

# El mercado de La Merced antes del cambio \*

Héctor F. Castillo Berthier

## I. Introducción

La zona del mercado de La Merced —hasta fines de 1982 principal centro de abasto de alimentos de la ciudad de México— tiene orígenes muy remotos, pero los más concretos se ubican alrededor de 1861 en la solicitud de un grupo de comerciantes de crear un mercado popular en las ruinas del ex convento de las madres mercedarias, llamado también de La Merced.

El mercado, creado en 1890, fue convirtiendo a la zona en centro de abastos no sólo para la ciudad sino para los diversos poblados de los alrededores, destacándose pronto como el principal mercado de víveres del país. Su importancia quedó patentizada por el monto de las recaudaciones fiscales, ya que en 1900, de los 14 mercados existentes, éste produjo en ingresos al erario público un 39% del total.

Entre 1920 y 1940 La Merced estaba constituida por un conjunto de puestos fijos y semifijos no articulados entre sí.

En 1930 empieza el mayor auge económico y demográfico de la zona, aumenta el número de puestos, hay una afluencia cada vez mayor de comerciantes de diferentes regiones y se invaden nuevas calles con el comercio.

Si bien en un principio La Merced estaba ubicada en las orillas orientales de la ciudad y vecina a la estación de ferrocarriles de San Lázaro, la extensión que durante los últimos decenios ha tenido la ciudad de México la ha dejado en el centro de la mancha urbana.

En 1950 la aglomeración se agudiza, ya que cada vez se concentran más comerciantes en una superficie reducida. Es por ello que en 1957 se decide e inicia la construcción de un nuevo mercado (de ventas al menudeo o al

\* El presente trabajo es parte de un avance parcial del proyecto SAM-IDRC sobre "El Sistema Alimentario de la Ciudad de México", que coordina Cynthia Hewitt de Alcántara y que es financiado por el Sistema Alimentario Mexicano y el International Development Research Centre.

detalle). Este mercado existe hasta el día de hoy y en realidad es un auténtico complejo comercial ya que está constituido por seis diferentes mercados: la Nave Mayor, dedicada a frutas, verduras y legumbres; la Nave Menor, que desarrolla el comercio de carnes y productos lácteos; un mercado anexo de comidas preparadas; el mercado de Sonora, que distribuye juguetes, plantas medicinales y animales vivos; el mercado de flores y plantas naturales y/o artificiales; y, finalmente, el mercado de Ampudia, especializado en dulces de todo tipo, aunque en su mayoría expende dulces tradicionales mexicanos. Todos ellos se concentran junto con un área de más de 2 600 bodegas, que abarcan 53 manzanas en una superficie de 46 hectáreas.\*

Con base en los últimos datos recolectados sobre La Merced (1981-1982), se sabe que en la zona se concentraban 449 establecimientos de servicios, entre los que sobresalen 249 restaurantes, 32 hoteles, 25 bancos y 66 papelerías, asentados sobre una superficie de 36 mil metros cuadrados. También se encontraban 693 comercios, de los cuales 316 se dedicaban a la venta de ropa, 120 a telas, 160 boneterías y 97 a la fabricación de ropa.

La Merced era el mayor centro de abastos de la república mexicana hasta antes de su traslado a una nueva Central de Abasto (realizada a finales de 1983), que supuestamente modernizaría la distribución de alimentos para la ciudad. De acuerdo con datos publicados por la Comisión de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (CODEUR), en esta zona se comercializaba entre el 30% y el 40% de la producción nacional de alimentos, especialmente perecederos, tales como frutas, verduras y legumbres.

A La Merced llegaban aproximadamente 5 000 camiones de carga con más de 13 400 toneladas de alimentos al día, provenientes de diversos estados de la república. Entre las principales frutas y legumbres que se distribuían en La Merced y que alcanzaban en su conjunto un volumen de más de 3 472 710 toneladas anuales, estaba la naranja, que con poco más de un millón de toneladas concentraba alrededor del 30% del total; le seguía el plátano con 11.5% y el jitomate y la papa con el 8% cada uno. Otras verduras absorbían el 7% y otras frutas el 35.5% del total.

Existían para su distribución cerca de 2 600 bodegas, de las cuales 1 813 se dedicaban a la venta al mayoreo (1 345 dedicadas a frutas y legumbres y 468 a abarrotes y víveres), además de cerca de 1 200 locatarios y casi 1 500 puestos ambulantes de venta al menudeo. Aquí se abastecían los 232 mercados públicos del Distrito Federal y se consideraba que, de las 13 400 toneladas que llegaban, 2 300 eran reexpedidas hacia el interior del país.

Las ventas de productos perecederos en La Merced llegaron en 1981 casi a los mil millones de dólares y las ventas totales ascendieron a poco más de 3 mil millones de dólares en el mismo período. (Considerando un valor promedio de 28 pesos por dólar que mantuvo el dólar en 1981.)

\* Existen diversas opiniones sobre los límites de La Merced, las cuales ampliarían la superficie hasta entre 60 y 100 hectáreas, considerando los comercios aledaños.

En La Merced encontraban trabajo fijo más de 3 mil empleados. De las 1 813 bodegas, el 19% empleaba a más de tres trabajadores; el 14% empleaba tres personas y el 34% empleaba de una a dos; 599 bodegas, o sea el 33% del total no ocupaban ningún empleado.

Es de destacarse el trabajo familiar, ya que 562 bodegueros empleaban a sus propios familiares para el trabajo. La mayor parte de los trabajadores no tenían ningún puesto de base. Los 10 mil cargadores, carretilleros o estibadores trabajaban a destajo sin contar con seguros médicos o ninguna otra prestación social. La mayor parte de estos trabajadores provenía del interior de la república y era frecuente (todavía lo es) la utilización de niños, sobre todo como carretilleros. Las jornadas eran entre 10 y 12 horas diarias y sus ingresos fluctuaban en promedio alrededor del mínimo para cualquier obrero.

Junto con el crecimiento de la zona de La Merced se fue formando una especie de submundo, o más bien inframundo, con un complejo conjunto de fenómenos interrelacionados a muy distintos niveles: financieros, políticos, sociales, de tenencia de la tierra, monopolización y hegemonía del Estado, entre otros.

Las principales críticas que se hacían al centro del abasto, y que determinaron la decisión gubernamental de cambiar de domicilio el mercado en el nivel de los efectos personales, eran que existía una palpable degradación de las relaciones humanas (prostitución) por el medio ambiente circundante; que había enviciamiento, corrupción policiaca y explotación, así como una total insalubridad e inseguridad en toda la zona. En el nivel de los efectos urbanos, se hablaba del enorme deterioro del área colindante con el Palacio de Gobierno; de la destrucción del patrimonio histórico-cultural de más del 40% de los edificios que hay en La Merced y del congestionamiento vial que surgía día con día en el primer cuadro de la ciudad. En lo que respecta a los efectos comerciales, se afirmaba que había desaliento en la producción de alimentos en el campo por la dificultad de acceso al mercado: que los precios eran fijados arbitraria y no competitivamente; que había mermas del 20% en los productos y retrasos de tiempo importantes, y que en sí, el sistema ocasionaba serios perjuicios a todos los mercados de la capital mexicana.

El cambio a Ixtapalapa se realizó en noviembre de 1982, cuando las autoridades públicas cerraron bodegas y acordonaron la zona de La Merced con policías, logrando así reubicar a cerca de 1 400 bodegueros en las inmensas crujías recién construidas de la nueva central al sur-oriente de la ciudad. Sin embargo, el complejo comercial de los seis mercados de La Merced quedó intacto, así como los más de 4 000 comerciantes ambulantes, las prostitutas y la corrupción policiaca tradicional de la zona, entre otras cosas.

La nueva Central de Abasto apenas empieza a funcionar, ante la incertidumbre de más de 400 comerciantes mayoristas que no pudieron trasladarse debido a los excesivos costos de las nuevas bodegas. Nuevo domicilio para los viejos acaparadores de alimentos, nuevos locales que aprenden a

guardar los vicios de antaño, pero ahora con un costo mayor de los alimentos que consume el pueblo.

El presente trabajo tiene como objetivo primordial presentar algunas consideraciones específicas sobre la organización socioeconómica de La Merced en su época final, así como una visión *ex-ante* a las modificaciones estructurales que sufrirán por el cambio de la zona hacia la Central de Abastos de Ixtapalapa.

En la primera parte se dará un esquemático panorama sobre los volúmenes aproximados de productos que concurren al mercado central, así como algunas características generales de los mismos. Posteriormente se presentará el ciclo tradicional de circulación de los productos perecederos, así como la identificación de los grupos que participan en él, con el objeto de establecer una cuantificación, lo más gráficamente posible, del costo real de los productos y sus incrementos entre el productor y el consumidor final. En la tercera parte se mencionan las características principales que permiten identificar a los diferentes grupos de mayoristas, así como su origen y los fenómenos de que se sirven para establecer un verdadero oligopolio comercial en la distribución de alimentos en la ciudad de México. Por último, la cuarta parte se encarga de precisar los distintos grupos sociales que surgieron del comercio diario de alimentos en la zona de La Merced y que pasaron a depender directa o indirectamente de esta actividad.

Las ideas centrales del trabajo giran alrededor de algunas cuestiones principales, entre las que se encuentran:

- Que la mayoría de los grandes mayoristas, monopolizadores de la distribución de alimentos, provienen de antiguas familias que habían logrado una previa acumulación originaria de capital que al paso del tiempo se transformó en monopolización.
- Que resulta lógico pensar que es mucho más fácil expandir los negocios y volúmenes de productos que maneja un mayorista tradicional, a crear un nuevo comerciante o dejar en manos del gobierno la distribución de alimentos.
- Que el ambiente que rodea la distribución de alimentos en la ciudad tiene por todos lados características feudales que agudizan la desigualdad social, las cuales están implícita o explícitamente legitimadas por el Estado, que así engendra y propicia una interminable cadena de corrupción entre el sector público y el privado.

## II. Volúmenes y tipos de productos

El consumo de alimentos perecederos en la ciudad de México varía ligeramente año con año dependiendo, por un lado, de los volúmenes de productos introducidos al mercado y, por otro, de las fluctuaciones normales

de los precios, de acuerdo a los vaivenes que padece la oferta y la demanda de los mismos.

Pese a estas situaciones existe un determinado número de productos que observa una demanda permanente (o que incluso llega a aumentar año con año), entre los cuales se encuentran, en orden decreciente, el plátano, el jitomate, la papa, la naranja y el chile en todas sus variedades.

Resulta imposible conocer con exactitud los volúmenes de productos que demandarán los consumidores año con año, al igual que los volúmenes producidos en el campo. Aquí surge una pregunta importante: ¿qué mecanismos utilizan los bodegueros mayoristas para determinar los tipos y cantidades de productos que van a introducir al mercado?

Varios factores permiten contestar esta pregunta (aunque es pertinente aclarar que casi todos los bodegueros mayoristas se encontraban más directamente ligados a las interrelaciones comerciales dentro de la zona de La Merced que a las verdaderas necesidades de consumo de la población), entre ellos: el necesario y profundo conocimiento del mercado (o sea a quién se le van a distribuir los productos y qué volúmenes de compra requieren los clientes); cuántos clientes tiene la competencia y cuánto consumen; saber si se pueden ganar clientes o si se pueden perder los clientes potenciales para el distribuidor mayorista. Para lograr esto hay que saber primero cómo se va a presentar la producción de cualquier producto perecedero del que se esté hablando. Esto es, existe un consenso entre los mayoristas para diferenciar tres tipos diversos de producciones (buena, regular y mala) y cada una de ellas revestirá diferentes características para desarrollar su comercialización.

*Producción buena.* Aquí existe un enorme peligro al intentar el acaparamiento de grandes volúmenes, ya que por lo general el precio del producto tiende a desplomarse súbitamente.

*Producción regular.* Ésta es quizá la situación ideal para el comercio, dado que existe una competencia balanceada entre todos los proveedores del producto.

*Producción mala.* Aquí se propicia con mayor facilidad el acaparamiento del producto en todas las zonas productoras, sin importar cómo puede aparecer la competencia ya que teniendo el producto se tiene la clientela segura.

Estos factores de la producción, que pueden originarse desde el control de zonas productoras por parte de algún mayorista o grupo de mayoristas hasta fenómenos de tipo climático que sólo permiten salvar parte de las producciones totales, influyen en otros costos que tienen los productos, principalmente en el empaque.

Existe una relación directa entre la producción y el tipo de empaque: mientras más escaso es el producto menor calidad de empaque tiene, lo cual repercute en la obtención de una mayor utilidad; y también, mientras mayor sea la producción de algún perecedero, mayores costos de empaque tiene, para buscar una mejor presentación y con ello aumentar las ventas.

Otro factor determinante es el contacto de los mayoristas con las empresas agroindustriales (nacionales o trasnacionales) para poder dar salida acelerada a los desechos que van surgiendo de la producción normal. Compañías como la General Foods, Gerber, Hérdez, Del Monte, Refrescos Pascual, etcétera, que se surten básicamente de desechos de perecederos para la elaboración de sus productos, no consumen anualmente los volúmenes de residuos de productos y, sin embargo, desempeñan un papel importante para la regulación del mercado mayorista.

En el cuadro 1 se presenta una relación de algunos de los productos más importantes que se comercializaban en el mercado de La Merced. Aquí aparecen algunas cifras aproximadas de los volúmenes anuales de productos que llegaban al mercado central de la ciudad, así como porcentajes estimados del flujo de productos que se reexpedían a la provincia. Los datos fueron obtenidos de una encuesta que se aplicó a poco más de 50 mayoristas de la zona, analizando sus características por producto específico.

Este cuadro muestra la importancia relativa que tienen el plátano, el jitomate, la papa y la naranja como productos de mayor consumo de la población, así como que los productos que más se reexpiden a la provincia son generalmente la cebolla y el chile.

Habría que analizar, a partir de estos datos, la particular formación de grupos de mayoristas en torno al manejo de los productos. Tal es el caso de la naranja, en el cual el comisionista, llamado también "coyote", que no era ni productor, ni tenía bodegas en La Merced, controlaba poco más del 70% de toda la naranja que llegaba a la capital a través de ciertas relaciones de créditos hacia las zonas productoras; o bien el caso del plátano, en el cual tres familias del sureste de la república controlaban casi la totalidad de los volúmenes de entrada, distribución y precios del producto; o bien el caso de la papa, que era manejada de manera casi exclusiva por la Asociación de Productores Lázaro Cárdenas, lo cual impedía la entrada a nuevos productores, etcétera.

Es importante hacer ahora algunas referencias prácticas sobre los canales de distribución que se emplean normalmente en la distribución de alimentos para la ciudad de México y en los cuales se encontraban inmersos los mayoristas de La Merced.

### III. El ciclo de distribución de los alimentos

La organización del mercado en el comercio de alimentos se caracteriza por un alto contenido de elementos especulativos y monopolísticos. La falta de una competencia efectiva no sólo propicia la ineficiencia y se traduce en altos precios para el consumidor, sino que rinde altas utilidades de carácter monopolístico. Los márgenes de comercialización, es decir, los diferenciables entre los precios de las mercancías antes de iniciar una etapa

Cuadro 1  
VOLÚMENES Y ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

Productos	Volúmenes de entrada a La Merced		% de salida del D. F.	Temporada de cosecha	Otros aspectos
	No. de Camiones	Toneladas			
Aguacate	3 900	27 300	20	marzo-diciembre	8 principales estados productores
Ajo	104	728	25	diciembre-marzo	5 estados productores
Cebolla	7 300	58 400	50	todo el año	8-9 estados productores
Chile	14 600	103 000	40	todo el año	5 estados productores
Durazno	540	3 240	20	mayo-septiembre	7 estados productores
Fresa	1 460	8 760	No sale	Casi todo el año	5 estados productores
Jitomate	29 200	204 400	25	todo el año	Toda la república
Limones	8 000	56 000	20	mayo-octubre	5 estados productores
Mango	2 400	19 200	15	febrero-agosto	8 estados productores
Manzana	6 000	48 000	15	agosto-diciembre	5 estados productores
Naranja	25 550	204 400	inf. 5	todo el año	5 estados productores
Papa	27 375	164 250	20	todo el año	3 estados productores
Piña	6 300	50 400	15	mayo-junio	2 estados productores
Plátano	29 200	262 800	20	noviembre-enero	
Tomate	6 750	45 990	10	todo el año	4 estados productores
				todo el año	6 estados productores

FUENTE: Investigación directa, encuesta entre mayoristas levantada para el presente trabajo, 1982, SAM-IDEC.

de intermediación y al terminarlas, son muy elevados. Un kilogramo de naranja, que se vendía a \$0.80 en el centro de producción, terminaba vendiéndose al consumidor final a más de \$8.00.

El intermediario realiza una serie de funciones que, apoyándose mutuamente, le permiten controlar los resultados de las transacciones que realiza y con ello conseguir utilidades cuantiosas. En sus relaciones con el productor, el intermediario puede concentrar funciones de financiamiento para la producción, incluyendo el sostenimiento familiar del campesino, el asesoramiento sobre las variedades a sembrar, la trasmisión de información sobre el mercado e, inclusive, el aseguramiento contra los riesgos del productor, garantizando a éste, en algunos casos, un precio mínimo de compra, independientemente del precio que se registrará en el mercado en la época de cosecha. Esta coincidencia de funciones se observa no sólo en las relaciones con el productor, sino también en las relaciones del intermediario con el detallista.

Existen innumerables casos de intermediarios que prestan a los agricultores el dinero necesario para producir, comprometiéndolos a venderles el producto, como resultado de un acuerdo que les permita el control en ambos extremos de las transacciones, lo cual se traduce en escasos ingresos para los productores y en su constante dependencia respecto de los intermediarios.

La dependencia crediticia también se observa en el sector de los vendedores al menudeo. Los pequeños detallistas usan una gran proporción de crédito en sus operaciones. Cuando no obtienen ese crédito del mayorista, lo hacen de agiotistas especializados. En algunos casos los costos del crédito se elevan a tasas increíbles, que van desde el 100% hasta más del 700% anual debido a que no tienen mejores fuentes de alternativas de financiamiento y a que habitualmente carecen de propiedades para darlas en garantía de un crédito bancario.

Según un estudio de la Presidencia de la república\* el precio por el cual el productor ofrece su cosecha al intermediario inmediato, un intermediario a otro y uno de éstos al consumidor final depende de varios factores, entre ellos:

a] *Determinantes de la oferta*: la programación de la misma, el precio de bienes competitivos, el acceso a fuentes adecuadas de financiamiento, la ocurrencia de fenómenos climáticos, la seguridad en la tenencia de la tierra, los costos de producción, los gastos de operación de los intermediarios, etcétera.

b] *Determinantes de la demanda*: los gustos y preferencias de los consumidores, el ingreso de los mismos, el precio de bienes sustitutos o complementarios, etcétera.

c] *El tipo de mercado*: que determina la naturaleza de intercambio en cada uno de los canales de intermediación, que a su vez forman un canal de comercialización.

\* Cristina Huitrón *et al.*, "Estructura del sector servicios", Presidencia de la república, México, 1976, pp. 51-52.

d] *Actores no indispensables*: el precio que el consumidor final paga por un producto que sufre un exceso de intermediación se infla en la misma proporción en que se ve acrecentada la suma total de los gastos de operación y márgenes de utilidad del canal de comercialización, por el número de intermediarios innecesarios.

e] *Ineficiencia en el manejo*: una medida de la eficiencia con que opera un intermediario lo representan sus gastos de operación. El precio que paga el consumidor final por un producto que es comercializado ineficientemente, se ve inflado en la misma proporción en que se incrementa el total de gastos de operación del canal de comercialización.

Desde luego que habría muchos elementos particulares si se intentara hablar de cada uno de los productos perecederos en referencia, pero de manera más o menos genérica se ha tratado de responder a la pregunta: ¿cuál es la forma en que todos los costos de operación y las ganancias de intermediarios se trasladan al consumidor?

Para tal efecto se elaboró la gráfica 1 donde se indican únicamente los actores indispensables que aparecen en la distribución de casi el 100% de los productos, con sus respectivos porcentajes o márgenes de ganancia neta estimados, y que no incluyen los costos de empaque, carga, descarga, transporte, almacenamiento, mermas y otros factores que elevan el precio de las mercancías en poco más del 500% en total a lo largo de todo el proceso.

Por esta razón, la ganancia neta obtenida entre todos los intermediarios rebasa con facilidad el 375%, aunque al sumar los costos de operación a este porcentaje se llega a un incremento de cuanto menos el 875% en cada producto, precio que tiene que absorber el bolsillo del consumidor.

Convendría especificar algunas de las características más generales de cada uno de los actores que aparecen en los canales de comercialización:\*

*Acaparador regional*: también se lo conoce como “coyote de campo”; es la persona que radica cerca del centro de producción, se abastece a través de productores cuya oferta es menor que la carga entera de un camión; vende su carga a un comprador regional, a una procesadora o empacadora, o bien a algún mayorista mediante un acuerdo previo.

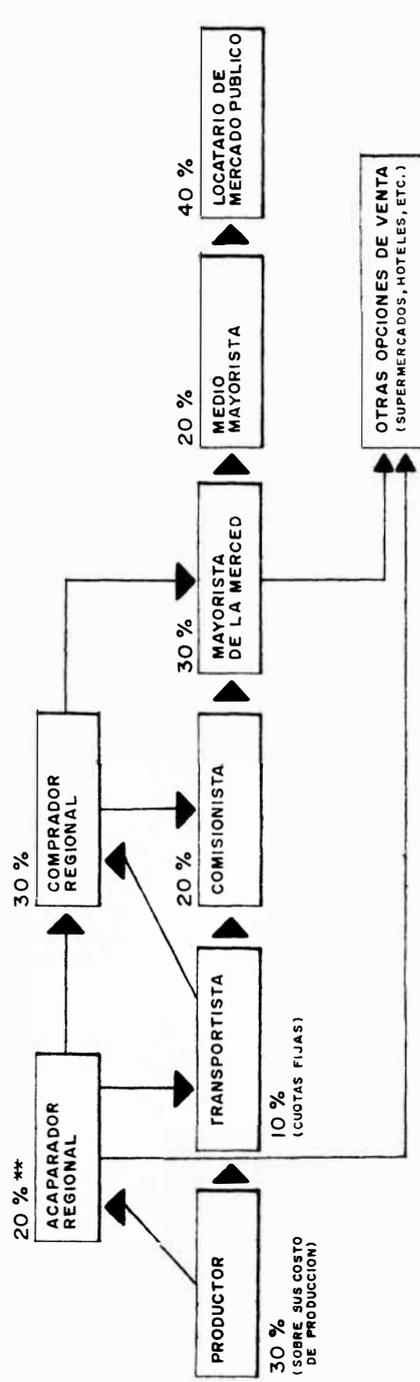
*Comprador regional*: es una persona que radica en la región productora, conoce a los productores y está familiarizado con los canales de comercialización establecidos. Lleva consigo el riesgo de posibles cambios en los precios del mercado al mayoreo en los centros de abasto a los que envía los productos comprados.

*Comisionista*: conocido también como “coyote urbano”, es la persona encargada de recibir la mercancía en el centro de abasto. Otorga cuantiosos créditos a los productores y de esta forma asegura que la oferta de algún producto sostenga un precio ventajoso para él. Generalmente los comisionistas se encuentran especializados por productos.

\* Cristina Huitrón, *et al.*, “Estructura del sector...”, cit., pp. 55-56.

Gráfica 1

CICLO REGULAR DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE PERECEDEROS A LA MERCED Y A LOS LOCATARIOS DE MERCADOS PÚBLICOS, CON SUS RESPECTIVOS INCREMENTOS PORCENTUALES EN EL PRECIO <sup>1</sup>



AUMENTO DE PRECIO: 375% como mínimo.

\* El precio del productor al consumidor fluctúa entre el 875% y el 1000%, por lo que este cuadro, sólo sirve como referencia para identificar algunos canales en la distribución, y no cuantifica los costos de producción que deben ser aumentados a estos márgenes de ganancia.

\*\* No todos los productos tienen acaparadores regionales.

FUENTE: Investigación directa, INCR-SAM, 1982.

(Para ampliar y enriquecer la información se sugiere revisar: Huitrón, Mr. Cristina, et al., "Sistema de comercialización de frutas y legumbres en México", Comisión Coordinadora del Sector Agropecuario, nota técnica núm. 4, mimeo., México, 1975.)

*Mayorista:* sostiene diversos contactos, ya que puede ser productor al mismo tiempo, o bien comprador regional, aunque en su mayoría envía un agente a la región productora para que efectúe las compras o también se surte a través de los comisionistas que hay en la plaza.

*Medio mayorista:* trabaja en relación directa con los mayoristas y su particularidad es que vende por cajas o costales los productos, no por camiones como los mayoristas, y representa un importante elemento en la distribución, ya que a través de los medio mayoristas se distribuye un considerable porcentaje de los productos de los mayoristas.

*Locatario de mercado:* es el último eslabón de la cadena y es el comerciante detallista que se surte, generalmente, del medio mayorista para vender al público consumidor.

#### IV. La estructura de poder de los mayoristas

Para efectos del presente trabajo, se entenderá por monopolio el poder de una persona, que le permite controlar los precios de los productos y su oferta en el mercado central de La Merced, así como la posibilidad de inclusión o exclusión de cualquier otro competidor del mismo ramo.

Al hablar de la estructura de poder interna que existía en la zona de La Merced, realmente se está hablando más de un oligopolio comercial que de un auténtico monopolio, ya que el poder al que se hace referencia en el párrafo anterior, se encuentra distribuido y legitimado entre un grupo de personas, y no bajo una sola.

Existen algunos requisitos indispensables para operar como mayorista de productos percederos.

a] *En el campo:* se debe tener un amplio conocimiento del trabajo del campo, así como muy estrechas relaciones (sea como productor o como comprador) con las diferentes zonas productoras.

b] *En el transporte:* se debe contar con una sólida base de transporte propio, o bien el acceso amplio a este medio.

c] *En el centro de abasto:* es necesario conocer extensamente todas las diferentes posibilidades de comercialización al mayoreo que existen en la plaza central.

d] *En la distribución:* deben conocerse las alternativas (y tener los contactos) para lograr una distribución rápida de los productos percederos (desabasto).

De estas características, parece ser que las más importantes son las dos últimas, y es en estas instancias donde con mayor frecuencia y facilidad surge el control monopólico (hasta cierto grado) de los productos. Una de las razones por la cual los representantes de Asociaciones de Productores y Ejidatarios (que permanentemente aparecían cada semana en La

Merced) quebraban, era precisamente la falta de conocimiento y contactos sobre el mercado al mayoreo y sus alternativas de distribución.

El "oficio" de mayorista ha sido utilizado desde hace muchas décadas como catapulta para realizar otras actividades. Tal es el caso de los primeros mayoristas que aparecieron en la zona (entre 1920 y 1930), que, de ser agricultores, en su mayoría llegaron al mercado para aplicar su conocimiento sobre el campo para enriquecerse, y una vez que lo hubieron logrado regresaron al campo para comprar tierras y expandir su influencia en el sector rural, dejando a sus hijos u otros familiares como encargados de los negocios en la ciudad.

Podría decirse que los cuatro pasos principales que ha dado este grupo de mayoristas han sido:

- Ser comerciantes mayoristas en La Merced.
- Ser agricultores especializados en algún producto.
- Manejar una sólida estructura de transporte propio.
- Industrializar sus productos, o los de otros, obtenidos en sus zonas productoras.

Estos procesos se han llevado a cabo durante un promedio de 35 a 40 años, en los cuales han logrado consolidar su poder económico.

Hasta fines de 1982 se podía hablar de más o menos 2 000 comerciantes mayoristas en la zona de La Merced con una posición estable, y de otros 1 000 (cuanto más) que operaban a veces como mayoristas y otras como medio mayoristas. Debe quedar claro que se utiliza la palabra "mayorista" para designar aquellos comerciantes que utilizan como unidad mínima, en promedio, para compra o venta de sus productos, un camión de mercancías de al menos 10 toneladas.

En el cuadro 2, se pueden observar algunas características específicas de los grupos de comerciantes diferenciados por sus niveles de ingreso. Aquí aparece un grupo del 10% de los comerciantes —los cuales generalmente son también agricultores, transportistas y en unos cuantos casos industrializadores de productos del campo— que obtiene ingresos de alrededor de los 30 millones de pesos anuales.

El segundo grupo, con ingresos de entre 12 y 15 millones de pesos al año, está ligado directamente a las zonas productoras y, en general, puede considerarse con una infraestructura de transporte propia y de considerable tamaño.

El tercer grupo, cuyo ingreso anual resulta de 5 a 6 millones de pesos, se encuentra más asociado al manejo de productos directamente en La Merced, como comisionista, coyote, o bien simplemente como distribuidor con una extensa red de contactos para la venta de sus productos.

El cuarto grupo representa a los mayoristas con cierta administración deficiente de sus negocios, o bien los que en realidad poseen limitantes económicas considerables frente a los otros grupos pero que, sin embargo, por algunos contactos específicos o por la misma rutinización de su trabajo obtienen ganancias de más o menos 80 mil pesos mensuales.

Cuadro 2

ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR  
MAYORISTA DE LA MERCED

<i>Núm. de comerciantes absoluto</i>	<i>% del total</i>	<i>Promedio ganancias netas anuales</i>	<i>Algunas características generales</i>
200	10	30 millones de pesos	Grandes familias extensas
600	30	12-15 millones de pesos	Menos participación familiar; economía estable (productores casi todos)
600	30	5-6 millones de pesos	Economía estable (algunos son comisionistas)
300	15	1-1.5 millones de pesos	Deficiente economía durante 6 u 8 meses y negocios repentinos
300	15	poco menos de 1 millón de pesos	Quiebran normalmente y entran otros a reemplazarlos

FUENTE: Investigación directa, IDRC-SAM, 1982.

El quinto grupo corresponde a un porcentaje regularmente estable de comerciantes que inician la empresa de competir en el mercado, pero que quiebran al no poder asimilarse al medio; este grupo inmediatamente es nutrido por otro de nuevos empresarios que intentarán colarse al mercado mayorista de alimentos, de los cuales uno o dos tendrán éxito en el negocio, generalmente los hijos o familiares de otros comerciantes establecidos con anterioridad.

Se debe aclarar que en todos los grupos señalados existe la necesidad de utilizar a los medio mayoristas para la distribución de los productos, ya que en la actualidad en ninguno de los centros de abasto existe un mayorista, por grande que sea, que tenga la capacidad de distribuir por sí solo los productos que recibe.

También es cierto que en el caso de los mayoristas más grandes, sus ganancias debían ser superiores a los 30 millones de pesos aunque, de hecho, las ganancias reales nunca serán reveladas por ninguno de ellos, ya que ningún mayorista paga los impuestos que legalmente le correspondería entregar al gobierno.

Algunas consideraciones generales sobre el problema del oligopolio comercial de La Merced son:

- Existían fuertes intereses creados que no permitían el libre flujo de productos en el mercado.
- Había una minoría de comerciantes mayoristas (menos del 10% del total) que controlaba los productos por diferentes especialidades, ya que al mismo tiempo controlaba (de muy diversas formas) a la mayoría de los comerciantes, principalmente a través de la fijación de precios.
- Hay otra minoría, que está fuera de la esfera de influencia de este 10%, formada por nuevos ricos agricultores, comerciantes o empresarios, que en potencias serían los posibles acaparadores o explotadores del negocio y que están buscando (y en buena medida ya lo han conseguido) ingresar a la distribución de alimentos en la Nueva Central de Abasto de Ixtapalapa.
- Existen mecanismos tradicionalmente usados para “atar” a las personas (clientes, otros mayoristas o medio mayoristas, etcétera) a través de formas especiales de crédito. Por ejemplo, un rico acaparador (monopolista) da mercancías a un comerciante de menores recursos a precios más altos que los normales que rigen en la plaza, pero con amplias condiciones de crédito para que se le pague; por consiguiente, cuando el rico mayorista cuenta con mercancías en exceso, tiene algunos “pequeños” atados que le van a permitir distribuir sus productos en menos tiempo, a menor costo y con mayores ganancias.

Había una especie de pacto implícito que se presentaba en todas las transacciones comerciales de alimentos en La Merced, ya que éstas no se regían por ningún estatuto de derecho (en el sentido positivo) sino que operaban por estatutos “de hecho”, sancionados por muchas generaciones de comerciantes que han estado ahí presentes y que guardan entre sí un riguroso código de honor. El hecho de que las transacciones comerciales no se efectuaran de manera escrita, con notas y recibos, es propio de la típica circulación de mercancías que se presentaba en La Merced.

Por otra parte, los vicios tradicionales que se encuentran en la comercialización de alimentos se dan en el nivel nacional, en todas las plazas, y de ninguna manera eran privativos de La Merced. El meollo principal de estos vicios es la falta de recursos económicos en todos los niveles:

*En el campo:* por la falta de insumos, la escasa tecnificación de los procesos agrícolas, la reducida comercialización de los excedentes, las mermas permanentes del 20% del total de la producción, la desarticulación de los pequeños productores y la mínima organización de los campesinos.

*En el comercio:* por la proliferación desmedida del sector comercial sin una orientación social de su actividad y muchas veces (la mayoría de ellas) sin ningún control estricto sobre sus transacciones.

*En el transporte:* por la falta de expansión de la capacidad de transporte actual, la elevación desorbitada de los insumos necesarios al transporte

(“a un transportista se le compra con llantas, para que esté donde, cuando y como quieras” se suele decir en el mercado) y las tarifas demasiado bajas, que nadie respeta y que están por completo fuera de la realidad, lo que finalmente viene a desalentar esta actividad.

*En el mercado mayorista:* el 30% de los productos que llegaban a la plaza provenían en su mayoría de pequeños productores y en general se puede decir que eran de muy baja calidad (tercera clase) dado que no utilizaban todos los insumos necesarios para mantener en buen estado las producciones.

Hay otros elementos externos al comercio que también participan en viciar el proceso de comercialización, como son la corrupción imperante en la Policía de Caminos que cobra verdaderas rentas (de más de 50 mil pesos diarios) distribuidas en pequeñas cooperaciones que tienen que entregar los transportistas de alimentos al pasar por algunos puntos claves en todas las carreteras, o bien la corrupción en la Policía del DF, que vendía las plazas para los policías que querían trabajar en La Merced en, más o menos, 150 mil pesos cada una, debiendo entregar cuotas diarias a los jefes policiacos, etcétera, lo cual representa una forma casi feudal de entregar concesiones con el visto bueno del Estado.

## V. Los grupos sociales que se originan del comercio

A partir de la distribución de alimentos surge una enorme variedad de grupos sociales que pasan a depender en forma directa o indirecta de estas relaciones comerciales. Habrá pues que mirar un poco en el interior de la gente que rodea esta actividad.

Para efectos de su identificación se presenta el cuadro 3, en el cual se muestran los tipos de grupos y el número de personas estimado que pertenece a cada uno, lo que en total nos da más de 23 mil jefes de familia: estas cifras indican que más o menos 80 mil personas dependen de manera indirecta de la comercialización de alimentos en la zona.

Una breve descripción de cada grupo permitirá ubicar más claramente el papel social que desempeña cada uno de ellos.

*Locatarios:* trabajan (todavía en la zona de La Merced) principalmente el comercio detallista o menudista, aunque es fácil encontrar entre ellos a los que venden al medio mayoreo. Presentan un grupo muy diversificado en lo que respecta a los rubros que manejan (frutas, legumbres, dulces, animales vivos, juguetes, etcétera), sin embargo, están bien organizados políticamente hacia dentro, y tienen una fuerte participación en las actividades políticas del partido oficial y de las autoridades de la Delegación que les corresponde (Venustiano Carranza). Sus ingresos son variables pero puede decirse que la mayoría cuenta con recursos económicos muy por arriba de la media nacional.

*Medio mayoristas:* trabajaban en relación directa con los bodegueros, quienes los utilizaban para vender alguna parte de sus productos (por cajas

Cuadro 3

IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS SOCIALES  
QUE SURGEN EN LA MERCED

GRUPO	Núm. de personas
Locatarios	1 200
Medio mayoristas	2 500
Vendedores ambulantes	4 000
Carretilleros	6 000
Estibadores	3 000
Rateros	500
Prostitutas	800
Mendigos o "teporochos"	400
Empleados de fondas y restaurantes	3 000
Empleados de bodegas	3 000
T O T A L	24 400

FUENTE: Investigación directa, IDRC-SAM, 1982.

o costales). Los medio mayoristas pagaban por utilizar una pequeña parte de la entrada de las bodegas y el precio acordado era en relación al volumen (20 o 30 pesos por caja o costal); estos costos eran establecidos de común acuerdo entre el mayorista y el medio mayorista. Puede decirse que había una mutua interdependencia entre los dos. La mayoría de los medio mayoristas trabajaban sin cédulas o permisos oficiales, quedando así al amparo de los bodegueros. Sus ingresos diarios fluctuaban en promedio entre los 600 y los 800 pesos.

*Los vendedores ambulantes:* quedaron en La Merced y en su mayoría trabajan en forma independiente de los mayoristas (aunque dependen de la cantidad de gente que concurre a la plaza) con excepción de un 8% de ambulantes que maneja productos perecederos. Los ambulantes tienen estrechas relaciones entre sí a través de algunas organizaciones políticas dirigidas por diputados y líderes de la CNOP (Confederación de Organizaciones Populares), las cuales sirven como importante apoyo político al Estado en las manifestaciones populares y principalmente en las campañas electorales.

Su régimen legal de existencia lo obtienen a través de las dos delegaciones políticas de la zona (Cuauhtémoc y Venustiano Carranza), las cuales tienen organizado un sistema de cuotas (15 ó 20 pesos diarios) que cobran a través de los líderes de los ambulantes y que sirven para extenderles credenciales y permisos para trabajar.

Sus ingresos son de 400 a 500 pesos al día y los principales artículos que distribuyen son: ropa, "fayuca", baratijas, alimentos, talismanes milagrosos y algunas refacciones y herramientas para el hogar.

Hay cinco federaciones centrales que regulan a todos los ambulantes del DF, aunque en la zona de La Merced sólo operan tres de ellas que agrupan a más de 120 líderes que llevan la representación de sus poco más de 4 mil afiliados.

*Carretilleros o "diablos"*: en general son jóvenes entre los 15 y los 20 años emigrados del interior de la república. Pagan cuotas diarias de 30 a 50 pesos por el alquiler de un "diablo" (o carretilla) a cualquiera de los tres principales acaparadores de diablos de la zona.

Los diablos no estaban organizados de ninguna forma y trabajaban de manera independiente. No tenían registros de control ni ninguna forma de regulación oficial. Al igual que la mayoría de los grupos carecían de prestaciones sociales y sus ingresos eran de alrededor de 350 a 500 pesos diarios.

*Estibadores*: eran los encargados de cargar y descargar los camiones. Eran en su mayoría trabajadores independientes, con excepción de un grupo de 650 que pertenecían a una agrupación fundada en 1957 y que actualmente hace intentos por incrementar su área de influencia del total de los estibadores que están en la Nueva Central de Abasto. Obtenían ingresos de más de 500 pesos diarios, y los afiliados pagaban diez pesos por semana como fondo para la sociedad mutualista que formaron para proteger a los socios de posibles accidentes u otras contingencias. Los estibadores trabajaban en muy estrecha relación con los bodegueros de toda la zona.

*Rateros*: siguen en el área y trabajan por zonas y por especialidades. Hay tres tipos diferenciados de rateros: los ricos, que roban coches o asaltan establecimientos a mano armada; los medios, que roban bolsos o asaltan transeúntes; y los pobres, que de vez en cuando roban alguna caja de mercancía o bolsas del mandado casi para autoconsumo.

Los tres tipos son bien identificados por la policía que "vigila" la zona, la cual los extorsiona, más o menos regularmente, para poder "trabajar" en sus zonas respectivas.

Con frecuencia son aprehendidos y golpeados por la policía que los utiliza como "orejas" o soplones. Sus ingresos son variables pero podría decirse que ganan un promedio de 1 000, 400 y 250 pesos diarios respectivamente.

*Prostitutas*: llamadas también "mariposas", están ubicadas cotidianamente en las calles específicas (Santo Tomás, San Pablo, Circunvalación, 2o. Callejón de Manzanera y otras) y con horarios determinados. Hay dos, y

a veces tres, turnos de prostitución, el matutino (10 a 15 hrs.) y el nocturno (15.30 a 21 hrs.).

Todas las "mariposas" de la zona están controladas por una persona conocida como "el Barril", que es el encargado de enganchar a las muchachas de la provincia para traerlas a la capital. Cada muchacha paga una cuota diaria a los ayudantes de "el Barril" y su precio (como mercancía) es variable y puede fluctuar (según innumerables factores) entre los 50 y los 500 pesos, aunque hay algunas que cobran más. Ninguna de ellas requiere licencia sanitaria, ni ningún control oficial, con excepción de las extorsiones que regularmente cobra la policía cuando efectúa redadas o "razzias" en la zona.

Tienen lugares habituales de consumo, alimentación y diversión, y casi todas mantienen a sus respectivas familias (como solteras o como madres).

*Mendigos:* conocidos también como "teporochos", viven en parte de la pepena de alimentos que quedan esparcidos en las calles o en donde se acumula la basura, aparte de las limosnas que solicitan. Entre los bodegueros era muy usual dar limosna y caridad. A algunos mendigos se les permitía dormir en la parte posterior de las bodegas y servían a la vez como veladores, pero sin salario. No llegan a obtener más de \$90 al día y deambulan por toda la zona de La Merced.

*Empleados de fondas y restaurantes:* estos comercios invaden toda la zona de muy diversas formas, que van desde los puestos ambulantes de comida (que abundan en las calles y banquetas), a las fondas familiares que había casi en todos los segundos pisos de las bodegas y que fueron instalados en su mayoría por las familias que habitaban en La Merced y que normalmente atendían a los bodegueros y empleados, o bien hasta los lujosos restaurantes de primerísima categoría, con vinos importados y variada cocina internacional, que se dedican a atender el voraz apetito y la displi-cencia de los más ricos comerciantes de todo el primer cuadro de la ciudad. Los dos primeros obtienen u obtenían ingresos más o menos estables de 800 a \$1 000 diarios y los últimos obtienen incalculables ganancias.

*Empleados de bodegas:* casi todos ellos trabajaban durante largos períodos con un mismo bodeguero, lo cual les permitía tener un ingreso fijo y algunas otras prestaciones particulares y/o sociales.

En estas personas el bodeguero depositaba toda su confianza y eran los verdaderos encargados de atender el negocio mientras el bodeguero realizaba otras actividades. Sus ingresos eran variables pero podían considerarse como los más altos de la zona (con la excepción de los patrones, claro está).

Es un hecho que todos estos grupos están sufriendo cambios radicales en su estructura con el cambio de La Merced a la Nueva Central de Abasto. La pregunta sería ¿en qué forma serán afectados?, ¿pasarán a engrosar las filas del desempleo abierto?, ¿se reincorporarán al comercio?

Será necesario analizar más detenidamente las características del nuevo proyecto de la Central de Iztapalapa, sus modificaciones en la estructura comercial (si las hay), la asimilación de los viejos vicios y las costumbres, la

formación de una nueva estructura de poder en el comercio y muchos otros aspectos de este amplio tema de estudio.

### Bibliografía

- Banco de México, (1981), "Proyecto de desarrollo de la comercialización de frutas, hortalizas, carne y huevo", FIDESA, México.
- Castillo Berthier, Héctor, (1982), "La Merced, una larga historia", en *Técnica y humanismo*, CONALEP, año 3, núm. 13.
- , (1982), "El costo real de la nueva Central de Abastos", en *El universal*, 9 al 13 de agosto, p. 1.
- CODEUR, (1976), "Central de Abasto para la Ciudad de México", DDF.
- Huitrón, Ma. Cristina, *et al.*, (1976), "Estructura del sector servicios", Presidencia de la República, México.
- , (1975), "Sistema de comercialización de frutas y legumbres en México", Comisión Coordinadora del Sector Agropecuario, Nota Técnica núm. 4, mimeo, México.