Anónimas de Capital Variable que son -- Distribuidora-- CONASUPO del Noroeste; del Centro; Metropolitana; del Sur y del Sureste; con sede, respectivamente, en las Ciudades de Hermosillo, Monterrey, Guadalajara, México, Puebla y Villahermosa.

Sus actividades consisten, básicamente, en la realización de los servicios de distribución y venta de artículos de subsistencia popular, con las siguientes finalidades:

A) coadyuvar al fomento del desarrollo económico y social del país, participando en la regulación y modernización del mercado de los bienes que se consideran de consumo necesario para la alimentación; la salud y el bienestar físico de los sectores económicamente débiles, promoviendo el desarrollo equilibrado de la producción de esas subsistencias, así como su eficiente comercialización.

B) Aumentar el poder de compra de los consumidores de escasos recursos, así como incrementar los ingresos de los productores de bajos recursos.

C) Incrementar la participación antes mencionada a través de sistemas y establecimientos destinados a la comercialización de subsistencias.

5o.- Por sus atribuciones, facultades y programas resulta indispensable la participación en este convenio de las Secretarías de Patrimonio y Fomento Industrial y de Asentamientos

Humanos y Obras Públicas. También es necesaria la participación de la Comisión Nacional de la Industria Azucarera.

6o.- Las partes que intervienen en este documento manifiestan que es un propósito fundamental del Gobierno del C. presidente José López Portillo lograr que los productos de subsistencia popular o productos básicos, lleguen a los grupos marginados de las áreas rurales y a las zonas deprimidas del país en volúmenes necesarios con oportunidad y a los precios más bajos posibles, en atención a su situación económica- social, propósito que no se ha logrado cabalmente, entre otras razones, porque las condiciones de la producción y mercado han impedido garantizar el abasto correspondiente y ha faltado un sistema con la participación organizada de las comunidades, que responda estrictamente a una concepción integral de distribución de alimentos básicos para los grupos y las zonas, a partir de un esquema autosuficiente en su operación. Estos obstáculos pretenden ser superados con el sistema que en este documento se conviene, basado en la garantía de abastecimiento de los productos, almacenamiento a nivel regional, transportación y, principalmente la participación comunitaria en el establecimiento del programa. su seguimiento, control, supervisión, responsabilidad en su organización y administración. aspectos que deben garantizarse y cumplirse eficaz y oportunamente, por ser condiciones fundamentales para su establecimiento.

7o.- Las partes convienen en realizar un especial esfuerzo intersectorial que permita garantizar el acceso de los grupos más pobres del país, en el medio rural, al consumo de los productos básicos, esfuerzo al que debe corresponder la participación y responsabilidad de las comunidades beneficiadas, para cuyo efecto se compromete conforme a las siguientes.

CLAUSULAS.

PRIMERA.- El Sistema.

Las partes que suscriben este documento se comprometen a coordinar sus actividades para establecer y operar el " Sistema CONASUPO-COPLAMAR de abasto a zonas marginadas ".

SEGUNDA .- El Objeto.

El objeto del sistema consiste en garantizar el abastecimiento o flujo de productos básicos, principalmente maíz, frijol, azúcar y arroz, a los grupos marginados en el medio rural y zonas deprimidas del país, en los volúmenes suficientes, con la oportunidad necesaria y a los precios más bajos posibles, canalizando en forma efectiva una parte substancial de la producción nacional de esos productos para abastecer específicamente a los grupos y zonas mencionadas, contando para tal efecto con la participación comunitaria en los términos de la cláusula DECIMO CUARTA de este convenio.

TERCERA.- Los Alcances del Sistema

Las partes se comprometen a realizar las acciones que les corresponden para distribuir anualmente, a partir de 1980, cantidades del orden de 500,000 toneladas de maíz y/o harina de maíz, 75,000 toneladas de frijol y/o harina de frijol, 100,000 toneladas de azúcar así como los productos básicos que se precisan en la cláusula QUINTA, por valor de 2,000 millones de pesos, adicionales al valor de los primeros, a través de 200 almacenes regionales que serán construidos, o convenientemente habilitados, para dar servicio a 5,200 centros de distribución, contando para tal efecto con el equipo de transporte que sea necesario para asegurar la operación del sistema.

CUARTA.- Cobertura Territorial.

El sistema comprenderá aproximadamente 15 mil poblaciones en más de mil municipios en toda la república, atendiendo con ello aproximadamente a 10 millones de habitantes a los que se asegurarán productos de CONASUPO de consumo necesario por un importe de 4,000 millones de pesos anuales, a precios que hagan posible que las comunidades tengan ahorros directos del orden de 3,000 millones de pesos anuales, más alrededor de 1,000 millones derivados de la regulación de los mercados regionales.

QUINTA.- Los Productos Básicos.

Para los efectos de este convenio se consideran como productos básicos, o de subsistencias popular, principalmente los siguientes: maíz, harina de maíz, frijol, harina de frijol, azúcar y arroz, como también así, aceite, menteca, chiles, pastas para sopa, harina de trigo, galletas, sardinas, leche evaporada y otros productos enlatados, café, chocolate, detergente y jabón, además de los que resulten necesarios, de acuerdo con las peticiones concretas de cada comunidad.

SEXTA.- Mecánica Operativa.

El sistema funcionará con base en Almacenes regionales que deberán contar con una superficie construida de aproximadamente 1,000 M2, equipo de transporte y la estructura administrativa necesaria, cada almacén regional será la base para surtir, cuando menos a 25 centros de distribución establecidos en otras tantas comunidades de su área de influencia, cuando haya espacio suficiente, las comunidades, previa resolución del consejo de supervisión a que se refiere la cláusula DECIMO CUARTA, podrán aprovechar los almacenes regionales para almacenar sus productos y posteriormente comercializarlos en la forma que decidan las propias comunidades.

SEPTIMA.- El Aspecto Financiero.

Para la realización del sistema la Secretaría de Comunicación y COPLAMAR gestionarán, conjuntamente, que los costos de inversión y los gastos iniciales de operación sean cubiertos por el gobierno federal.

CONASUPO y DICONSA se comprometen a procurar la autosuficiencia financiera del sistema, así como administrar y contabilizar, separada y pormenorizadamente, los fondos que les sean entregados para efectos de inversión y gastos corrientes relativos a este sistema, con total independencia de sus manejos y operaciones normales.

OCTAVA.- La Participación de la Secretaría de Comercio.

Esta entidad, de acuerdo a sus atribuciones legales, tendrá a su cargo :

- 1.- Formular y supervisar el cumplimiento de las políticas generales a aplicarse en el sistema.
- 2.- Coordinar y dirigir la acción estatal orientada a asegurar el abastecimiento de los productos comprendidos en este sistema.
- 3.- Orientar y estimular los mecanismos de protección al consumidor de las zonas marginadas.
- 4.- Fomentar la organización de sociedades comunitarias cuyo objeto sea la distribución o el consumo, aprovechando la penetración territorial de las entidades agrupadas en COPLAMAR.
- 5.- Dar cuenta al C. Presidente de la República, junto con COPLAMAR, del avance y operación del sistema.

NOVENA.- La Participación de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial.

De acuerdo a sus atribuciones y responsabilidad de coordinación sectorial de las industrias automotriz y azucareras, intervendrá ante éstas para el efecto de que el sistema cuente, oportunamente, con los vehículos automotrices necesarios para su operación y con el abasto de azúcar en los términos de la cláusula DECIMO TERCERA.

DECIMA.- La Participación de la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas.

De acuerdo a sus atribuciones corresponderá a esta Secretaría.

- 1.- Participar en la ubicación de los almacenes regionales, conjuntamente con CONASUPO, DICONSA y COPLAMAR, de acuerdo con los Gobiernos Estatales y la política general de asentamientos humanos.
- 2.- Proyectar, construir, reconstruir o habilitar los 200 Almacenes Regionales requeridos por el sistema, en un plazo de cuatro meses, a partir de la fecha en que COPLAMAR le entregue copia de los documentos que acrediten la transmisión de los terrenos correspondientes.

DECIMO PRIMERA.- Los Compromisos de CONASUPO.

CONASUPO.- por si o a través de DICONSA se obliga a :

- 1.- Hacer una reserva intransferible de los productos, en las cantidades establecidas en este convenio, para respaldar cabalmente la operación del sistema.
- 2.- Surtir por producto de las sucursales de DICONSA, a los 200 Almacenes Regionales integrantes del sistema, en forma regular, oportuna y suficiente para atender las demandas de abasto de los 5,200 centros de Distribución, de los productos descritos en las cláusulas TERCERA y QUINTA, en los volúmenes también ahí precisados y a los precios más bajos posibles.
- 3.- Integrar, junto con COPLAMAR, un equipo de trabajo que tenga a su cargo, en forma exclusiva, el establecimiento del sistema y su posterior seguimiento, control y supervisión.
- 4.- Posibilitar la utilización de instalaciones que actualmente ya existen, habilitadas convenientemente, para apoyar el sistema, así como la infraestructura en materia de transporte, también ya existente, que pueda aprovechar el mismo sistema.
- 5.- Designar a los jefes y subjefes de los Almacenes Regionales, así como establecer los sistemas, normas y procedimientos de organización que considere más convenientes o adecuados. El personal mencionado deberá tener debidamente informadas a las comunidades servidas del manejo de los Almacenes Regionales en las reuniones de los consejos de supervisión, de acuerdo con lo previsto en la cláusula DECIMO CUARTA.- También tendrá la obligación de mostrarles toda la documentación del manejo correspondiente, de conformidad con los manuales de operación establecidos por DICONSA.
- 6.- Contratar, por lo menos; un promotor por cada Almacén Regional que tendrá a su cargo la difusión del sistema y la organización de las comunidades para la instalación y funcionamiento de los Centros de Distribución. Puesto en marcha el sistema, para su correcto funcionamiento, el promotor, realizará labores de seguimiento, control y supervisión. En consecuencia deberá promover y conducir la celebración de las juntas de los consejos de supervisión de los Almacenes Regionales y las de los comités de Vigilancia y Administración de los centros de Distribución. DICONSA cuidará que las actividades de los promotores se realicen coordinadamente con los representantes de COPLAMAR que correspondan.
- 7.- Cuidar que en todo caso se cumpla, estrictamente, con las obligaciones de los jefes, subjefes y promotores, que se les asignan en este convenio, y se obliga a estar permanentemente informada sobre la conformidad de las comunidades respecto al cumplimiento, por parte del personal mencionado, de sus responsabilidades, también se compromete a tomar las medidas que sean necesarias a efecto de corregir las irregularidades reportadas por los consejos de supervisión de los Almacenes Regionales y los Comités de Vigilancia y Administración de los centros de Distribución.

8.- Determinar, conjuntamente con las comunidades, y COPLAMAR, las normas administrativas para la organización y funcionamiento interno de los Centros de Distribución, en la inteligencia de que :

a) Se obliga a efectuarse el cambio de todos los productos que lleguen en mal estado, así como los de nula o muy reducida venta.

b) Los centros de Distribución sólo estarán obligados a recibir los artículos solicitados o los sucedáneos previamente determinados.

c) Los Almacenes Regionales podrán comercializar con productos diferentes de los que integran los surtimientos normales del sistema, previo acuerdo con DICONSA.

d) Los Centros de Distribución deberán apoyar los programas gubernamentales en beneficio del consumo popular y del desarrollo social de la comunidad.

9.- Conjuntamente con COPLAMAR, establecer los sistemas de selección y capacitación de los jefes, subjefes y promotores de los Almacenes Regionales, así como de los responsables de los centros de Distribución.

10.- Informar mensualmente a COPLAMAR, a nivel central y regional, de los movimientos del Sistema Nacional y del abasto a los Sistemas Regionales.

11.- Una vez establecido el sistema realizará, en coordinación con COPLAMAR, actividades de seguimiento, control y supervisión del mismo, para su correcto funcionamiento también tendrá la facultad de proponer, en su caso, las modificaciones que estime necesario introducir el sistema, para su mejor operación.

DECIMO SEGUNDA.- Las Obligaciones de COPLAMAR.

COPLAMAR se compromete a :

1.- Proponer la ubicación de los Almacenes Regionales y de los Centros de Distribución de acuerdo con los Gobiernos Estatales, las necesidades de los organismos agrupados en COPLAMAR y la política general de asentamientos humanos.

2.- Realizar ante las autoridades municipales, ejidales o comunales correspondientes las gestiones y trámites que sean necesarios para obtener predios y habilitar locales adecuados para la instalación de los Almacenes Regionales y los Centros de Distribución.

3.- Promover y coordinar en las comunidades, con base en la cláusula OCTAVA, inciso 4, el establecimiento y organización de los Almacenes Regionales y los centros de Distribución, por medio de sus representantes.

4.- Colaborar en el establecimiento de los sistemas de selección y capacitación del personal necesario para el funcionamiento del sistema. En relación con los promotores tendrá facultades para coordinar y organizar su trabajo en lo referente a la instalación y funcionamiento de 5,200 centros de Distribución, a través del representante de COPLAMAR que en cada caso corresponda.

5.- Una vez establecido el sistema, realizará en coordinación con DICONSA, y por conducto de sus representantes en campo, actividades de seguimiento, control y supervisión del mismo para su correcto funcionamiento; también tendrá la facultad de proponer, en su caso, las modificaciones que estime necesarias introducir el sistema, para su mejor operación.

6.- Participar, por conducto de sus representantes, en las asambleas de los consejos de supervisión de los Almacenes Regionales . El representante de COPLAMAR que corresponda dará cuenta detallada sobre el informe que rinda al consejo de supervisión el jefe de Almacén Regional, obligándose a enviar a las oficinas centrales de COPLAMAR el referido informe y una copia del acta firmada por los asistentes. COPLAMAR después de revisar el informe y el acta correspondiente, comunicará lo conducente a DICONSA. Asimismo el representante mencionado deberá cuidar que se celebren con regularidad las sesiones de los comités de vigilancia de los centros de Distribución.

COPLAMAR podrá también, independientemente de sus representantes locales, enviar evaluadores especiales a las reuniones de cualquier consejo de supervisión para verificar el buen funcionamiento del sistema en sus diferentes aspectos.

7.- Informar ampliamente a la Secretaría de Comercio acerca de la iniciación, operación y funcionamiento del sistema.

8.- Mantener informado al C. Presidente de la República sobre el avance del sistema.

DECIMO TERCERA.- Intervención de la Comisión Nacional de la Industria Azucarera.

Conforme a las normas de la Secretaría de Patrimonio y Fomento industrial, dependencia coordinadora sectorial, la Comisión Nacional de la industria azucarera se compromete a asegurar el abasto al sistema de 100 mil toneladas de azúcar de consumo popular, cada año.

DECIMO CUARTA.- La Participación Comunitaria.

La operación del sistema descansará básicamente en la participación, organización y supervisión de las comunidades, bajo las siguientes normas:

1.- En base a la selección de la comunidades en que se ubicarán los centros de Distribución, conforme a la cláusula DECIMO SEGUNDA, los promotores del sistema COPLAMAR, a través de sus representantes, realizarán en las propias comunidades las siguientes actividades:

a) Difundir las características del sistemas haciendo explícitos sus objetivos y las responsabilidades que contraen las partes para su cumplimiento y ejecución.

b) En caso de obtener consenso, invitar a las comunidades a realizar asambleas en las que se formalice su voluntad, se integren los comités de vigilancia y administración y se nombren los encargados de lo centros de Distribución.

2.- Las comunidades incorporadas al sistema tendrán la obligación de instalar, habilitar, organizar y administrar los centros de Distribución, de acuerdo con los sistemas, normas y procedimientos de organización y control administrativo aprobados por CONASUPO, DICONSA y COPLAMAR . En consecuencia será responsabilidad de las propias comunidades dar cumplimiento a las obligaciones administrativas, fiscales y sanitarias que deriven de su establecimiento.

La distribución del trabajo comunitario para el funcionamiento del sistema será responsabilidad de las propias comunidades, quedando claro que las partes que suscriben este convenio son total y absolutamente ajenas a toda relación laboral que se pudiera derivar de su funcionamiento.

3.- Los Comités de Vigilancia y Administración estarán integrados por un presidente, un secretario y un vocal, con sus respectivos suplentes, que serán elegidos para cumplir periodos anuales y no podrán ser reelegidos para el periodo inmediato siguiente.

4.- Los Comités de Vigilancia y Administración tendrá a su cargo la supervisión constante de la operación de los Centros de Distribución conforme a las políticas que se establezcan en los manuales respectivos, e informarán a los promotores del sistema y al representante de COPLAMAR que corresponda, sobre el funcionamiento de dichos Centros, de acuerdo con las asambleas de comunidad que para tal efecto deberán celebrarse mensualmente en los Centros de Distribución, conforme a un calendario anual fijo establecido en la primera sesión, en la que se señalarán también las horas de reunión y sus resoluciones serán válidas independientemente del número de asistentes.

5.- Las resoluciones de los Comités de Vigilancia y Administración se tomarán por mayoría de los asistentes y deberán constar en actas suscritas por los mismos.

6.- Los encargados de los Centros de Distribución serán elegidos por la asamblea de la comunidad y propuestos al jefe del Almacén correspondiente quien elegirá de una terna, cuando la hubiere; la persona más capaz para el desempeño del puesto de encargado del Centro de Distribución. Una vez asignado el puesto de encargado de Centro de Distribución éste sólo podrá ser removido por la propia comunidad.

El jefe del Almacén podrá pedir la remoción del encargado del Centro de Distribución a la comunidad cuando demuestre que el abasto que le es confiado es empleado o Distribuido contra las normas fijadas por el Sistema CONASUPO-COPLAMAR y por los consejos de Supervisión. En este caso el jefe del Almacén podrá negarle al Centro de Distribución la entrega del abasto, debiendo aportar a la Asamblea de la comunidad las pruebas correspondientes, la cual para normalizar nuevamente el abasto a su comunidad deberá proponer una nueva terna al Jefe del Almacén, para efectos de tener el nombramiento de un nuevo encargado del Centro de Distribución.

A cada Centro de Distribución corresponde un 5% de comisión sobre las ventas que realicen. Esta comisión será destinada exclusivamente a remunerar los servicios del encargado del Centro de Distribución y, si hubiere excedentes, al mantenimiento del propio Centro de Distribución y a sufragar diversos apoyos para su debida operación. La comisión antes señalada deberá recibirla el encargado del Centro de Distribución de acuerdo con las políticas y manuales de operación previstos en el sistema CONASUPO-COMPLAMAR.

7.- La operación de los Centros de Distribución deberá sujetarse a los Criterios, políticas, programas y calendarios del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Zonas Marginadas.

8.- En cada Almacén Regional habrá un Consejo de Supervisión integrado por los presidentes, o en su ausencia por los secretarios, o en ausencia, de estos por los vocales de los comités de vigilancia o sus suplentes así como por los encargados de los Centros de Distribución de cada comunidad atendidas.

9.- Los consejos de Supervisión de los Almacenes Regionales se integrarán tan pronto existan cinco comunidades organizadas conforme a las normas señaladas en esta cláusula, a las que se irán agregando las que se organicen en adelante.

10.- Los Consejos de Supervisión celebrarán asambleas mensuales en los Almacenes Regionales, conforme a un calendario anual establecido en la primera sesión, que señale fechas fijas y horarios de reunión, y sus resoluciones serán válidas independientemente del número de asistentes. Las asambleas serán conducidas por el promotor de DICONSA. A dicha reunión asistirá el representante de COPLAMAR que corresponda para dar cumplimiento a lo establecido en el punto 6 de la cláusula DECIMO SEGUNDA de este convenio.

11.- Las resoluciones de los consejos de Supervisión se tomarán por mayoría de los asistentes a las asambleas mensuales y deberán constar en actas suscritas por los mismos.

12.- El orden del día de cada sesión del Consejo en todos los casos deberá contener como base el informe del Jefe del Almacén Regional, en el que se presentarán en forma por menorizada y de acuerdo a los manuales de operación de DICONSA, los movimientos de mercancía, tanto la recibida de las fuentes de abastecimiento, como la distribuida a las comunidades de acuerdo a las cuotas previamente establecidas para cada Centro de Distribución, acreditando documentalmente cada uno de estos movimientos, así como la relación de gastos de operación, administración y venta.

13.- El jefe del Almacén seleccionará entre los candidatos propuestos por las propias comunidades, al personal que por encargo de las mismas, trabajará en la operación del Almacén Regional del Sistema de Abasto. Dicho personal, no obstante emplearse por cuenta de las comunidades, deberá ajustarse estrictamente a las normas que se señalen como necesarias en los manuales de operación de DICONSA, y sus emolumentos correrán a cargo de la operación de cada sistema de abasto comunitario.

El jefe del Almacén Regional podrá sustituir al personal de las comunidades que trabaje en el Almacén Regional para el Sistema de Abasto Comunitario, cuando no estén cumpliendo con el servicio que debe proporcionar a las propias comunidades, debido a solicitar a las mismas nuevos candidatos para los puestos vacantes. Se entiende que la comunidades que integran el consejo de las mismas ejerza el manejo administrativo del personal del sistema.

El Consejo de Supervisión podrá solicitar de DICONSA la remoción del jefe del Almacén cuando este elemento no cumpla adecuadamente con sus obligaciones dentro del funcionamiento y operación del Almacén Regional correspondiente.

14.- Los puntos no previstos en el presente convenio podrán ser consultados en el Reglamento interno contenido en el Manual del Promotor. En caso de no ser resuelto por esta vía deberá de consultarse a las autoridades del sistema CONASUPO-COPLAMAR.

DECIMO QUINTA.- La Propiedad de las Instalaciones y los Vehículos.

Los locales en que se establezcan los Almacenes Regionales serán propiedad de DICONSA, la que en este acto se compromete a ponerlos a disposición exclusiva del sistema.

Los vehículos de transporte terrestre y aéreo serán propiedad de COPLAMAR o del organismo agrupado a esta coordinación que la misma señale, la que igualmente, en este acto se compromete a ponerlos a disposición exclusiva del sistema. Su operación, mantenimiento y conservación, así como la integración de un fondo para su reposición, será cubierta mensualmente por DICONSA a COPLAMAR con cargo a la operación administrativa de los Almacenes Regionales.

Los Centros de Distribución serán propiedad de las comunidades.

DECIMO SEXTA.- Informe de Movimientos Contables.

Los jefes de los Almacenes Regionales deberán rendir al consejo de Supervisión informes pormenorizados de los movimientos contables que realicen respecto a los emolumentos a que se refiere la cláusula DECIMO CUARTA, así como los correspondientes a la operación, mantenimiento, conservación y reposición de vehículos.

DECIMO SEPTIMA.- De la Denominación e Identificación de los Sistemas Regionales.

Con el propósito de que se identifique a las instalaciones y a los vehículos como integrantes de un sistema, los Almacenes Regionales y los Centros de Distribución ostentarán las siglas CONASUPO-COPLAMAR y en seguida las del organismo COPLAMAR responsable, en cada caso concreto, de participar en la organización de las comunidades para su establecimiento. En caso de que no exista un organismo COPLAMAR en la zona, los Almacenes y Centros de Distribución ostentarán únicamente las siglas CONASUPO-COPLAMAR, para estos efectos, en los términos que convenga

con los Gobiernos Estatales, COPLAMAR acreditará representantes especiales que realicen en su nombre las tareas que le corresponden en los términos de este convenio. Los Almacenes Regionales y los Centros de Distribución deberán ostentar, además en todo caso, la siguiente leyenda; sistema de Abasto comunitario de la Región y a continuación el nombre de la región de que se trate.

Los vehículos adscritos al Sistema ostentarán las mismas siglas y leyenda.

En los Almacenes Regionales se incluirá, en lugar visible, la siguiente leyenda: construyó SAHOP.

DECIMO OCTAVA.- Evaluación del Sistema.

Los signatarios de este convenio celebrarán una reunión semestral para evaluar el funcionamiento y grado de avance del sistema. Esta reunión será presidida por el C. Secretario de Comercio.

Estando las partes de acuerdo con las estipulaciones anteriores, en presencia del C. Lic. José López Portillo, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, se firma este convenio en siete ejemplares en la ciudad de México, Distrito Federal, el día veinte del mes de Noviembre de mil novecientos setenta y nueve (2)

Podemos concluir que en nuestro país, las condiciones de la producción y del mercado impidieron durante mucho tiempo garantizar el abasto suficiente y oportuno a la población más marginada.

Con el Convenio CONASUPO-COPLAMAR se inicia una concepción diferente de corresponsabilidad Gobierno-Comunidad basado en la garantía de abastecimiento de los productos, almacenamiento a nivel regional, transportación etc., pero en donde la comunidad se involucra y compromete en el establecimiento del Programa, su seguimiento, control, supervisión, organización e incluso administración. Es importante señalar que lo anterior no se podría haber dado sin la participación de las organizaciones Gubernamentales como CONASUPO a través de DICONSA, para surtir a sus sucursales y estas a sus almacenes. La Secretaria de Comercio quien supervisaba y vigilaba el cumplimiento de las políticas generales del Programa, la de Patrimonio y Fomento Industrial quien coordinaba la industria automotriz y azucarera, La Comisión Nacional de la Industria Azucarera quien aseguraba el abasto al Programa de 100 toneladas de azúcar de consumo popular. Todas estas instancias en conjunción con las comunidades impulsaron el Programa Rural de Abasto.

(2) Ídem.

1.3 LA INCORPORACION DEL PROGRAMA RURAL A DICCONSA.

El programa rural nace en DICONSA con la celebración del convenio entre CONASUPO y COPLAMAR que dio origen al Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Zonas Marginadas, con el doble propósito de hacerles llegar los productos básicos a precios accesibles y capacitarlos en la administración del aparato distributivo y comercializador de dichos productos. En otras palabras no se trata de una intervención paternalista, sino de implementar mecanismos necesarios para que las poblaciones puedan bastarse a sí mismas mediante su participación en la actividad comercial cuyos beneficios redunden en el mejoramiento de las propias comunidades.

En la suma de objetivos, como podemos ver en el contenido del convenio, se unen esfuerzos y se comparten responsabilidades, además de CONASUPO, otras Secretarías.

Desde su inicio el Programa sentó tres premisas básicas a saber:

- A) La garantía de abasto suficiente y oportuno de 30 productos básicos.
- B) El establecimiento de una infraestructura adecuada en materia de almacenes y equipo de transporte que suplirán la deficiencia que, en ambos rubros, ha sido crónica en las zonas marginadas.
- C) La participación organizada de la comunidad en la operación y control de los establecimientos.

A partir de tales premisas se procedió a procesar el objetivo específico y, en consecuencia, la cuantificación de necesidades de los diversos elementos que garantizarán el cumplimiento de las metas propuestas.

En esas condiciones el Programa se integró como sigue:

"POBLACION BENEFICIADA:

14 millones de habitantes.

LOCALIDAD:

20 mil en todo el país.

TIENDAS CAMPESINAS:

6,096 inicial

ALMACENES:

200 a ser abastecidos desde las 40 sucursales que opera DICONSA.

EQUIPO DE TRANSPORTE:

1,900 camionetas de diversos tamaños, 30 aviones de carga con capacidad de una tonelada cada una y cuyas características les permitan despegar y aterrizar en pistas de reducido tamaño y difíciles condiciones de terreno y 50 lanchas que permitirán aprovechar las vías fluviales de más difícil acceso.

ABASTO A DISTRIBUIR:

Más de un millón de toneladas de 30 productos básicos.

Principalmente: Maíz (500 toneladas), Frijol (120 mil), Azúcar (200 mil), Arroz y Aceite.

El resto de los productos incluye, entre otros: leche evaporada, sardina, manteca chiles, café, pastas para sopa, galletas, detergentes. (3)

Con base en ello se autorizó la inversión necesaria por un monto total superior a los 3 mil millones de pesos y se iniciaron los trabajos en las distintas áreas: mientras SAHOP diseñaba y proyectaba los almacenes necesarios, SEPAFIN giraba instrucciones a VAM y DINA para dar prioridad a la entrega de las unidades de transporte, DICCONSA procedía a diseñar los sistemas operativos, CONASUPO a proveer las disponibilidades de abasto y, al mismo tiempo, se integraba con equipo de trabajo conjunto CONASUPO-COPLAMAR para la coordinación integral y el desarrollo de la tarea clave de todo el programa: la organización de las comunidades.

A partir de la ruta crítica establecida se realizaron amplios estudios de campo para procesar exactamente los lugares adecuados donde deberían instalarse los almacenes; para ello se diseñó y desarrolló un completo sistema que se convirtió en un instrumento básico para la planeación de la logística requerida por el Programa

El Programa CONASUPO-COPLAMAR DICCONSA lleva a cabo otra acción en el ámbito rural, relacionada con el abasto de mercancías y productos básicos a gran parte de la población campesina que, sin estar dentro de los extremos críticos de los grupos marginados, de otras maneras reclama la presencia del sector oficial de la comercialización de básicos al menudeo, con el fin de que este importante sector de la población se libere de las presiones a que está sometido por los canales de especuladores del comercio privado.

de 90,000 comunidades rurales en el país, 14,000 de ellas se localizaban en poblados que iban de 500 hasta más de 10,000 habitantes. Son a éstos los que acudía DICCONSA con 12,000 establecimientos comerciales en igual número de comunidades.

(3) Camargo, Luis Antonio. "La Intervención del Estado en el Abasto y la Regulación del Mercado de Productos Básicos, México, 1982.

Este programa se vertía a su vez, en otro denominado del Sector Campesino, mediante el cual DICCONSA coordina la comercialización de básicos con las dos organizaciones campesinas más importantes del país: la Confederación Nacional Campesina y la Central Campesina Independiente que, en conjunto, beneficiaban a 217,200 familias a través de 405 establecimientos en el país, en los cuales las comunidades aportaron tanto los locales como parte del capital de trabajo, dentro de un plan nacional en el que la participación de los campesinos, agrupados en cada una de las centrales, desempeña un papel cada vez mayor en la actividad comercializadora. El monto global de ventas por estos canales fue, para 1982, de 351 millones de pesos; asimismo el Programa de Tiendas concesionadas representó un valor de venta, para 1982, de 5,500 millones de pesos, los que sumados a los 9,500 del programa CONASUPO-COPLAMAR arrojan cifras globales de 12,000 establecimientos con una venta en 1982 de 15,000 millones de pesos.

CAPITULO II

DICONSA: OPERACION DEL PROGRAMA RURAL

CAPITULO II

DICONSA: OPERACION DEL PROGRAMA RURAL

La crisis general de la economía mexicana durante la década de los años ochenta originada por la desvalorización del trabajo urbano y rural, se manifestó dramáticamente en el desplome del nivel de vida de las mayorías.

En los años de la crisis; la relación entre la remuneración del trabajo y las ganancias del capital se hizo cada vez más asimétrica y la lucha por el ingreso se intensificó. Una de las vertientes que tenían que ver directamente con el pago del trabajo: los salarios y precios de garantía; otra la capacidad adquisitiva del ingreso precios y condiciones de acceso a los medios de vida adecuados y en particular a los bienes de consumo básicos.

Si para los campesinos, vistos como productores, la crisis ha significado el deterioro creciente de la relación costos-precios y la reducción del ingreso neto real, el mismo sector, pero en su faceta de consumidor, ha padecido el deterioro de la capacidad adquisitiva del ingreso derivado del alza de precios de los bienes de consumo.

Los esfuerzos de las organizaciones populares para lograr el acceso a sistemas alternativos de abasto estatales, sociales o mixtos, se han intensificado en los últimos años y en el medio rural, el interés de las agrupaciones campesinas por los programas DICONSA es creciente y directamente proporcional a la profundización de la crisis" (4)

2.1. ELABORACION, PUBLICACION Y VIGENCIA DEL REGLAMENTO DE OPERACION DEL PROGRAMA RURAL.

Como hemos mencionado en el capítulo anterior el Programa CONASUPO-RURAL nació como Programa CONASUPO-COPLAMAR. Con la desaparición de la Coordinación General del Plan Nacional para Zonas Deprimidas y Grupos Marginados, la responsabilidad operativa del mismo recayó en CONASUPO, a través de su filial DICONSA. La operación del Programa continuó con base en el Reglamento de Operación del Sistema CONASUPO-COPLAMAR, vigente desde el 26 de noviembre de 1982.

En octubre de 1985 se inició un proceso de revisión del reglamento que intentó recoger las aportaciones tanto del personal de DICONSA como de los consejos comunitarios de Abasto y de las organizaciones de Productores con las que la institución se ha relacionado en los últimos años por medio del Programa Rural.

(4) Hewitt de Alcántara, (Comp), Reestructuración Económica y Subsistencia Rural, El Colegio de México, 1992.

Aunque no fue posible recoger las aportaciones de todo el personal que para esas fechas hacia operar las 12,500 tiendas campesinas y los 293 almacenes rurales y de los respectivos comités rurales de abasto y consejos comunitarios de abasto se consiguió un importante avance.

Se realizó una consideración cuidadosa del material recopilado y un trabajo de ponderación; redacción y formulación de una propuesta que definiera con precisión atribuciones, funciones, medios e instrumentos y abriera el cauce, del Programa Rural a un desarrollo más fuerte y más sano. EL reglamento fue aprobado por el Comité Directivo de DICONSA el 4 de julio de 1986.

El Programa Rural de DICONSA tiene un desarrollo muy heterogéneo, lo que en algunos lugares es una necesidad urgente en otros no tiene ninguna relevancia; lo que en algunos es un avance a conseguir en otros ha sido ampliamente superado.

Especialmente puede señalarse como necesidades generalizadas, que debe satisfacer, las de:

1. Elevar la eficiencia operativa del Programa, desde el nivel de tiendas y almacenes.
2. Aumentar la participación de la Sociedad Civil, tanto de las comunidades que se beneficien de él como de las organizaciones de productores para las que puede convertirse en vigoroso instrumento de apoyo.

La experiencia del propio Programa Rural muestra que estas dos necesidades no son excluyentes sino complementarias, la mejor garantía de una elevada eficiencia operativa es una elevada participación comunitaria.

2.2. QUE ES UN ALMACEN RURAL Y COMO FUNCIONA.

Como vemos en el organigrama existe un corporativo de la Empresa DICONSA del cual dependen 16 Empresas subsidiarias en la república mexicana y la mayoría de estas tienen sucursales de las cuales van a depender los almacenes rurales y de estos las tiendas rurales.

Las Empresas subsidiarias nacieron para promover el desarrollo económico regional y cumplir con mayor eficacia una función social de distribución de bienes de consumo básico preferentemente de aquellos producidos local y/o regionalmente.

Las sucursales se encargan de eficientar el control de la operación. Cada una de estas Sucursales cuentan con un Almacén Central que será el que surta a los Almacenes Rurales. (anexo no. 1)

El Almacén Rural tiene como medida reglamentaria 1000 m². y su actividad establecida es garantizar el abasto de productos básicos al Programa CONASUPO RURAL haciéndolo llegar oportunamente a sus tiendas rurales (fotos 1 y 2).

Las tiendas rurales son los únicos puntos de venta en donde los beneficiarios del Programa Rural adquieren sus productos.

DICONSA designa al jefe de Almacén como responsable directo de la dirección y control del Programa Rural en el área de influencia del Almacén, teniendo las siguientes responsabilidades:

- 1) Elaborar un cuadro básico de productos del Almacén con base en las demandas, hábitos e índices de consumo de las comunidades atendidas.
- 2) Realizar un presupuesto de compras para entregarlo oportunamente a la Sucursal.
- 3) Elaborar pedidos oportunamente en cantidades adecuadas para mantener el inventario en el Almacén.
- 4) Recibir exclusivamente la mercancía solicitada y que se encuentre en condiciones adecuadas de venta y en caso contrario efectuar la devolución correspondiente.
- 5) Observar el sistema de primera entrada y primera salida en el control de la mercancía.
- 6) Realizar mensualmente un inventario físico, el cual se cotejará con el kárdex y el inventario teórico.
- 7) Realizar el loteo en forma proporcional a lo solicitado, en caso de no existir mercancía suficiente para todas las tiendas campesinas.

8) Ajustarse al horario establecido por la Sucursal en épocas normales y a lo establecido conjuntamente con el consejo en épocas de lluvia, cosecha o de surtimientos extraordinarios.

9) Elaborar con los consejos comunitarios de Abasto, el proyecto de presupuesto anual de operación, considerando principalmente los siguientes aspectos:

- Presupuesto de ventas.
- Capital y equipo para nuevas tiendas campesinas
- Gastos preoperativos.
- Recapitalización de tiendas campesinas.
- Equipo de transporte.
- Equipo de oficina.
- Equipamiento de almacén y transportes
- Gastos de mantenimiento de almacén y transporte.
- Necesidades de granos, azúcar, abarrotos y mercancías generales.

Y por último el almacén destinará el 1% de sus ventas para mejorar el avance y la participación comunitaria.

Para que exista un buen servicio de los Almacenes a las tiendas estos deben establecer en coordinación con el Consejo el calendario de surtimiento a tiendas con base en los estudios de ruteo, para surtir periódicamente y coordinar los pedidos de las tiendas campesinas. Así como ajustar el surtimiento a las tiendas, estrictamente a las cantidades solicitadas.

En caso de que no haya en el almacén el producto o marca solicitada por la tienda deberá surtir con un sucedáneo (producto sustituto parecido en calidad).

El almacén deberá aceptar devoluciones de mercancías de lento y nulo desplazamiento (que se vendan poco o no se vendan) por medio de una nota de devolución que posteriormente será bonificada.

El almacén tendrá la integración del expediente de cada tienda campesina, así como asesorar y vigilar que las tiendas cumplan con los requisitos legales.

Revisar las condiciones de higiene y seguridad de la tienda informando de las anomalías al consejo y a la comunidad.

Supervisar el buen acomodo de la mercancía en tienda.

Vigilar que se cumpla con los horarios de las tiendas establecidos por las asambleas comunitarias y que dicho horario se exhiba en lugar visible.

Vigilar que la venta máxima por persona no rebase las necesidades familiares para evitar intermediarismo y especulación.

Reportar oportunamente a la Sucursal, los casos de robo o siniestro a tiendas campesinas, para que se agilice la investigación.

Informar oportunamente mediante circular los cambios de precio de los productos a las tiendas, registrando en cada caso el número del boletín y el monto de la revalorización en la bitácora de la tienda.

Mostrar en los preconsejos los documentos de cambios de precio recibidos durante el mes.

Facturar los productos al nuevo precio a partir de la fecha en que se conozca el cambio.

Vigilar que se cumpla en las tiendas campesinas con los precios autorizados por DICCONSA.

Vigilar permanentemente que los aumentos por cambios de precios se integren al capital de trabajo.

Proporcionar toda la información necesaria de la operación del Programa a la Sucursal con la periodicidad que ésta la solicite.

Preparar estado de resultados mensual y acumulado de la operación del Almacén y conciliarlo posteriormente con el estado de resultados contable de la Sucursal, debiendo incluir:

INGRESOS:

- ventas
- cuotas por uso de vehículos

GASTOS:

- nómina
- comisiones
- gasolina y lubricantes
- reparación
- mantenimiento
- papelería
- gastos de viaje del personal de almacén
- gastos generales del programa
- varios.

Aclarar las contradicciones y dudas que surgen de la comparación entre el informe del encargado de la tienda campesina y el del jefe del almacén.

Exigir al Supervisor Operativo tener actualizados los expedientes de las tiendas.

Elaborar conjuntamente con el Consejo, las rutas de surtimiento y derivado de ello, las necesidades de vehículos.

Asignar los vehículos conforme a rutas de surtimiento.

Realizar el pago del 50% de los fletes contratados por las comunidades, cuando no exista transporte disponible de la empresa.

Cumplir los programas de mantenimiento autorizados por Sucursal.

Reparar los vehículos en los talleres autorizados por Sucursal de acuerdo a la política definida en este aspecto.

Vigilar que el servicio de mantenimiento sea de calidad y oportuno, e informar de ello al consejo comunitario de abasto y sucursal.

En visita realizada a los siguientes almacenes:

- "La Luisidad" en Apaseo el Alto, Gto. que pertenece a la Empresa Bajío.
- "Almoleya de Alquisiras", en el Estado de México, perteneciente a la Empresa Metropolitana.
- "Coacoatzintla" en Jalapa, Veracruz, perteneciente a la Empresa Veracruz.

Se observó el cumplimiento de las normas que rigen el funcionamiento del almacén.

Como podemos ver los almacenes rurales son el núcleo fundamental de la empresa, porque es en ellos donde se manifiesta la vocación comercial de la empresa, donde se vende, se cobra, se administra, se produce la participación de las comunidades, pero sobre todo porque juega un papel importante en el sistema de abasto comunitario.

"Miles de comunidades del país se localizan en zonas incomunicadas, inaccesibles, agrestes, distantes de los centros de abastecimiento, donde el comercio privado no concurre por incosteabilidad, indolencia o falta de solidaridad social con la población marginada. Es aquí donde la presencia de DICONSA se hace más palpable y efectiva" (5)

Como en el caso de los almacenes rurales de DICONSA ubicados en la Sierra Tarahumara en donde la población de la región siembra maíz, frijol, trigo, calabaza, cebada y papa. En las barrancas cosechan maíz, frijol, chile, cebolla y algunas legumbres. La base de su alimentación es el pinole (maíz tostado y molido). Existe una clara división del trabajo basada en el sexo y la edad. La mujer se dedica a todo lo relacionado al cuidado de la casa y de los niños, así como de la manufactura de cerámica y tejido de cobijas. El hombre se encarga de cortar la madera, construir la casa y preparar y conservar el campo. Toda la familia participa en la siembra y cosecha, también en la preparación de los granos para almacenar.

En el Sureste el sistema de distribución de abasto se lleva a cabo de distintas formas, dado que cada región presenta características muy particulares de acuerdo a las condiciones topográficas. La zona chontal, por ejemplo que tiene su asiento en la parte central de

(5) Revista Concertación DICONSA no. 22, marzo de 1991.

Tabasco y que comprende los municipios de Centla, Jonutla, Centro, Macuspana, Nacajuca, se encuentra surcada por numerosos ríos, entre las que destacan el Grijaiba y Usumacinta.

Aquí el abasto se efectúa a través de vía pluvial, donde tres embarcaciones denominadas barcotiendas realizan recorridos cotidianos por cada una de las distintas comunidades rurales que se asientan a lo largo de las orillas de los ríos. Uno de ellos hace la función de tienda móvil parandose en lugares específicos, donde la gente ocurre a realizar sus compras, mientras que los otros dos recorren la ribera para surtir a las 13 tiendas rurales.

Existen otras dos zonas de difícil acceso donde no se puede llegar con el abasto sino a través de semovientes, un caso concreto lo constituye una región del sur de Chiapas llamada Camambé: como punto de partida, la mercancía que es surtida desde un almacén regional de DICONSA, es transportada a través de camiones de carga hasta donde el acceso de los camiones lo permite. Es ahí donde más de una treintena de mulas inician la travesía por los sinuosos caminos de Camambé, llevando sobre sus lomos unos 60 kilogramos de básicos cada una. Luego de aproximadamente seis horas de travesía y después de sortear singulares dificultades, como los frecuentes atascaderos provocados por las lluvias, la mercancía llega finalmente a su destino.

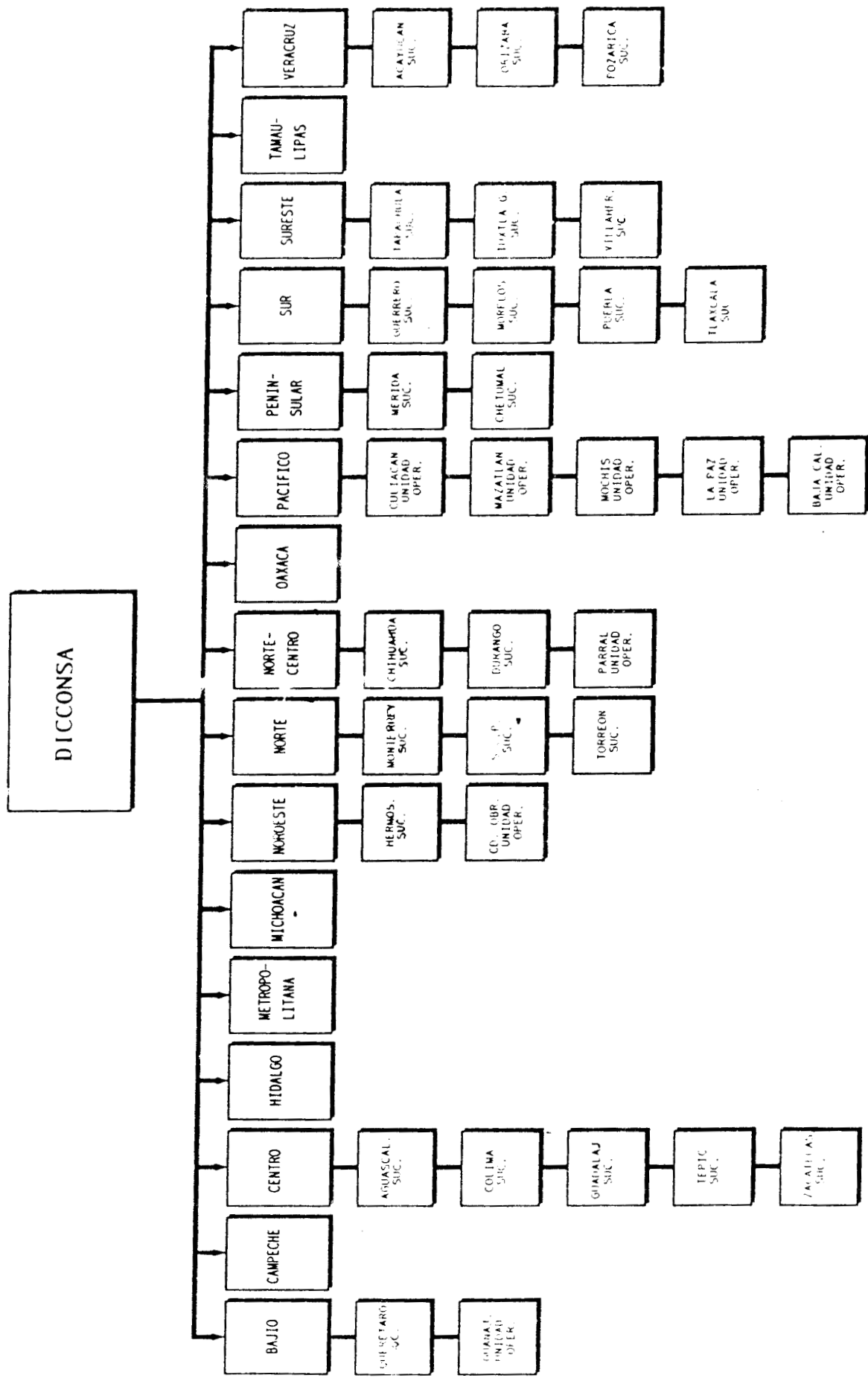
Los almacenes en la zona mixteca de Oaxaca, son otro caso de la importancia del programa rural en el abasto.

La mixteca forma parte de las 16 zonas indígenas que pueblan la entidad donde viven alrededor de 3 millones 21 mil habitantes y el 70 por ciento tiene ingresos dos veces inferiores al salario mínimo. Oaxaca tiene una extensión territorial de 15 mil 364 kilómetros cuadrados, compuesta por 7 mil 983 localidades que pertenecen a su vez a 570 municipios donde el 75.7 por ciento de la población es rural. No obstante este dato, solo el 12.8 por ciento de sus habitantes practican la agricultura dedicada al cultivo del maíz principalmente. Son alrededor de 504 mil hectáreas que comprende el área de cultivo de este producto. Por cada hectárea se produce un promedio de mil 082 kilogramos, lo que hace un total aproximado de 545 mil toneladas. Sin embargo esta cantidad no es suficiente para el autoconsumo existe un déficit de 120 mil toneladas.

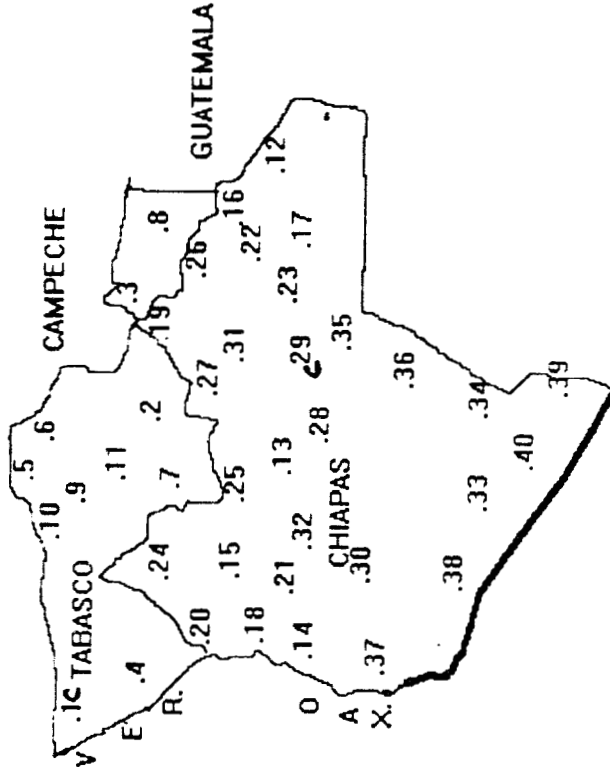
La labor del Programa Rural en esta zona cobra especial relevancia al contar con 1711 tiendas que distribuyen productos básicos a precios accesibles, a través de sus 33 almacenes en beneficio de 1 millón 281 miembros de familia. Ocho de esos almacenes rurales surten a las 500 tiendas rurales que se ubican en la Mixteca en beneficio de 350 mil habitantes.

"Se necesita una reestructuración, una priorización y una atención muy especial, muy cercana hacia los almacenes que son los puntos de venta de DICONSA. Un almacén que funciona bien, es un almacén que tiene buenas ventas, bajos costos y da servicio social. Un almacén que no funciona bien, que está mal administrado por incapacidad, por desidia, por flojera, es un almacén que da pocas ventas, muchos gastos y poco resultado social, se tendría que transformar. Aunque va a ser difícil por la concepción que tiene el propio corporativo y muchos de los Gerentes". (6)

(6) Entrevista al Lic. Juan Riera Fullana, quien dirigió el Programa Rural en DICONSA durante 10 años. (anexo)



DICONSA SURESTE



ALMACEN CENTRAL C
 ALMACEN RURAL •
 MATRIZ VILLAHERMOSA, TAB.

- 1.- BENITO J. CARDENAS
- 2.- BENITO J. MACUSPANA
- 3.- CHABLE
- 4.- ESTACION CHONTALPA
- 5.- JALPA DE MENDEZ
- 6.- SANTA CRUZ
- 7.- TACOTALPA
- 8.- TENOSIQUE
- 9.- TULIPAN (RIO SECO)
- 10.- VILLA ALDAMA
- 11.- VILLAHERMOSA

SUCURSAL TUXTLA GUTIERREZ
 (CHIAPAS)

- 12.- BENEMERITO DE LAS A.
- 13.- BOCHIL
- 14.- LA CONCORDIA
- 15.- COPAINALA
- 16.- DAMASCO
- 17.- ESPIRITU SANTO
- 18.- JIQUILIPAS
- 19.- LAS JOYAS
- 20.- MALPASO
- 21.- MIGUEL HIDALGO
- 22.- OCOSINGO
- 23.- OXCHUC
- 24.- PICHUCALCO
- 25.- RAYON
- 26.- RIO CHANCALA
- 27.- SALTO DE AGUA
- 28.- SAN JUAN CHAMULA
- 29.- TENEJAPA
- 30.- VILLACORSO
- 31.- YAJALON
- 32.- TUXTLA GUTIERREZ

SUCURSAL TAPACHUIA (CHIAPAS)

- 33.- ACACOYAGUA
- 34.- EL EDEN
- 35.- FRONTERA COMALAPA
- 36.- MAZAPA DE MADERO
- 37.- PAREDON
- 38.- PIJJIAPAN
- 39.- TUXTLA CHICO
- 40.- TUZANTLAN..



ALMACEN RURAL " ALMOLOYA DE ALQUISIRAS " .

ESTADO DE MEXICO .

DE LA EMPRESA METROPOLITANA .

FOTO 1 .



ALMACEN RURAL " ALMOLOYA DE ALQUISIRAS "
ESTADO DE MEXICO
DE LA EMPRESA METROPOLITANA
INTERIOR DEL ALMACEN
FOTO 2.

2.3. QUE ES UN TIENDA RURAL Y COMO FUNCIONA.

Las tiendas rurales son los puntos de venta del Programa Rural y son abastecidas por los Almacenes (fotos 3 y 4). Comienzan a trabajar cuando reciben su capital de trabajo (Capital que aporta en mercancías DICONSA para surtir la tienda), el cual se les asigna en base al número de población que se va a beneficiar.

El encargado de la tienda es el responsable del capital de trabajo y recibirá asesoría del Supervisor Rural para los siguientes aspectos:

- Verificación y manejo de la báscula.
- Pesaje de la mercancía.
- Revisar que las cantidades de mercancías recibidas sean las mismas que aparecen en el Acta de Entrega de Capital de Trabajo.
- Revisar que la mercancía recibida esté en buen estado.

ALGUNAS DE LAS NORMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA RURAL SON:

- Las mercancías entregadas deberán venderse solamente en la tienda.
- En las Tiendas Campesinas sólo se venderán las mercancías surtidas por el Almacén CONASUPO.
- La comunidad recibe y se responsabiliza en conservar el capital de trabajo que es propiedad de DICONSA.
- DICONSA podrá realizar auditorias en cualquier momento, a fin de comprobar si el Capital de Trabajo esta siendo manejado adecuadamente.

Efectuada la lectura y firmada el Acta por las personas correspondientes el Supervisor Rural participará en la distribución y acomodo de los productos en los anaqueles de la tienda, debiendo tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Limpiar los productos antes de ubicarlos en los anaqueles.
- La marca de los productos deberá quedar a la vista. (foto 5)
- Los productos más grandes quedarán ubicados en los anaqueles detrás de los más pequeños.
- Agrupar los productos por familia (no mezclando comestibles con detergentes)

Luego que los anaqueles estén llenos de mercancía la restante será acomodada en la bodega teniendo en cuenta:

- Que no se revuelvan productos comestibles con detergente.
- Los bultos más frágiles serán acomodados arriba de los más pesados.
- Los costales serán acomodados sobre tarimas para evitar que se humedezcan.

Finalmente el Supervisor Operativo indicará el día en que semanalmente llegará el camión del Almacén para surtir de mercancías a la tienda y recoger la nota de pedido.



TIENDA RURAL LA LUISIADA.
" ALMACEN RURAL LA LUISIADA "
DE LA EMPRESA BAJIO
FOTO 3.



TIENDA RURAL " ALMACEN LA LUISIADA "
DE LA EMPRESA BAJIO.

FOTO 4.



TIENDA RURAL No. 80.
PERTENECE AL "ALMACEN COACOATZINTLA"
XALAPA, VER.
EMPRESA VERACRUZ.
FOTO 5.

2.4. ACTIVIDADES A SEGUIR PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA TIENDA RURAL.

Los criterios a seguir para determinar la comunidad sede (7) son de orden socioeconómico fundamentalmente se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

- Que la comunidad se localicen en un lugar de confluencia o de paso.
- Que tenga un mínimo de 500 habitantes un máximo de 5,000; en el primer caso el área de influencia ideal debe ser de 2,000 habitantes.
- Que la nueva tienda no perjudique a otra que este funcionando (la distancia mínima debe ser de 2.5. km.). Esto no significa que si existen razones de índole social respaldadas por el estudio correspondiente, no se instalen tiendas campesinas en otras localidades.

Para instalar una tienda campesina se deben adoptar criterios objetivos:

1. Estudiar diversos elementos sobre la región tales como: (tradiciones, cultura, situación económica etc.)
2. Conocer los recursos y servicios de la región (autoridades naturales, maestros, médico si lo hay, etc.).
3. Contactar las organizaciones locales: sociales, económicas y políticas.
4. Consultar en las bibliotecas locales o estatales, toda la información que exista sobre la región .

En cuanto a personas beneficiadas, es lógico pensar que para que la tienda pueda funcionar y desarrollarse requiere de un número mínimo de personas (500 en la sede con un área de influencia de 2,000 y un número máximo de 5000). de esa manera, todas las personas beneficiadas tendrán un abastecimiento adecuado a sus necesidades básicas y la tienda se desarrollará y cumplirá con su objetivo de servicio comunitario.

Una vez que se han cubierto los criterios y actividades señalados será necesario cubrir otros aspectos importantes como son :

1) Elaborar 2 croquis: Uno de Almacén-Tienda, que delimite el área de influencia del Almacén (8) y otro Tienda-Comunidades , que nos delimite el área de influencia de la tienda campesina, que permita tener una visión general de la región, así como la distribución de las tiendas y comunidades que lo constituyen. (anexo 2 y 3)

2) Determinar la distancia del Almacén-Tienda, así como las de Tienda-Comunidades del área de influencia. (9).

Es muy importante contar con estos datos, a fin de que el almacén planifique posteriormente el surtimiento semanal y para verificar si las comunidades del área de influencia podrán efectivamente tener acceso a la tienda.

(7) Llamamos comunidad sede a aquella población en la cual se instala una tienda campesina.

(8) Llamamos área de influencia del almacén a la región donde están ubicadas aquellas tiendas campesinas y sus respectivas comunidades, que son atendidas por dicho almacén.

(9) Llamamos área de influencia de la tienda campesina, a la Micro-región donde están ubicadas las comunidades beneficiadas de dicha tienda.

3) Especificar tipo de camino.

Las características de los caminos de acceso a la comunidad propuesta como sede, deben ser cuidadosamente registradas por el Supervisor Rural (10). Del tipo de camino dependerá lógicamente el tipo de vehículo que deberá utilizar el almacén para surtir a la tienda.

CARRETERA: (Asfaltada) transitable durante todo el año.

REVESTIDO: (Con grava) transitable durante todo el año.

TERRACERIA: No transitable en época de lluvias.

BRECHA: Transitable con doble tracción en épocas secas; no transitable en épocas de lluvias.

HERRADURA: Transitable sólo por semovientes (caballo, burro, mula).

COMUNICACION

FLUVIAL: Barcas.

PISTA DE

ATERRIZAJE: Avionetas.

De acuerdo al tipo de camino, variará evidentemente el tiempo de recorrido. La demora no es la misma por ejemplo, si se recorre 20 kilómetros en mula por las características del camino, que si se recorren esos mismos 20 kilómetros en camión a través de una carretera asfaltada.

Una vez que el Supervisor Rural ha visitado la comunidad seleccionada y propuesta por el Consejo y la Empresa y considerando las prácticas a seguir para la instalación de tiendas campesinas estará en condiciones de proponer la comunidad sede a esas dos instancias.

La propuesta debe ir acompañada del estudio socioeconómico de la comunidad que realiza el Supervisor Rural.

Teniendo en cuenta que todo el programa de distribución se basa en la corresponsabilidad comunidad-institución, es lógico que los propios campesinos puedan participar organizados en la propuesta para la ubicación de tiendas campesinas, así como las diferentes instancias de participación como el consejo y otras con esas atribuciones.

(10) Es la persona encargada de Supervisar la aplicación de las normas, políticas y procedimientos en la operación de la tienda campesina.

RESPONSABILIDAD DE LAS COMUNIDADES + RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA = EXITO DEL PROGRAMA

CORRESPONSABILIDAD

De esta manera, la comunidad podrá manifestar ante el Consejo Comunitario de Abasto, las distintas soluciones posibles en el caso de que la nueva tienda afecte a otra que ya estaba funcionando con anterioridad.

A su vez, cuando varias comunidades de la misma micro-región (11) estén interesadas en constituirse en sedes, el Supervisor Rural podrá recomendar la celebración de una Asamblea entre ellas con el objeto de que esta quede definida.

El supervisor Rural viabiliza el que se realicen los trámites y gestiones adecuadas y oportunas, capacitando en ello a las comunidades.

Una vez que ha sido aprobada la comunidad sede propuesta, el Supervisor Rural deberá elaborar un Programa de Trabajo que contemplara los siguientes pasos:

- Difusión del Programa de Distribución Conasupo-Rural en la comunidad sede y en las comunidades de su área de influencia.
- Organización comunitaria para el funcionamiento del Programa.
- Supervisión de la construcción o habilitación del local y mobiliario.
- Programación de la capacitación a encargados de tiendas y miembros de los Comités Rurales de Abasto.
- Coordinación con el Jefe de Almacén.
- Coordinación con el Coordinador de Almacén.
- Información a Sucursal y Consejo Comunitario.

El Supervisor Rural se presentará ante autoridades de la comunidad sede, a efectos de dar a conocer los objetivos y características del Programa de Distribución Conasupo-Rural. A su vez podrá solicitar a dichas autoridades que convoquen a una Asamblea con el propósito de informar a todos los miembros de la comunidad los aspectos más importantes del Programa de Abasto.

(11) *Micro-Región es el área de influencia de la tienda campesina.*

Además el Supervisor Operativo realizará visitas domiciliarias y a lugares de reunión comunes a la población para explicarles los beneficios del Programa y asegurarse de su asistencia a la Asamblea Informativa.

El Supervisor Rural manifestará también que DICONSA a través de su Programa Conasupo-Rural se compromete a entregar a la tienda campesina un Capital de Trabajo que consta del volumen de mercancías suficientes para atender la demanda de un mes de la tienda, asimismo, se le entregará el equipo necesario a efecto de que la tienda campesina comience a funcionar (báscula y costalera). Por otra parte el almacén Conasupo-Rural se compromete a surtirle, de manera que el Capital de Trabajo este siempre en movimiento.

Por otra parte, DICONSA pagará a la comunidad el 5% de la comisión sobre ventas que efectúe el Almacén a la Tienda con base en el pedido . Dicha comisión será administrada por la comunidad de la manera que mejor convenga a sus intereses, dando prioridad al mejoramiento de la Tienda

LA COMUNIDAD ES RESPONSABLE:

- Local y mobiliario de la tienda.
- Administración de la tienda.

DICONSA ES RESPONSABLE:

- Entregar Capital de Trabajo (en mercancías y equipo)
- Surtir semanalmente a la tienda.
- Pagar a la comunidad el 5% de comisión sobre ventas.

Asambleas Informativas: Al finalizar la Asamblea o Asambleas Informativas, el Supervisor Rural solicitará a los asistentes que definan la fecha para la realización de una Asamblea posterior, misma que tendrá carácter constitutiva.

Sin embargo, para celebrar dicha Asamblea, es preciso que el Supervisor Rural evalúe previamente los resultados obtenidos en las Asambleas Informativas, poniendo especial énfasis en los siguientes puntos:

- Que los miembros de las comunidades no tengan dudas con respecto a las características del programa.
- Que la participación comunitaria se haya ido incrementando sensiblemente en el transcurso de su labor de difusión.

En caso de que las asambleas informativas no hayan generado el interés comunitario con respecto al Programa o de que la participación comunitaria no sea satisfactoria en términos

cuantitativos, el Supervisor Rural podrá proceder a reubicar la tienda campesina, previo informe a la Sucursal y al consejo.

La asamblea constitutiva: Asistirán a la misma, los miembros de la comunidad sede y los miembros de las comunidades de su área de influencia.

La Asamblea Constitutiva es de gran importancia, pues en ella se formalizará la organización comunitaria para el funcionamiento de la tienda.

En dicha asamblea, se tratarán los siguientes puntos:

- Recordatorio de los compromisos que contrae la comunidad con DICONSA al aceptar la instalación de la tienda.
- Constitución del Comité Rural de Abasto y elección de su Presidente, Secretario, Vocal, Representante de Productores y Suplentes.
- Elección del encargado de tienda.
- Integración de Comisiones para realizar tareas específicas.
- Establecimiento del horario durante el cual la tienda permanecerá abierta.

Al constituirse el Comité Rural de Abasto, el Supervisor Rural explicará su función básica de vigilancia en lo referente a la administración de la tienda.

FUNCION BASICA
DEL COMITE RURAL
DE ABASTO.

VIGILAR LA ADMINISTRACION
DE LA TIENDA.

El Supervisor Rural recomendará que en el Comité Rural de Abasto exista representación de los miembros de la comunidad sede y los miembros de las comunidades del área de influencia. Sin embargo la decisión final corresponderá solo a la Asamblea, como autoridad máxima de las comunidades.

Comunidad sede

COMITE RURAL DE ABASTO
DEBERA TENER REPRESENTACION

Comunidades del área de influencia

Después de constituido el Comité Rural de Abasto, se procederá a elegir al Encargado de Tienda. El Supervisor Rural explicará las funciones y la responsabilidad que tienen a su

cargo el Encargado de la tienda campesina, además, hará saber a la comunidad que, en el caso de que el Encargado no cumpla con sus obligaciones será destituido.

El encargado de tienda realizará un trabajo en beneficio de la comunidad, por lo cual es preciso que la comisión que perciba, no exceda el ingreso medio de la región, mismo que provendrá de las comisiones que recibe la comunidad sobre las ventas de la tienda.

Posteriormente que ha sido elegido el Encargado de Tienda, se pasará a elegir a aquellas personas que quieran formar parte de las comisiones de trabajo.

El Supervisor Rural explicará la importancia de estas Comisiones para distribuir entre todos los miembros de la comunidad las responsabilidades y trabajos a realizar.

Podrá ser destituido el encargado de tienda cuando :

. DICONSA y/o el Comité Rural de Abasto comprueben faltantes en el Capital de trabajo o malos manejos de dinero.

- Condicione las ventas.
- No distribuya las mercancías en la tienda según recomendaciones de DICONSA aceptadas por la comunidad.
- No cumpla con el horario de trabajo fijado por la Asamblea.
- No cumpla con las normas de operación del Programa.
- No informe mensualmente a la Asamblea Comunitaria.

Las comisiones de trabajo podrán ser distintas en cada comunidad de acuerdo a las necesidades de cada una y se irán definiendo sobre la operación del Programa en las diversas Asambleas Comunitarias por ejemplo:

Para construir o arreglar el local: Esta comisión se encargará de coordinar el trabajo relacionado con la construcción del local donde funcionará la tienda o con el arreglo del local, en caso de que éste ya exista.

Para difundir permanentemente el Programa en el área de influencia: esta Comisión se encargará de explicar a las comunidades del área de influencia los beneficios de la tienda para los pobladores de la zona y para atender los Programas de DICONSA.

Para descarga de mercancía: Es indispensable que esta comisión exista en todas las comunidades sede, ya que se encargará de ayudar a la descarga, pesaje y acomodo de mercancías en la tienda. Los miembros de la Comisión de descarga serán coordinados por el Comité Rural de Abasto para estar presentes el día en que llegará el camión a la tienda, el día que fue previamente establecido con el Almacén. Los miembros de esta Comisión podrán cambiar mes con mes, a fin de que se distribuya dicho trabajo entre todas las personas de la comunidad.

Además de estas Comisiones que hemos propuesto como ejemplo, la comunidad podrá integrar otras de acuerdo a sus necesidades, tales como comisiones para efectuar censos de población, para vigilancia de precios, etc.

Finalmente la Asamblea Constitutiva fijará el horario durante el cual la tienda deberá estar abierta diariamente. El encargo de Tienda deberá respetar dicho horario.

CONSTRUCCION O HABILITACION DEL LOCAL Y MOBILIARIO.

La comunidad definirá donde será ubicada la tienda campesina, en caso de requerirlo la comisión de trabajo se organizara para construir o arreglar el local, dicha comisión quedará integrada en la asamblea constitutiva.

La comisión se encargará entonces de reunir el dinero y los materiales necesarios para su construcción.

COMUNIDAD NO DISPONE DE LOCAL.	COMISION DE TRABAJO	REUNE DINERO Y MATERIALES PARA CONSTRUIRLO.
--------------------------------------	------------------------	---

Si la comunidad tiene un local, o decide alquilar o comprar uno, la comisión de trabajo se encargará igualmente de reunir el dinero y los materiales necesarios para arreglarlo.

En todo este proceso, el Supervisor Operativo dará asesoría a los miembros de la comunidad en los siguientes aspectos:

En el caso de:

COMUNIDAD SI DISPONE DE LOCAL	COMISION DE TRABAJO.	REUNE EL DINERO Y LOS MATERIALES PARA ARREGLAR
-------------------------------------	-------------------------	--

Se deberá tomar en cuenta:

- La mejor ubicación del local.
- Que el espacio del local sea suficiente como para distribuir algunos productos a la vista del público y almacenar otros.
- Que las condiciones de limpieza sean adecuadas.
- Que exista un mobiliario mínimo constituido por un mostrador y anaqueles para distribuir los productos y tarimas para la bodega.
- Que la puerta y ventanas del local cierren bien.
- Que en la puerta u otro lugar visible haya un cartel que informe el horario en el cual la tienda campesina estará abierta al público. (foto 6)

Constituidos cuando menos cinco Comités Rurales de Abasto y elegidos los encargados de las respectivas tiendas campesinas, el supervisor rural deberá informar al coordinador de sucursal las necesidades de capacitación de los mismos, quien los tomará en cuenta para incluirlos en el próximo curso a realizarse (de acuerdo, a un calendario previamente establecido).

El supervisor rural, deberá informar al jefe de almacén sobre los planes de trabajo que se desarrollan en el área de influencia del almacén, así como los avances logrados.

En particular, el supervisor rural comunicará al jefe de almacén, sobre aquellas comunidades que ya celebraron su asamblea para la constitución del comité rural de abasto y las que ya tienen local adecuado para el funcionamiento de la tienda. Específicamente, le indicará:

- Distancia entre Almacén y Tienda.
- Tiempos de recorrido.
- Estado de los caminos.
- Horario de Trabajo de las Tiendas.

Con esta información, el Jefe de Almacén planificará las fechas en las cuales se hará entrega del Capital de Trabajo a las comunidades, a fin de que las nuevas tiendas comiencen a funcionar, todo ello en acuerdo con el Consejo y la Mesa Directiva.

Además el Jefe de Almacén en coordinación con las comunidades definirá también el día en que semanalmente se presentará a la Tienda un camión del Almacén para recoger pedidos y surtir mercancías. Esto se llama Programa de Surtimiento.

Establecido dicho Programa, el Supervisor Rural y el Jefe de Almacén presentarán al Coordinador de Sucursal las necesidades de mercancías que tendrá el Almacén para surtir a las nuevas Tiendas.

Además del Programa de Surtimiento elaborarán la ruta de surtimiento considerando el aprovechamiento máximo de los vehículos.

Finalmente deberán coordinar la elaboración del Acta de Entrega de Capital de Trabajo y el embarque de la mercancía a las nuevas tiendas, de acuerdo con las fechas establecidas anteriormente.

La última actividad preoperativa es la entrega de Capital de Trabajo a las comunidades.

El Supervisor Rural deberá estar presente en dicha entrega. Como vimos anteriormente el Capital de Trabajo está integrado exclusivamente por la mercancía que recibe la comunidad para la operación de la tienda.

La comunidad recibirá prestada, una báscula y costalera, mismas que aparecen en el acta de entrega de capital de trabajo pero que no forman parte del mismo.

Además del Supervisor Rural, estarán presentes también en la entrega de Capital de Trabajo el Encargado de Tienda, los miembros del Comité Rural de Abasto, el mayor número posible de jefes de familia y de preferencia las autoridades locales.

En la visita de campo efectuada, se encontró que de las 50 personas entrevistadas, que acuden a abastecerse a las tiendas rurales, el 80% fueron mujeres amas de casa y viven en el área de influencia de la tienda y todas conocían la existencia de la tienda.

El 90% respondió que acude a la tienda a adquirir productos básicos: maíz, frijol, arroz, azúcar, aceite, harina de maíz y leche.

El 70% afirmó que no siempre encuentran lo que buscan, como bebidas alcohólicas, cigarros, carnes frías, etc. (estos productos no entran dentro de la canasta básica), por lo tanto no se distribuyen en las tiendas rurales de DICONSA. También contestaron que la tienda rural les queda más cerca y los productos que vende son más baratos y dan buen servicio.

El 95% contestó que su única participación en la tienda era comprando.

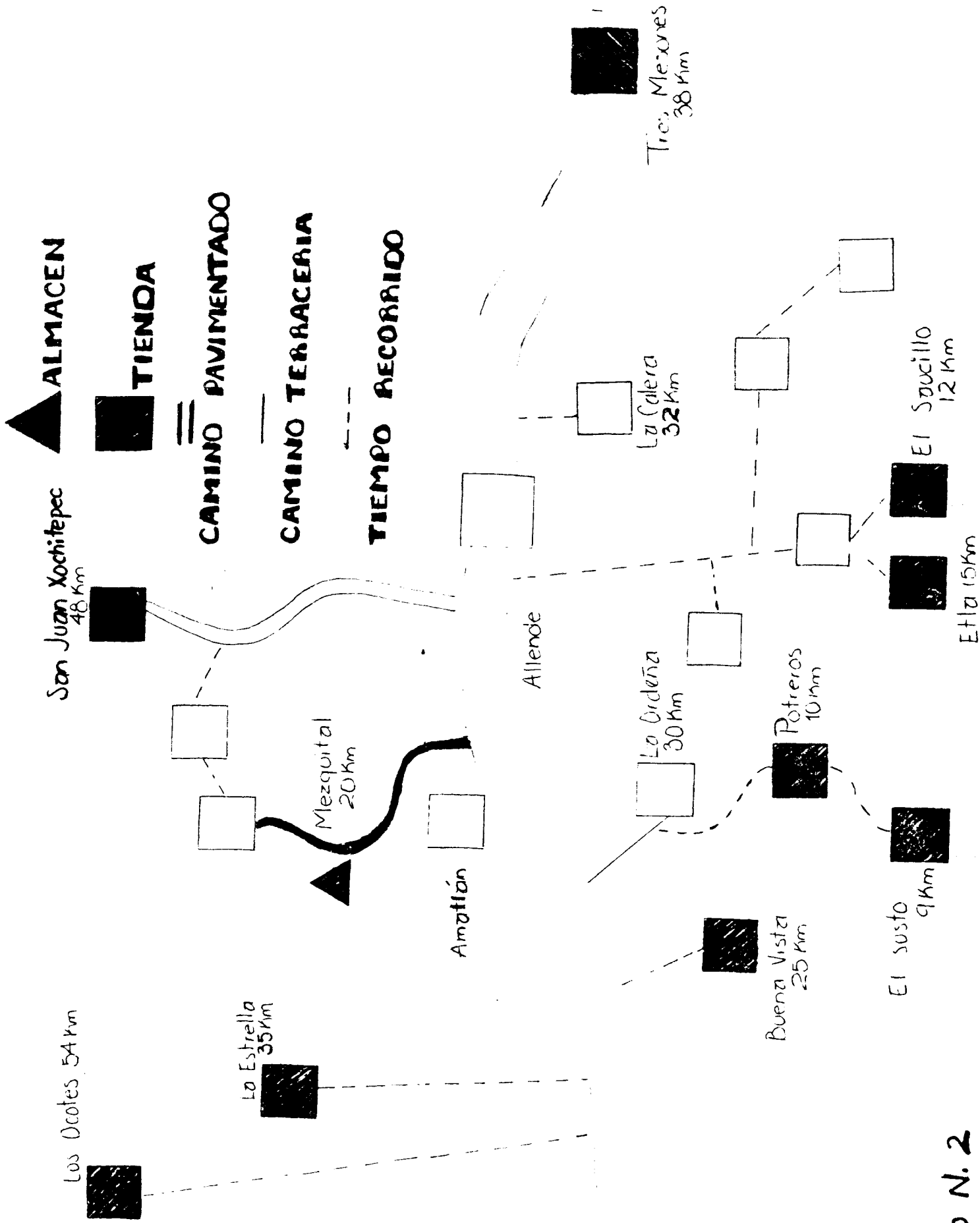
"A muchas tiendas los gerentes las han ubicado en lugares donde no se necesitan realmente, pero suponen mucha venta y han priorizado el aspecto de ventas sobre el servicio social, mucha venta y menos costos. Si yo tengo una tienda a 10 kms. de la ciudad o del almacén, a pie de carretera, vende más y cuesta menos surtirla que irme a la punta del cerro a una comunidad con aproximadamente 300 habitantes. Creo que se tendría que hacer un análisis de reubicación de las tiendas" (12)

La existencia de un programa de atención a estratos de la población más desfavorecida se refleja en:

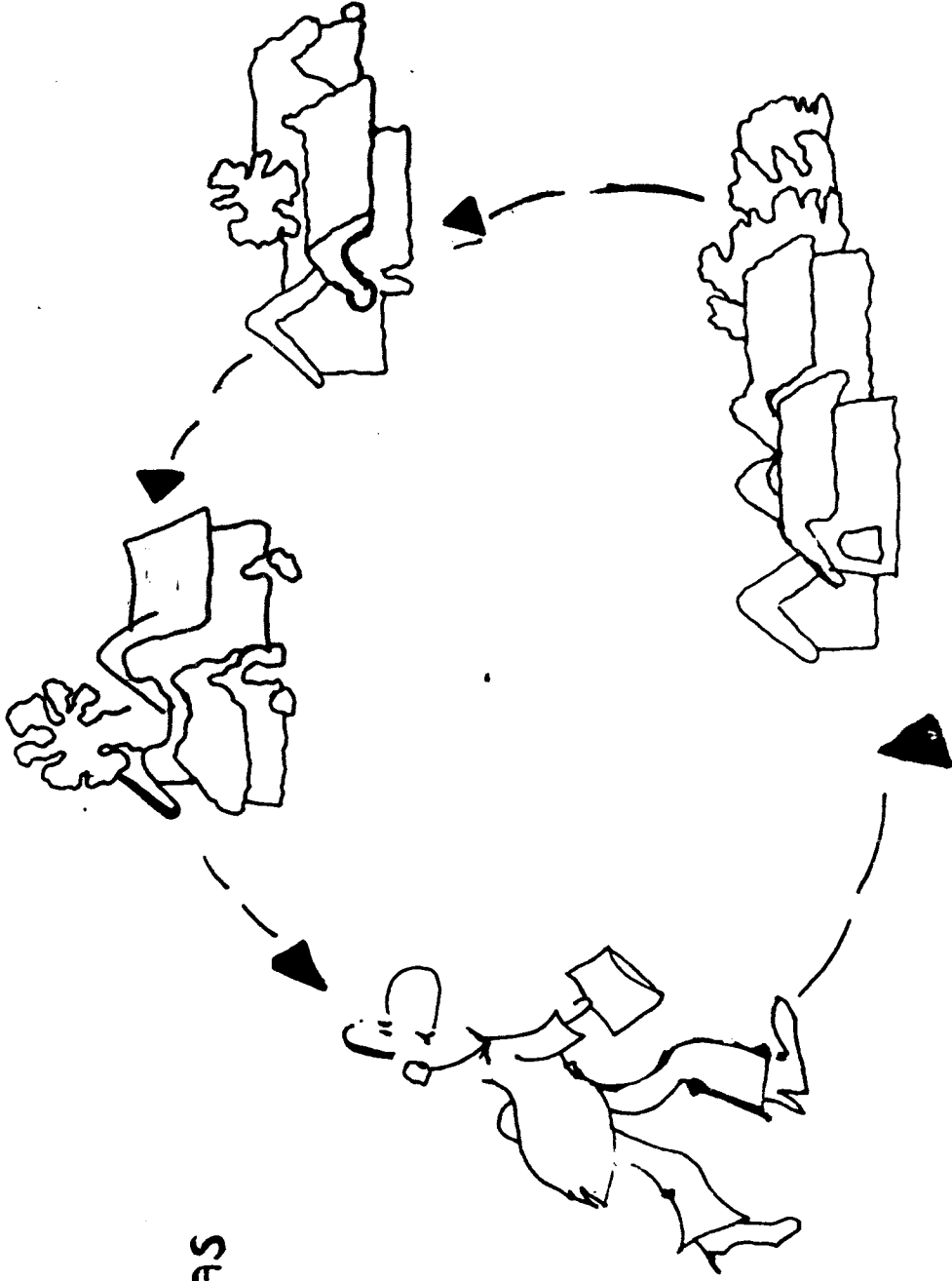
"tiendas, en presencia de organización, en infraestructura de DICONSA. Se refleja en todas partes, cuando uno va al campo todos saben donde está el almacén, que es el programa de tiendas CONASUPO etc. Se refleja en servicios adicionales a la comunidad como es la infraestructura vehicular, que a veces las comunidades las utilizan para sus propios proyectos y necesidades, es decir le da una presencia muy importante a DICONSA." (13).

(12) Entrevista Informante Calificado.

(13) Idem.



RUTA
DE
TIENDAS





TIENDA RURAL NO. 6.
" XILOTEPEC ".
PERTENECE AL " ALMACEN COACATZINTLA ".
XALAPA, VER.
EMPRESA VERACRUZ.
FOTO 6

2.5. INFRAESTRUCTURA CON QUE CUENTAN LOS ALMACENES Y LAS TIENDAS RURALES.

ALMACEN

A. Mobiliario y equipo:

Todo almacén CONASUPO-RURAL deberá contar con el mobiliario y equipo para su correcta operación:

- Equipo de oficina
- Equipo de Almacén

mismo que deberá ser asegurado en acta administrativa y firmada por el jefe de almacén.

B. Papelería:

El almacén deberá contar con todos los formatos establecidos.

C. Fondo Fijo Revolvente:

El almacén deberá contar con dinero en efectivo para hacer frente a sus gastos formales de 15 días de operación.

D. Capital de trabajo y tienda.

Garantizar el abasto de productos básicos al programa CONASUPO-RURAL.

E. Asignación de vehículos:

Todo vehículo asignado por DICONSA al Programa Rural será utilizado exclusivamente para los fines del mismo, asignándose a cada uno de los Almacenes con excepción de los tractocamiones que permanecerán en la Sucursal. (FOTO NO. 7)

F. Selección, Contratación y separación de Jefes de Almacén, Subjefes operativos, Subjefes administrativos y Supervisores Operativos:

DICONSA tendrá el derecho de seleccionar, contratar y despedir a este personal.

G. Selección, capacitación, contratación y separación de choferes, auxiliares, loteadores y veladores.

Las personas que ocupen estos puestos serán exclusivamente de las comunidades que atiende cada Almacén y su nombramiento deberá ser realizado por el Consejo.

TIENDA

A. Promoción y difusión del Programa en comunidades.

B. Instalación de tiendas.

Cubrir con tienda Campesina todas las poblaciones del país que cuenten entre 500 y 10 000 habitantes.

C. Entrega de Capital de Trabajo.

A toda tienda campesina se le entregará para su operación:

- Báscula (FOTO NO. 8)
- Costalería (FOTO NO. 9)
- Mercancía para hacer frente a las necesidades estimadas de la población.
- Letreros de tienda campesina.

Dicho mobiliario y mercancía será entregado a la comunidad mediante Acta de Entrega de capital de trabajo.



foto no. 7

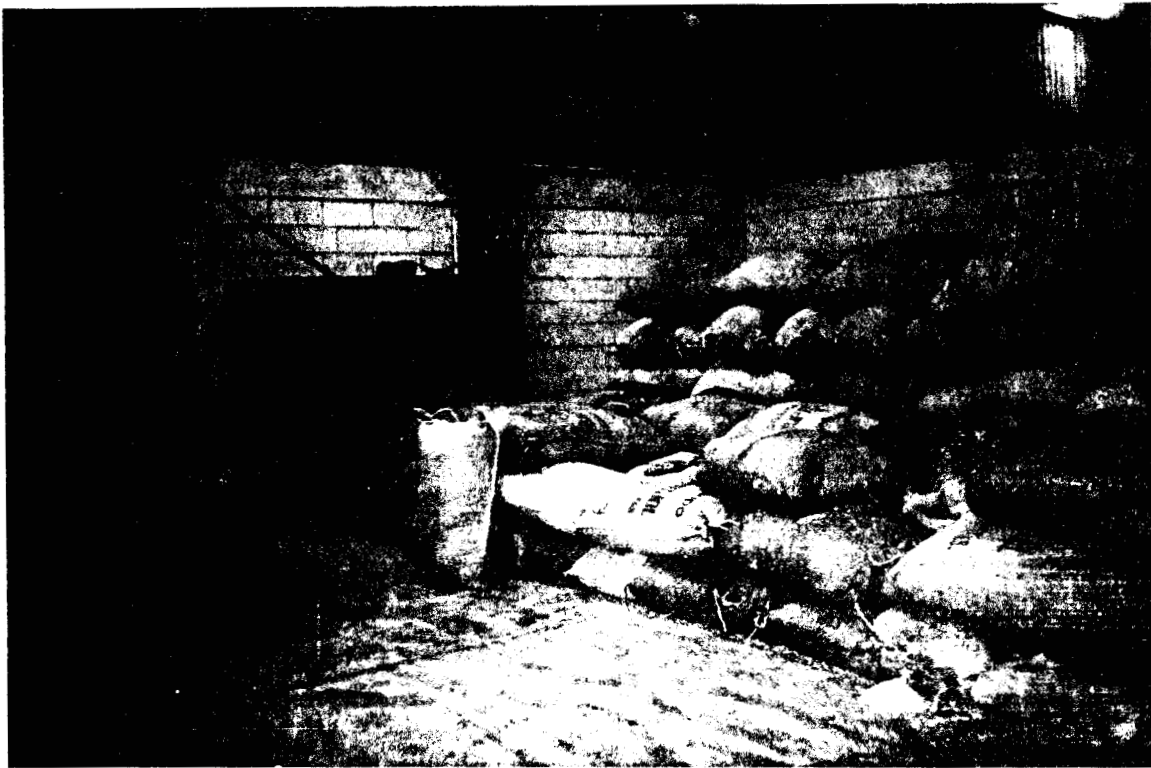
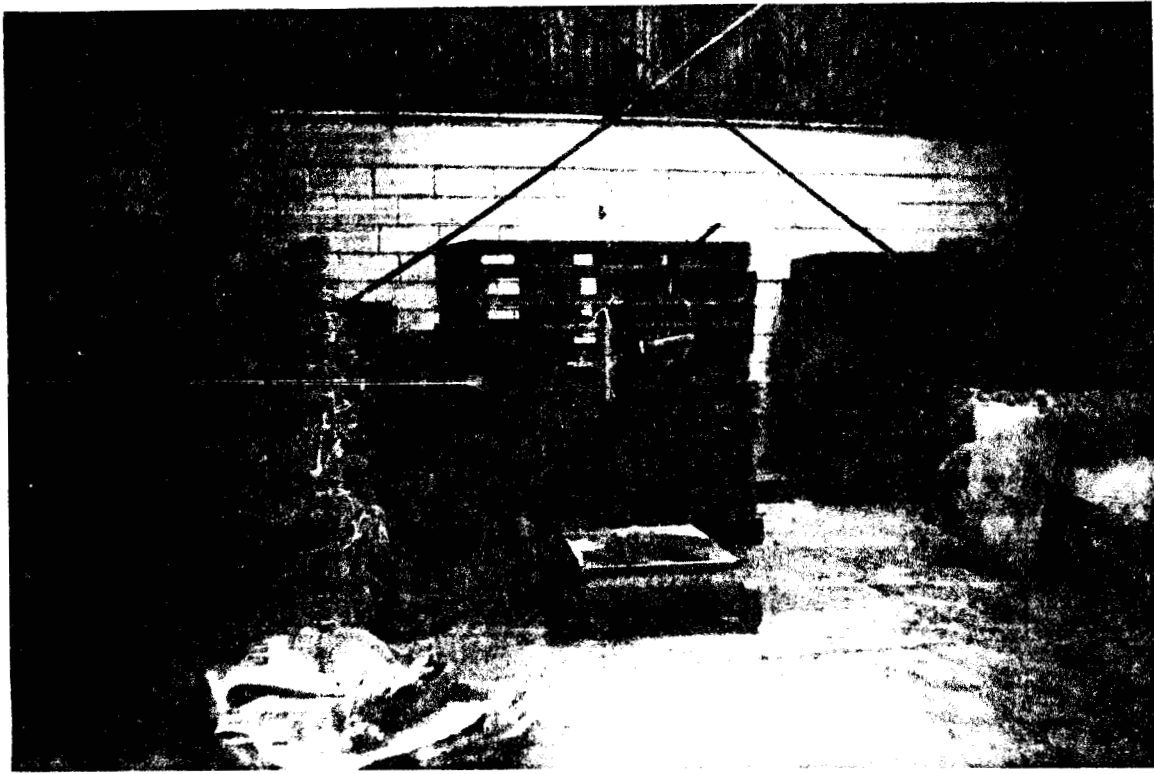


FOTO NO. 8 Y 9

2.6. EVOLUCION DEL PROGRAMA RURAL 1982-1988.

Las acciones realizadas en materia de abasto se dirigieron en el período 1982-1988 a las zonas rurales y urbanas marginadas. Ante la situación económica que vivía el país, fue necesario ampliar la distribución de productos básicos y hacerlo con menores recursos financieros. La sociedad apoyo con recursos propios la expansión del abasto y la empresa respondió con la modificación de su estructura para el mejor cumplimiento de sus objetivos sociales.

En diciembre de 1982, la primera decisión adoptada fue el incremento de la distribución de los alimentos contenidos en el Paquete Básicos de Consumo Popular.

DICONSA coordinó sus acciones en el marco de dos programas: el de Distribución y Regulación Conasupo, y el de Reordenación Administrativa y Capacitación. Se buscaba desconcentrar el abasto; apoyar a las pequeñas y medianas industrias y a los productores primarios; fortalecer la regulación de precios; poner a la capacidad de convocatoria y la infraestructura del sistema a la disposición de los productores y de las instituciones para el impulso de la producción y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

En los primeros seis meses de 1983, se incorporaron 14 almacenes rurales y se abrieron 1,043 tiendas campesinas. Se iniciaron también las compras directas a productores de arroz, miel, café, lenteja, sandía, uva y mango. Se impulsó, así mismo, el Programa de Ventas por Catálogo, que comprendía herramientas, materiales para construcción y artículos para el hogar. En ese año se instalaron 2,867 tiendas, de las cuales 1.807 se localizan en zonas rurales.

Los esfuerzos seguían siendo dirigidos a la protección del consumo de los sectores de menores ingresos, que reducían sus compras apoyándolos con la distribución de maíz, leche, huevo, aceite vegetal, azúcar y tortilla, a cuya adquisición las familias destinaban alrededor del 39% de su gasto en alimentación.

Para 1985, DICONSA se propuso fortalecer la relación con los consumidores y con sus organizaciones; incorporar a la pequeña y mediana industria a los programas de abasto; fomentar la organización de los productores agropecuarios y poner a su disposición los canales de distribución e impulsar la participación de los servidores públicos en la toma de decisiones de la empresa.

En julio de ese año, los almacenes y tiendas rurales participaron en la estrategia de compras directas a los productores. La empresa se planteó transformarse en un elemento de promoción al desarrollo de mercados locales y en un factor de apoyo para asegurar la transparencia en la aplicación de los subsidios.

En los almacenes rurales la labor se dirigió a fortalecer la coordinación de acciones con Boruconsa (15) y Conasupo; a poner las bases del sistema de información sobre precios y mercados; a programar el tiempo no utilizado de los vehículos y áreas abiertas de almacenamiento; a participar en convenios entre instituciones de crédito y seguro; y la posibilidad de que los consejos comunitarios de abasto se asociaran con aportaciones de capital.

La descentralización y la eficiencia en el abasto se convertía en un factor de apoyo al desarrollo regional y de participación de las comunidades.

Una vez fortalecida la organización social para el abasto en el campo y en la ciudad, el paso siguiente para mejorar la eficiencia del abasto fue la desconcentración y descentralización de la empresa (DICONSA). Se planteó la creación de empresas a nivel estatal, con la participación de los gobiernos de cada entidad y de una empresa controladora y de servicios propiedad de Conasupo.

El 28 de Abril de 1986, se constituyó la Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S.A. de C.V. (DICONSA) que tiene como objetivos : dirigir y controlar los programas rectores de la empresa; representar a las empresas integrantes ante las autoridades, entidades e instancias sociales y civiles que corresponda, ante las dependencias globalizadoras; prestar servicios técnicos y comerciales a las empresas subsidiarias; desarrollar la estructura financiera y de informática que mejor se adecue a sus objetivos, coordinar los consejos de administración de las empresas integrantes del sistema, presidiéndolas en ausencia del coordinador del sector y del sector general de CONASUPO, crear las empresas subsidiarias que se consideren necesarias; cumplir con las disposiciones que por ley le correspondan y las que le asigne el consejo de administración.

En el último semestre de 1986, la empresa redujo los precios de los productos básicos en apoyo de los consumidores, con un costo mensual de mil millones de pesos. Era necesario proteger el consumo de la población que reducía sus compras a la adquisición de alimentos básicos como tortilla, azúcar, frijol, pastas de sopa (cuadro 1)

Con menores recursos había que incrementar la eficiencia de la empresa, para cumplir con sus fines sociales. DICONSA se planteó, conforme a los lineamientos del programa de Abasto y crecimiento la apertura de 245 tiendas rurales y la recapitalización de las existencias.

La descentralización y el aporte de las comunidades fueron elementos de apoyo al consumo familiar. En febrero de 1987, el comité directivo aprobó los lineamientos generales para la descentralización . Las 6 empresas regionales se desgregarán en 18, constituyendo 12 nuevas subsidiarias, 9 de las cuales con ámbito estatal.

En el segundo semestre de ese año, se instalaron 1,174 tiendas campesinas. En el estado de Oaxaca, con el apoyo del gobierno estatal, se abrieron 203.

(15) Bodegas Rurales Conasupo, fue creada en 1971 con la finalidad de apoyar a los Productores Agropecuarios en la comercialización de sus cosechas.

Se destinaron 968 millones a la modernización de tiendas y almacenes y se obtuvo un crédito de Banobras para el programa de reposición vehicular. Se adquirieron alrededor de 2 mil unidades nuevas para el programa rural.

El margen de ahorro estimado por la empresa fue de alrededor, del 15% en sus ventas. El 18% de éstas provenían de la distribución de maíz, frijol y arroz. En lo que respecta al azúcar, la empresa abasteció a la población durante los seis primeros meses de 1987 con cinco veces más que el volumen desplazado en el primer semestre de 1986.

De enero a junio de 1988, con la participación de la sociedad civil se abrieron 690 tiendas en zonas rurales y urbanas marginadas.

La firma de convenios con productores continuó. En abril de ese año se adquirió lenteja empaquetada a la Unión Agropecuaria Ejidal. " artículo 27 constitucional ", de Jerécuaro, Gto. También se signaron convenios de apoyo a la producción, como el realizado el 9 de junio con Fertimex para la distribución de sus productos en los almacenes y tiendas rurales del estado de Oaxaca. DICONSA apoyó también la prestación de servicios como la distribución del suero oral, y la comunicación de las comunidades rurales a través del programa de radiocomunicación de la empresa, al cual están integrados los almacenes rurales de Guerrero, Veracruz, Oaxaca, Campeche, Yucatán, Quintana Roo y Chiapas

Frente a las dificultades, para suplir la insuficiencia de recursos en este sexenio, la sociedad abrió nuevos caminos. Durante 1988, en Veracruz se establecieron 400 tiendas rurales con capital aportado por los campesinos. (16)

El esfuerzo del Programa Rural para mejorar las condiciones de la población vinculada con la operación de abasto, fue un objetivo constante de programa rural. Así el 17 de Agosto de 1988 se obtuvo la incorporación al régimen de seguridad social de 4,730 trabajadores que prestaban sus servicios en los consejos comunitarios de abasto.

Los avances logrados de 1982 a 1989 hicieron de la comercialización un elemento de fomento a la actividad productiva. Se participó e impulsó la producción de bienes de consumo popular elaborados por pequeños y medianos industriales. se fomentó el desarrollo de la economía campesina a través de la comercialización directa. Todo lo anterior basado en el fortalecimiento de la organización y de la participación social.

(16) Hernández Fujikaky, Gloria. "50 años de abasto comunitario"

ACCIONES 1982-1988.

Diconsa amplió su infraestructura comercial de 6,892 tiendas campesinas en 1982 a 14,988 en 1988 y de 239 almacenes rurales en 1982 a 301 en 1988. (no se contemplan las cifras del canal urbano). cuadro 2.

De las 6 empresas regionales que funcionaban en 1982, se constituyeron 18 empresas estatales y regionales, y una empresa controladora en 1986. Sin embargo de 1994 a 1995 se redujeron nuevamente a 16.

En 1982 se compraban 7 mil millones de pesos a la pequeña y mediana industria; en 1988 se adquirieron 300 mil millones.

Todas las acciones no hubieran sido posibles sin el apoyo de las comunidades. Actualmente en torno al abasto se reúnen mensualmente en asambleas los representantes de las 19 mil tiendas de participación comunitaria.

El abasto se ha convertido en un elemento de concertación entre productores y consumidores en un factor de fortalecimiento de la organización social.

**SISTEMA DE DISTRIBUIDORAS CONASUPO
VENTAS DE GRANO PARA EL PERIODO DE 1982-1988
MILLONES DE PESOS Y ESTRUCTURA PORCENTUAL.**

CONCEPTO	1982	%	1983	%	1984	%	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%
MAIZ	2593.3	4.1	7699.1	6.8	11769.9	6.4	16937.2	5.7	32506.9	7.2	93863.3	8.7	75995.7	7.7
FRIJOL	1473.8	2.3	2459.1	2.2	4738	2.4	11413.9	3.8	19055.2	4.2	41814.9	3.9	36443.8	3.7
ARROZ	684.1	1.1	1408.4	1.3	2903.9	1.6	4782.3	1.6	6575.5	1.5	13884.8	1.3	14624.2	1.5
AZUCAR	2916.8	4.6	6009.7	5.3	11180.9	6.1	15700.1	5.3	25511	5.6	62088.6	5.8	67202.9	6.8
TOTAL	7668	12.1	17576.3	15.6	30592.7	1040	48833.5	1017	83648.6	18.5	211651.6	19.7	194266.6	19.7

* CIFRAS A JUNIO DE 1988.
FUENTE: ESTADOS FINANCIEROS.

**SISTEMA DE DISTRIBUIDORAS CONASUPO
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL 1982 - 1988
(UNIDADES)**

CANALES	1982	1988 (1)	1988 (2)
PROGRAMA RURAL			
TIENDAS CAMPESINAS	6962	14811	14998
TIENDAS CONCESIONADAS	1848	555	523
ALMACENES RURALES	239	296	301
T O T A L	9049	15722	15822

1 CIFRAS REALES A JUNIO DE 1988

2 CIFRAS PROGRAMADAS A DICIEMBRE DE 1988

CUADRO NO. 2

CAPITULO III

EVOLUCION DEL PROGRAMA RURAL EN EL SEXENIO 1989-1994.

CAPITULO III

EVOLUCION DEL PROGRAMA RURAL 1989-1994.

3.1 LA POLITICA DE ADELGAZAMIENTO DEL ESTADO Y DESINCORPORACION DE LA EMPRESA PUBLICA DEL LIC. CARLOS SALINAS DE GORTARI.

La participación de la empresa pública en la economía de México con frecuencia es motivo de controversia. Los trabajadores y campesinos del país no están satisfechos porque la empresa pública que es parte del patrimonio nacional, no alcanza la capacidad ni muchas veces, la excelencia operativa que reclama de ella la mejoría de sus condiciones de vida y trabajo.

El establecimiento de empresas públicas en México responde en líneas generales, a un proyecto nacional definido. Son en primer lugar uno de los instrumentos de intervención del Estado en la economía, cuya razón jurídica y política se enmarca en la constitución de 1917.

En la constitución se reconoce la rectoría del Estado en el desarrollo nacional para garantizar que este sea integral, que fortalezca la soberanía de la nación y su régimen democrático, que fomente el crecimiento económico, el empleo y obtenga una más justa distribución del ingreso y la riqueza.

Es posible distinguir claramente dos tipos de empresas públicas: las que se ubican en áreas de actividad reservadas en exclusiva al Estado por el artículo 28 de la Constitución, consideradas estratégicas para asegurar la autodeterminación económica nacional; y las que se ubican en ramas prioritarias cuya función es fomentar y articular las actividades de otros sectores e inducir su modernización. En esas ramas, entre las que destacan la alimentaria y en general, las de bienes básicos, la empresa pública también complementa la participación de los particulares al asegurar la prestación de un servicio a la oferta suficiente de algún producto, contribuyendo a regular su producción y consumo.

La empresa pública en México es creación e instrumento de nuestro sistema de economía mixta, para explorar bienes y servicios que la nación reserva en exclusiva por su carácter estratégico y para, conducir y regular el desarrollo y modernización de áreas prioritarias por su importancia en la distribución o redistribución del ingreso nacional y del crecimiento económico.

A partir de 1983 se ha dado una nueva dimensión a la acción reguladora del Estado mediante reformas promovidas a los artículos 25,26 y 28 de la constitución, que fortalecen dentro del régimen de economía mixta, la posibilidad de conducción rectora del Estado. Realizar cambios estructurales en la economía hace más eficiente, moderno y equilibrado el esfuerzo productivo de la nación.

El balance nos hace comprender que México ha estado comprometido desde hace décadas a un proceso de modernización con logros notables, pero también con profundos desequilibrios económicos y sociales: adolecemos de una integración industrial deficiente, lo cual limita su capacidad para ofrecer empleos y configura una relación con la agricultura en la que ésta juega el papel de proveedora de alimentos baratos, pero no de mercado para los productos industriales. Ello es causa primordial de la heterogeneidad en cuanto a la eficiencia y productividad entre los sectores y ramas productivas que cobra su expresión social en una deficiente distribución del ingreso.

A través del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 Carlos Salinas de Gortari instruyó a las Empresas Públicas a seguir un proceso de ajuste, acorde con las orientaciones para el cambio estructural, económico, social y político, para hacer compatibles sus finalidades como instrumento de la rectoría del Estado con las demandas de la sociedad civil y mejorar su eficiencia operativa para potenciar sus resultados y coadyuvar el saneamiento financiero del sector público. (17)

Entre los lineamientos de cambio estructural que la sociedad reclamó y que el gobierno federal consideró entre sus prioridades, esta la modernización del comercio y distribución de bienes básicos. La intermediación comercial en México absorbe más del 30% del Producto Interno Bruto por problemas de la heterogeneidad, desintegración, ineficiencia y excesivo número de agentes que participan en ese proceso.

Modernizando la comercialización y distribución de productos básicos acercando la relación entre productores y consumidores, es una contribución fundamental al combate contra la inflación y en el mediano plazo, el equilibrio de la relación campo-ciudad, columna vertebral de los cambios estructurales que persiguen la modernización y equidad de nuestra economía.

(17) "Plan Nacional de Desarrollo" Informe de ejecución 1994.

3.2. DESINCORPORACION DE CONASUPO

Al inicio de la Administración de Carlos Salinas de Gortari, las empresas filiales de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) absorbían uno de los mayores presupuestos gubernamentales; la carga financiera de los subsidios, aunada al valor creciente de las importaciones llevó a la entidad a un fuerte desequilibrio financiero. Como resultado de la falta de capitalización de las tiendas, existía un abasto deficiente de productos básicos en las zonas rurales y una insuficiente infraestructura en zonas urbanas populares. En atención a esta situación y en apego a los lineamientos de la política de modernización de la empresa pública, que buscaba fortalecer al sector paraestatal para que sus empresas cumplan cabalmente con los objetivos para las que fueron creadas, en octubre de 1989 se inició el Programa de modernización estructural de CONASUPO, con objeto de promover el uso eficiente de sus recursos y reforzar la atención a las clases de bajos ingresos de zonas populares de la ciudad y el campo. Se pusieron en práctica acciones para eliminar los subsidios indiscriminados, desincorporar activos no necesarios y reestructurar el sistema de comercialización.

La transformación de CONASUPO contribuyó a reforzar la atención a los grupos más desfavorecidos y a reducir su participación en la comercialización de granos básicos y oleaginosas, interviniendo únicamente en lo relacionado a maíz, frijol y leche en polvo, lo cual no afectó el abasto ni el funcionamiento de los mercados en el resto de los productos.

Mediante el Programa de Abasto Social de Leche, en 1994 se benefició a 6.9 millones de niños, 3.1 millones más que en 1988, contando con una infraestructura de distribución de 6378 puntos de distribución, cifra que significa un aumento de casi cuatro veces el número de establecimientos existentes en 1988. Las familias beneficiadas por el Programa de Subsidio al Consumo de Tortilla aumentaron en más de un millón durante el lapso 1989-1994, es decir en 108.1 por ciento. La entrada en operación de PROCAMPO, implicó para CONASUPO un cambio estructural, bajo el cual mejoró la eficiencia de sus operaciones, actuando abiertamente, contó con otros agentes económicos en los mercados de maíz y frijol.

Con el propósito de impulsar el abasto de productos básicos en las zonas rurales y urbanas marginadas, en 1989 el Sistema de Distribuidoras CONASUPO inició un proceso de modernización estructural, que permitió desincorporar 604 tiendas propias, incluyendo la transferencia de 13 centros comerciales a la filial Impulsora del Pequeño Comercio S.A. de C.V. (IMPECSA) y la cancelación de 2995 concesiones a particulares que no cumplían eficientemente su función social. (18)

(18) "Plan Nacional de Desarrollo" Informe de ejecución 1994.

Para finales de 1994, su estructura de distribución estaba constituida por 20707 puntos de venta, de los cuales 19393 son tiendas rurales y 1314 tiendas urbanas, así como 338 almacenes, lo que significó una reducción total del 9.0 por ciento respecto a la operada en 1988. Paralelamente se registró un incremento de 25.1 por ciento en las tiendas en zonas rurales. Además, en esta Administración se inició la operación de 283 tiendas en unidades habitacionales del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT). Con estas acciones la distribución de productos básicos se dirigió preferentemente a cubrir la demanda en zonas donde el comercio privado es insuficiente y DICONSA constituye la única opción de abasto, o en las que esa filial cumple una función reguladora.

DESAPARICION DE ALGUNAS DE SUS FILIALES

En Agosto de 1991 se publicó la resolución para disolver y liquidar industrias CONASUPO, S.A de C.V. y en Diciembre de 1992 se concluyó el proceso de liquidación, destinando los recursos obtenidos a la expansión de los programas de abasto social.

Durante 1991 se enajenaron las plantas industriales de leche industrializada CONASUPO, S.A de C.V. (LICONSA). que tenían a su cargo la elaboración de leches comerciales ultra pasteurizadas, ubicadas en Morelos, Coahuila, Acayucán y Veracruz. Asimismo esa filial dejó de operar las plantas rehidratadoras de Nayarit y Guerrero, propiedad de los gobiernos estatales.

Debido que a partir de 1992 todos los recursos de LICONSA estuvieron orientados al programa de Abasto Social de leche, se desincorporaron los activos relacionados con el programa de Fomento Lechero, tales como el centro de mejoramiento genético, bancos de forraje y centros de recría. También se desincorporaron las plantas pasteurizadoras y rehidratadoras de leche instaladas en Colima, Mérida y Oaxaca , que eran poco utilizadas y se ubicaban en regiones en donde había una fuerte inclinación de las comunidades por leche en polvo.

En Octubre de 1991 la Comisión Intersecretarial Gasto-financiamiento aprobó la enajenación de las acciones con que participaba el Gobierno Federal en el capital Social de Maíz Industrializado CONASUPO S.A de C.V. (MICONSA). Se adjudicaron las marcas y unidades industriales propiedad de MICONSA al Fideicomiso Molinero y Promotora Empresarial de Occidente S.A de C.V. Así mismo, en enero de 1993 esa misma comisión emitió la resolución para llevar a cabo la disolución y liquidación de Impulsora del Pequeño Comercio S.A de C.V. (IMPECSA) y sus sucursales, cuya desincorporación al mes de julio de 1994 se encontraba en fase final.

Durante el período 1989-1994, CONASUPO adquirió en volumen promedio anual de 6926.0 miles de toneladas de alimentos, de los cuales 5716 mil fueron compras nacionales y 1209.5 miles de importación. Las adquisiciones internas significaron un incremento del 4.4 por ciento respecto a lo realizado en el periodo 1983-1988, como resultado del incremento significativo en la producción de maíz y frijol. Por su parte, las compras al exterior, experimentaron una reducción sustancial, de 75.9 por ciento, debido que a partir de 1991 dejó de participar en la comercialización de varios productos.

La participación de CONASUPO en la oferta global de alimentos permitió asegurar el funcionamiento adecuado del mercado y mantener en niveles suficientes las existencias de productos básicos que al mes de julio de 1994 ascendían a 3.5 millones de toneladas, 20.6 por ciento más que las de 1988, destaca el maíz con una participación de 83.3 por ciento y la leche en polvo con 2.0 por ciento . Con este nivel de existencias CONASUPO coadyuvó a evitar practicas nocivas de comercio y garantizó oportunamente el abasto de alimentos básicos a la población en condiciones adecuadas de calidad y precio. (19)

(19) Idem.

3.3 SITUACION DEL PROGRAMA RURAL EN EL SEXENIO DE CARLOS SALINAS DE GORTARI 1989-1994. APERTURA DE ALMACENES Y TIENDAS.

En 1989 el Programa Rural de Abasto contaba, con 301 Almacenes Rurales y 16,026 tiendas campesinas.

Durante este año se inició El Programa de Modernización del Sistema DICONSA, con la cancelación de programas concesionados y de tiendas propias.

Las causas que condujeron a la eliminación de aquellos Programas, cuyos volúmenes de distribución comprendían el 88 por ciento del total de ventas de la empresa, se relacionaron con la creciente ineficiencia de su operación: adeudos crecientes, mal servicio, atraso de sus sistemas de comercialización, pérdidas cuantiosas, inventarios profusos e inadecuados.

Las medidas adoptadas propiciaron una reducción sustantiva en ventas y en personal de tal forma que a partir de 1990 el programa rural se convirtió en la columna vertebral de DICONSA.

Otra característica importante del Programa de Modernización fue que la empresa debió especializarse en la atención a los pobres, localizados en el campo. A nivel urbano solo operaban 5 mil tiendas del Programa PAZPU, y otras del Programa de Abasto Social de Productos Básicos al Sector Obrero en unidades habitacionales del Infonavit, cuya operación estaba por iniciarse. Adicionalmente el Programa de Modernización se planteó la consolidación del Programa Rural a través de la recapitalización de tiendas previo saneamiento, reposición de la flota vehicular (la mayor parte de los vehículos que había en uso, procedía del Programa Conasupo-Coplamar y por lo tanto era obsoleta; rehabilitación de almacenes, instalación de equipo de cómputo en las mismas unidades operativas y apertura de tiendas.

Todo este significativo avance del programa de modernización de DICONSA se tradujo en el fortalecimiento y desarrollo de sus programas comunitarios. Se orientaron los esfuerzos y recursos del sistema, hacia la atención prioritaria de los estratos de la población más desfavorecida, tanto del campo como de la ciudad, con el objetivo de brindar un mejor servicio en el abasto social de básicos.

Otro factor de importancia del programa de modernización durante este año fue la consolidación de la infraestructura de distribución con que contaba el sistema, ya que cuando se instalaron las tiendas rurales, fueron dotadas de capitales de trabajo en mercancías suficientes para atender las necesidades de abasto de la población de aquellas comunidades donde se localizaban. Con el paso del tiempo y como una consecuencia del fenómeno del crecimiento de los precios de estos bienes, los capitales de trabajo de las

tiendas se fueron deteriorando hasta un punto tal que ya no eran suficientes para continuar ofreciendo los volúmenes de productos que la población objetivo demandaba.

Dentro de la estrategia de la consolidación de los programas comunitarios dictada por la modernización del sistema de distribución CONASUPO, se llevó a cabo un intenso programa de recapitalización de tiendas comunitarias (campesinas y urbano-marginados) tendientes a restituir la capacidad de distribución de productos básicos que había sido deteriorada por los efectos de la inflación y por el incremento de las demandas de abasto de los beneficiarios.

En este año se invirtieron 42 mil 535.7 millones de pesos en recapitalización de tiendas comunitarias, con lo que a nivel sistema, los capitales de trabajo promedio por tienda campesina pasaron de 2,982 a 6,144 millones de pesos. Se contaba con 304 almacenes rurales y 18,553 tiendas comunitarias. Alcanzando ventas por N\$ 1,228,063.00

En 1991 a diez años de haberse implantado el programa de abastecimiento rural en el sistema de tiendas CONASUPO, la etapa de modernización y reestructuración integral de la empresa paraestatal y sus filiales, permitió cubrir metas de abasto de productos básicos a grupos marginados de los sectores rurales y urbanos del país que viven en condiciones de extensa pobreza. Sus ventas fueron por N\$1,635,961.00

A estas fechas DICONSA operaba con 18,831 tiendas en el ámbito rural. En el punto de venta de menor escala económica, esto es, población de 200 a mil habitantes, se expedían por lo menos 126 productos básicos de primera necesidad, en condiciones de oportunidad y a precios socialmente competitivos.

En relación a los almacenes, existían 307 instalaciones y se atendieron en promedio a 26 millones de mexicanos.

Para 1992 se estimaba que una población aproximada de 28 millones de mexicanos del campo tenían acceso a las 19,896 tiendas rurales CONASUPO operadas por DICONSA y la comunidad organizada en todo el país.

En esta infraestructura de tiendas, surtidas de los productos que demanda la población a través de 308 almacenes, se podía encontrar frijol, arroz, maíz, azúcar, abarrotes comestibles y no comestibles, todos aquellos productos que conformaban el universo de productos de la canasta básica, con un ahorro promedio en ese tiempo de 12% para apoyar la exigencia económica familiar.

Para este año DICONSA desplazó 926 mil toneladas de maíz, frijol y azúcar con valor de casi un billón de pesos. Dentro de esos cuatro productos, que en conjunto representan más del 40 por ciento de la venta anual total de Sistema DICONSA, destacaron el maíz con 635 mil 473 toneladas y el azúcar con 118 mil 169. Las ventas del programa rural ascendieron a N\$ 1'859,352.00.

Por lo que respecta a mercancías generales como café, aceites, pastas para sopa, leche, sal, harinas y otros se realizaron ventas aproximadas de un billón 480 mil millones de pesos.

Las subsidiarias del Sistema de Distribuidoras Conasupo que más productos de primera necesidad ofertaron durante este año fueron: Sureste (Chiapas y Tabasco), con un importe de 267 mil 16 millones, Veracruz con 226 mil 112 millones, Norte (San Luis Potosí, Coahuila y Nuevo León) con 218 mil 242 millones y Centro (Jalisco, Zacatecas, Aguascalientes, Nayarit y Colima) con 159 mil 67 millones de pesos.

Con programación anticipada de la distribución de los productos por casi 2.5 billones de pesos, se garantizó el abasto de los artículos básicos a las familias con ingresos de hasta dos salarios mínimos.

Se contaba con 319 almacenes rurales y 19,211 tiendas comunitarias en 1993 y las ventas del programa fueron por \$N2'023,734.00. Modernizando de manera significativa en los últimos años de la siguiente forma:

- Impulsando programas de recapitalización en todas sus tiendas.
- Instalando y operando equipos de cómputo, en sus 16 empresas subsidiarias.
- Sustituyendo el parque vehicular obsoleto y dotando a los almacenes de nuevas unidades para las tareas de operación y supervisión.
- Rehabilitando la distribución en los almacenes comunitarios.
- Actualizando y estableciendo nuevos sistemas normativos, operativos e informativos destinados a agilizar y eficientar las labores de información, seguimiento, control y evaluación en los estratos administrativos del sistema; así como la instrumentación sistemática de programas de capacitación entre el personal comunitario y de la institución.

En materia específica de abasto, las diversas áreas del sistema DICONSA se coordinaron, con objeto de promover un abasto ágil y eficiente que influyera en la recuperación financiera y en la mejora de los indicadores sociales de la empresa dentro de un esquema de comercialización íntegra, transformando la simple acción de compra en una estrategia de abasto que de manera corresponsable permitió avanzar con el propósito de garantizar el mayor bienestar en la mesa de los mexicanos más desprotegidos. (Gráfica 1)

En este sentido, la presencia más selectiva de DICONSA, exigió como primera medida redefinir el marco del Abasto, por lo cual en combinación con las empresas subsidiarias, sucursales y comunidades, se elaboró y difundió el nuevo catálogo nacional de familias y productos.

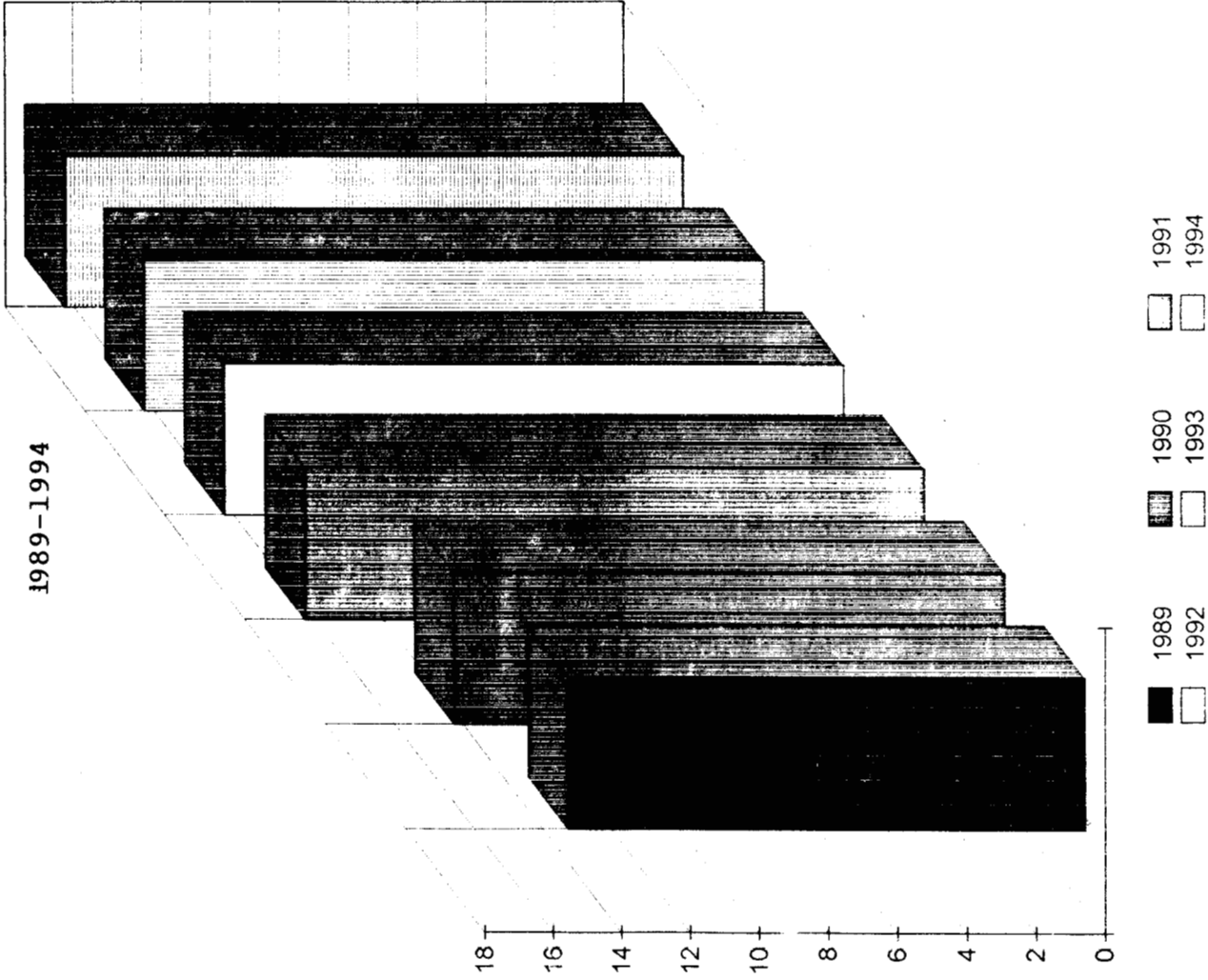
A partir de tal instrumento normativo de la actividad comercial se conformaron los catálogos de los artículos, en función de sus marcas, gramajes y presentaciones, constituyéndose en el universo dentro del cual se circunscribieron las acciones de abasto en su conjunto.

Dicho proceso de depuración, suprimió a más de 10 mil artículos no indispensables para la subsistencia humana centrándose en aquellos superbásicos y básicos complementarios constituidos por cinco líneas de productos: granos, azúcar abarrotes comestibles, abarrotes no comestibles y mercancías de consumo generalizado. (20)

El Programa de Abasto Rural cerró el sexenio de Carlos Salinas de Gortari con 338 Almacenes Rurales y 19393 tiendas comunitarias. (Cuadro no. 3)

Como podemos ver (Gráfica no. 2), las ventas del Programa Rural de 1988 a 1994 fueron en ascenso año con año, notándose más la diferencia entre los primeros tres años. En los últimos tres años no existe una diferencia tan marcada.

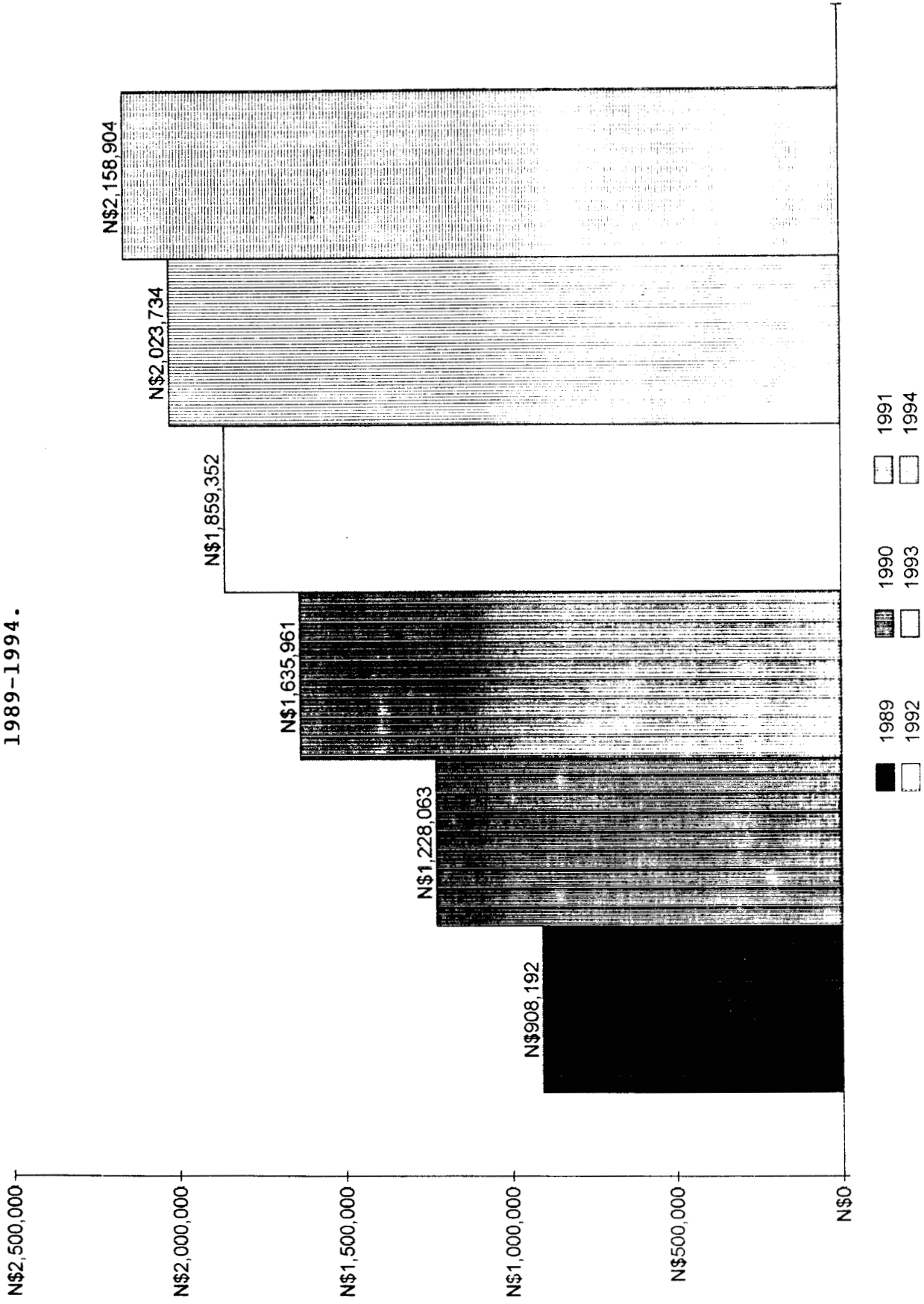
INFRAESTRUCTURA DE DISTRIBUCION DE PRODUCTOS
BASICOS A TRAVES DE DICONSA.



GRAFICA NO. 1

VENTAS DEL PROGRAMA RURAL

1989-1994.



GRAFICA NO. 2

**PROGRAMA DE ABASTO RURAL
APERTURA DE ALMACENES Y TIENDAS
1989-1994***

AÑOS	1989	1990	1991	1992	1993	1994
ALM. RURALES	301	304	307	308	319	338
TIENDAS RURALES	16026	18553	18831	19062	19211	19393

*Informe de Operación del Programa CONASUPO-RURAL
Dirección de Operaciones de DICONSA.

CAPITULO IV

PARTICIPACION COMUNITARIA

CAPITULO IV PARTICIPACION COMUNITARIA

4.1. ESQUFMA DE CORRESPONSABILIDAD ESTADO-COMUNIDAD

Identificar a la sociedad civil como sujeto social del desarrollo significa distinguir a los actores sociales que, en su interacción con el Estado, son capaces de dar forma y contenido a un proyecto de desarrollo. Se trata de definir sus características, su heterogeneidad, sus formas de organización y la manera en que sus intereses se articulan nacional o regionalmente. Se trata, en suma, de identificar cuáles son las fuerzas sociales en presencia, su grado de cohesión y el proyecto social, económico y político que sustentan. Entender, el papel de la sociedad civil y sus potencialidades en un país como México, nos lleva necesariamente a reflexionar sobre el proceso de formación y los instrumentos de presión que caracterizan la relación entre el Estado y la sociedad civil.

En países subdesarrollados como el nuestro, la vinculación a la economía mundial se realiza en momentos en que el capital no ha tomado aún una posición hegemónica. De esta manera, el desarrollo de estas sociedades está caracterizado por distintas formas económicas y sociales -que corresponden a diferentes épocas del desarrollo del país- que se interrelacionan entre sí y con un Estado que actúa como un gran promotor del desarrollo nacional.

La presencia del Estado, podríamos simplificar, antecede al desarrollo orgánico de la sociedad civil y no es, ni puede ser, un "estado guardián" sino por el contrario, su propio origen le impone la tarea de Estado participativo y promotor. En algunos casos, incluso, es sólo a través del Estado que nuestra sociedad puede aspirar a un proceso de acumulación de capital y progreso técnico, que ninguna otra entidad social sería capaz de llevar a cabo en el mundo de hoy.

En la historia del Estado mexicano ha sido importante el papel que ha desempeñado, casi por encima de la sociedad y de la nación. La herencia colonial prácticamente intacta, amenazas de desintegración territorial y presencia hegemónica de corporaciones como la iglesia y el ejército, fueron los principales agentes a los que se enfrentó el proyecto liberal de la Reforma. El éxito de los liberales trajo medidas que fortalecieron al Estado: se secularizó la vida política; se recuperó la facultad originalmente colonial de establecer y modificar el régimen de propiedad por consiguiente, la estructura social, se incorporó la sociedad campesina al mercado de trabajo, etc.

A raíz de la revolución de 1910, el Estado tuvo que afirmar su capacidad centralizadora y rectora al acabar con el caudillismo nacional o regional e imponer una sola línea ideológica para tener acceso a administrar los destinos del país. En cuanto a la estructura de la propiedad, se ampliaron las facultades del Estado, dado que al usufructo de la tierra y del subsuelo sólo se podía acceder con autorización de éste.

En la formación y consolidación del Estado, que hemos visto de manera breve, es palpable el proceso de modernización. En cuanto al medio rural, es clara la tutela e intervención del Estado en el ámbito de la propiedad y en el del control político de la propia sociedad rural.

En cuanto al equilibrio entre sociedad y Estado, es notorio que en estos períodos cruciales, la Reforma del 57 y la Revolución de 1910, el predominio de aquél ha sido insustituible; sin embargo, ha establecido siempre profundas relaciones con la sociedad y con la nación y ha posibilitado la modernización de éstas.

No sólo la economía ha crecido en las últimas 4 décadas bajo el amparo Estatal; también la sociedad ha sido favorecida y protegida por instituciones de seguridad social, programas educativos e instituciones de fomento a la producción y la distribución masiva de artículos de consumo básico.

Si se reconoce una participación del Estado históricamente estructural, que se refuerza particularmente en épocas en que nuestra nación se enfrenta a situaciones críticas, podemos visualizar más claramente el porqué, hoy en día, se han hecho incluso modificaciones a la Constitución para destacar el reforzamiento de la rectoría del Estado como instrumento insustituible en el avance del país.

Pareciera, que las reformas constitucionales a los artículos 25 y 26 y de la decisión de haber nacionalizado la banca, que la tentación de seguir el camino de la estatización sería enorme e incluso, desde la óptica del liberalismo decimonónico, parecería haberse adaptado ya.

Esto puede ser más o menos cierto, si no fuera porque se nos está planteando una estrategia intrínsecamente complementaria al reforzamiento de la rectoría del Estado, un mecanismo estructural, profundo y novedosamente retador: la participación de la sociedad civil en la definición, administración y vigilancia de los asuntos del Estado y con ello, de la nación misma.

Hablar sobre el desarrollo y capacidades de la sociedad civil en el medio rural, nos obliga pronto a rebasar la visión sectorial sobre el campo mexicano, visión que pretende analizar el agro tan sólo como un sector, el primario, de la economía.

El mundo rural se constituye por una compleja sociedad en continuo desarrollo. La sociedad rural se compone de comerciantes, pescadores, mineros, consumidores, grupos étnicos, pequeños y grandes propietarios, prestadores de servicios, ejidatarios, jornaleros, semi-proletarios, viejos y nuevos latifundistas, arrendadores, comuneros, agroindustriales, nacionales, prestamistas, madereros, transportistas, ganaderos, caciques y otros grupos sociales más, que integran una red humana con historia, con costumbres, con expectativas, virtudes y defectos, que han vivido y seguirán viviendo como una realidad evidente, por encima de las teorías y esperanzas de industrialización y urbanización de México.

Simplemente, al considerar como rurales poblaciones de hasta 10,000 habitantes, desechando la vieja y obsoleta frontera entre urbano y rural de 2,500 habitantes, nos encontramos con un mundo de mexicanos.

Estos demandan escuelas, vivienda, empleo, salud, recreación y todo aquello que contempla la estrategia de promoción del desarrollo rural.

La sociedad civil que habita el medio rural ha jugado y puede jugar, un papel fundamental en el desarrollo nacional. Requiere, para su fortalecimiento, impulsos mucho más complejos que los que se dan, pero sobre todo, requiere reconocer y construir su proyecto propio y el papel que puede y debe jugar en el proyecto nacional.

Pretender que un aparato burocrático pudiera ser el que se hiciera cargo de este reto sería no sólo ilusorio, sino insuficiente.

Es la propia sociedad rural, y en primerísima instancia a los campesinos y jornaleros, a la que corresponde la tarea de reconquistar el papel que jugó en otros períodos de la historia del país viabilizando así el mejoramiento de su calidad de vida y el incremento de su potencial productor.

Sin desechar el enorme potencial consumidores de los habitantes de éste país y sus efectos multiplicadores para la economía en su conjunto, es desde el punto de vista de la generación de productos básicos y alimentos que su papel es trascendente.

Cabe señalar que para la mayor parte de la población mexicana, el consumo de alimentos constituye su gasto principal; a medida que los ingresos son más bajos, el maíz significa una proporción mayor del gasto en alimentos.

El hecho de que la clase campesina sea la que sostenga fundamentalmente la producción de alimentos básicos, piedra angular de la soberanía nacional alimentaria, se debe al abandono del agricultor moderno y capitalista de estos cultivos en favor de aquéllos mejor pagados en el mercado industrial o destinados a la exportación, pero se debe también, y sobre todo, a la fuerza de la propia clase campesina, que de ninguna manera tiende a desaparecer del ámbito nacional. Esta sufre en todo caso "un lento deterioro en sus condiciones de producción, que ha llevado a la pauperización".

Las condiciones mismas en que las unidades campesinas operan y se reproducen se alejan significativamente de las necesarias para asegurar el nivel mínimo de rentabilidad capaz de mantener en operación las empresas agrícolas de tipo capitalista. Resultaría falaz pretender ver a los campesinos como personajes de aspirantes a capitalistas, a los que sólo faltan las condiciones para serlo, como es absurdo.

Sin embargo, "con la separación cada vez más radical que el desarrollo capitalista ha ido imponiendo a las ramas agrícolas e industriales, el campesinado se ha visto condenado a acudir al mercado para obtener productos que satisfagan necesidades, nuevas o antiguas, a las que su propia producción ya no responde". (21)

La concurrencia al mercado, en la doble función de productor y consumidor, se hace la mayor parte de las veces a cuenta del núcleo familiar y, a partir de unos años a la fecha, por conducto de organizaciones de productores cada vez más sofisticadas y mejor dotadas para la concurrencia mercantil.

(21) El Campesino en México.

Organizada la sociedad civil en el medio rural, gracias a la fuerza de su estructura familiar, a la estructura de la propiedad de la tierra y a su propia capacidad de modernización campesina demanda para poder avanzar en su proceso, el respeto a los planteamientos que el más alto nivel establece el Estado, pero que a nivel operativo no se observan.

Para que la sociedad civil ejerza su función de equilibrio nacional y desarrolle su capacidad administrativa y de vigilancia en los asuntos del Estado, es indispensable la democratización de la vida política rural y la democratización del uso de los recursos, empezando por la liquidación total de la nueva y antigua concentración de la tierra y los insumos. (22)

La estrategia tiene dos puntos: la necesidad de la clase campesina para modernizarse y la capacidad que tenga el Estado, los poderes públicos, para aceptar el espíritu y la letra de las modificaciones constitucionales que nos llevan a pasar de una democracia representativa a una democracia participativa. Es decir, uno de los mayores frenos en la estrategia de modernización del Estado y la de su consecuente contraparte, la sociedad civil, estriba en la incapacidad de los propios cuadros de los poderes públicos para aceptar, para aprender, que la sociedad va a exigirle cuentas, que tiene derecho a ello y que para esto y para compartir la responsabilidad de la administración se está organizando.

Esta organización de la sociedad civil en el medio rural tiene como base fundamental la propia estructura campesina y por apoyo al propio Estado, palanca insustituible.

La creación de una tecnología para el desarrollo rural, como en el caso de los caminos de mano de obra, o el sustancial avance que se tiene en materia de participación campesina en los programas de abasto y que vienen avanzando exitosamente desde el CONASUPO-COPLAMAR, ahora Programa Rural de Abasto de DICONSA, dan muestras positivas de lo que esta estrategia tiene de potencial económico y social, a la vez que obliga a los que reaccionan más lentamente a la modernización a renovarse o quedar marginados de esta relación Estado-sociedad civil, donde los intereses de la mayoría de la nación están por encima de los apetitos individuales o de grupo.

La sociedad civil debe avanzar en esa participación y los miembros de los poderes públicos deben aprender a aceptar esta participación que, por lo demás, es el propio Estado quien la promueve. Es imprescindible reforzar y construir instancias mixtas de participación Estado/Comunidad en los distintos niveles, contribuyendo a desconcentrar el poder político.

(22) "Participación de la Sociedad Civil en el Desarrollo Rural Integral". Mesa redonda sobre Tecnología Adecuada para el Desarrollo Rural Integral. 1989.

4.2. LA PARTICIPACION COMUNITARIA COMO SOPORTE, BASE Y CRECIMIENTO FUNDAMENTAL DEL PROGRAMA RURAL DE ABASTO COMUNITARIO.

Hablar de la participación comunitaria en el Programa Rural nos remonta necesariamente al inicio del mismo en COPLAMAR, donde existía voluntad política de creación de una gran red de distribución de productos básicos hacia las comunidades rurales; se daba una necesidad urgente de atender las zonas más pobres y atrasadas de la República. Posteriormente pasó a formar parte del quehacer de DICONSA. Ya en manos de la filial CONASUPO, el programa fue reforzado con un trabajo de campo acucioso, en donde se consideró que un programa de esta naturaleza solamente podía desarrollarse y sobrevivir si se contaba con la participación activa y organizada de las propias comunidades beneficiadas.

Por ello al inicio del programa, el primer objetivo fue desarrollar, promover e impulsar la participación comunitaria utilizando un numeroso grupo de promotores, muchos de ellos influidos por las corrientes ideológicas y políticas del movimiento del 68, que recorrieron las comunidades, realizando asambleas informativas, creando comités rurales de abasto, impulsando la construcción del almacén regional.

En conclusión, se desarrolló primero la organización campesina en el ámbito rural mexicano y después la infraestructura física.

Un elemento que ayudó a desarrollar este proceso fue el importante subsidio asignado a la canasta básica manejada por el Programa de Abasto Rural. Poco a poco el interés del pueblo se acrecentaba por contar con una tienda Conasupo-Coplamar en su comunidad.

Uno de los efectos más importantes de la primera etapa del Programa de Abasto comunitario, fue el enfrentamiento y posterior destrucción de fuertes caciquismos comerciales privados, que vendían a sus anchas en las regiones más apartadas, donde no existía ningún tipo de control de precios. El Programa Rural hizo desaparecer multitud de tiendas de raya que sobrevivían en el campo y logró que los precios oficiales rigieran efectivamente en lugares totalmente controlados por caciques.

"250 muchachos se capacitaron para ir a las comunidades como promotores a informar sobre el programa, a organizarlas y a instalar las tiendas, esos muchos hacían un trabajo muy importante y difícil, incluso algunos fueron asesinados por caciques que querían impedir la competencia en el comercio" (23).

La participación comunitaria fue importante ya que DICONSA nunca hubiera podido manejar por sí sola un programa de esas dimensiones, como controlar casi 20000 tiendas comunitarias y 300 almacenes. Como podía la empresa manejar a su propia burocracia para el manejo de unidades de venta.

Como única opción se tenía que desburocratizar el abasto de productos básicos a cargo del estado y darle una mayor participación a la comunidad organizada

(23) Entrevista informante calificado.

Esto ha dado como resultado que hoy se tengan alrededor de 20 mil Comités de Abasto Rural (uno por cada tienda) que son los que vigilan y certifican que los productos lleguen a los mexicanos más pobres que en condiciones de oportunidad, calidad, cantidad y precios liberados del intermediarismo y el acaparamiento.

A partir de esta organización campesina para el abasto se han formado los Consejos Comunitarios de Abasto (CCA) que sesionan una vez al mes, un día fijo, en los almacenes de DICONSA para solucionar cualquier anomalía o hacer propuestas que mejoren el servicio de distribución de productos de primera necesidad. (foto 10)

"Otro aspecto es la capacitación a las comunidades, si nosotros consideramos que durante 15 años, miles de gentes han estado en asambleas en los almacenes, han participado en auditorías a tiendas han participado en la evaluación del almacén tanto de ventas, costos, gastos, etc. esto ha llegado a crear una cierta cultura asamblearia, en la gentes, después de años de asistir mensual o bimestralmente. Las asambleas en los almacenes se llevan con mucho orden, porque la gente ya sabe como se debe de manejar una asamblea, en la mayoría de los casos el director de debates es un campesino y esto les ha dado una cultura de participación y también administrativa y contable" (24).

Armando Bartra opina:

"En el caso del Sistema de Abasto DICONSA rural, el cumplimiento de los objetivos y metas, así como la calidad del servicio dependen tanto del comportamiento de la institución como de la participación del sector campesino: los Consejos Comunitarios de Abasto. Si bien al principio la preocupación de los beneficiarios se expresaba fundamentalmente en la exigencia de mejor servicio, en los años recientes se comenzó a transitar de la impugnación a las propuestas constructivas, del simple reclamó a la creciente autogestión" (25)

Estos foros de libre expresión como son los Consejos Comunitarios de Abasto han prohiado una nueva cultura de organización campesina, que si bien se ha dado en relación al abasto hoy puede apreciarse su incursión en proyectos productivos tendientes todos ellos a mejorar la precaria economía de quienes producen los alimentos que nos llegan a las ciudades.

(24) Entrevista Informante Calificado.

(25) Bartra Armando, "Reestructuración Económica y Subsistencia Rural", El Colegio de México, 1992.

"La participación comunitaria no nace por generación espontánea, se da participación comunitaria cuando hay un trabajo de información, de capacitación y de motivación hacia las comunidades. En las empresas o sucursales donde ha habido muchachos que han trabajado en esta línea y han sido apoyados por el gerente, la participación comunitaria se ha convertido en algo fundamental sobre todo en los siguientes aspectos: en ahorro para el programa, es decir el programa tiene menos costos cuando hay mayor participación comunitaria y tiene más ventas por lo tanto la empresa es más sana, financiera y operativamente hablando y yo creo que ha cumplido un papel fundamental de cierto control respecto a los almacenes y las tiendas para que no haya faltantes, para que estén bien atendidas" (26).

Como en muchas dependencias gubernamentales, en DICONSA también se generó corrupción:

"Desgraciadamente muchos gerentes han tenido miedo a la participación comunitaria o bien no les ha interesado en absoluto, porque la participación comunitaria son los ojos del programa, son los ojos que vigilan diconsa, por lo tanto donde hay una cierta corrupción no les interesa por supuesto que haya participación comunitaria y la táctica ha sido en algunos casos darles prebendas a los presidentes de las mesas directivas de los Consejos Comunitarios de Abasto, darles una camioneta o un salario para que se callen y no cumplan su papel y en este aspecto se convierten en más representantes del gerente de la empresa que en representantes de la comunidad que los ha elegido. En otros casos los Consejos comunitarios de abasto fundamentalmente están compuestos por encargados de tienda que ven la tienda más que como un instrumento de servicio social como un negocio propio. Creo que donde se da una participación comunitaria más autentica, es en la zona donde el programa da más atención a la comunidad sobre todo en las zonas indígenas donde lo colectivo, lo comunitario culturalmente es más asumido que en zonas del norte cuya cultura no es tan colectiva."(27)

Los Consejos Comunitarios de Abasto buscan afanosamente la definición de una figura asociativa para que sean sujetos de reconocimiento jurídico y de crédito como tales, son en realidad agentes solidarios con la tarea gubernamental del abasto y por tanto pilar esencial, sin el cual difícilmente se hubiera podido desburocratizar la distribución de bienes de consumo básico.

En agosto de 1992 en Oaxaca, el entonces Presidente Carlos Salinas de Gortari, ante más de seis mil campesinos, integrantes de comités rurales y representantes de los Consejos Comunitarios de Abasto, de los 306 almacenes rurales, anunció que deseaba que las tiendas comunitarias del Programa Rural, se convirtieran en Empresas de Solidaridad.

(26) Entrevista Informante Calificado.

(27) Idem.

Una empresa en Solidaridad se constituye por la asociación de los Consejos Comunitarios de Abasto y/o la comunidad de que se trate con el FONAES (28), donde los primeros además de su organización, aportan su capital social, constituido por los capitales comunitarios, terrenos, locales y otros bienes; el FONAES aporta capital de riesgo en efectivo mediante firma de un contrato de asociación en participación que no le da derechos y obligaciones de propiedad en la empresa, sino de participación proporcional a su aportación en las pérdidas y ganancias de aquella.

En términos generales los requisitos que se plantean para la creación de las empresas son:

- Que el CCA o la Asamblea comunitaria, adopten una figura jurídica legalmente reconocida.
- Para el caso del Consejo, se recomienda la sociedad de responsabilidad limitada de interés público.
- Que se presente un proyecto de inversión donde se especifique el monto de los recursos a invertir, las características del proyecto, el estudio del mercado y la evaluación financiera.
- Que la organización social manifieste por escrito su intención de asociarse con FONAES.

Las Empresas de Solidaridad serán viables siempre y cuando se trabaje para ello, puesto que el mercado está en gran medida asegurado, si consideramos que los productos a abastecer son los que de manera individual ya adquieren las tiendas a la comunidad, en otros establecimientos y a precios elevados; y son viables también porque ya se tienen definidos los apoyos financieros y la infraestructura que es la misma de DICONSA.

La participación comunitaria dentro del Programa Rural ha tenido dos experiencias importantes en sus Almacenes "Ometepec" y "Alcholoa", ubicados el primero en la Costa Chica y el segundo en la Costa Grande de Guerrero.

COSTA CHICA: atiende 66 tiendas comunitarias con 130 mil habitantes y produce aproximadamente 80,000 tons. de maíz al año. Su principal fuente de ingresos es la venta de maíz, ajonjolí, miel de abeja.

COSTA GRANDE: atiende 50 tiendas comunitarias, con 200 mil habitantes, produce 60,000 toneladas de maíz al año. Su principal fuente de ingresos es la venta de café.

En ninguna de estas dos poblaciones existen mecanismos comerciales y financieros necesarios para organizar el intercambio regional entre productores y consumidores de maíz.

(28) FONAES. Fondo Nacional de Apoyo a Empresas en Solidaridad.

Tanto el Almacén de Ometepec y sus tiendas como el de Alcholoa y su red de puntos de venta tienen su origen en programa de abasto popular impulsado por Conasupo-Coplamar a fines de los años setentas, programa mediante el cual a la vez que proporciona el servicio, se transforma a los beneficiarios en "interlocutores", dotándolos de organización: comités locales encargados de la supervisión de las tiendas campesinas y un Consejo Comunitario responsable de fiscalizar la operación del almacén y del sistema regional en su conjunto.

Noble intención que, sin embargo, deriva con demasiada frecuencia en organizaciones de consumidores puramente fantasmales.

A falta de una respuesta social efectiva, la gestión queda en manos de los encargados de las tiendas, de la gerencia del almacén y, en última instancia, de la burocracia estatal y federal de DICONSA.

En 1979 en la Costa chica existía escasa o nula participación comunitaria. esto propicio corrupción administrativa en tiendas y almacén , se reflejo en desabasto y déficit financiero.

En 1985 cuando los comités y el consejo hasta entonces inútiles, comenzaron a activarse gracias a la iniciativa de los campesinos de la URECH. (29)

La URECH fue una organización de membrete y carente de vida interna hasta 1984 cuando un grupo de apicultores la reanimo dándole proyectos de desarrollo regionales, entre ellos la recuperación del esclerosado.

Para 1985, los comités y el consejo fueron pasando de colaboradores virtuales de DICONSA a interlocutores cada vez más reales, es decir contestatarios y exigentes, pero dispuestos a compartir responsabilidad.

En 1987, eran ya consumidores organizados quienes defendían el sentido de la gestión al proponer personal administrativo identificado con ellos, estableciendo relaciones comerciales directas con proveedores distintos de CONASUPO y promover programas heterodoxos de acopio-abasto con el llamado Banco de Maíz.

El esfuerzo por ser autogestores de las tiendas comunitarias y el almacén de Ometepec es sólo un frente más de la multilateral batalla de los campesinos de Costa Chica por apoderarse de su destino económico y social

En la Costa Grande la implantación del programa de tiendas comunitarias resultó de la demanda y previa movilización de una Unión de Ejidos, la Alfredo V. Bonfil, integrada por pequeños productores de café.

(29) URECH. "Unión Regional de Ejidos de Producción y Comercialización de Costa Chica".

El almacén de Alcholoa y su red de tiendas son más jóvenes que los de la Costa Chica. Desde su nacimiento en 1983 estuvieron animados por la decidida vocación democrática. Los comités locales y el Consejo Comunitario de esa zona fueron, desde el inicio, interlocutores reales de DICONSA. Reales y exigentes, pues, hijo de la austeridad, el sistema de abasto de Costa Grande creció entre restricciones presupuestales y peleando por el suministro.

Durante dos años se fueron creando las condiciones de traspaso, al mismo tiempo que se negociaban con las autoridades los términos de la operación. En 1988 las comunidades terminaron de reponer los capitales prestados a las tiendas por DICONSA y el almacén, cuya administración estaba ya estrechamente vinculada a la organización campesina logró operar financieramente en un punto de equilibrio por segundo año.

En noviembre de 1988 DICONSA entregó en comodato las instalaciones de Alcholoa al Consejo Comunitario de Abasto y a la sociedad civil Cafetaleros Unidos de Costa Grande. Desde entonces el destino del sistema de abasto comunitario de esta región es responsabilidad exclusiva de los campesinos organizados, quienes al pasar de la autogestión a la plena autonomía administrativa y financiera han descubierto los "asegures" de darse abasto: la experiencia reciente está demostrando que, dadas ciertas condiciones organizativas, la autogestión de este tipo de servicios no sólo es posible sino necesaria; pero dado que ahora son propias las tensiones que antes eran externas, también se está poniendo de manifiesto una fuerte contradicción entre la rentabilidad y el servicio. Aun más, se está poniendo en entredicho el supuesto de que, para transferir funciones y aparatos económicos estatales al sector social, es condición que unas y otros sean rentables y que, este último pueda prescindir de subsidios, cuando, en realidad,

traspasar la gestión de un servicio antes estatal no significa, necesariamente, cancelar su función redistributiva. Los mexicanos en desventaja económica y social tienen derecho a compensaciones, pero no por ello son menos "mayores de edad", de modo que autogestión y subsidio no deben verse como incompatibles. (30)

(30) Hewitt de Alcántara, (comp). "Reestructuración Económica y Subsistencia Rural", El Colegio de México, 1992.



ASAMBLEA COMUNITARIA
ALMACEN " LA LUISIADA "
EMPRESA BAJIO
FOTO 10

4.3. ASAMBLEA COMUNITARIA.

1) ASAMBLEA COMUNITARIA: Es la reunión de habitantes mayores de edad de una población sede de una tienda y de las comunidades que son atendidas por la misma.

La asamblea comunitaria tiene por objeto esencial garantizar la marcha sana del programa de Distribución CONASUPO-RURAL a nivel comunitario, supervisando y evaluando la operación proponiendo las acciones y medidas correctivas necesarias.

Dicha asamblea constituye el órgano supremo de decisiones a nivel comunitario en torno a los programas que operan los almacenes.

La asamblea Comunitaria se integra por los habitantes mayores de edad de las comunidades atendidas por la tienda.

Las funciones de dicha asamblea son:

- Nombrar por mayoría al Comité Rural de Abasto, vigilando que éste cumpla con las funciones que le son encomendadas y sustituirlo cuando lo consideren conveniente o haya cumplido con el período para el que fue electo.
- Fijar el horario de la Tienda Campesina y las fechas de celebración en asambleas comunitarias.
- Tomar decisiones a nivel comunitario para asegurar el buen funcionamiento del programa, con base en las facultades que se le otorgan en el Reglamento e Instructivo de Operación, cuando éstas hayan sido tomadas por la mayoría de los asistentes.
- Autorizar qué tipo de productos podrán venderse en la tienda campesina, adquiridos con capital comunitario y que por sus características no puedan ser surtidos por el Almacén. Esta autorización deberá ser aprobada por el Consejo Comunitario de Abasto.
- Solicitar al Consejo, a través del Comité Rural de Abasto se tomen los acuerdos que consideren necesarios para el buen funcionamiento del Programa en sus comunidades.
- Cuando la Asamblea Comunitaria lo determine podrá ser electo un Encargado suplente, el cual sólo entrará en funciones para asegurar la continuidad del servicio a la Comunidad, y en los casos de ausencia extraordinaria del Encargado, pasará a ser titular de la misma, previa auditoría.

4.4. COMITE RURAL DE ABASTO

2) **COMITE RURAL DE ABASTO:** Es un grupo de personas designadas directamente por la asamblea comunitaria para realizar la supervisión y evaluación del manejo operativo y administrativo del Programa a nivel comunitario, y es el representante de la comunidad en otras instancias de participación.

El Comité Rural de Abasto tiene como objetivo apoyar y vigilar la operación y administración del Programa a nivel comunidad, así como participar en el consejo comunitario de abasto para los mismos fines a nivel de Almacén o informar periódicamente a la Asamblea Comunitaria de los resultados obtenidos.

Para cumplir con las funciones cotidianas de la Asamblea Comunitaria, ésta nombrará entre sus asistentes a un Comité Rural de Abasto integrado por: un presidente, un secretario, un encargado de tienda con sus respectivos suplentes y un tesorero. Y en los casos en que la comunidad crea conveniente podrá integrar al Comité Rural de Abasto un representante de los Productores.

Los cargos de los miembros del Comité Rural de Abasto, a excepción del encargado de tienda, durarán dos años y el 50 por ciento de los integrantes podrán ser reelectos para el período próximo siguiente, no ocupando el mismo cargo, pudiendo ser sustituidos por la Asamblea Comunitaria en el momento que no cumplan con sus funciones. El encargado, por su parte, deberá ser sometido a evaluaciones periódicas por la Asamblea Comunitaria para ser ratificado o en su caso sustituido.

El Presidente del Comité Rural de Abasto (o en su ausencia el secretario, el tesorero o sus suplentes), el representante de productores (cuando estos se hayan integrado al Comité Rural de Abasto) y , el Encargado de la tienda campesina deberán asistir a las reuniones mensuales que se celebren en el almacén.

FUNCIONES DEL PRESIDENTE, SECRETARIO Y TESORERO (3,4,5)

- Apoyar y vigilar la operación y administración del programa a nivel de su comunidad, presentando conclusiones y solicitudes de acuerdo a la Asamblea Comunitaria.
- Asistir obligatoriamente y participar en el Consejo Comunitario de Abasto y comisiones que de él se deriven, como portador de los acuerdos y peticiones de la Asamblea Comunitaria y a emitir su opinión y voto cuando así se le requiera.
- El miembro del Comité Rural de Abasto que asista al Consejo, deberá informar a la Asamblea Comunitaria sobre las resoluciones tomadas en el mismo.
- Ejecutar los acuerdos emanados de la Asamblea Comunitaria.
- Integrar y vigilar el Capital Comunitario derivado de la comisión sobre venta, los cambios de precios y de otros recursos de la Comunidad.
- Para efectos de auditorías en tienda Campesina deberá estar presente, cuando menos, un integrante del Comité Rural de Abasto además del encargado de tienda.

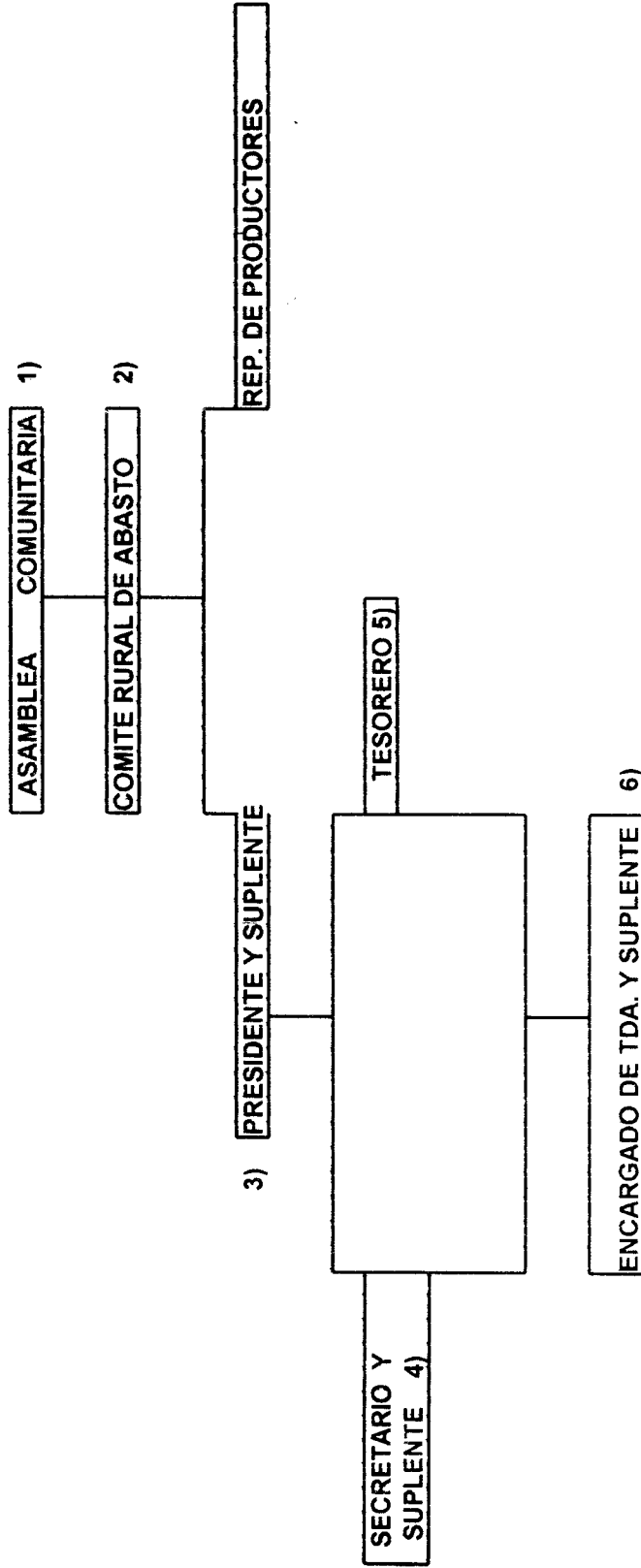
FUNCIONES DEL ENCARGADO DE LA TIENDA COMUNITARIA (6)

- Operar y administrar la tienda campesina conforme a las políticas y procedimientos establecidos.
- Brindar información sobre la operación de la tienda campesina a los demás miembros del Comité Rural y funcionarios de DICONSA, previa identificación, en el momento en que se la soliciten.
- Elaborar conjuntamente con el resto de los integrantes del Comité Rural de Abasto el informe mensual de operación de la tienda.
- Asistir y participar en el Consejo Comunitario que mensualmente se celebra en el Almacén emitiendo opiniones y voto cuando así se requiera.

FUNCIONES DEL REPRESENTANTE DE LOS PRODUCTORES.

- Representará a los productores de su comunidad para impulsar el Programa de Apoyo a la Producción y Comercialización de sus productos.

TIENDA



4.5. CONSEJO COMUNITARIO DE ABASTO

A) **CONSEJO COMUNITARIO DE ABASTO:** es, ante Diconsa, el máximo órgano de representación de las comunidades, que son abastecidas por un almacén.

El Consejo Comunitario de Abasto tiene como objetivo vigilar el flujo de productos básicos hacia las comunidades, así como cuidar que el uso de la infraestructura existente sea optimizado en beneficio de éstas.

La Asamblea de Consejo Comunitario de Abasto deberá ser integrada invariablemente por dos miembros del Comité Rural de Abasto y un Representante de los Productores de cada una de las comunidades, con el fin de participar en el Programa. Asimismo, integrarán la Asamblea de Consejo el personal de DICONSA y comunitario que labora en el Almacén y otros representantes de la Empresa.

A la Asamblea de Consejo Comunitario de Abasto también podrán asistir -previo acuerdo con los representantes comunitarios, los integrantes del Almacén y los de la Empresa- otros representantes comunitarios o personal de otras instituciones.

Las Funciones de la Asamblea del Consejo Comunitario de Abasto son:

- Evaluar el cumplimiento de las actividades del personal del Almacén y Mesa Directiva, de acuerdo a sus propias funciones y tomar las medidas pertinentes en caso de incumplimiento de acuerdo con el Instructivo.
- Preseleccionar y proponer a DICONSA candidatos para trabajar en el Almacén, cuando existan vacantes.
- Servir de enlace entre las comunidades y las instituciones del Gobierno Federal para la operación y administración adecuada del Programa.
- Tomar por mayoría los acuerdos necesarios para el mejor funcionamiento de los programas que operan el Almacén y darles seguimiento.
- Priorizar el uso de vehículos y espacio de Almacén entre las comunidades solicitantes, en caso de haber tomado acuerdos al respecto.
- Crear comisiones para la evaluación y supervisión operativa y administrativa de las tiendas y para la recuperación de faltantes cuando existan.
- Instrumentar las acciones necesarias para dar cumplimiento a los acuerdos tomados en la Asamblea de Consejo.

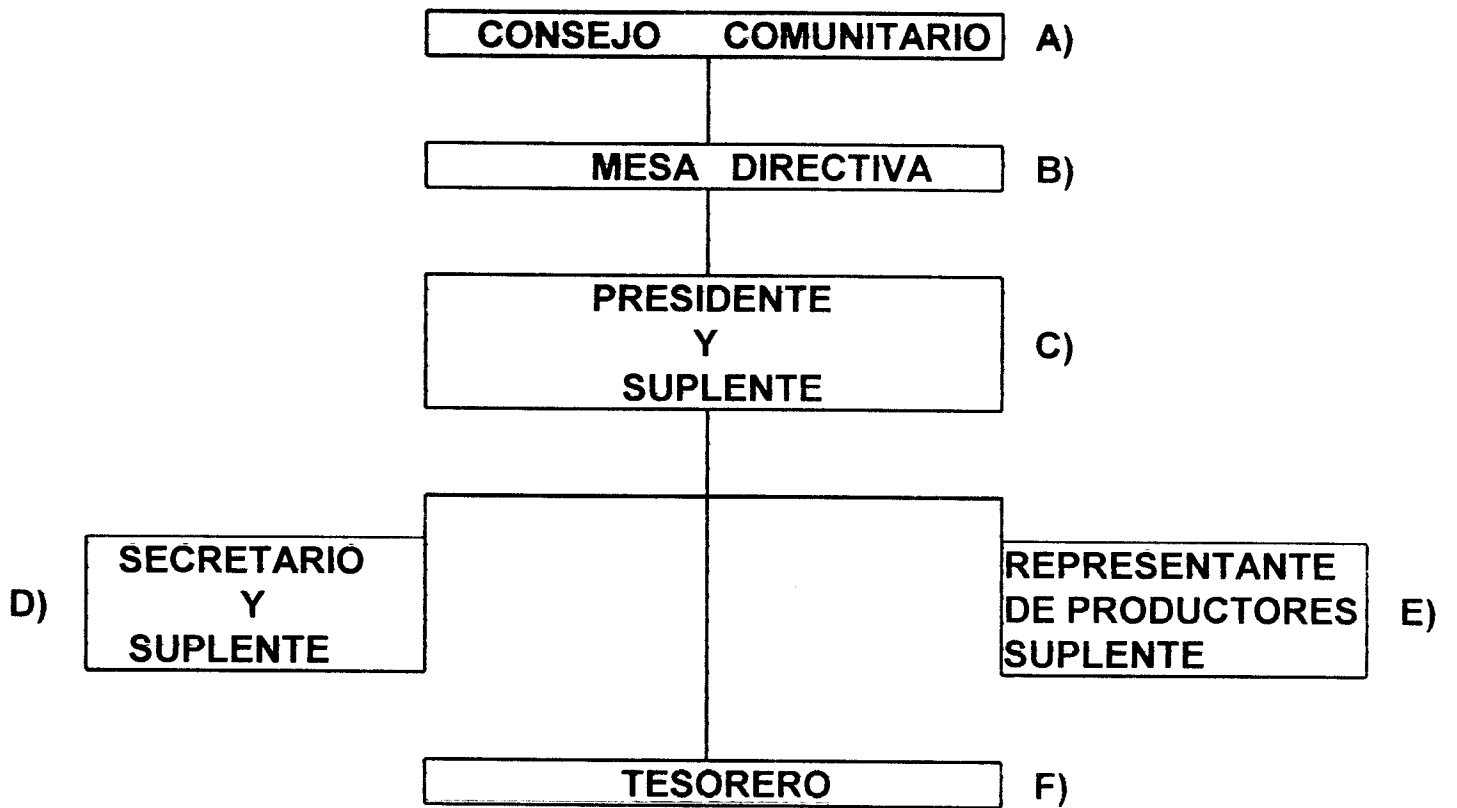
4.6. MESA DIRECTIVA DEL CONSEJO

B) MESA DIRECTIVA DEL CONSEJO: Es el grupo de personas designadas por el Consejo para realizar la supervisión y evaluación del manejo operativo y administrativo del Programa a nivel Almacén, y es el representante de las comunidades en las otras instancias de participación.

El Objetivo de la Mesa Directiva del Consejo es supervisar y evaluar la operación y administración del programa e informar de los resultados a la Asamblea de Consejo Comunitario, así como elaborar conjuntamente con el personal de DICONSA del Almacén, los planes de trabajo y uso de infraestructura y presentarlos, para su aprobación a dicha Asamblea.

(C,D,E,F) Estará integrada por: un Presidente, un Secretario, un Representante de los productores con sus respectivos suplentes y un Tesorero.

A L M A C E N



4.7. CONGRESOS NACIONES DE LOS CONSEJOS COMUNITARIOS DE ABASTO

El primer Congreso Nacional de los Consejos Comunitarios de Abasto se realizó el 20 de marzo de 1992 en el Centro Vacacional de Oaxtepec, Mor. a cuyo sitio acudieron cerca de 800 campesinos integrantes de los 305 C.C.A. de todo el país, así como los directivos de DICONSA y de sus empresas subsidiarias y sucursales.

La idea de realizar este primer Congreso surgió de los consejos comunitarios del Estado de Oaxaca y Veracruz. Por primera vez directivos y representantes de 20 mil comunidades atendidas por el Programa Rural dialogaron, discutieron y plantearon problemas.

En agosto de 1993 se llevó a cabo el Segundo Congreso, en donde durante 3 días, 588 representantes de los 306 Consejos Comunitarios discutieron los problemas que aquejan al Programa Rural y propusieron alternativas que contribuyeron a mejorar la eficacia.

El Congreso se dividió por mesas de trabajo y tema:

El primer tema fue el análisis del abastecimiento del maíz y el programa de harinización, con el cual se pretendía imponer la sustitución del grano por la harina de maíz, pero afortunadamente para los consejos y gracias a la protesta que se dio en varios estados de la república, se logró detener el programa.

El segundo tema se discutió la situación operativa, administrativa y financiera de las tiendas y los almacenes, para encontrar los problemas que están originando entre otros, bajas ventas, faltantes y desvíos en los capitales de trabajo y alta facturación en tránsito.

El tema tratado en la mesa 3 se examinó la participación comunitaria. Para ello se autoevaluaron, analizando objetivamente cómo se está participando en las asambleas comunitarias y comités de abasto en las asambleas de consejo y mesas directivas.

En el cuarto tema se revisaron las condiciones físicas y materiales de los almacenes, tiendas y equipo de transporte, para determinar si se está usando correctamente o no. También se analizó lo relacionado a salarios, prestaciones y cumplimiento de funciones y responsabilidades que tienen asignadas al personal comunitario y el de DICONSA, que trabajan para el Programa.

El quinto tema fue sobre los avances logrados desde que el Presidente Carlos Salinas de Gortari instruyó el año pasado, para que los C.C.A. se constituyan en Empresas Solidaridad, adquiriendo personalidad jurídica como empresas comercializadoras que contribuyan a complementar el abasto a las comunidades.

Finalmente se discutió sobre la relación de los consejos comunitarios de abasto con la problemática social, económica y política del país, como son las reformas a la ley agraria y el tratado de libre comercio.

Todos estos temas se analizaron bajo la óptica general de objetivo del Programa (31).

Para concluir el congreso el Gobernador de Morenos y el Director General de DICONSA, leyeron las conclusiones generales del encuentro "Hoy se materializa en las conclusiones del congreso su participación y su profundo interés en apropiarse e impulsar el Programa de Abasto y de llevar a cabo este con formas nuevas, comprometiéndose así con su comunidad" (32)

(31) Memoria del primer y segundo Congreso Nacional de los Consejos Comunitarios de Abasto.

(32) Riva-Palacio López, Antonio. Gobernador del Estado de Morelos, Oaxtepec Morelos, 1993.

CONCLUSIONES

Desde siempre el abasto de los bienes que la sociedad requiere para la satisfacción de sus necesidades más básicas y primarias, ha representado preocupación principal y reto formidable de grupos, empresas y gobierno.

Por lo anterior, el desarrollo del abasto popular en México para garantizar la soberanía alimentaria del pueblo, constituye un aspecto de alta prioridad en las acciones públicas y es uno de los compromisos permanentes que junto con la salud, vivienda y educación el Estado tiene con los sectores más desprotegidos de nuestra sociedad.

En este sentido, la Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S.A. de C.V. (DICONSA), ha venido realizando en los últimos años continuos esfuerzos para reafirmar su presencia en el campo de la regulación de las subsistencias populares, adecuada a los grupos de más bajos ingresos, mediante la compra, distribución y venta de productos básicos complementarios en las mejores condiciones posibles de calidad, precio y surtimiento.

DICONSA nace en 1972, para regular el mercado del medio urbano a través de centros comerciales (tiendas propias) y tiendas concesionadas.

Asimismo amplió su canal de distribución al concesionar la operación de tiendas e Instituciones, Sindicatos y Secretarías de Estado, creándose con ello un canal de distribución institucional.

La adopción de estas formas de distribución llevó a que el Sistema Comercial Distribuidora Conasupo se convirtiera en el más grande de México.

Manejaba tiendas institucionales, centros comerciales, tiendas concesionadas urbanas y algunas rurales, dió lugar a crear una infraestructura administrativa muy grande y costosa. Hasta entonces la regulación del mercado se hacia propiamente por el Estado, es decir sin la participación directa de los beneficiados.

José López Portillo, en su primer informe de Gobierno destacó la agudización de las contradicciones entre el sector agropecuario comprimido y el sector industrial sobre protegido, entre la economía rural sujeta a precios fijos y la economía urbana subsidiada, entre las necesidades de importación y la capacidad de exportación.

El Programa de Productos Básicos se inicia en 1977, el cual tenía como objetivo activar todas las etapas de la cadena alimentaria. Para fortalecer el abasto, en 1978 se convocó a la Alianza para la producción, para fomentar la producción y asegurar precios accesibles a toda la población.

En 1980 se pone en marcha el Sistema Alimentario Mexicano, para apoyar la organización campesina, impulsar la obtención de créditos, la producción y comercialización de productos agrícolas, la agroindustrialización, la distribución y mejoría del consumo y la educación para la alimentación. Surge cuando se visualiza que el país no podía ser autosuficiente en la producción de alimentos, dado que el sector campesino estaba sometido a las más profundas contradicciones como la desorganización, la pulverización de la parcela ejidal y la anacronía de la mayoría de las leyes agrarias.

Ante la pérdida de la autosuficiencia alimentaria, se vio la necesidad de llevar a las comunidades rurales granos básicos que tradicionalmente ellos producían y otros productos necesarios, por ello en 1979 Conasupo participa con Copiamar en el establecimiento del sistema de distribución más importante que se hubiera implementado en México, tanto por sus alcances comerciales, pero sobre todo por su impacto social, ya que este nuevo esquema de comercialización introdujo un elemento nuevo y fundamental: corresponsabilidad gobierno-comunidad.

Dentro de esta nueva forma de comunidad organizada como lo vimos en el capítulo IV, es la que aporta el local, es receptora de la concesión de la distribución al detalle, recibiendo en custodia: un capital de trabajo, báscula, costalera y logotipo. El otorgamiento de una concesión, no a una persona física, sino a una comunidad organizada es un ejemplo sin precedente que ha demostrado ser viable desde su inicio.

Ante la carencia de infraestructura en el medio rural este programa significó que el sistema adquiriera una gran infraestructura propia de distribución (transporte y almacenes) que hizo grande y compleja la administración de activos.

Por el impacto social logrado, en 1983 Copiamar transfiere totalmente a Diconsa sus funciones de Abasto, definiéndose como Programa Conasupo Rural, iniciando una nueva etapa de crecimiento y consolidación.

Antes del surgimiento del Programa la experiencia más desarrollada de Diconsa era la actividad netamente comercial, o sea, compraventa, manejo de inventarios, atención a clientes en este caso sus concesionarios. Con las tiendas propias y almacenes rurales. Diconsa además de administradora de inventarios se convirtió en la administradora de activos y personal en demérito de su actividad sustantiva.

Con las definiciones del Gobierno en materia de política económica y comercial, la participación estatal en el abasto de alimentos básicos, ha tenido una transformación radical, en un sentido de disminución y cambio en las formas de intervenir en el abasto. Las políticas que determinaron las transformaciones referidas son fundamentalmente cuatro: 1) La disminución de la participación del Estado en la actividad económica; 2) Disminución y eliminación en algunos casos de los subsidios a los alimentos; 3) Desregulación comercial y 4) Liberación comercial.

Lo anterior tuvo como efecto la desincorporación drástica de las industrias estatales productoras de alimentos, quienes proveían en condiciones favorables las tiendas institucionales de productos como trigo y maíz, pastas para sopa, galletas populares, aceites, jabones y detergentes, azúcar y leches; lo anterior nos obliga a depender en el abasto de estos productos de la industria privada en condiciones menos favorables.

Otro efecto fue el deterioro de la presencia e imagen de las estatales por la eliminación de subsidios a ocho productos básicos de un cuadro de once y el resto con una disminución sustantiva.

La disminución drástica de los establecimientos comerciales del Estado al desincorporar Diconsa su canal propio (Conasupers y Centros Comerciales Conasupo) y concesionado (tres mil establecimientos).

Incremento en los precios de la canasta básica por encima del índice inflacionario en 1990, al tener la primera una inflación promedio del 90% y los precios de los productos de la canasta básica incrementarse en 33%.

Mientras siga existiendo la pobreza extrema que afecta a la mayoría de las comunidades rurales en México, no se puede dejar de lado y no reconocer la capacidad e importancia que ha creado durante los 15 años de existencia del Programa Rural de Abasto para hacer frente en alguna manera a mercados locales oligopólicos, jugando un papel fundamental en el abasto y regulación del mercado.

El Programa Rural al término del sexenio pasado, contaba con 338 almacenes rurales y 19393 tiendas rurales, haciendo llegar el abasto a las comunidades más necesitadas oportunamente y a precios mas bajos.

Tampoco debemos de olvidar los esfuerzos llevados a cabo por la sociedad civil involucrada para el funcionamiento del programa rural sin la cual no se hubiera logrado la permanencia del mismo.

BIBLIOGRAFIA

Alarcón Mendizábal, Adolfo, " La Política en el mercado de Productos Agrícolas ", Revista Problemas Agrícolas de Industriales de México, Octubre-Diciembre 1946.

Appandini, Knsten " De la milpa a los tortibonos " en Reestructuración de la Política Alimentaría en México, El Colegio de México, 1992.

Camargo, Luis Antonio, " La Intervención del Estado en el Abasto y la Regulación del Mercado de Productos Básicos, México, Editorial Calypso, S.A. 1982 140 páginas.

Cobo, Rosario y Lorena Paz Paredes, " El Sistema de Abasto Campesino en la Costa Grande de Guerrero", en Julio Moguel, Autonomía y Nuevos Sujetos, México, 1992

Dirección de Planeación del Sistema de Distribuidoras Conasupo "Cambio Estructural del Sistema de Distribuidoras Conasupo". Informe de labores 1982-1988, anexo 1, 1988.

Dirección de Planeación del Sistema de Distribuidoras Conasupo "Cambio Estructural del Sistema de Distribuidoras Conasupo". Informe de labores 1982-1988, anexo II, 1988, 216 páginas.

Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S.A de C.V. " DICCONSA : La participación social en el Abasto" 1961-1989. tomo I y tomo II.

Espinosa Gisela y Juan Manuel Aurrecochea, "Concertando con el Hambre: modernización y abasto rural", en Cuadernos Agrarios, Nueva Epoca No. 1, 1991.

Espinosa Gisela y Miguel Meza, "La Organización para el Abasto en el Sureste de la Costa Chica de Guerrero", en Julio Moguel, Autonomía y Nuevos Sujetos, 1992.

Fox, Jonathan " La Dinámica del cambio en el Sistema Alimentario Mexicano", en Historia de la Cuestión Agraria Mexicana, Tomo 9, Primera Parte, México Siglo XXI / LEHAM.

Hernández Fujjaky, Gloria, 50 Años de Abasto Comunitario.

Hewitt de Alcántara, (Comp), Restructuración económica y subsistencia rural, El Colegio de México.

" Información Básica para la Constitución de los Consejos Comunitarios de Abasto en Asociaciones Civiles" de Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S.A. de C.V.

López Rosado, Diego/Martínez Domínguez, Guillermo. "Intentos de Control de Precios en éxico", Talleres Gráficos del Departamento de Divulgación de la Secretaría de Educación Pública 1950.

Manual del Supervisor Rural de Distribuidora e Impulsora Comercial conasupo, S.A. de C.V. (DICONSA).

Moguel, Julio, Carlota Botey y Luis Hernández (coordinadores), Autonomía y Nuevos Sujetos sonales en el desarrollo rural, Siglo XXI, México 1992.

Peón Escalante, Fernando. Participación y Concertación para el Abasto Popular, México 1988.

Primer Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1995 (Sistema Conasupo).

Reglamento de Operación del Programa Conasupo-Rural de Distribuidora e impulsora Comercial conasupo, S.A. de C.V. (DICONSA).

Revistas Concertación DICONSA, Años 1991, 1992, 1993 y 1994.

ENTREVISTA

LIC. JUAN RIERA FULLANA

INFORMANTE CALIFICADO

**ENTREVISTA
INFORMANTE CALIFICADO**

LIC. JUAN RIERA FULLANA

1.- ¿ COMO NACE EL PROGRAMA RURAL.?

El programa rural no nace como tal sino que surge de otro programa que conocemos como COPLAMAR. A fines de 1979 siendo presidente José López Portillo se crea la Coordinación General del Plan Nacional de Apoyo a Zonas Deprimidas y Grupos Marginados (COPLAMAR), dicho programa tenía como objetivo apoyar a la población más pobre, en los asuntos de salud, educación y alimentación, firmaba convenios con diferentes dependencias: así nació el IMSS-COPLAMAR para la atención de la salud en el campo, el CONASUPO-COPLAMAR que era un programa que se planteaba la distribución de 30 productos básicos, la mayoría de ellos subsidiados y dirigidos a las comunidades más pobres del país. y el programa CONASUPO-COPLAMAR empezó a trabajar con las siguientes metas:

. Atender a doce millones de personas de muy bajos recursos. Abrir 200 almacenes y 6000 tiendas. Para lograr estas metas fue necesario crear la infraestructura operativa tanto de almacenes como de vehículos se planeó, construir 200 almacenes en las zonas más pobres, y adquirir 1900 vehículos (tanto de transporte como de supervisión: trailers, camionetas de 3, 5, 8 y 10 tons).

En aquel tiempo había mucha deficiencia de caminos, para atender a zonas muy apartadas, de difícil acceso o incomunicadas para ello, se adquirieron 30 avionetas para poder llegar a todos los lugares, eran avionetas que podían despegar y aterrizar en lugares muy chicos como la sierra y la selva, así como 50 lanchas para atender la zona de los ríos.

Realmente hubo un desarrollo muy rápido de este programa ya que se crea en 1979 y empieza a operar en 1980 y para 1982 ya había superado las metas que se habían programado al crearse. También se planteaba desplazar más de un millón de toneladas de alimentos fundamentalmente maíz a granel, frijol, arroz, sal, azúcar y para 1982 ya habían vendido más de 9,500 millones de aquel tiempo, era un programa casi autónomo, pero dependencia de DICONSA en el surtimiento a los almacenes, una de las características de este programa fue el planteamiento de que solamente podía funcionar bien y cumplir sus metas y objetivos con la participación de las comunidades. Nuestro planteamiento era que la comunidad que quería una tienda, que muchas de ellas si la querían, porque muchos productos eran subsidiados y por lo tanto más baratos que en el comercio privado el cual normalmente estaba en manos de caciques. Se calcula que el ahorro en aquel tiempo era del 50% en relación con el comercio privado y por eso las comunidades si querían el beneficio del programa.

Lo que se le pedía a la comunidad era que se organizara, que formará un comité rural de abasto en asamblea, que sería la instancia o el grupo que vigilaría el buen funcionamiento de la tienda, que eligieran también un encargado de tienda y que preparara un local comunitario, a su vez mensualmente todos los responsables o presidentes de los comités rurales de abasto junto con los encargados tendrían asamblea en el almacén que les correspondía. Esta fue una característica del programa que fue posible realizarse fundamentalmente por el papel que jugaban los promotores, quienes fueron aproximadamente 250 muchachos que se capacitaron para ir a las comunidades a informar sobre el programa, a organizarlas y a instalar las tiendas, esos muchachos hacían un trabajo muy importante y difícil, incluso algunos fueron asesinados por caciques que querían impedir la competencia en el comercio.

A principios de diciembre de 1982 cuando el Lic. Miguel de la Madrid era presidente de la República canceló el programa COPLAMAR a través de un decreto los activos y la función de CONASUPO-COPLAMAR los asumió DICONSA, por tanto se transfirieron los almacenes, los vehículos y la responsabilidad de la operación.

2.- ¿EL PROGRAMA HA CUMPLIDO CON EL OBJETIVO SOCIAL DE GARANTIZAR LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS A LA POBLACION RURAL?

SI Y NO

¿PORQUE SI Y PORQUE NO?

Sí ha cumplido en un cierto porcentaje en garantizar la distribución de productos básicos en comunidades muy marginadas y muy pobres pero, según mi punto de vista siempre ha funcionado en forma muy deficiente, en gran parte por el perfil de los gerentes de DICONSA.

DICONSA nace como un empresa urbana para atender a los habitantes de las ciudades medias y grandes a través de los centros comerciales CONASUPERS A, CONASUPERS B y tiendas concesionadas esto era DICONSA, cuando termina el programa COPLAMAR y pasa a DICONSA el programa rural, muchos gerentes, la mayoría, incluso la dirección del cooperativo, no apoyó ni prestó atención, ni cuidó el programa rural.

¿NO LE DABAN IMPORTANCIA?

No le daban importancia porque las ventas no suponían montos relevantes a nivel de DICONSA; por otro lado vestían más los centros comerciales CONASUPERS y el perfil de los gerentes era más bien de administradores finos y todo lo que tenía que ver con el campo como cuidar los almacenes, visitar los almacenes, impulsar más participación comunitaria, etc. no les interesaba, realmente fueron excepcionales los gerentes que tomaron conciencia e impulsaron esto. Esta situación generó muchas deficiencias, yo me acuerdo que por ejemplo DICONSA manejaba un catálogo de 14,000 artículos, COPLAMAR manejaba 30 fundamentalmente y sucedía que se compraba para los centros comerciales un tipo de shampoo por ejemplo y después se llenó las

tiendas del programa rural con artículos que realmente la comunidad no demandaba y esto obviamente distorsionaba el programa. No se priorizaba la atención de la canasta básica a las tiendas rurales, sino que muchas veces mandaban los sobrantes de los Centros Comerciales y de los CONASUPERS hacia el programa rural y esto afectó mucho la imagen y la operación misma del programa y en algunas partes causó problemas sociales. En este aspecto yo creo que el programa rural ha cumplido deficientemente con su función.

Pero también se tiene que reconocer que en gran parte ha garantizado la presencia de frijol, maíz, azúcar, aceites y otros productos básicos en el campo, no bajo un aspecto lucrativo sino de servicio social.

También hay otro factor que influyó para que el programa fuera afectado y es el hecho de que progresivamente fueron desapareciendo los subsidios de un producto y por tanto aumentaron los precios y al aumentar el precio la diferencia entre el comercio privado y las tiendas rurales se va disminuyendo incluso en algunos casos algunos artículos estaban más caros en DICONSA, que en el comercio privado y esto siempre ha provocado reacciones de protesta y de inconformidad en las comunidades.

3.-¿QUE PAPEL HA JUGADO LA PARTICIPACION COMUNITARIA DENTRO DEL PROGRAMA RURAL?

Ha sido fundamental, y se puede ver que en los lugares donde se ha promovido, y cuidado esta participación comunitaria.

La participación comunitaria no nace por generación espontánea, se da participación comunitaria cuando hay un trabajo de información, de capacitación y de motivación hacia las comunidades. En las empresas o sucursales donde ha habido muchachos que han trabajado en esta línea y han sido apoyados por el gerente, la participación comunitaria se ha convertido en algo fundamental sobre todo en los siguientes aspectos: en ahorro para el programa, es decir el programa tiene menos costos cuando mayor participación comunitaria hay y tiene más ventas por lo tanto la empresa es más sana, financiera y operativamente hablando y yo creo que ha cumplido un papel fundamental de cierto control respecto a los almacenes y las tiendas para que no haya faltantes, para que estén bien atendidas etc.

Desgraciadamente muchos gerentes han tenido miedo a la participación comunitaria o bien no les ha interesado en absoluto, porque la participación comunitaria son los ojos del programa, son los ojos que vigilan DICONSA, por lo tanto donde hay una cierta corrupción no les interesa por supuesto que haya participación comunitaria y la táctica ha sido en algunos casos darles prebendas a los presidentes de las mesas directivas de los consejos comunitarios de abasto, darles una camioneta o un salario para que se callen y no cumplan su papel y en este aspecto se convierten en más representantes del gerente de la empresa que en representantes de la comunidad que los ha elegido. En otros casos los consejos comunitarios de abasto fundamentalmente están compuestos por encargados de tienda que ven la tienda más que como un instrumento de servicio social como un negocio propio. Creo que donde se da una participación comunitaria más auténtica, es en la zona donde el programa da más atención a la comunidad sobre todo en las zonas indígenas donde lo colectivo, lo comunitario culturalmente es más asumido que en zonas del norte cuya cultura no es tan colectiva.

La participación comunitaria ha permitido incluso la expansión del programa y las comunidades han dedicado muchas horas de trabajo a arreglar caminos, construir viviendas etc. para que el programa rural les llegue bien, creo que ha sido un aspecto fundamental, si se pierde la participación comunitaria se pierde todo.

4- ¿A QUE TIPO DE PROBLEMAS SE HA ENFRENTADO EL PROGRAMA?

A muchos, el más importante es que las oficinas corporativas nunca, han tomado las decisiones bajo el planteamiento de apoyar a los más pobres, a los más marginados y a los más incomunicados, porque es muy costoso y esto significa costos de operación y las decisiones, normalmente, a nivel de la dirección de DICONSA, se toman para rendir buenos números, porque la evaluación que se le hace a DICONSA y a sus empresas subsidiarias, está más bien enfocado en los resultados operativos financieros, más que en los resultados sociales, el resultado social que yo sepa, nunca ha sido criterio de evaluación de la función de DICONSA, sino los consejeros de HACIENDA, SECOFI antes, los comisariados, el mismo CONASUPO, quienes evalúan sobre lo que se gastaba, sobre ventas, etc, esta era la presión hacia los gerentes y hacia el corporativo y esto según mi opinión ha sido un problema fundamental del programa rural.

Incluso cuando el Programa Rural se convirtió en el programa base de DICONSA, como es actualmente y que las ventas del programa rural significaban el 85, 90% de las ventas, nunca se cambió la forma de evaluar, nunca se cambió la estructura de DICONSA, nunca se priorizó la atención a los almacenes que son los puntos de venta y si uno hace la comparación de como eran cuidados los centros comerciales, que eran los centros de mayor venta y uno compara como están siendo tratados los almacenes rurales, ve la gran diferencia. Cuando estaban los centros comerciales, siempre había recursos para pintar de nuevo o para cambiar el mobiliario etc. o sea darles un mantenimiento. Los almacenes rurales siempre ha estado abandonado, igualmente el parque vehículo, siempre han estado abandonados y esto fundamental porque DICONSA es una empresa distribuidora y solamente se puede distribuir la mercancía a través de los vehículos y dado el tipo de caminos que transitan, se deterioran rápidamente si no hay cuidado y mantenimiento permanente.

Ha habido temporadas o periodos de tiempo donde un 30% de vehículos de DICONSA no tenían llantas por ejemplo, por aspectos burocráticos de la adquisición etc, por lo tanto los vehículos no se podían utilizar, esto demuestra la poca atención que se les da.

Otros problemas que se han dado, son los de abasto para los más pobres. Este aspecto tiene que estar muy definido como canasta básica y creo que el programa cumple con su función si en las tienditas siempre existe la canasta básica: maíz, frijol, arroz, aceite, sal, azúcar, etc. esto es lo que realmente la comunidad y las familias campesinas consumen casi diariamente, pero no se ha logrado en primer lugar porque la relación DICONSA-CONASUPO, respecto a los granos no ha sido la más fluida. CONASUPO, durante varias administraciones ha priorizado por la atención a los forrajeros, harineros y almidoneros antes que al programa rural; incluso en años pasados el

maíz que consumía el campesino era el más caro del mercado, a los tortilleros les subsidiaban con maíz más barato, las harineras también, así como el maíz forrajero. En cambio DICONSA no era prioridad. Otro problema era el de la calidad, muchos problemas que se tuvieron en el programa rural y que se siguen teniendo es porque CONASUPO a través de BORUCONSA le vende frijol de años de cosechas pasadas, frijol viejo, no de variedades preferentes muchas veces incluso con gorgojo. En el 86 hicimos una prueba, que fue recoger un kilo de maíz en la mayoría de los almacenes y llevarlo a analizar al laboratorio, el resultado fue que un gran porcentaje no era para consumo humano, esto CONASUPO nunca lo quiso reconocer, ellos decían que esto era falso y que en DICONSA lo que había era mucho desvío de maíz. Estamos hablando de maíz en grano los años durante los cuales se vendió más fueron como 900,000 mil toneladas en DICONSA y si lo comparamos con el consumo nacional de 14 millones, era insignificante la cantidad; si había algún desvío no era sustantivo, el desvío se daba por otros lados.

Otro problema que considero importante es que DICONSA normalmente no ha apoyado la capacitación, tanto del equipo operativo de los almacenes, como las mesas directivas y los encargados de tienda de los comités rurales. Para la capacitación comunitaria no había presupuesto, por lo tanto era deficiente la capacitación que se daba, así como los salarios. La gente que trabaja en el programa rural lo hace con gran responsabilidad, sobre todo los jefes y subjefes de almacén y reciben salarios muy bajos de DICONSA, por lo tanto. Esto determina o condiciona totalmente el nivel de la gente que trabaja allá y la gran rotación de personal. Porque un jefe de almacén cuando ya está capacitado, cualquier empresa le ofrece un salario más alto y esto significa que permanentemente se tiene una alta rotación. El mismo caso se da con los supervisores, el trabajo de ellos es uno de los más duros y fundamentales, pero en DICONSA, nunca se ha valorado y esto, por supuesto, lleva a muchos desvíos y deficiencias operativas.

5.- ¿CUAL CONSIDERA USTED, QUE ES EL LOGRO MAS IMPORTANTE DEL PROGRAMA RURAL?

Hay logros, muy importantes y no se pueden cuantificar, esta es la dificultad porque uno puede cuantificar ventas, gastos, cantidades, número de tiendas, pero hay aportes que no se pueden cuantificar, al no poder ser cuantificados no entran en la evaluación que se hace. Yo creo que un gran aporte del programa es haberse convertido en una red impresionante de más de 20 000 tiendas en comunidades, la mayoría de ellas, muy pobres en el campo. Es un gran logro, que a través de estas tiendas las comunidades pueden disponer de alimentos básicos, a precios más baratos. Por supuesto al principio, con canal de transmisión de subsidios que es muy importante. Para esto fue creado el programa, por lo tanto creo que si ha cumplido con esta meta.

Otro aspecto es la capacitación a las comunidades, si nosotros consideramos que durante 15 años, miles de gentes han estado en las asambleas de los almacenes, han participado en auditorías a tiendas han participado en la evaluación del almacén tanto de ventas, costos, gastos,

etc. esto ha llegado a crear una cierta cultura asamblearia, en la gente, después de años de asistir mensualmente o bimensualmente. Las asambleas en los almacenes se llevan con mucho orden, porque la gente ya sabe como se debe manejar una asamblea, en la mayoría de los casos el director de debates es un campesino y esto les ha dado una cultura de participación y también administrativa y contable. Es positivo escuchar a campesinos que hablan de un margen de utilidad, de un punto de equilibrio, de ventas, etc, un lenguaje que normalmente no tienen y esto ha enriquecido, no solamente el programa sino a la población campesina, cuando un presidente de mesa directiva, regresa a su ejido más capacitado, ya puede administrar las pequeñas empresas y/o cuestiones del ejido.

Otro aporte ha sido la organización campesina, En 1979, la organización campesina estaba en manos de la CNC partidista, fundamentalmente electoral y manejada por bastantes cacicazgos. Cuando entra el programa, entra una organización que rompe el esquema organizativo de la CNC. En primer lugar el programa plantea que tienen voz y voto en las asambleas, no los ejidatarios y comuneros, sino todos los habitantes de la comunidad mayores de 18 años, esto rompe la estructura organizativa de los ejidos, por ejemplo el comisariado ejidal era el de la voz cantante y con esta nueva situación se dio un aire democratizador en esta organización de las comunidades campesinas. En muchos lugares, el programa rural fue el motivador, y detonador de un proceso organizativo, que posteriormente fue más allá del programa. Por ejemplo en Guerrero la Coalición de Ejidos de la Costa Grande de Guerrero, la SANSECA de Chilapa o la "UCI 100 años de Soledad" en Oaxaca, nacen alrededor del Almacén Coplamar o a raíz de que los Consejos Comunitarios de Abasto se reúnen como una organización de consumidores, pero a su vez el campesino es productor. El programa desató en varios lugares una dinámica organizativa muy importante.

6.- ¿COMO SE REFLEJA EN EL CAMPO MEXICANO LA EXISTENCIA DE UN PROGRAMA DE ATENCION A LOS ESTRATOS DE LA POBLACION MAS DESFAVORECIDA?

Se refleja en tiendas, en presencia de organización, en infraestructura de DICONSA. Se refleja en todas partes, cuando uno va al campo todos saben donde está el almacén, que es el programa de tiendas CONASUPO etc. Se refleja en servicios adicionales a la comunidad como es la infraestructura vehicular, que a veces las comunidades las utilizan para sus propios proyectos y necesidades, es decir le da una presencia muy importante a DICONSA. se refleja sobre todo en la organización de las comunidades.

7.-¿QUE ASPECTO CONSIDERA USTED QUE LE FALTARIA CUBRIR AL PROGRAMA DE ABASTO RURAL?

Hay dos deficiencias que se deberían cubrir:

1) Una mejora sustantiva en abasto y en precios. Si DICONSA prioriza sus resultados financieros, lo que hace es aumentar los márgenes de utilidad para cubrir sus costos y esto repercute en que los precios son más altos, por lo tanto, se tiene que ir defendiendo que el Programa Rural sea un programa realmente de subsidio porque va dirigido a los más pobres, además mejorar el abasto y los precios.

2) Reubicación de muchas tiendas. A muchas tiendas los gerentes las han ubicado en lugares donde no se necesitan realmente, pero suponen mucha venta y han priorizado el aspecto de ventas sobre el servicio social, mucha venta y menos costos. Si yo tengo una tienda a 10 kms. de la ciudad o del almacén, a pie de carretera, vende más y me cuesta menos surtirla que irme a la punta del cerro a una comunidad con aproximadamente 300 habitantes. Creo que se tendría que hacer un análisis de reubicación de las tiendas. También una reestructuración de la propia DICONSA, cuando en 1990 se planteó la modernización de CONASUPO, en lo que hacia referencia a DICONSA se decidieron dos cosas: cerrar todo el canal urbano (Centros Comerciales, CONASUPERS "A" , CONASUPERS "B" y Tiendas Concesionadas) y quedarse sólo con dos programas el PAZPU (Programa de Abasto a Zonas Populares Urbanas) y el Programa Rural, pero DICONSA no cambió , lo que DICONSA hizo fue ponerse a dieta, adelgazó pero no cambió sus planteamientos, de 23,000 trabajadores se quedó con 7,000 o 6,000 pero no hubo un cambio estructural. la decisión era cerrar el canal urbano, para consolidar el canal rural, pero realmente el canal rural no se consolido lo que se hizo en muchos casos y esto demuestra incluso la deshonestidad de muchos Gerentes, fue por lo que yo llamé operación brocha, que consistía en que a una tienda concesionada, le pintaban la fachada para pasarla a tienda comunitaria pero sin cambiar para nada la práctica y esto por supuesto con resultados negativos, por lo que defendían era que no se cayeran las ventas, no que DICONSA realmente se reestructurará para priorizar y para hacer más eficiente el nivel de apoyo a los más pobres y para cumplir este objetivo estaba DICONSA, sin embargo esto no se logró.

Se necesita una reestructuración, una priorización y una atención muy especial, muy cercana hacia los almacenes que son los puntos de venta de DICONSA. Un almacén que funciona bien, es un almacén, que tiene buenas ventas, bajos costos y da servicio social. Un almacén que no funciona bien, que esta mal administrado por incapacidad, por decidia, por flojera, es un almacén que da pocas ventas, muchos gastos y poco resultado social, se tendría que transformar. Aunque va a ser difícil por la concepción que tiene el propio corporativo y muchos de los Gerentes.

Por otro lado creo que el cambio que se tendría que dar es que todas las áreas de DICONSA, consideren realmente a los almacenes como su prioridad. El área financiera en muchos casos, no conoce los almacenes el nada más ve números; el área de abasto tampoco y realmente la presencia en los almacenes es del área de operaciones y no en todos los casos es gente con sensibilidad social y capacidad operativa, como para que de buenos resultados. Todo esto significa que debe haber cambios y por supuesto, lo fundamental, sería mayor apoyo, mayor exigencia, respecto a la participación de la comunidad, lo que se traduciría también en mayor beneficio para la propia comunidad. Muchas tiendas están en locales privados, en lugar de ser locales comunitarios.

8.-¿CONSIDERA USTED POSIBLE QUE EL PROGRAMA RURAL SEA OPCION PARA BUSCAR SOLUCION AL PROBLEMA DE LA DESNUTRICION QUE PADECEN IMPORTANTES SECTORES DE LA POBLACION MEXICANA?

No, el Programa Rural no tiene esta función, de tal forma que incluso no se ha desarrollado un trabajo, dirigido hacia el aspecto nutricional, creo que podría ser un instrumento, pero no es el objetivo fundamental. Su objetivo es que las comunidades más pobres tengan productos básicos a precios más baratos que el comercio privado, por lo tanto si se le carga una función adicional, se le tendría que dar también los instrumentos. El aspecto nutricional lo maneja más el IMSS o el DIF, por ejemplo. Creo que en algo se podría mejorar la dieta si DICONSA, elaborará algún programa de orientación nutricional, pero en la actualidad no existe.

},
ANEXO NO. 2

LISTADO

ALMACENES RURALES
POR EMPRESA

3.4
DICONSA
DIRECTORIO DE ALMACENES
POR EMPRESA

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
BAJIO	AMEALCO	AMEALCO QRO.
	CADEREYTA	CADEREYTA QRO.
	LANDA DE MATAMOROS	LANDA DE MATAMOROS QRO
	LA LUISIADA	APASEO EL ALTO GTO.
	PINAL DE AMOLES	PINAL DE AMOLES QRO.
	SAN LUIS DE LA PAZ	S. LUIS DE LA PAZ GTO.
	JALPAN DE SERRA	JALPA DE SERRA QRO.
	SAN NICOLAS PARANGUEO	VALLE DE SANTIAGO GTO.
	SAN SEBASTIAN	DOLORES HGO. GTO.
	NVA. GAVIA	ROMITA GTO.
	SAN FELIPE	SAN FELIPE GTO.
	SAN JUAN JARIPEO	ACAMBARO GTO.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
CAMPECHE	DZITBALCHE	CALKINI CAMPECHE
	XBACAB	CHAMPOTON CAMPECHE
	DZIDALCHEN	HOLPECHEN CAMPECHE
	CANDELARIA	CANDELARIO CAMPECHE
	CIUDAD DEL CARMEN	CD. DEL CARMEN CAMPECHE
	CAMPECHE	CAMPECHE, CAMPECHE

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
CENTRO	HUESCALAPA	ZAPOTILTIC JALISCO
	COCULA	COCULA JALISCO
	LA CONCEPCION	LA HUERTA JALISCO
	EL TUITO	CC. TOMATLAN JALISCO
	LO DE TERESA	TEQUILA JALISCO
	SAN CLEMENTE	UNION DE TULA JALISCO
	VALLE DE GUADALUPE	TEPATITLAN JALISCO
	ZOPATLAN DEL REY	ZAPOTLAN DEL REY JALISCO
	ENCARNACION DE DIAZ	ENCARNACION DE DIAZ JAL.
	AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES AGS.
	MANZANILLO	MANZANILLO COLIMA
	MARUATA	AQUILA MICHOACAN
	COLIMA	COLIMA COLIMA
	TEPIC	ACAPONETA NAYARIT
	AHUACATLAN	AHUACATLAN, NAYARIT
	SANTIAGO IXCUINTLA	STGO. IXCUINTLA NAYARIT
	COAMAILES	TUXPAN NAYARIT
	PUENTE DE CAMOTLAN	LA YESCA NAYARIT
	TEPIC SIERRA	TEPIC NAYARIT
	ZACUALPAN	COMPOSTELA NAYARIT
	JESUS MARIA	NAYARIT, NAYARIT
	ESTACION CAMACHO	MAZAPIL ZACATECAS
	ESTACION GUTIERREZ	FRESNILLO, ZACATECAS
	GUADALUPE	ZACATECAS, ZACATECAS
	HUEJUCAR	HUEJUCAR, JALISCO
	LOBATOS	VALPARAISO, ZACATECAS
	PINOS	PINOS, ZACATECAS
	SAN TIBURCIO	MAZAPIL, ZACATECAS
	SOMBRERETE	SOMBRERETE, ZACATECAS
	TABASCO	TABASCO, ZACATECAS
	TEPECHITLAN	TEPECHITLAN, ZACATECAS

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
HIGALGO	AMAXAC	JALTOCAN HGO.
	ATLAPEXCO	ATLAPEXCO HGO.
	ATOTONILCO EL GRANDE	ATOTONILCO EL GRANDE HGO.
	HUICHAPAN	HUICHAPAN HGO.
	CIUDAD SAHAGUN	TEPEAPULCO HGO
	JACALA	JACALA HGO.
	LA VEGA	ALFAJAYUCAN HGO.
	METEPEC	METEPEC HGO.
	MOLANGO	MOLANGO HGO
	SAN FELIPE ORIZATLAN	S. FELIPE ORIZATLAN HGO.
	SANTIAGO TEZONTLALÉ	AJACUBA HGO.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
EDO. DE MEXICO	SAN FELIPE DEL PROGRESO	S. FELIPE DEL PROGRESO MEX.
	JILOTEPEC	JILOTEPEC MEXICO
	SUB-ALM. TEMASCALTEPEC	TEMASCALTEPEC MEX.
	VILLA VICTORIA	EL ORO, MEX.
	IXTLAHUACA	IXTLAHUACA, MEX.
	SUB-ALM. ACAMBAY	ACAMBAY MEX.
	ALMOLOYA DE ALQUISIRAS	ALMOLOYA DE ALQUISIRAS MEX.
	SALITRE DE PALMARILLOS	AMATEPEC, MEX.
	SUB-ALM. STA. ANA JILOTZINGO	STA. A. JILOTZINGO MEX.
	ZUMPANGO	ZUMPANGO, REYES MEX.
	LA MAGDALENA ATLICPAC	LOS REYES LA PAZ, MEX.
	TENANGO DEL VALLE	TENANGO, MEX.
	AMECAMECA	AMECAMECA MEX.
	LERMA	LERMA, EDO. DE MEXICO.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
MICHOACAN	ARGAMACUTIRO	ARGAMACUTIRO MICH.
	ARANZA	PARACHO, MICH.
	ARTEAGA	ARTEAGA, MICH.
	BUENAVISTA	BUENAVISTA MICH.
	EL LIMON F.	TIQUINCHERO, MICH.
	IRIMBO	IRIMBO, MICH.
	MORELIA	MORELIA, MICH.
	SANTIAGO TANGAMANDAPIO	STGO. TANGAMANDAPIO MICH.
	TLAZAZALCA	TLAZAZALCA, MICH.
	TZINTZUNTLAN	TZINTZUNTLAN, MICH.
	VILLA MADERO	VILLA MADERO MICH.
	ZICUIRAN	LA HUACANA MICH.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
NORTE	SALTILLO	SALTILLO, COAH.
	CADEREYTA	CARLOS JIMENEZ N.L.
	DOCTOR ARROYO	DR. ARROYO N.L.
	ITURBIDE	ITURBIDE N.L.
	LOS LLANOS	ARTEAGA OCAMPO M.L.
	MONTEMORELOS	MONTEMORELOS N.L.
	SABINAS	DR. ARROYO N.L.
	SANTA ANA	DR. ARROYO N.L.
	GALEANA	GALEANA N.L.
	BAJAN	CASTAÑOS COAH.
	ESTACION HERMANAS	ESCOBEDO COAH.
	GATAS MOCHAS	S. PEDRO DE LAS COL. COAH.
	MATAMOROS	MATAMOROS COAH.
	MORELOS	MORELOS COAH.
	SACRAMENTO	SACRAMENTO COAH.
	SAN LORENZO	PARRAS DE LA F. COAH.
	VIRGINIAS	FCO. I. MADERO COAH.
	ALVARO OBREGON	CHARCAS S.L.P.
	AQUISMON	AQUISMO S.L.P.
	CEDRAL	CEDRAL S.L.P.
	COAXCATLAN	COAXCATLAN S.L.P.
	MATLAPA	TAMAZUNCHALE S.L.P.
	MEXQUITIC	MEXQUITIC S.L.P.
	PRESA DE GUADALUPE	GUADALUPE S.L.P.
	RAYON	RAYON, S.L.P.
	VILLA DE REYES	VILLA DE REYES S.L.P.
	CENTRAL	S.L.P.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
NORTE-CENTRO	BAHUICHIVO	GUAZAPAREZ V. CHIH.
	BUENAVENTURA	CARICHI, CHIH.
	CARICHI	CARICHI, CHIH.
	MADERA	CD. OJINAGA, CHIH.
	OJINAGA	CD. OJINAGA, CHIH.
	TOMOCHIC	GUERRERO, CHIH.
	GUACHOCHI	GUACHOCHI, CHIH.
	VERGEL	BALLEZA, CHIH.
	VALLE DE ALLENDE	VALLE DE ALLENDE, CHIH.
	ABASOLO	RODEO, DGO.
	ALTARES	STGO. PAPANQUIARO, DGO.
	CUENCAME	CUENCAME, DGO.
	FCO. JAVIER MINA	PANUCO, DGO.
	LA JOYA	POANAS, DGO.
	LA PEÑA	PEÜBLO NUEVO, DGO.
	RIO MIRAVALLS	SAN DIMAS, DGO.
	TOMAS URBINA	DURANGO, DGO.
	EL SALTO	EL SALTO, DGO.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
NOROESTE		
	SANTA ANA	SANTA ANA VIEJO SON.
	SAHUARIPA	SAHUARIPA, SON
	MOCTEZUMA	MOCTEZUMA SON.
	ALAMOS	ALAMOS SON.
	BACABACHI	NAVOJOA SON.
	SAN QUINTIN	SAN QUINTIN B.C
	OVIEDO MOTA	OVIEDO MOTA B.C
	TIJUANA	TIJUANA B C
	AYUTLA MIXES	DOMICILIO CONOCIDO
	HUAJOLÓTLAN	DOMICILIO CONOCIDO
	STO. DOMINGO YANHUITLAN	DOMICILIO CONOCIDO
	TLAXIACO	DOMICILIO CONOCIDO
	PUEBLO NUEVO	DOMICILIO CONOCIDO
	STA. MARIA HUATULCO	DOMICILIO CONOCIDO
	COIXTLAHUACA	DOMICILIO CONOCIDO
	MORRO MAZATLAN	DOMICILIO CONOCIDO
	LA REFORMA YAUTEPEC	DOMICILIO CONOCIDO
	S. PEDRO JUCHATENGO	DOMICILIO CONOCIDO
	IXTLAN DE JUAREZ	DOMICILIO CONOCIDO
	PALOMARES	DOMICILIO CONOCIDO
	SANTIAGO LAOLLAGA	DOMICILIO CONOCIDO
	VALLES CENTRALES	DOMICILIO CONOCIDO
	CONSTANCIA DEL ROSARIO	DOMICILIO CONOCIDO
	SAN ANDRES HUAXPALTEPEC	DOMICILIO CONOCIDO
	SANTIAGO MATATLAN	DOMICILIO CONOCIDO
	TECOMAXTLAHUACA	DOMICILIO CONOCIDO
	SANTA MARIA LACHIXIO	DOMICILIO CONOCIDO
	S. ANTONIO CUAJIMOLYAC	DOMICILIO CONOCIDO
	STO. TOMAS TAMAZULAPAN	DOMICILIO CONOCIDO
	S. JOSE EL CHILAR	DOMICILIO CONOCIDO
	S. ANDRES HIDALGO	DOMICILIO CONOCIDO
	CHALCATONGO DE HIDALGO	DOMICILIO CONOCIDO
	TACACHE DE MINA	DOMICILIO CONOCIDO
	MAGDALENA OCOTLAN	DOMICILIO CONOCIDO
	SANTIAGO NILTEPEC	DOMICILIO CONOCIDO
	EL TOMATAL	DOMICILIO CONOCIDO
	TEOTITLAN DE FLORES MAGON	DOMICILIO CONOCIDO
	LOS IDEALES	DOMICILIO CONOCIDO

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
PENINSULAR	SOTUTA	SOTUTA, YUC.
	TEMOZON	TEMOZON, YUC
	TIZUL	TIZUL YUC
	TIXCOCOB	TIXCOCOB YUC.
	TZUCACAR	TZUCACAR YUC.
	IZAMAL	IZAMAL YUC
	MAXCANU	MAXCANU YUC
	SOLIDARIDAD CHETUMAL	CHETUMAL Q. ROO
	LAZARO CARDENAS	OTHON O. BLANCO Q. ROO
	CAN CUN	BENITO JUAREZ Q. ROO
	FELIPE CARRILLO PUERTO	FELIPE CARRILLO PTO. Q. ROO

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
SUR	CUETZALAN	PRIV. MIGUEL ALVARO S/N
	ZACAPOAXTLA	RANCHO LOS MANZANOS 3/N
	GOLZALEZ ORTEGA	CALLE ZARAGOZA S/N
	SAN NICOLAS B.A.	AV. CONSTITUCION S/N
	HUEYAPAN	DOM. CONOCIDO
	TETELA DE ORO	ZOYATITLAN S/N
	MOLCAXAC	LA COLORADA, IXCAQUIXTLA
	COXCATLAN	DOM. CONOCIDO
	CHIGNAHUAPAN	DOM. CONOCIDO
	CHAPULCO	DOM. CONOCIDO
	BERISTAIN	DOM. CONOCIDO
	SAN BERNARDO A.	DOM. CONOCIDO
	HUEHUETLAN	DOM. CONOCIDO
	STA. ANAC.	ATLIXCO-IZUCAR DE M
	TECOMATLAN	PALOMAS-TLAPA
	HUEYTAMALCO	DOM. CONOCIDO
	CUYOACO	AVE. HIDALGO S/N
	TECALI DE H.	AVE. 25 DE AGOSTO S/N
	IXCAQUIXTLA	DOM. CONOCIDO
	TLALTENANGO	BENITO JUAREZ S/N
	CHILAPA	CHILAPA
	HUITZUCO	HUITZUCO
	TEOLOAPAN	TEOLOAPAN
	AYUTLA	AYUTLA
	ATLIXTAC	ATLIXTAC
	XOCHILAPA	ZUMPANGO
	TLAPA	TLAPA
	OMETEPEC	OMETEPEC
	LA UNION	LA UNION
	EL OCOTTO	CHILPANCINGO
	SAN JERONIMITO	PETATLAN
	ZIRANDARO	ZIRANDARO
	SAN LUIS ACATLAN	SAN LUIS ACATLAN
	OLINALA	OLINALA
	TLAPEHUALA	TLAPEHUALA
	CHILPANCINGO	CHILPANCINGO
	ALPUYECA	ALPUYECA
	ATLATLAHUACAN	ATLATLAHUACAN
	TEPALCINGO	TEPALCINGO
	ACUAMANALA	MIGUEL HIDALGO, TLAX
	TLACOTEPEC	SAN PEDRO TLACOTEPEC, TLAX
	HUEYOTLIPAN	HUEYOTLIPAN

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
SURESTE	V. BENITO J. CARDENAS	CARDENAS, TAB.
	BENITO JUAREZ MACUSPANA	DOMICILIO CONOCIDO
	CHABLE	EMILIANO ZAPATA, VER.
	ESTACION CHONTALPA	DOMICILIO CONOCIDO
	JALPA DE MENDEZ	DOMICILIO CONOCIDO
	STA. CRUZ	DOMICILIO CONOCIDO
	TACOTALPA	DOMICILIO CONOCIDO
	TENOSIQUE	DOMICILIO CONOCIDO
	TULIPAN (RIO SECO)	DOMICILIO CONOCIDO
	VILLA ALDAMA	DOMICILIO CONOCIDO
	VILLA HERMOSA	DOMICILIO CONOCIDO
	BENEMERITO DE LAS AMERICAS	PICO DE ORO, CHIS.
	BOCHIL	BOCHIL, CHIS.
	CONCORDIA	DOMICILIO CONOCIDO
	COPAINALA	DOMICILIO CONOCIDO
	DAMASCO	OCOSINGO, CHIS.
	ESPIRITU SANTO	LAS MARGARITAS, CHIS.
	JUIPIILAS	DOMICILIO CONOCIDO
	LAS JOYAS	PALENQUE, CHIS.
	MALPASO	DOMICILIO CONOCIDO
	MIGUEL HIDALGO	DOMICILIO CONOCIDO
	OCOSINGO	OCOSINGO, CHIS.
	OXCHUC	OXCHUC, CHIS.
	PICHUCALCO	PICHUCALCO, CHIS.
	RAYON	RAYON, CHIS.
	RIO CHANCALA	YAJALON, CHIS.
	SALTO DE AGUAS	COMICILIO CONOCIDO
	SAN JUAN CHAMULA	SAN JUAN CHAMULA, CHIS.
	TENEJAPA	TENEJAPA, CHIS.
	VILLACORZO	CORZO, CHIS.
	YAJALON	YAJALON, CHIS.
TUXTLA GUTIERREZ	TUXTLA GUTIERREZ, CHIS.	
ACACOYAGUA	DOMICILIO CONOCIDO	
EL EDEN	DOMICILIO CONOCIDO	
FRONTERA COMALAPA	DOMICILIO CONOCIDO	
MAZAPA DE MADERO	DOMICILIO CONOCIDO	
PAREDON	DOMICILIO CONOCIDO	
PIJIAPAN	DOMICILIO CONOCIDO	
TUXTLA CHICO	DOMICILIO CONOCIDO	
TUZANTAN	DOMICILIO CONOCIDO	

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
TAMAULIPAS	CHAPULTEPEC	CD. MANTE, TAMPS.
	TULA	TULA, TAMPS.
	SOTO LA MARINA	SOTO LA MARINA, TAMPS.
	SAN CARLOS	SAN CARLOS, TAMPS.
	FRANCISCO VILLA	SAN FRANCISCO, TAMPS.

EMPRESA	ALMACEN	UBICACION
VERACRUZ	TECAMALUCAN	ACULTZINGO, VER.
	COACOATZINTLA	COACOATZINTLA VER.
	ZONGOLICA	TEZONAPA, VER.
	TEZONAPA	ZONGOLICA VER.
	FUENTE NACIONAL	FUENTE NACIONAL VER.
	TOMATLAN	TOMATLAN VER.
	LA PIEDRA	ALVARADO VER.
	VILLA ALDAMA	PEROTE VER.
	COZAUTLAN	COZAUTLAN VER.
	EL CHOTE	PAPANTLA VER
	RANCHO ALEGRE	TEMPOAL VER
	ESPIRAL	EL ESPIRAL VER.
	AHUATENO	CHINCOTEPEC VER.
	HUAYACOCOTLA	HUAYACOCOTLA VER.
	MISANTLA	MARTINEZ DE LA TORRE VER
	ZANJAS DE ARENA	TUXPAN VER.
	OJITE	TUXPAN VER.
	NARANJOS	OZULUMA VER.
	OZULUAMA	COYUTLA VER.
	COYUTLA	XICONTEPEC VER.
	LA CEIBA	MISANTLA VER.
	OTEAPAN	OTEAPAN VER.
	TAPALAPAN	TUXTLA VER
	LOS MANGOS	HUEYAPAN VER.
	EL CHICHON	LAS CHOPAS VER
	CAMPO NUEVO	S. J. EVANGELISTA VER
	PLAYA VICENTE	PLAYA VICENTE VER
	UXPANAPA	HIDALGOTITLAN VER