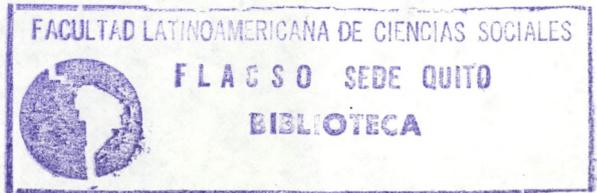


FLACSO - Biblioteca

\$ 2.00
x
5

FORO
ABASTECIMIENTO
POPULAR E
INFLACION
síntomas - causas - soluciones

5118 PER 1568





Coordinación: Galo Chiriboga
Roland Feicht

Redacción: Camilo Taufic
Diego Mancheno

Arte: Luis Velocci

ABASTECIMIENTO POPULAR E INFLACION

Es una Publicación
del Instituto Latinoamericano
de Investigaciones Sociales, ILDIS
Av. Colón 1346 - Telf. 543-000

1000 ejemplares
1ra. Edición
Impreso en Ecuador
Printed in Ecuador

PRESENTACION

El proceso inflacionario que vive el país y el desabastecimiento temporal de algunos productos de primera necesidad constituyen un problema casi inédito en la economía ecuatoriana. Las familias lo palpan casi diariamente. Mucho se discute sobre este agudo problema, pero cada sector tienen su propia solución aislada, cuando lo que se necesita son medidas de conjunto.

Fue así como ILDIS y ENPROVIT organizaron un foro sobre "Abastecimiento Popular e Inflación", logrando por primera vez reunir a casi todos los sectores involucrados, y con una característica singular, haber alcanzado propuestas alternativas de solución.

El encuentro contó con la asistencia de productores, comercializadores públicos y privados, mayoristas, minoristas, consumidores e investigadores, quienes, basados en sus experiencias y prospectivas, perfilaron valiosas sugerencias sobre tan complejo problema.

La novedosa presentación del tema en este folleto aspira que un amplio sector pueda informarse de los resultados del foro en una forma ágil y amena. Las proyecciones del mismo -si llevadas a la práctica- servirán, sin duda, para provocar un cambio en los factores que desencadenaron las deficiencias que todos queremos derrotar.

*Dr. Manfred Stegger
- Director-ILDIS*

*Marcelino Durán
Gerente-ENPROVIT*

— FORO —
Abastecimiento popular e inflación

1

Para poner el problema sobre la mesa, o sea ...

... a modo de introducción

La constante elevación de los precios de los artículos de primera necesidad en el Ecuador es un fenómeno casi inédito, puesto que nuestra economía, en décadas anteriores, se caracterizó por mantener una relativa estabilidad en este terreno.

Sin embargo, a raíz de los ajustes producidos en el sector económico, una de las consecuencias de la crisis y su expresión más sen-

tida es un acelerado proceso de elevación de precios, agudo desabastecimiento de algunos productos de primera necesidad, especulación y otros fenómenos que generan gran malestar social y -en primer lugar- dificultades crecientes en las economías hogareñas.

Las explicaciones que esta nueva realidad puede tener son diversas y complejas.

Con el objeto de acercarnos al "por qué" de estos problemas del abastecimiento y de los precios, y a las posibles soluciones, el Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales ILDIS, conjuntamente con la Empresa Nacional de Productos Vitales ENPROVIT, reunieron a representantes de los principales sectores involucrados, para auscultar en conjunto cuáles eran los síntomas, causas y alternativas frente a una situación tan

compleja y de tan directo efecto sobre la vida diaria de los ecuatorianos. Se analizó especialmente el caso de los productos de origen agropecuario. A este encuentro, que se realizó en la ciudad de Quito, en septiembre de 1983, asistieron productores del campo y de la ciudad, comercializadores privados, tanto mayoristas como minoristas, los gerentes de las empresas comercializadoras del Estado (ENAC y ENPROVIT) y dirigentes sindicales, en representación de los consumidores. Se contó además con la asistencia de algunos expertos en la materia, de institutos de investigación del país. Los sectores convocados debatieron durante un día completo diversas ponencias que fueron presentadas al foro, tales como: *"Crisis en el abastecimiento de alimentos en el Ecuador"* sustentada por Jorge Villamizar, Gerente del Mercado Mayorista de Quito; *"Opciones que tiendan a minimizar el alza de precios de los alimentos de primera necesidad"* de Jorge Dousdebés, Secretario Ejecutivo de la Cámara de Agricultura de la I Zona; *"Análisis de la situación global del comerciante minorista y sus modos de mercadeo en el Ecuador"* de José M. Llenez, Presidente de la Federación Nacional de Comerciantes Minoristas y de los Mercados del Ecuador (FENACOMI); *"ENAC en la comercialización de*

productos Agropecuarios" de José Orellana, Gerente de la Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización de Productos Agropecuarios; y *"Situación actual de ENPROVIT"* de Marcelino Durán, Gerente de la Empresa Nacional de Productos Vitales.

Como era de esperar, los criterios, en muchos casos -dada la composición del foro- fueron divergentes; sin embargo, las experiencias y expectativas de las partes enriquecieron el diálogo, dada sus apreciaciones particulares en función de sus propios intereses, pero sin perder de vista las necesidades generales de la colectividad, llegándose a proponer algunas alternativas básicas comunes.

Analizar el abastecimiento popular y la infación requiere del acercamiento a dos temas fundamentales.

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

Los problemas del abastecimiento fueron estudiados dentro de un marco de referencia específico, esto es, dentro de la realidad política y económica del Ecuador, cuya estructura es la de un país en desarrollo, en el que predominan las formas capitalistas dependientes, donde, por situaciones de coyuntura, aún se observan a nivel agrícola las secuelas del grave emba-

te de la naturaleza por las inundaciones del año 1982, elemento que agudiza aún más la escasez y encarecimiento de determinados productos.

Los síntomas de la crisis son percibidos de manera distinta, en función del sector. Los comercializadores mayoristas observan que la crisis se manifiesta en la brusca elevación de los precios de algunos productos, como el arroz, el azúcar, la sal, entre otros, y además -para ellos- el mercado presenta un claro desabastecimiento en éstos y otros rubros y añaden que, por las características monopólicas de la oferta de algunos de ellos, (azúcar, por ejemplo) se ha creado un mercado negro.

Aquellos que están en el mercado como comerciantes minoristas señalan que existe acaparamiento de aquellos productos de consumo popular no perecibles, y que por la poca oferta agrícola de productos como el arroz, la capacidad de las piladoras está reducida considerablemente.

Los productores, en cambio, aluden a la baja tasa de crecimiento agrícola, explicada por la poca inversión, debida ésta -a su vez- a la baja rentabilidad, que fluctúa entre el 4 y el 8 o/o anual. Los altos costos de semillas, fertilizantes y equipos generan gastos

que luego no obtienen un precio correspondiente por el producto en el mercado.

Los consumidores observan y sienten los síntomas de la siguiente manera, tal como lo expresara un dirigente sindical: “¿Cómo va a ser posible que el pueblo no pueda tomar café, ni con una cucharada de azúcar, ni con pan, y que no haya ni para una cucharada de arroz?”.

Lo que registran los sectores populares con dramático realismo, también lo sienten los sectores de pequeños industriales, que no cuentan con la materia prima para elaborar sus productos.

Para el sector estatal comercializador (ENPROVIT y ENAC) los altos costos de los productos que comercializan y ciertas trabas legales les resta posibilidades de atender a una siempre creciente demanda.

Se coincide, pues, en que hay factores adversos, que afectan seriamente a los diversos sectores, y la gravedad de los mismos radica en la falta de capacidad de respuesta, la que, por supuesto, se encuentra aún más disminuida en los sectores populares.

LAS CAUSAS

Las causas de la crisis de abastecimiento y la inflación correspondiente señaladas en el foro son de las más diversas:

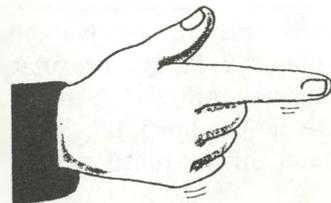
Los representantes sindicales consideran que, en el caso de los productos agropecuarios, el origen del problema radica en la falta de aplicación de la Reforma Agraria, las formas de producción precapitalista, la ausencia de asistencia técnica y de crédito para los pequeños productores, que son los que aportan el 60 o/o de la oferta alimentaria, además de la falta total de una infraestructura de almacenamiento. Pero, además, señalan como causas las distintas medidas económicas adoptadas por el gobierno, que tienen su explicación en las presiones ejercidas por el FMI, dada la vinculación del país al sistema capitalista internacional.

En resumen, consideran que las causas son de tipo estructural, generadas por la “dinámica propia del sistema capitalista”.

Los productores, por su parte, consideran que en materia de productos perecibles, los costos de mano de obra relativamente altos no pueden ser absorbidos por los actuales precios y, para el caso de los productos no precici-

bles, la falta de pronósticos de producción y cosecha genera, en algunos casos, sobreproducción y, en otros, escasez. Para ellos, además, la falta de centros de acopio y caminos vecinales, y leyes tales como la de Reforma Agraria y Colonización, crean “inseguridad” al productor, limitando sus inversiones. Recordaron que los precios de algunos productos, que son inferiores a sus costos, han determinado que éstos dejen de producirse.

También abordaron temas de política agropecuaria, a la que tacharon de “desacertada”, pues no existen semillas de buena calidad, los insumos y fertilizantes tienen precios elevados, no existe construcción de caminos vecinales que permitan sacar la producción a los mercados, y la falta de recursos de las empresas comercializadoras del Estado (ENAC y EMPROVIT) determina que sus operaciones sean mínimas, quedando por tanto la producción sin un apoyo estatal a la comercialización.



Para el sector comercializador privado mayorista, las causas hay que buscarlas en la misma producción, por cuanto la situación climática del año 1982 determinó una reducción de las áreas sembradas, frente a una demanda siempre creciente; además, existe una total anarquía en la distribución y comercialización de los productos, lo que impide una formación "real" de precios; esto origina fuga de alimentos, dado que en los países limítrofes existen marcadas diferencias en los niveles de precios.

Los comercializadores estatales, por su parte, consideran que las causas por las cuales no pueden abastecerse en mejor forma a los sectores populares radican, por un lado, en la estructura jurídica de las empresas ENAC y ENPROVIT, pues la normatividad de su control es sumamente rígida, impidiéndoles operar ágilmente; y por otro lado, la falta de recursos financieros los ha llevado a perder presencia en el mercado

Sin embargo, la ENAC tiene que cumplir con su objetivo, cual es "mantener volúmenes reguladores, los mismos que varían dependiendo de la producción", pese a su limitada infraestructura almacenaria.

Algunos expertos de instituciones investigadoras que asistieron al foro consideran que la comercialización es sólo una parte integrante de un largo proceso, constituido por almacenamiento, transportación, clasificación, distribución y venta. Las causas, por lo tanto, pueden estar en un desfuncionamiento de cualquiera de las etapas de este proceso.

Otros investigadores, en cambio, consideran que las causas del desabastecimiento e inflación, en lo que se refiere a comercialización, no pueden ser generalizadas; deben ser vistas de manera específica.

SOLUCIONES

Las alternativas presentadas son diversas y, en algunos casos, contradictorias, explicables por los intereses contrapuestos de los debatientes.

Para los productores, la garantía de la tenencia de la tierra, la liberación de precios, son pre-requisitos básicos para el mejoramiento de la producción, lo que unido al establecimiento de normas de calidad, fijación de precios de sustentación, pronósticos de cosechas, mejores remuneraciones al trabajador agrícola, tecnificación de los cultivos e implementación de centros de acopio, determinará una

oferta suficiente, que superará el desabastecimiento y el alto precio de los alimentos.

Los sindicalistas entretanto -en representación del consumidor- consideran que la Reforma Agraria, la entrega de créditos blandos al campesinado, así como semillas e insumos de calidad a precios bajos, la nacionalización de las empresas productoras de alimentos y el impulso a formas comunitarias de propiedad en el campo, determinarán un aumento en la producción, la que debe estar apoyada en un sistema de comercialización nacionalizado o estatizado, fomentando además las ferias libres y las empresas comercializadoras estatales.

El sector comercializador mayorista consideró la necesidad de modernizar el sistema, mejorando la distribución con la participación de las unidades comercializadoras minoristas llamadas "tiendas", y crear una Bolsa Agropecuaria, que permita influir en la demanda y oferta de productos, permitiendo una información adecuada de precios.

El comercio minorista estima que en el plano de la producción, la planificación es imperiosa, además de atacar al sistema monopólico impuesto en algunos rubros. Para la comercialización, propone: fortalecer y reestructurar a ENAC y ENPROVIT y propender a la crea-

ción de empresas autogestionadas por los minoristas; manifestándose contrario a la creación de nuevos centros comerciales estatales.

El criterio oficial, mantenido por el Subsecretario de Agricultura, es llevar adelante una política de importación anticipada para sa-

tisfacier los déficits, una política de activación de la producción nacional, una política de regulación de circulación de productos y una política de movilización de productos hacia las regiones más necesitadas.

En activo debate producido -que

se resume en la sección siguiente se abrieron nuevos ángulos para encarar de inmediato soluciones globales que, más allá de las conveniencias de uno u otro sector en particular, satisfagan las aspiraciones básicas de la ciudadanía sobre abastecimientos y precios.

— FORO —
Abastecimiento popular e inflación

2

Una discusión esclarecedora

El debate entre productores, comerciantes, consumidores e investigadores, ilustrativo para cualquier persona interesada en el problema, giró en torno a tres temas principales.

- 1.- Síntomas de la crisis de abastecimiento e inflación en los productos de consumo popular.
- 2.- Causas, y
- 3.- Alternativas de solución.

La que sigue es una síntesis que ha recogido lo esencial del foro, y que refleja de manera muy dinámica los distintos puntos de vista sectoriales que allí se expresaron.

Punto 1: Se ofrece la palabra sobre el tema

Síntomas de la crisis de abastecimiento e inflación en los productos de consumo popular



PRODUCTORES:

Jorge Dousdebés, (Cámara de Agricultura de la I Zona), citó entre los síntomas de la crisis de abastecimiento el que *"en los últimos años la población del Ecuador creció a un ritmo del 3.2 o/o anual mientras el sector agropecuario creció apenas a un ritmo del 2 o/o . . . Dentro de pocos años -dijo- la producción de alimentos no abastecerá en absoluto las necesidades alimenticias del país"*. Existe, además, una *"muy desacertada política agropecuaria"* lo que lleva a que disminuyan las áreas sembradas. La inflación del 50 o/o en la producción agrícola, frente a una rentabilidad que fluctúa *"entre el 4 y 8 o/o"* en el sector, obliga, según Dousdebés, a buscar otros lugares de inversión.

Por otro lado, los altos costos de

los fertilizantes, de semillas certificadas, son para Abel Navas (productor independiente) los síntomas de la crisis en el abastecimiento de productos agropecuarios; ejemplificó el que *"el año pasado se fijó el precio de un qq de maíz en 390 sucres, pero se incrementó el litro de Gramuzane de 100 a 450 sucres"*.



COMERCIANTES

Alfonso Vásquez (comerciante mayorista), *denunció la especulación* del *"trust de ingenios azucareros"* como ejemplo del síntoma de la crisis en el que se desenvuelve la comercialización de artículos de primera necesidad. Especulación que eleva el precio de azúcar de 1.257 sucres el qq a 2.000 sucres, el de la libra de arroz, que *"ayer valía 4 sucres la libra, y hoy vale 20,30 sucres; una libra de papas*

valía 2 sucres y hoy Ud. tiene que pagar por ella 20 sucres", igual con la panela y con todos los artículos de primera necesidad.

José Llánéz (Federación de Comerciantes Minoristas), por su parte, denunció el que los ingenios azucareros se hayan negado a abastecer a los 200 mil afiliados, a su Federación, lo que es muestra clara de que *se estaría especulando con el producto*, al mismo tiempo que hizo referencia a que, por la subutilización de la capacidad instalada de las empresas, avisa una crisis en el abastecimiento de la demanda, tal es el caso de *"una piladora con capacidad de producción de 5 mil quintales diarios y que está produciendo sólo 400"*.

Para Marcelino Durán (ENPROVIT), *la falta de recursos de su empresa y de la ENAC ha impedido que ambas puedan cumplir a cabalidad sus objetivos* en la *"distribución de productos básicos a precios oficiales en aquellos lugares donde no es rentable para*

los comerciantes privados”, y si a esto se le suma su estructura jurídica, el problema se amplía. Estos factores provocan el que se pierda presencia en el mercado, síntoma clave de la situación del abastecimiento popular.



CONSUMIDORES:

Fausto Dután, (representante del FUT), evidenció la crisis en la inflación de productos alimenticios, en la falta de preocupación para con los pequeños productores por parte del Estado, pues “la crisis que vive el país ha recaído especialmente en estos sectores campesinos pequeños”; en el haber cedido a las presiones de los grandes productores monopolistas; tal es el caso de los productores de palma africana, de aceites y grasas, que “en este momento están planteando un incremento, después de haber ganado utilidades considerables en los precios” de estos productos.

Carlos Arias, representante del Comité del Pueblo, expresó el síntoma más claro del por qué del foro: “Cómo va a ser posible que el pueblo no pueda tomar café con una cucharadita de azúcar; peor, ni con pan y que no podamos

servirnos una cucharadita también de arroz?”

A este problema, Arias sumó la falta de abastecimiento de productos en las tiendas de barrio.

César Frixone (Federación de Pequeños Industriales), evidenció que la pequeña industria es objeto de especulación: tal el caso de que se esté comprando azúcar a 3 y 4 mil sucres el quintal; que al norte de Esmeraldas se venda la gasolina a 85 sucres el galón, y “el engaño de no poder comprar al precio oficial, son muestras claras al respecto”.



INVESTIGADORES:

Iván Maldonado (de CERG, Guayaquil) planteó que el mercado negro, el monopolio en la producción y comercialización, la especulación del tendero o intermediario con el precio y con la cantidad de productos que obliga a comprar al demandador; “las posibilidades reales de compra de ese consumidor”, son síntomas evidentes de la crisis que se vive en el abastecimiento popular.

Oswaldo Barsky (FLACSO) señaló el que en muchos casos los “inter-

mediarios eran más pobres, o son tan pobres como los productores más pobres” razón por la cual éste es un claro síntoma de que el problema a resolver no es tan sencillo como el proponer la eliminación del comerciante sin considerar su situación social.

En otros casos, el intermediario -o el mismo productor-, se constituye efectivamente en un agente económico que atenta contra las condiciones de vida del pueblo, debido a la rentabilidad que le presupone este tipo de actividad, conformando verdaderos monopolios de la comercialización; en cuyo caso se justificará alguna acción en su contra.

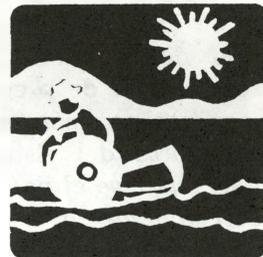


Punto 2: En discusión el tema

Causas de la crisis de abastecimiento e inflación

PRODUCTORES

Critican a ENAC y ENPROVIT; también a la política económica del gobierno. Hacen notar que el pequeño productor cae muchas veces en manos de especuladores. Faltan Créditos adecuados, centros de acopio, caminos vecinales y, en general, una infraestructura adecuada. Censuran con dureza al Ministerio de Agricultura: "Inseguridad para el productor. . . precios políticos . . . el Mercado Mayorista no cumple su papel" -son algunas de las críticas-. Un pequeño productor agrega: "No se hace drenaje a los ríos; se entrega mala semilla; los fertilizantes están muy caros, etc. etc, etc". La falta de recursos de ENAC y de ENPROVIT determinan -afirman los productores- que sus operaciones sean mínimas.



COMERCIANTES

Al efecto de las inundaciones sobre la cosecha pasada, debe sumarse una disminución en el área sembrada correspondiente a azúcar y arroz para ESTA temporada. No siempre es culpa de los intermediarios, por tanto, además, reina la anarquía en la distribución de productos. Se debe establecer una información real de precios. Afirman que son los "trusts" de productores los que especulan; no los comerciantes. Hay "falta de planificación y de previsión" en cuanto al abastecimiento popular. La falta de participación del pequeño comerciante en los órganos estatales de comercialización ha impedido que estos mismos puedan nutrirse de sus experiencias.



CONSUMIDORES

En representación de quienes compran en la tienda de la esquina o en los mercados, hablaron dirigentes sindicales vinculados al FUT. Como causante de las fallas de abastecimiento e inflación fue señalado el mismo “Sistema económico de mercado”, que “permite la presencia de especuladores y otros grandes empresarios interesados únicamente en la ganancia”. Más concretamente, se refirieron a la falta de una aplicación integral de la Reforma Agraria y a la ausencia de asistencia técnica y de crédito para los pequeños productores de alimentos. También hicieron alusiones negativas al Gobierno y a su “sometimiento al Fondo Monetario Internacional”.



INVESTIGADORES



El almacenamiento y la transportación son deficientes y no toman en cuenta al pequeño productor. No hay información de la potencial producción a lograrse; tampoco hay capacitación de los productores. Critican a los especuladores, pero advierten que es falso considerar a todos los intermediarios como “un sector parásito”, puesto que cumplen también una función social. Por ejemplo, muchos de los que intervienen en la comercialización de la papa son “tan o más pobres que los productores directos”, por ejemplo. El Estado no puede -materialmente- resolver algunos problemas de abastecimiento en detalle, pero sí el pequeño comercio.





PRODUCTORES:

Para César Frixone (Pequeños Industriales), la causa principal de la especulación se encuentra en que *“tanto ENAC como ENPROVIT están fracasando en el sistema de distribución, pues no llegan con los productos al precio oficial y a todas las provincias del país”*; otra de las causas sería *“el clima de desconfianza”* en el que vive el país pues *“vemos que las teorías monetarias cada vez se van imponiendo”*, por otro lado otra causa sería la despreocupación frente a la necesidad de refinanciar las deudas contraídas en sucres y en el país por los pequeños productores, todos estos factores repercuten directamente en la disminución de los niveles de producción y en la consecuente subida de precios.

Jaime Flores (Cámara de Agricultura), diferenció su explicación entre *productos perecibles* y *no perecibles*. En el primer caso, el problema central es el que por la gran cantidad de mano de obra que exigen estos productos y dado que *“la producción por mano de obra es sumamente más costosa”*, la operación ha quedado en manos de pequeños productores directos.

Estos, y a su vez, por falta de una infraestructura necesaria y por las cualidades de este tipo de bienes, caen en manos del especulador y del intermediario, estando, además, propensos a sufrir desequilibrios productivos.

En cuanto a los productos *no perecibles*, la causa principal en el desabastecimiento es, según Flores, la falta de una *“estadística valedera que nos permita prever lo que va a suceder en el tiempo en la producción”* y cosecha en el país, con el objeto de evitar sobreproducción en algunos casos y escasez en otros.

De manera general, Flores hizo referencia a que, dada la falta de centros de acopio, de caminos vecinales y de una infraestructura adecuada, los comerciantes son necesarios. Por ello se pronunció en contra de la fijación de precios, ya que éstos no permiten cubrir los costos e inducen la migración de los campesinos a la ciudad por la atracción establecida en términos salariales. Lamentablemente, al quedarse el campo sin mano de obra, se limita la capacidad de producir.

Jorge Dousdebés (Cámara de Agricultura) complementó la exposición de Flores, en el sentido de que para ellos la causa principal del problema de la comerciali-

zación y abastecimiento de productos agropecuarios es la *“desacertada política del Ministerio de Agricultura, lo que se expresa en los siguientes puntos:*

1. *“Inseguridad” para el productor en lo relacionado con la propiedad de su tierra eficientemente cultivada, pues con “las leyes de fomento y desarrollo agropecuario, de reforma agraria y colonización, resulta del todo utópico el que se mejoren los sistemas de explotación de la tierra”.*
2. Fijación de *“precios políticos”* cuando el costo de los insumos y de los salarios han subido vertiginosamente, provocando *“el que se deje de producir aquello cuyo precio se ha fijado políticamente”*, de tal forma que se ha llegado a importar estos productos al precio internacional.
3. El que el Mercado Mayorista no cumpla su papel *“ni de mayorista ni de regulador de precios”*. ENPROVIT no logra comercializar *“todos los productos de primera necesidad a precios justos y ENAC tampoco está en capacidad de ser la gran compradora de productos agropecuarios que garantiza precios rentables al agricultor y no venda a los consumidores a bajo costo”*; de allí el

que existan un gran número de intermediarios. Finalmente *“esta desafortunada política se expuso en la falta de control al contrabando”*.



COMERCIANTES:

Oswaldo Jaramillo (Cámara de Agricultura), sumándose a lo expresado por Dousdebés, acusó directamente al Gobierno de la crisis de producción y comercialización, ya que sus acciones, como el impulso a la propiedad “comunitaria” a través del Código Agrario, la fijación de precios políticos, son medidas que *“atentan contra la propiedad privada y atentan contra la producción agrícola y su comercialización”*.

Para Abel Navas, pequeño productor, *“la estrategia que se está llevando a la práctica en los actuales momentos hacia el sector agropecuario está fallando total y absolutamente”*, pues no se ha cumplido con el drenaje de los ríos, se entrega mala semilla a los productores, los insumos y fertilizantes presentan precios elevados, los préstamos que se conceden no son suficientes ni en condiciones ventajosas, no se construyen caminos vecinales y los almacenes se mantienen subutilizados por el lugar en donde se los ubica. Por otro lado, *“la falta de recursos de ENAC y ENPROVIT determina que sus operaciones sean mínimas en lo que respecta a almacenamiento, acopio y distribución”*.

Para Jorge Villamizar (Gerente de Mercado Mayorista), las causas de la crisis en la comercialización se encuentran en la misma producción, por cuanto la situación climática ha determinado que los pronósticos de cosecha en lo que a arroz y azúcar respecta, “no sean halagadores”; a más de ello, *“las áreas sembradas al momento son inferiores a las demandadas por las necesidades de la población”*. En otro nivel del problema se situaría la comercialización propiamente dicha, la anarquía en la distribución de productos, ya que el Mercado Mayorista se ve impedido de concentrar el abastecimiento y de *“establecer una información real de precios”*, anarquía que provoca el contrabando por la diferencia en el nivel de precios con los países vecinos. Villamizar aclaró que la función del Mercado Mayorista, más que ser un “regulador de precios”, debe cumplir el papel de *“informador de precios a productores, a consumidores y a las industrias, así como también a las personas interesadas en la comercialización de modo que no influya en el libre juego de la oferta y demanda como determinante del precio”*.

Alfonso Vásquez, también del Mercado Mayorista, defendió su posición afirmando que no son los comerciantes los causantes de la crisis, sino los “trusts” de productores que especulan con el precio de los productos a través del mercado negro, negando el abastecimiento directo o subiendo los precios postfactura. Como otra causa de la crisis en la comercialización, Vásquez anotó la falta de dinamismo de ENAC y ENPROVIT para ejercer presiones que le permitan controlar efectivamente a estos monopolios.

José Llénez, representante del Comercio Minorista, coincidió con Vásquez agregando la *“falta de planificación y previsión en producción”*, como causa de la crisis en el abastecimiento popular.

Por otro lado, Llénez afirmó que entre el consumidor y el productor necesariamente debe ubicarse el comerciante, ya que él es el que *“sabe como cuidar y guardar y comerciar los productos perecibles, semiperecibles y los no perecibles”*. La falta de participación del pequeño comerciante en los órganos estatales de comercio, ha impedido el que éstos se puedan nutrir de su experiencia.

El Gerente General de ENPROVIT, Marcelino Durán, refiriéndose

a la empresa que dirige y al ENAC, simplificó las causas de los problemas por los que atraviesa el abastecimiento de artículos de primera necesidad en dos:

Los problemas de “las empresas estatales empiezan por enmarcarse en un problema jurídico” lo que no les permite operar ágil y dinámicamente dado el trámite burocrático exigido.

La falta de capitalización de las mencionadas empresas les ha llevado, por una parte, a perder presencia en el mercado y, por otra, a limitar drásticamente su accionar en el bodegaje y en el mismo proceso de comercialización y más aún en lo que a reservas estratégicas se refiere, a tal punto que “ENPROVIT ha llegado a un momento en que se puede estrangular”.

El Gerente General de la ENAC, José Orellana, hizo por su parte referencia a las funciones y logros de esta empresa; aclaró que esta institución no fue creada con el objeto de atender toda la demanda nacional, sino únicamente “con el afán de mantener volúmenes reguladores, que varían dependiendo de las épocas en que la producción es mayor o menor, e igualmente fue creada para atender a una mayoría consumidora”.

Entre los problemas existentes en la comercialización, Orellana anotó la limitada infraestructura de almacenamiento de ENAC, la falta de una estadística de consumo establecida por productores y consumidores industriales de manera directa, la falta de participación en el almacenamiento por parte del sector privado y del sector consumidor.



CONSUMIDORES:

Para Orlando Sierra, representante del FUT, el problema del desabastecimiento e inflación tiene su razón de ser en la “propia dinámica” del sistema capitalista en el que el Ecuador se encuentra inmerso. “Sistema económico de mercado” que mientras subsista “permitirá la presencia de los especuladores y grandes y temibles empresarios que se guiarán por el ansia desenfrenada de hacer dinero” y no de abastecer las necesidades.

En este sentido, la no aplicación de la reforma agraria, el intento de retornar a formas de producción precapitalistas, son causas, entre otras, de la crisis en la distribución y el abastecimiento popular.

Fausto Dután, igualmente representante del FUT, denunció como causas de la crisis en el abastecimiento de productos de primera necesidad: la falta de una real aplicación de la Reforma Agraria, la ausencia de asistencia técnica y crédito para los pequeños productores, pues “Las unidades de producción de 20 has. y unas recibieron en crédito el 52.3 o/o en cambio aquellas unidades de producción de menos de 20 has. prácticamente recibieron un crédito del 1.8 o/o” en consecuencia el crédito “ha estado dirigido a la agroindustria y a los sectores empresariales monopólicos”.

Finalmente, anotó también la falta de infraestructura en centros de almacenamiento y en canales de transportación para estos productos.

Carlos Arias, representante del Comité del Pueblo, hizo un llamado a considerar la dificultad en la sustentación de las familias populares debido a la falta de abastecimiento, el no control de precios impuestos por los grandes productores y la ausencia de mecanismos que frenen la especulación.

Finalmente, Jorge Dávila, dirigente laboral, acusó “al Gobierno y a su sometimiento al FMI”, como factores determinantes de la pro-

blemática tratada. *“Mientras la producción nacional se siga destinando a las grandes transnacionales y a sus socios, los capitales nacionales, el problema alimenticio subsistirá”* -dijo.



INVESTIGADORES:

Luis Dueñas, de ENAC, abordó el problema de la comercialización en tanto aspecto de todo el proceso económico, intermedio entre el proceso de producción y cosecha y el proceso de consumo interno o exportación. Este proceso productivo *“estaría unido por cinco eslabones: almacenamiento, transportación, clasificación, distribución y comercialización, uno de esos eslabones falla, falla de producción”*. En el Ecuador *“el almacenamiento y la transportación son deficientes y no consideran al pequeño productor, no existe clasificación y por consiguiente faltan la distribución y la información de la potencial producción a lograrse”*.

Iván Maldonado (CERG), planteó que aquellas causas como la inflación, la crisis, la comercialización de productos, el desfase entre el stock y la demanda consumidora

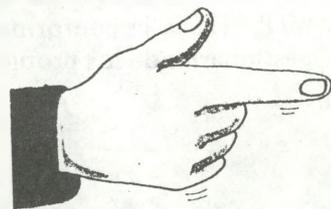
no son simplemente coyunturales, sino que todos tienen que ver con la estructura económica y política del sistema capitalista. Es necesario, en consecuencia, encontrar soluciones globales y no particulares a un estudio de oferta y demanda o a un problema de intermediarios. En esta línea afirmó que mientras el móvil de la producción sea el lucro, los problemas persistirán ya que *“quienes tienen grandes cantidades de dinero y, gran cantidad de almacenamiento controlan y regulan la comercialización”*. Por esta razón, subrayó la necesidad de que la producción se constituya en función social, es decir, que no implique, como hasta ahora, altas tasas de desempleo, desnutrición, inflación de productos básicos, etc.

Por otra parte, Oswaldo Barsky, de la FLACSO, cuestionó el hecho de concebir al intermediario como un *“sector parásito que busca, por un lado, deprimir los precios para los productores y, por otro lado, encarecer los precios para los consumidores”*, ya que según algunas investigaciones llevadas adelante por la FLACSO -como por ejemplo, la comercialización de la papa en la zona del Cañar-, se demuestra que la “base social” de la intermediación está compuesta por campesinos o ex-campesinos, tan o más pobres que los productores directos.

Este caso, sin embargo, lo opuso al de la comercialización del café en Quinindé, donde este proceso es totalmente monopolizado, siendo entonces el productor de alguna manera expropiado por el canal comercializador.

Para Barsky, por tanto, la causa de la crisis en el abastecimiento de productos agropecuarios no puede ser generalizada en contra del intermediario, pues es necesario realizar una diferenciación tanto por productor como por “agente social”.

Finalmente, se refirió a la incapacidad real de acceso por parte del Estado a lugares y con las cantidades de productos donde sólo llega el pequeño comerciante.



Punto 3: En discusión el último punto de la tabla

Alternativas de solución al abastecimiento popular

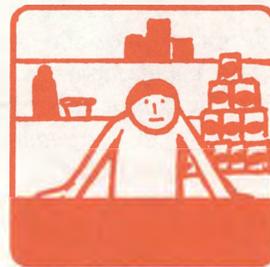


PRODUCTORES

Están interesados en que se garantice sus inversiones y “una ganancia atractiva”. Que el Mercado Mayorista reciba la producción a consignación. Algunos opinan que la importación de insumos no las debería hacer el Estado. Demandan que ENAC establezca un precio mínimo por los productos del campo. Se necesita un pronóstico de cosecha del país, para regular el mercado. Mayor atención a los pequeños productores.

COMERCIANTES

Es necesario modernizar y dinamizar la construcción de mercados y bodegas de almacenaje de alimentos con participación privada. Creación de una Bolsa Agropecuaria. Fortalecer y reestructurar ENAC y ENPROVIT. Hacia la conformación de empresas mixtas (con el Estado), y autogestionarias de los propios comerciantes.



CONSUMIDORES

La entrega de créditos blandos, de semillas certificada y de insumos, directamente a través del Estado, para ayudar a los productores agrícolas. Nacionalización de empresas monopólicas de comercialización, cuando operen con productos de primera necesidad. Implementación de "Ferias Libres" para que el campesino venda directamente al público, sin intermediarios. Continuar con los "precios políticos", pero no aquellos que favorecen a los empresarios, sino al pueblo.



INVESTIGADORES

Que los "Centros Cantonales" o los "Centros de Acopio" se encarguen de informar lo que se cosechará en cada sector del campo. Hay que solucionar, además el problema financiero del pequeño productor. Enfrenar el problema de la intermediación, considerándolo en su totalidad, para evitar soluciones que signifiquen nuevas dificultades. ENAC y ENPROVIT deben incrementar considerablemente sus actividades. Sugieren creación de Centros de Comercialización Popular, operados por comerciantes minoristas y la población consumidora del respectivo sector.





PRODUCTORES:

Jorge Dousdebés propuso que debe incentivarse la recuperación del sector agropecuario, garantizando, la inversión, la tenencia de la tierra eficientemente cultivada y asegurando, por otro, una rentabilidad atractiva, que permita encausar las inversiones hacia el sector agropecuario. Las mismas deberán estar guiadas por el libre juego de la oferta y demanda. Cuestionó así el establecimiento de precios políticos, afirmando que *“es hora de que el campo deje de subsidiar a las ciudades”* dijo.

En lo que a comercialización respecta, Dousdebés propuso que en una misma etapa, el Mercado Mayorista reciba la producción a consignación; mientras que en una segunda etapa, se de *“la implementación de un sistema de vehículos recolectores de cosecha que permitan el transporte técnico a los centros de acopio”*. Se debe autorizar, además, a la ENAC para que realice sus compras a precios de mercado, buscando con ello evitar la especulación y el contrabando. Finalmente, manifestó que son las Cámaras de Agricultura las llamadas a realizar las importaciones de insumos, y no el Estado, ya que

éste *“se caracteriza por su ineficacia en este tipo de transacciones”*.

César Frixone, de los Pequeños Industriales, planteó como posibles soluciones a las dificultades de abastecimiento popular el que las Cámaras de Comercio y las de la Pequeña Industria sean los canales de distribución para los consumidores finales. Exigió el restablecimiento del *“clima de confianza”* necesario para estimular la producción, afirmando que *“la refinanciación de las deudas en sucesos, sería un paso adelante hacia este objetivo”*.

Jaime Flores, de la Cámara de Agricultura, puntualizó que para mejorar y racionalizar la comercialización, es necesario:

- 1) El establecimiento de normas de calidad de los productos.
- 2) La fijación de precios de sustentación; *“cambiando la filosofía de precios en este país”*, es decir, que frente a un exceso de oferta, la ENAC establezca un *“precio mínimo que le permita al productor obtener una rentabilidad normal”*. En caso de no darse ese exceso, la solución sería permitir que el movimiento de oferta y demanda fijen y sitúen el precio.
- 3) La realización de pronósticos de

El subsecretario del Ministerio de Agricultura, sugirió algunas políticas sobre las cuales se podría profundizar en la toma de decisiones para solucionar el problema del abastecimiento popular. Estas serían:

- **POLITICA DE IMPORTACION** anticipada para satisfacer los déficits del consumo.
- **POLITICA DE ACTIVACION DE LA PRODUCCION NACIONAL**, fundamentalmente aquellos alimentos con mayor impacto en el índice inflacionario.
- **POLITICA DE REGULACION DE CIRCULACION** de productos, cuya oferta mínima y sistema de comercialización es deficiente. Relevó el papel de los almacenes estatales ENAC y ENPROVIT.
- **POLITICA DE MOVILIZACION DE PRODUCTOS HACIA LAS FRONTERAS** que permita regular el intercambio comercial con nuestros países vecinos.

cosecha del país, que junto a una libre importación y con las "reservas reguladoras" de ENAC y EMPROVIT, podrían actuar sobre el precio para controlar la especulación.

- 4) La necesidad de mantener al campesino en el campo mediante una remuneración igual a la de los trabajadores de la ciudad, bajo la premisa necesaria de que el precio del producto generado permita absorber este salario.
- 5) La tecnificación de los cultivos.
- 6) La implementación de centros de acopio y almacenamiento condicionado para productos perecibles y para que los productores envíen a los centros terminales sus respectivos productos, o para que se puedan "guardar productos perecibles por períodos un poco más largos".

Abel Navas, como pequeño productor, afirmó que, de manera global, es necesario "cambiar la estructura misma de la producción y rediseñar la política para el sector agropecuario" incrementando la atención a los pequeños productores, en lo que a recursos e infraestructura necesarias se refiere.

En base al éxito de una experiencia propia, Navas sugirió la conformación de "Comités de cupos de

comercialización" que participen activamente incluso en los organismos de decisión de la ENAC, como mecanismos prácticos que solucionarían los problemas de abastecimiento. Con ésto -y paralelamente- se exigiría el fortalecimiento y recapitalización de las empresas del Estado y del Banco Nacional de Fomento para que "cumplan eficientemente su cometido" diferenciando al pequeño productor, al que efectivamente se debe entregar crédito en condiciones menos rígidas; insumos, semillas y asistencia técnica que permita elevar su productividad.

Finalmente, se pronunció en contra de la "consignación" dada la situación inflacionaria de los productos fundamentalmente agrícolas y se ratificó, por otra parte, en la necesidad de consolidar las organizaciones, tanto de productores como de consumidores, pues sólo así se podrá solucionar los problemas de la comercialización.



COMERCIANTES:

Jorge Villamizar (Mercado Mayorista) planteó la necesidad de fortalecer y estimular la distribución de los productos agropecuarios a través de las "tiendas" ya que

estas "no solamente generan gran cantidad de empleo sino que además, cubren áreas marginales". Asimismo, rescató la importancia de modernizar y dinamizar la construcción de mercados y bodegas de almacenaje de los alimentos con participación privada, buscando apoyo para que el Mercado Mayorista pueda concentrar gran cantidad de bienes, de modo que sea influyente en la información y determinación de los precios.

Villamizar propuso la creación de una BOLSA AGROPECUARIA como mecanismo para influir en la oferta y demanda de productos. Ella facilitaría una información adecuada y oportuna a más de que alteraría los precios de manera positiva.

Estuvo de acuerdo con el planteamiento de Dousdebés con respecto a que el Mercado Mayorista debe trabajar por medio de la "consignación", aunque encontró algunos limitantes, entre los cuales, el más importante sería la ausencia de una clasificación cuantitativa y cualitativa de los productos que se comercializarían bajo esta modalidad.

Alfonso Vásquez (Mercado Mayorista), planteó por un lado, que ENAC y ENPROVIT comercialicen aquel 60 o/o de productos

de primera necesidad que les corresponde y, por otro, tramitar la inmediata importación de productos que permita o bien abastecer el mercado, o bien presionar sobre los precios, como soluciones inmediatas al problema del acaparamiento de los productos.

Marcelino Durán, Gerente General de ENPROVIT, sustentó la idea de conformar empresas mixtas de comercialización, en las que ENPROVIT participe con productos de primera necesidad y en donde las empresas privadas procuren productos manufacturados. También, el fomento a la organización de tiendas comunales, barriales y populares, en la búsqueda de la solución de los problemas en la comercialización.

José Orellana, Gerente de ENAC, puntualizó cuatro recomendaciones:

1. El establecimiento de "cupos de distribución" por parte del sector productor y la empresa privada consumidora, (Ej: entre los ingenios azucareros y el sector consumidor de las industrias) lo que permitirá al ENAC -cuando se den las importaciones o el almacenamiento respectivo- atender a este tipo de demandas.
2. "Seguir ampliando las organiza-

ciones de comerciantes, de consumidores directos, a nivel de barrio o empresa para que sean beneficiarios de la política del ENAC".

3. "La creación de un sistema nacional de almacenamiento" con participación del sector privado -productor y consumidor- y del público, que defina una modalidad de emisión de certificados de depósito en beneficio del productor y del consumidor, y
4. El apoyo a los proyectos del MAG en la creación de nuevos centros de acopio y redes terminales.

José Llánéz, hablando a nombre del pequeño comercio, propuso como alternativas a la comercialización deficiente:

- Llevar adelante "alguna planificación en la producción";
- Que el Estado "se haga cargo" de la empresa que monopoliza la producción;
- Que se intensifique el uso de la capacidad instalada de las empresas;
- El fortalecimiento y reestructuración orgánica de ENAC y ENPROVIT, de modo que puedan

cumplir con sus objetivos;

- La sistematización de un estudio sobre comercialización de productos de primera necesidad; y
- La creación de empresas "auto-gestionadas" por los comerciantes.

Finalmente, Llánéz se pronunció en contra de la entrega a consignación y en contra de la creación de centros de comercialización estatales, ya que esto significaría gastar muchos recursos del Estado, y quitar trabajo a quienes ya lo tienen.



CONSUMIDORES:

Los consumidores, representados por Orlando Sierra, Fausto Dután y Jorge Dávila, coincidieron totalmente en sus planteamientos, en lo que respecta a la solución del problema del abastecimiento popular y de la inflación.

En términos generales, afirmaron que mientras los móviles de la producción sigan siendo el lucro, o la "rentabilidad normal", es decir, mientras se mantenga y subsista la economía de mercado, el sistema capitalista y el "imperio-

lismo”, inevitablemente “habrá desabastecimiento, habrán especuladores y explotadores del pueblo”. En consecuencia, la única manera de solucionar estos problemas será cuando con “el esfuerzo de todos los ecuatorianos, en base al conocimiento científico, decidamos que lo conveniente es cambiar el sistema económico en que vivimos”, es decir cuando se “rompa definitivamente con los lazos de dependencia que nos atan al imperialismo”.

Sin embargo, los representantes de los consumidores plantearon alternativas, que sin pretender este cambio, sí buscan una “democratización del país”; alternativas que deben ser consideradas a su juicio- de manera integral junto al problema de la producción, ya que es allí donde surgen los principales inconvenientes, y que han sido propuestas en la plataforma de lucha del FUT.

En esta línea, y en lo que a producción respecta, sugirieron lo siguiente:

“Una verdadera aplicación de la Reforma Agraria” con carácter integral, esto es, que no sea una entrega de tierras improductivas, sino todo lo contrario. Que se adjudique tierras productivas con la asistencia técnica y con la infraestructura necesarias pa-

ra elevar la productividad y disminuir así el costo de la inversión por unidad.

- Es necesario, también, la entrega de créditos blandos, de semillas certificadas y de insumos, directamente a través del Estado, evitando al intermediario y afectando de esa manera a los precios.
- “La nacionalización de las empresas productoras”.
- El establecimiento de “formas comunitarias de propiedad, que no son sino nuevas formas de propiedad para aumentar la producción agrícola”, lo que no implica, bajo ningún concepto, el cambio de sistema general de la sociedad, ni la anulación de la propiedad.

En cuanto a la comercialización y distribución explicitaron como sus alternativas a los problemas existentes:

- La nacionalización de la comercialización, al menos de los productos de primera necesidad.
- La implementación de las llamadas “FERIAS LIBRES” en donde se le permita al campesino vender directamente sus productos, para lo cual se deberá buscar mecanismos que le ayu-

den a disminuir los costos de transporte.

- El fortalecimiento y multiplicación presupuestal de ENAC y ENPROVIT, de modo que se puedan localizar estas empresas en todas las zonas del país y no solamente en las ciudades.

En cuanto a la política de precios, el “bloque consumidor” defendió el establecimiento de los “precios políticos” pero no aquellos que se dictan en favor de los empresarios -como serían los mal llamados precios reales- sino en favor del pueblo y de la satisfacción de sus necesidades; de esta forma, rechazaron el planteamiento de Deusdebés y de Flores, en el sentido de que sus propuestas irían encaminadas a “administrar el alza de precios de los artículos de primera necesidad” y a la puesta en práctica de una clara política neoliberal que busque dar “la confianza” necesaria como para lograr una “normal (léase máxima) rentabilidad” en claro perjuicio del productor directo, a quien se le pagará un sueldo en función de las fuerzas del mercado.

Finalmente, propusieron se entregue al Frente Unitario de los Trabajadores (FUT) el control de los precios de los bienes de primera necesidad.



INVESTIGADORES:

Luis Dueñas, de ENAC, propuso que sean los denominados “Centros de acopio” o “elevadores de campo”, los que se encarguen de informar, tanto lo que producirá como lo que cosechará todo el sector o región, al tiempo que clasifiquen y distribuyan la producción agrícola. Es necesario, además, solucionar el problema financiero del pequeño productor “del hombre chiquito” ya que es el más proclive a caer en manos del especulador dadas las condiciones en que produce.

Oswaldo Barsky, planteó la necesidad de profundizar investigaciones que tengan como objetivo determinar quién produce, bajo qué condiciones, y qué producto; “analizar quién compone esta red de intermediación”, pues únicamente así se logran soluciones que consideran al problema como una totalidad, evitando el proponer alternativas que signifiquen la creación de otro tipo de dificultades.

Por otro lado, Barsky aprobó el planteamiento de Flores, en cuanto a la creación de la “reserva reguladora” de productos básicos por parte de ENAC y ENPROVIT,

considerándolo como un verdadero avance en el pensamiento de las Cámaras de Agricultura. Al mismo tiempo, planteó la inquietud sobre la disposición de las Cámaras a apoyar un incremento altamente vertiginoso de las empresas públicas con este objetivo. Maldonado, del CERG, Guayaquil, refutó aquella afirmación de lo que se necesita es “producir por producir”, por el contrario, *“se trata de que la producción tenga función social, que sirva para dar fuentes de trabajo para los campesinos que laboran la tierra para que se traduzca en una mayor demanda de bienes que satisfagan las necesidades básicas de la mayoría de la población”*.

En este sentido, coincidió con los representantes del FUT, en cuanto a la necesidad de aplicar una Reforma Agraria integral, que involucre crédito, tecnificación e infraestructura propicias, de tal manera que permitan ir más allá del “simple retaceo de la tierra”.

En lo que a la comercialización se refiere, Maldonado planteó la necesidad de que “ENAC y ENPROVIT deben incrementar considerablemente su actividad” con el fin de que se conviertan en verdaderas bodegas de abastecimiento de las “Tiendas Populares”, al mismo tiempo que concibió como indispensable el que se incentive y

fórtalezca la participación popular, campesina, obrera y poblacional en los organismos de decisión sobre producción y comercialización.

Maldonado sostuvo que es necesario que se hable también de la defensa del consumidor y se de impulso a la creación de este tipo de organizaciones que coadyuvarían al control y denuncia de la especulación.

Finalmente, reprobó a la “consignación” como mecanismo para solucionar el problema del abastecimiento y de la inflación. Planteó que se debe diferenciar el origen del productor, ya que el campesino que lleva directamente su producción al mercado no está en la capacidad de esperar para recibir el pago correspondiente en dinero, pues “se lo ha gastado con anticipación o el plazo de crédito está próximo a vencerse”, etc.

Mercedes Placencia, a nombre del Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano de Guayaquil, hizo referencia a una investigación consistente en buscar la viabilidad de la creación de un “Almacén Popular” o un “centro de comercialización” que se apoyaría en los comerciantes minoristas y en la población consumidora.

La clave, según Mercedes Placencia, está en la forma de abastecimiento de este centro de comercialización. En un primer momento operaría a través de las instituciones públicas creadas para el efecto y, además, por los grandes mayoristas. En un segundo momento, el abastecimiento estaría a cargo de los productores directos. Este centro regularía los precios y convenios, de modo que actuaría como mecanismo regulador del abastecimiento a los comerciantes minoristas, en condiciones favorables para las partes que intervienen.

Una segunda etapa del proyecto es crear una especie de subtiendas

que dependan de este “Almacén popular” y que se encuentren estratégicamente ubicadas, para lograr así un abastecimiento más completo.

Finalizó haciendo un llamado a impulsar este proyecto en otros lugares y zonas urbano-rurales y coincidió con el planteamiento de Barsky en que hay distintos niveles de intermediarios y que su eliminación traería consecuencias funestas en materia de desempleo e ingresos para una significativa población que vive del pequeño comercio.

Por último, el Director del INEDES, se refirió a un trabajo rea-

lizado para el Ministerio de Bienestar Social en el que se proponía la creación de una “Gran Caja Nacional” que se llamaría **Banco Caja Nacional de Crédito Cooperativo**, el mismo que implementaría circuitos directos de comercialización entre cooperativas -de la cooperativa de producción a la cooperativa de consumo-, logrando el abaratamiento del producto y un abastecimiento adecuado.

Según sus cálculos, la implementación de esta nueva modalidad lograría financiar su propio sistema de silos, su mantenimiento e incluso lograría generar una adecuada rentabilidad.

— FORO —
Abastecimiento popular e inflación



PONENCIAS

Jorge Dousdebés, por los Agricultores.
Jorge Villamizar, por el Mercado Mayorista de Quito
José M. Llénez, por los Comerciantes Minoristas
José Orellana, por ENAC,
Marcelino Durán, por ENPROVIT.

Agricultores proponen la venta por consignación de sus productos para mejorar el abastecimiento

Entregaron cifras sobre baja en la producción agropecuaria, que son una voz de alerta para las autoridades y los consumidores. Pidieron que se garantice "la plena seguridad de la tenencia de la tierra eficientemente trabajada" para emprender nuevas inversiones y mejorar la productividad. Se quejaron de la baja rentabilidad obtenida en el sector. Advierten sobre dependencia de los alimentos importados. Acusaron a intermediarios y comerciantes inescrupulosos, cuyas ganancias superan en mucho a las del productor del campo. Tienen esperanzas en la venta a consignación a través del Mercado Mayorista, ENAC y ENPROVIT.

OPCIONES QUE TIENDAN A MINIMIZAR EL ALZA DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD

Jorge Dousdebés B.
Secretario Ejecutivo de la
Cámara de Agricultura de
la I Zona.

Como productores de alimentos, podemos opinar exclusivamente de los precios de los productos del sector primario y concretamente del agropecuario. Para el efecto propuesto, la Cámara considera que debe incentivarse la producción y conseguirse que la comercialización de los productos cambie radicalmente. Para opinar de uno y otro asunto, hemos de considerar lo siguiente:

ANTECEDENTES

En los últimos años, la población del Ecuador creció a un ritmo del 3.2 o/o anual, mientras el sector agropecuario creció apenas a un ritmo del 2 o/o. Estas cifras señalan que, de seguir esta tendencia, para dentro de pocos años la producción de alimentos no abastecerá en absoluto las necesidades alimenticias del país, precisándose importar todo o casi todo y, por ende, al estar sometidos a precios

internacionales, encarecer los alimentos básicos a niveles aún más dramáticos que los alcanzados en los últimos años. Además, y de paso, estar sometidos a la buena o mala voluntad de abastecimiento foráneo.

El problema señalado lo estamos viviendo hoy. En numerosos documentos la Cámara de Agricultura de la I Zona ha demostrado que

se ha hecho necesario elevar el volumen de importación de alimentos al país. Hemos de señalar, a modo de ejemplo, con las siguientes cifras, el decrecimiento de la producción agrícola:

*** Mientras en 1965 producíamos 91.880 toneladas de cebada, en 1981 se obtuvieron 27.090 toneladas.

*** Mientras en 1970 producíamos 41.330 toneladas de fréjol, en 1981 se obtuvieron 29.699 toneladas.

*** Mientras en 1965 producíamos 227.769 toneladas de maíz suave, en 1981 se obtuvieron 48.625 toneladas.

*** Mientras en 1969 producíamos 94.099 toneladas de trigo, en 1981 se obtuvieron 41.431 toneladas.

*** Mientras en 1971 producíamos 686.740 toneladas de papas, en 1981 se obtuvieron 391.589 toneladas.

*** Mientras en 1974 producíamos 403.319 toneladas de yuca, en 1981 se obtuvieron 236.789 toneladas.

*** Mientras en 1965 producíamos 110.813 toneladas de

col, en 1981 se obtuvieron 25.365 toneladas.

*** Mientras en 1969 producíamos 3'031.113 toneladas de banano, en 1981 se obtuvieron 2'009.850 toneladas.

*** Mientras en 1965 producíamos 3'765.588 toneladas de caña de azúcar, en 1981 se obtuvieron 3'347.631 toneladas.

En producción pecuaria, salvo en la avicultura, cuyo decrecimiento se inició "gracias" al Ministerio de Agricultura y Ganadería, el presente año, podemos manifestar que de acuerdo con el Plan de Desarrollo 1973 - 1978 el país debió alcanzar a los 2'875.000 cabezas de ganado vacuno. Pero el censo de 1979 nos pone de manifiesto que la población bovina descendió a 2'346.057. Asimismo, en ovinos y porcinos debió llegar a 2'230.000 y 3'375.000, respectivamente, y apenas alcanzó, en su orden, a 1'089.706 y 1'219.645.

Con ésto hemos llegado a la situación de que ya no depende de las autoridades ecuatorianas y menos aún de los productores, el control de precios internacionales en tantos alimentos básicos. La estrategia más adecuada para mantener control sobre los mismos es fo-

mentar la producción nacional y comercializar los productos de forma que el precio que paga el consumidor sea muy poco mayor al que recibe quien produce.

SEGURIDAD

Para asegurar producción nacional, es indispensable que se garantice la plena seguridad de la tenencia de la tierra, eficientemente trabajada, en los términos de las leyes de Fomento y Desarrollo Agropecuario y de Reforma Agraria y Colonización. Resulta del todo utópico pensar que se mejorarán los sistemas de explotación de la tierra, que se invertirá en el agro y que se trabajará con afán -dedicando esfuerzo de varias personas-, si no existe la seguridad de que se cosechará tal esfuerzo, con un ingreso que permita cubrir costos y marginarse utilidad razonable.

Lamentablemente, aún cuando toda la legislación del país y todos los discursos de las autoridades aseguran esta garantía básica, los hechos demuestran que no existe seguridad en la tenencia de la tierra. Sucesivas invasiones a los predios, despojando a los propietarios sin fórmula de juicio y sin la menor posibilidad de defensa de su tierra, crean un clima de temor y generan un ambiente poco propi-

cio para la inversión en el campo y, por tanto, hacen bajar la posibilidad de mejorar la productividad.

Solo he de referirme a los delitos perpetrados en las haciendas "Llinllín", en la provincia de Chimborazo; "Palmeras de los Andes" en Pichincha y en estos momentos "Santa Ana" en la periferia de esta ciudad. No me refiero a que si debían o no ser expropiadas, me refiero a que los procesos en los que el despojo de la propiedad a los legítimos dueños no estuvieron sujetos a leyes, procedimientos ni tribunales. Es clamoroso el caso de varios predios eficientemente explotados a criterio del IERAC, como "Porotog" en Cayambe, que fueron expropiados y no se ha cumplido para ello con el mandato constitucional (Art. 47), que dispone la expropiación previo pago a los interesados del valor de su predio. La primera solución que debe darse al encarecimiento de alimentos está en la garantía absoluta a la inversión agropecuaria, si ésta cumple con la ley, es decir, si está en función social.

RENTABILIDAD

El tema parece absolutamente controvertido, con la esperanza de frenar el alza de los precios, pero mientras el país viva en el sis-

tema de libre empresa, el sector económico es el instrumento para fomentar o frenar la productividad. Y si aceptamos que razonablemente, según la ley de la oferta y la demanda, a mayor oferta menor precio y a mayor productividad mayor oferta, hemos de concluir necesariamente en que, a mayor productividad, menor precio.

La rentabilidad, considero, existe cuando el productor recibe por sus frutos un precio que cubra costos y le permita marginarse una utilidad con la que pueda vivir decentemente. A nadie se le puede obligar a producir a pérdida ni a producir en condiciones de sólo cubrir costos. Quien se halle en esa situación dejará esa labor y se dedicará a otra. O en último caso, dejará de realizar labores de fertilización de terrenos, mantenimiento de suelo, etc. que traerá a la larga una menor capacidad de productividad de la tierra, con las consecuencias antes anotadas.

Según estudios de la Cámara, la rentabilidad del sector fluctúa entre un 4 y un 8 o/o anual. Si mantenemos una inflación del 50 o/o, no existe ninguna, si no, más bien pérdida.

Es evidente que el consumidor no es el causante de esta baja renta.

La falta de rentabilidad, causada en gran parte por la poca productividad, se debe principalmente a los enormes, desmesurados ingresos de los intermediarios. De esto trataremos más adelante.

El momento en que se obtenga una renta atractiva en las labores agropecuarias, podremos pensar en incrementar inversiones y ser más eficientes, especialmente en aquellos productos como las hortalizas, cuya explotación la realizan los pequeños propietarios.

En este punto hemos de atacar al sistema de precios políticos, señalado especialmente para la producción agrícola y pecuaria de la Sierra, que es de la que se alimenta la población de la República en su mayor parte. Resulta insostenible que los costos aumenten en todos los rubros: salarios, fertilizantes, pesticidas, aun el agua, y el producto final se mantenga fijo. Esto hace que se deje de producir aquello cuyo precio está fijado políticamente y, al no existir producción nacional, debemos importar a precio de producto importado. La leche, por ejemplo.

COMERCIALIZACION

Creo que este es el punto neurálgico de la situación y aquí deben adoptarse las más importantes medidas.

El mayor atraso en esta materia se da en la producción de la Sierra, orientada -como se dijo- al consumo nacional. Entre el valor que por su producto recibe el campesino o el empresario, y el que finalmente pagan los consumidores, no existe ninguna relación. La enorme diferencia entre un precio y otro se la lleva una muy larga cadena de comerciantes, que en cada paso se margina utilidad. Comerciantes que la mayor parte de las veces constituyen minorías, las que por medios ilícitos impiden la libre venta de los productos. Son personas que cumplen con tres requisitos; conocimiento del mercado de compra y venta; transporte propio, y dinero en efectivo. Con estas condiciones, imponen precios al productor y acaparan el producto, con lo que están en capacidad también de imponer los precios al consumidor. En algunos productos, como la arveja, cuyo costo se elevó a niveles insospechados en la República hace pocos meses, los productores no obtuvieron ninguna ventaja del precio final. De todas maneras, los violentos incrementos de precio en los productos, especialmente los perecibles, se debe a la falta de oferta, y a la tremenda baja de producción causada por las lluvias de ciclo. 1982-83.

Presentadas así las cosas, cabrían varias soluciones. Voy a intentar

explicar la que ha sido el interés de la Cámara en los últimos tiempos.

El Mercado Mayorista de Quito, creado y mantenido con gran esfuerzo de las instituciones que conforman esa compañía mixta y de sus administradores, en la actualidad no cumple su papel de mayorista ni de regulador de precios. ENPROVIT, como anfitriona de este evento, tampoco logra cumplir con el afán de comercializar todos los productos de primera necesidad a precios justos, y ENAC tampoco está en capacidad de ser la gran compradora de productos agropecuarios que garantice precio rentable al agricultor y los venda a los consumidores a bajo costo.

Estas tres empresas son las llamadas a solucionar los graves problemas de la comercialización agropecuaria nacional y, por tanto, a reducir precios minimizando las exorbitantes ganancias de los comerciantes. El Mercado Mayorista, o mercados mayoristas en cada ciudad, deben ser lugares donde el productor, directamente, o de acuerdo con otros productores, lleve sus frutos y los entregue a *consignación*, para que allí se expendan al comerciante minorista o al consumidor, con un pequeño margen de diferencia en precios. Esta institución debe entregar par-

te del dinero a dicho productor al momento de la entrega de la mercadería y liquidar luego de que ésta se haya vendido. Se debería, en una segunda etapa, intentar la implementación de un sistema de vehículos recolectores de cosecha, que permitan el transporte técnico a los centros de acopio. A ENAC se le debería permitir que adquiriera los productos a precios de mercado, pues con la regulación actual, de intervenir solo a precios oficiales, no puede lograr ningún control de la especulación, o de lo contrario los productores los venden a quienes los llevan de contrabando, desabasteciendo al país. ENPROVIT debería colaborar en todo con ENAC y el Mercado Mayorista de Quito.

La solución propuesta es, en definitiva, la venta por consignación.

Hay que modernizar las estructuras de mercadeo desde diferentes ángulos y en forma simultánea

El Gerente del Mercado Mayorista de Quito, al hacer una revista técnica de los diferentes síntomas de la crisis de abastecimiento, llevó el análisis hasta el concepto mismo del "lucro", que tratándose de alimentos tiene una connotación especial. Más aún en estos tiempos, cuando se han registrado -dijo- alzas de hasta 392 por ciento en un semestre. Describió las causas inmediatas de las actuales dificultades, así como el papel, la forma de operar y las acciones de ENPROVIT, ENAC y Mercado Mayorista para encararlas. Sugirió siete vías de solución: 1) Nuevas estructuras de mercadeo; 2) Organización de los productores a nivel de parroquia o cantón; 3) Mercados Mayoristas en las principales ciudades; 4) Creación de la Bolsa Agropecuaria; 5) Red de silos y almacenes de depósito; 6) Normalizar las unidades de comercialización, y 7) Crear un fondo financiero para artículos de origen agropecuario.

CRISIS EN EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS EN EL ECUADOR

Jorge Villamizar
Gerente del
Mercado Mayorista de Quito

El desabastecimiento de productos agrícolas se hace día a día más notorio en el país, con la grave secuela del incremento de precios al consumidor. Esta situación se generaliza en prácticamente todos los artículos básicos de la canasta alimenticia, en particular el azúcar, el arroz, las papas, el trigo y sus derivados.

La situación amerita una evaluación de todo el sector agrícola y, en particular, lo que atañe al comercio y a la comercialización de los productos alimenticios. Aunque, indudablemente, otros secto-

res contribuyen al proceso al igual que la comercialización, es en este sector a donde confluyen la exasperación del consumidor y de la autoridad. La autoridad fija precios "oficiales", la opinión pública aparece en los medios de comunicación clamando justicia y todo concluye en una realidad: el fenómeno económico ha hecho crisis en cuanto a precios de los alimentos.

Es indudable que se requiere una nueva alza de salarios, que aumentará aún más la demanda de los escasos productos, lo que generará nuevos niveles de precios hasta llegar a un nuevo equilibrio, sea por un real incremento en la oferta o por una disminución en la demanda, como resultado de los altos precios.

Ante esta situación crítica, es oportuno analizar los factores dentro de los cuales se desenvuelve la comercialización de alimentos, analizar su operancia, su inoperancia y, en cada caso, hacer las recomendaciones correspondientes.

LUCRO E INFLACION

Es innegable que el sector de la comercialización de alimentos no puede estar separado del sistema económico del país. A pesar de los factores de análisis de justicia social, que indican que el lucro ilícito en el manejo de los alimentos es un delito punible con cárcel.

El concepto de *utilidad*, permitido en la industria, el ejercicio profesional, negocios de finca raíz, banca, por mencionar algunos casos, no es tan diferente en el comercio de alimentos. La especulación, permitida en el manejo de la Bolsa de Valores, se convierte en un acto fuera de la ley en este sector económico.

Este perjuicio social creado alrededor del comercio de alimentos, ha privado a esta importante actividad de formación universitaria o técnica. Los sistemas de crédito empleados son usualmente de "chulco" con intereses que superan el 100 o/o. Las facilidades de almacenamiento son generalmente edificaciones vetustas.

El comportamiento de los precios de los productos de primera necesidad ha tenido un incremento sensible. El precio de la papa observó un registro de S/. 250 el

quintal (45.46 kgs.) para el mes de enero 1983, siendo el comparable de S/. 980 para junio del mismo año; un incremento del 392 o/o para el semestre.

El precio del azúcar ha fluctuado de S/. 1.150 a S/. 1.200 de enero a junio 1983, con una baja para los meses de marzo a abril a S/. 800, en razón de la participación de ENAC y ENPROVIT en el mercado con producto importado. El precio oficial para el período fue de S/. 678 mayorista.

El precio del arroz fluctuó para el mismo período, en razón de la mayor o menor participación de la ENAC, ya que la empresa fue la única que mantuvo alguna cantidad importante de producto almacenado.

Similar situación se repite para casi todos los productos alimenticios, lo cual afirma la información del INEC sobre un incremento de precios del 66 o/o.

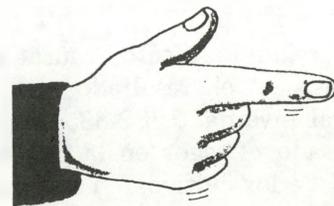
DILUVIO, DEVALUACION, CONTRABANDO

Dos hechos se han presentado a los cuales se les puede atribuir la actual crisis: la devaluación de la moneda y la anormal precipitación pluvial.

El fenómeno de la crisis económi-

ca por el que atraviesa el país, y que ha obligado al gobierno a devaluar el sucre, ha generado un nuevo precio para los productos ecuatorianos, haciéndolos más competitivos en el exterior. En el caso de los alimentos, ha sido aún más notorio, por cuanto Ecuador ha tenido precios y consumos internos más favorables que los países vecinos.

Con la devaluación se cumple uno de sus objetivos inherentes, o sea, que los productos ecuatorianos se abaraten y sean más competitivos en el comercio exterior, se incrementa el flujo hacia Colombia y Perú de un sinnúmero de productos, los que no registran sus exportaciones, por lo cual el diferencial cambiario entre la cotización oficial y la libre hace aún más productivo el intercambio comercial. Los productos agrícolas tienen una participación activa, ya que existen en ese momento en abundancia y sus precios son más baratos y controlados por el Estado.



CUADRO No. 1

PRECIOS DE PRODUCTOS

PRODUCTO	PRECIO OFICIAL ECUADOR*	PRECIO COLOMBIA**
Sal	220	700 Bultos de 50 Kg.
Azúcar	678	1.350 Bultos de 50 Kg.
Arroz	640	1.200 Bultos de 45.4 Kg.

* Enero 1983

** Precios prevalentes Enero 1983 en Pasto.

Si se tiene en cuenta que el peso colombiano y el sucre mantuvieron una tasa de cambio de casi 1 a 1, la diferencia entre los precios es significativamente estimulante para el comercio fronterizo no registrado.

El efecto sobre la producción ecuatoriana de esta demanda incrementada por los mercados vecinos en un mercado de precios controlados, generó las condiciones básicas para el mercado paralelo, con mejor retribución de precios, con la consecuente preferencia de los actores del mismo a ese mercado.

Un segundo efecto, causal de la crisis, es el resultado del temporal invernal 1982-83, el que ha causado estragos en la casi totalidad de los cultivos. Ya se analizó

el comportamiento de los precios de estos productos, como se registraron en el mercado.

En el caso del *arroz*, del hectareaje de siembra previsto para este ciclo, según el Programa Nacional del Arroz, de entre 70 y 80.000 hectáreas, sólo se logro sembrar alrededor de 15.000 hectáreas. En términos de producción, la expectativa de cosecha normal es de 630.000 qq.; tal vez no llegue a 250.000 qq. de arroz blanco.

En el caso del *azúcar*, los ingenios azucareros no han podido iniciar la zafra, los daños producidos a los cultivos aún no están cuantificados, y la disminución en la importación puede ser de igual o mayor incidencia al caso del arroz. En el caso de la papa,

la cosecha del país, a excepción del Carchi, ha sufrido graves daños por efectos de las plagas y falta de fertilizantes, lo cual ha tenido un efecto en los precios.

Es indudable que la combinación de estas dos causas han hecho crisis en el sector agrícola; los precios de los productos agrícolas han llegado a límites nunca antes previstos.

DOS INSTANCIAS

La comercialización de alimentos se da en dos instancias, la oficial y la particular. En el primer caso, el Estado, por intermedio del Ministerio de Agricultura y Ganadería, opera a través de dos empresas, ENAC y ENPROVIT. El sector particular, que se caracteriza por su estructura moderna, representada por supermercados, micromercados y comisarías, atiende a la población de medios y altos ingresos, y por las tiendas, cuya mayor clientela es la población de estratos bajos.

También existe el sistema de mercados, que atiende a un mayor sector de la población, y el Mercado Mayorista, como un nuevo enfoque hacia la modernización del proceso de mercadeo.

A continuación se analiza la participación de cada sector en la comercialización.

SECTOR OFICIAL

ENPROVIT.- Mediante Decreto No. 442 del 18 de marzo de 1971, se creó la Empresa Nacional de Productos Vitales (ENPROVIT) como una empresa de Estado, de derecho público, adscrita al Ministerio de Agricultura y Ganadería, con personería jurídica, patrimonio propio, presupuesto especial, autonomía administrativa y financiera. El objetivo básico de la empresa es la regulación del mercado interno al por menor de los productos de primera necesidad y

consumo popular, a fin de beneficiar a la población de menores recursos económicos.

La empresa está dividida en cinco subgerencias regionales, tiene a su disposición ocho bodegas propias, con una capacidad de almacenamiento de 19.455 m³. Tiene 226 puntos de venta, almacenes, comisariatos, micromercados y supermercados, con una capacidad de 13.000 m³.

La participación de ENPROVIT en el mercado nacional se presenta en el cuadro siguiente, donde se demuestra que el grueso de la comercialización del país opera en manos privadas.

CUADRO No. 2

PRODUCTO	PARTICIPACION DE ENPROVIT EN EL MERCADO NACIONAL		VENTA ENPROVIT(2)		CONSUMO o/o
	CONSUMO NACIONAL(1)				
Arroz	189.000	T.M.	16.684	T.M.	9.07
Azúcar	287.200	T.M.	14.785	T.M.	5.15
Leche	544.000.000	LITROS	1.809	T.M. (3)	2.83
Aceite Vegetal	28.800	T.M.	1.055	T.M. (4)	3.66
Manteca Vegetal	50.320	T.M.	1.565	T.M.	3.11
Lenteja (5)	4.251	T.M.	1.916	T.M.	45.07

(1) Estimaciones en base al consumo per cápita anual, 1979

(2) Estimaciones de volúmenes promedios comercialización 1979

(3) Itm. leche en polvo 8.500 Litros reconstituídos

(4) 1 litro 0.970 Hg. Aceite

(5) Producción nacional importación

Fuente: MAG - ENPROVIT

En el último año estas cifras deberán demostrar variaciones en razón del efecto de las importaciones, sin embargo, 1979, para estos efectos, puede considerarse como un año normal.

ENAC.- La ENAC fue creada el 6 de febrero de 1974. Mediante decreto No. 1683 del 27 de julio de 1977, se expide la norma constitutiva que le reorganiza.

Su objetivo es regular el mercadeo de productos agropecuarios y agroindustriales, con la finalidad de estimular y orientar el incremento de la producción agropecuaria y garantizar el abastecimiento interno, en beneficio tanto de consumidores como de productores.

En sus primeros siete años, *ENAC ha comercializado en cinco productos básicos: algodón, maíz, arroz, azúcar y trigo*, y tiene programado ampliar su cobertura a otros granos secos.

En algodón presta servicios de comercialización a la industria textil y los productores, participando en el mercado internacional cuando las condiciones del mercado interno lo requieren. Esta función permite a la industria contar con un aprovisionamiento permanente de fibra.

En el caso del maíz y el arroz, productos definidos por el Frente Económico como productos vitales, la ENAC interviene en el mercado a nivel productor, cuando el precio fijado por el Frente Económico es inferior al precio del mercado, y a su vez participa en la venta al comercio cuando el precio oficial es inferior al precio del mercado. Esta participación tiene como característica el establecimiento de un rígido margen de participación en la comercialización, sin permitir a la empresa rangos de intervención propios de una economía inflacionaria. En estas intervenciones,

ENAC cumple con el agricultor al ofrecerle precios de sustentación y con el consumidor, al ofrecerle estabilidad en los precios de los productos de intervención. Pero, dadas las posibilidades de participación de la empresa, por razones tanto de orden financiero como estructural, estos servicios son limitados en los casos de escasez a atender sólo parcialmente las necesidades, creando condiciones de favoritismo de las cuales no pueden participar todos los agricultores ni todos los consumidores.

En el caso del *azúcar*, en la ley se

autoriza al Estado la participación en la comercialización hasta por el 60 o/o de la producción nacional, participación que la ENAC ha ejercido periódica y parcialmente.

La capacidad de almacenamiento de ENAC está compuesta por 15 bodegas con una capacidad de almacenamiento de 1'194.000 qq.; la red de silos propia con una capacidad para 1'553.552 qq., carpas para almacenamiento provisional con una capacidad de 1.200 qq.. Adicionalmente ENAC alquila facilidades en todo el país.

CUADRO No. 3

INTERVENCION DE ENAC

PRODUCTO (TON.)	1979	1980	1981	1982
Maíz duro	17.595	24.181	56.739	20.686
Arroz Paddy, largo y medio	7.117,45	27.974,55	37.898	43.007
Arroz pilado	1.342,41	19.102,73	2.433	881
Algodón desmotado	-----	-----	6.056	-----
Algodón en rama	-----	-----	2.638	2.276
Azúcar	-----	-----	28.059	5.650
Trigo	-----	-----	-----	379
Arroz importado	-----	-----	6.590	-----
Fréjol	-----	-----	3.992	-----
Maíz importado	-----	-----	-----	38.918
TOTAL	26.054,86	71.258,28	144,405	11.797

MERCADO MAYORISTA.- El Mercado Mayorista de Quito (M.M.Q.), es una compañía de economía mixta e inició sus operaciones el 22 de septiembre de 1981.

Su objetivo es la presentación de medios y servicios relacionados al sistema de distribución a nivel mayorista de productos agropecuarios en estado natural, semi-elaborados o elaborados y otros productos complementarios.

En el cumplimiento de este objetivo el M.M.Q. presta los siguientes servicios:

- Arrendamientos en los giros propios de comercialización de

cada producto o sector, así como cafeterías, restaurantes y similares.

- Información de precios de los principales productos que ingresen a sus instalaciones.
- Información de volúmenes de productos que ingresen por producto o grupo de productos.
- Informes de mercado, de acuerdo a las necesidades de la información.

El Mercado Mayorista de Quito es una innovación en los procesos de comercialización; constituye un esfuerzo mixto, de Gobierno (Municipio de Quito, B.N.F., ENAC) y empresa privada, representada por productores y comerciantes, para concertar en una forma ordenada la comercialización entre productores, mayoristas y minoristas.

El Mercado Mayorista fue recientemente evaluado por una misión del BID-PNUD, que vino al país para realizar un "Estudio de comercialización interna de alimentos en el Ecuador". De su informe, se destacan a continuación algunos aspectos, por considerarlos relevantes.

... El Mercado Mayorista debe ser uno solo por región, no disper-

so en varios mercados de la ciudad como hoy ocurre.

... En cuanto a intensidad de uso de la capacidad, esta se ha desarrollado en forma desequilibrada en lo correspondiente a abastos (no perecibles). La capacidad está casi copada. Algo parecido sucede con los productos protéicos. En frutas y hortalizas se está aún lejos de lo programado. El comercio más significativo ha sido, hasta la fecha, papas. Se calcula que el M.M.Q. estaría comercializando entre el 60 y 70 o/o del abastecimiento de papa de Quito. En tomate, se estima que un 20 o/o del abastecimiento de la ciudad pasa por el mercado.

... En otras frutas y hortalizas, la proporción es considerablemente menor.

... No se observa mayor participación de los productores.

... No se utiliza el sistema de remate o subastas; tampoco hay avances en cuanto a clasificación y normalización de productos. Se ha iniciado la entrega de la información por radio.

... Se aprecia que, en general, el mercado está bien administrado. Hay un sistema de reglamenta-

ción y controles que garantizan el orden interno y se han desarrollado esfuerzos de capacitación de locatarios, con buenos resultados.

MAS DE 300.000 UNIDADES

La producción de alimentos se encuentra diseminada por todo el país, originada en más de 300.000 unidades.

Los agricultores no poseen ninguna organización para manejar sus cosechas, no tienen elementos que les permita conocer oportunamente el valor de sus productos en los diferentes mercados; carecen de infraestructura de conservación, almacenamiento y, usualmente, de medios económicos.

Este sistema de producción ha colocado al agricultor en la necesidad de comercializar su producto en el menor plazo y asumir el menor riesgo posible.

Por otro lado, la desocupación y la migración del campo a la ciudad genera condiciones para que un gran número de personas participe en la comercialización, creando *grandes cadenas de intermediarios*, encareciendo los productos y reduciendo la participación del productor en el valor final; por ende, desestimulando la producción de alimentos.

No es posible equiparar al productor independiente que se acerca al mercado tratando de obtener la mejor retribución a su esfuerzo, con las cadenas intermediarias ubicadas desde los mercados, con un claro conocimiento de la demanda y de quiénes son los demandantes, con una información permanente sobre el estado de las cosechas en las diferentes regiones del país, con redes propias de vendedores en mercados, sobre camionetas y ambulantes en los sectores más poblados de la urbe, con sistemas financieros propios.

Estas cadenas de intermediarios están conformadas por grupos familiares, usualmente oriundos de una de las regiones productoras, quienes en razón del conocimiento del lugar logran establecerse en el mercado, poco a poco logran ampliarse a otras zonas productoras, así como ampliar su participación en el mercado de la urbe, conformando un verdadero monopolio en la comercialización del producto.

SOLUCIONES Y NUEVAS ESTRUCTURAS

- 1.- La actual crisis ha puesto de manifiesto la necesidad de *modernizar* las estructuras del sector y *crear* aquellas que no existen.
- 2.- El modelo del sistema de mercadeo debe estar basado en una sólida *organización de los productores*, a nivel de región productora (sea parroquia o cantón). Desde el campo deberán definir las necesidades locales para mejorar su situación, sea un centro de acopio simple, con facilidades de clasificación, de almacenamiento o procesamiento, ensamblaje u otra actividad, o combinación de ellas, propia del producto.
- 3.- Un sistema de *mercados mayoristas en las principales ciudades* del país, en los cuales deberán estar presentes las organizaciones productoras, permitiría generar los informes de precios y mercados que orienten al sector productor a maximizar sus utilidades.

4.- *La creación de la Bolsa Agro-*

pecuaria, que sirva para transar al martillo los principales productos, es otra solución. Debería participar la ENAC, dándole a este organismo una real participación en el mercado y el manejo de precios, a través de incrementos en la oferta. En esta forma se eliminarían los márgenes que hay entre el precio oficial y el precio de mercado, beneficiando con estos márgenes a unos pocos.

- 5.- La ampliación y conclusión de la *red de silos y almacenes de depósito*, integrando al sistema de almacenamiento del país, es otro paso.
- 6.- Hay que realizar un esfuerzo continuado para lograr *normalizar las unidades de comercialización*.
- 7.- Asimismo, establecer un *fondo financiero* para la comercialización, que permita realizar tanto obras a nivel de organización de productores como a nivel industrial y de almaceneras.

La creación de empresas autogestionarias como forma de superación para el mercado minorista

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN GLOBAL DEL COMERCIANTE MINORISTA Y SUS MODOS DE MERCADEO EN EL ECUADOR

José M. Llanez
Presidente de la Federación Nacional de Comerciantes Minoristas y de los Mercados del Ecuador (FENACOMI)

Históricamente, en nuestros pueblos y ciudades se ha mantenido la polícroma concentración de vendedores, compradores y productos, especialmente en las denominadas plazas, ferias y mercados, que antiguamente se basaban en el trueque.

Básicamente, se comerció en productos agrícolas en estado natural, semielaborados y múltiples mercancías artesanales.

Actualmente, la valorización social del vendedor y su imagen han adquirido nuevas connotaciones, debido a la aculturización, en unos casos, o por la innovación de técnicas impuestas por el desarrollo urbano y la sociedad de consumo, que además ha diversificado el ti-

Las palabras del Presidente de la Federación de Comerciantes Minoristas y de Mercados constituyeron en el Foro una exposición franca de las deficiencias del servicio que prestan los detallistas más modestos del país. A la descripción de las características de su actividad, se unió la sugerencia de soluciones que, permitiendo conservar esta fuente de trabajo incorporada históricamente a la sociedad ecuatoriana, abran facilidades crediticias, de almacenamiento y expendio, que redunden en beneficio de la población. También hizo críticas a los "chulqueros" y al "alto comercio".

po de productos para comercialización. Como otro aspecto importante, se ha aumentado la cantidad de puestos de trabajo, en general.

Los vendedores minorista, especialmente los más pequeños, sufren la explotación del sistema de mercado por parte de los mayoristas y "chulqueros", que en verdaderas bandas recorren mercados, ferias y covachas, absorbiendo las utilidades que el esfuerzo de su trabajo produce.

En los últimos años, varios sectores de vendedores se ha agrupado en organizaciones diversas, como cooperativas, sindicatos, asociaciones, a través de las cuales pretenden alcanzar la defensa común

de sus asociados para resistir los embates del defectuoso sistema del mercado libre, llegando a constituirse la Federación Nacional de Comerciantes Minoristas y de los Mercados del Ecuador (FENACOMI), el 26 de mayo de 1969.

LA POBLACION DE VENDEDORES MINORISTAS.

Según la proyección de la población económicamente activa del Ecuador, publicada en 1979 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, para 1983 la rama de actividad del comercio alcanza la cantidad de 334.320 ocupados, debiendo deducirse de este número los activos en bienes inmuebles, hoteles y comercio al por mayor, quedando una cantidad aproximada de 280.000 vendedores.

Con respecto al total de la población económicamente activa del Ecuador, los 280.000 vendedores representan el 9.4 o/o del total.

El Comercio, subrama del sector terciario de la economía, cuenta con una abultada P.E.A. que nos descubre una situación de subdesarrollo.

Asímismo, el Comercio, en general, ocupa mucha gente con poca productividad.

Podemos extraer otra realidad: *el alto comercio* es una ínfima minoría, con no más del 3 o/o de la P.E.A., esto es, 10.500 personas. Estas 10.500 personas constituyen una parte de la clase alta del país, junto con los latifundistas, banqueros, industriales, etc. De modo aproximado, podemos afirmar que el alto comercio es el poseedor de no menos del 70 o/o de todo el capital comercial del país.

El Comercio Minorista cubre un 80 o/o de toda la actividad comercial, esto es, a 280.000 trabajadores.

Hemos podido detectar que el grupo de tenderos fijos de mercados cuenta con un capital mínimo (20 - 30 mil sucres) y que máximo obtiene una utilidad de entre 5 y 7 mil sucres al mes.

En la actividad del Comercio Minorista, sin que podamos cuantificarlos, existe una utilidad de subsistencia individual.

IDENTIFICACION DE GRUPOS DE VENDEDORES POR GIRO

Para efectos de facilitar su identificación, se puede utilizar la clasificación dada por el mencionado censo de vendedores, donde están agrupados en los siguientes giros:

1.- Abarrotes 2.- Almacén 3.- Artesanías 4.- Aves y otros animales vivos 5.- Aves sacrificados 6.- Baratijas 7.- Bazar 8.- Botellas, frascos 9.- Calzados nuevos 10.- Canelazos y afines 11.- Carameleros 12.- Carbón 13.- Carne de ganado mayor 14.- Carne de ganado menor 15.- Carretoneros 16.- Comidas 17.- Confiterías 18.- Cosas finas 19.- Discos nuevos y viejos 20.- Embutidos y conservas 21.- Especerías 22.- Fierros, repuestos, herramientas 23.- Flores 24.- Frituras 25.- Frutas 26.- Harinas 27.- Helados 28.- Hielo 29.- Hierbas medicinales 30.- Huevos 31.- Hortalizas 32.- Loteros 33.- Lácteos 34.- Leña 35.- Loza, cristal, plásticos 36.- Medicinas 37.- Muebles viejos y nuevos 38.- Periódicos 39.- Pan y afines 40.- Perros calientes 41.- Pescados y mariscos 42.- Ponche y/o espumilla 43.- Productos hojalata-hierro 44.- Productos made-

ra y fibra 45.- Productos cuero y plástico 46.- Refrescos y jugos 47.- Revistas, libros (nuevos viejos) 48.- Ropa nueva y tela 49.- Ropa y calzado usado 50.- Tubérculos 51.- Otros.

ESTRATIFICACION DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS

Un primer elemento de juicio para estratificar a los vendedores es la fuente de financiamiento que requiere cada cual para mantener su negocio, y así podemos establecer el siguiente cuadro:

Fuente de Crédito

Bancos Privados
Cooperativas
Financiamiento propio
Mutualistas
Prestamistas (Chulqueros) y
Otros.

Además, se puede recurrir al criterio de estratificar a los vendedores minoristas de acuerdo al monto financiero o inversión destinada a su negocio.

GRUPOS MARGINALES DE VENDEDORES

Entendida la marginidad como el estado socio-económico de una familia que se encuentra apartada de los bienes y servicios que la so-

ciudad debe brindarle, carece, por lo tanto, de condiciones apropiadas de ocupación, nutrición, atención de salud, cultura, recreación, con incapacidad económica para ser parte real del mercado de consumo. Desgraciadamente, son muy numerosas las personas que, dentro de los comerciantes minoristas, se encuentran en esta condición, fácilmente detectable por el monto de la inversión en su negocio y, consecuentemente, los ingresos obtenidos por su actividad.

Del estudio realizado por la CEPAL en Guayaquil en el año 1973, actualizadas las cifras de ingresos, muchos vendedores estarían en situación marginal, por percibir ingresos menores al salario mínimo vital actual.

MODOS DE TRABAJO EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

La actividad comercial tiene diversidad de modos de trabajo, dependiendo de quienes la ejecutan. Así podemos distinguir dos modos de trabajo:

- 1.- El alto comercio, y
- 2.- El comercio minorista.

El alto comercio, como arriba vimos, lo componen no más de unos 10.500. Estos son los dueños del comercio importador, ex-

portador, de supermercados, de comisariatos, cadenas de almacenes, tiendas en grande, depósitos y bodegas, etc.

Estos grandes intereses comerciales están organizados y amparados legalmente con las denominaciones de Sociedad Anónima (S.A.) y Compañía Anónima (C.A.) Tanto las S.A. como las C.A. pueden sólo operar hacia el interior del país, como también pueden ser subsidiarias de grandes intereses comerciales internacionales.

Al aumentar su capital social, lo invierten en actividades empresariales que buscan hacer más rentable su actividad comercial; así, empresarios de supermercados compran haciendas camales frigoríficos, servicios de transporte, etc.

La gran empresa comercial vende más y gana más, ¿por qué?

- 1.- Dispone de un gran capital, con el que compra más y a menos precio.
- 2.- Su mayor disponibilidad de capital le permite comprar los productos a nivel de fábrica o de zona productora. Con esto suprime la cadena de intermediarios que encarecen los productos al consumidor final.

- 3.- En las condiciones anotadas, puede vender al cliente a precios más bajos sin disminuir sus ganancias.

El comercio minorista lo integran 280.000 trabajadores. Su actividad la realiza en Mercados Municipales, en donde hay mercados fijos para cada comerciante pequeño o tendero, o en calles, o simplemente plazas, sin ninguna edificación o plataforma.

El pequeño comerciante cuenta con asociaciones, a modo de gremios tradicionales; sus esfuerzos económicos (cuotas personales y de carnet), a lo mucho les ha permitido contar con locales sociales, cubrir gastos de comisiones para enfrentarse a demandantes con ejercicio de autoridad, etc.

En general, podemos afirmar que el pequeño comercio no defiende a través de sus organizaciones sus intereses económicos; no utiliza modos de organización comercial adecuados.

Mientras el alto comercio se organiza para manejar y dominar el mercado en verdaderas empresas capitalistas, el pequeño comercio a lo mucho tendrá una que otra cooperativa, comisariato o minimercado de los mismos trabajadores.

Estas mínimas experiencias de cooperativas, comisariatos y mini-mercados de trabajadores, por lo menos están conociendo las técnicas del mercado, han ido consolidando y fomentando su capital social. Asimismo, están observando con verdadera preocupación todo el proceso de modernización capitalista de la actividad comercial, que terminará reduciendo al mínimo al pequeño comercio.

¿COMO MERCADEA EL PEQUEÑO COMERCIO?

Al no contar con empresas, la actividad comercial es individual. Cada comerciante minorista compra lo que debe vender, y a lo mucho se asocia como comprador para adquirir contados productos de primera necesidad.

Al no disponer el comercio minorista de capitales asociados, es víctima del intermediario y de instituciones que, debiendo favorecerlo, se han constituido en otros nuevos intermediarios. Ante esta realidad, de no mediar otras formas de organización a modo de empresa de autogestión de los mismos trabajadores, el supermercado o cualquiera gran empresa comercial suprimirá al comercio minorista.

En general, los precios de los productos que se expenden al co-

mercio minorista quedan sujetos a una cadena de intermediarios, en donde el mismo comerciante minorista es el intermediario frente al consumidor final. Así, los precios nunca podrán ser menores a los del supermercado; aunque en algunos casos, los supermercados tienen precios más altos que los mercados populares.

El comercio minorista no puede mantener al cliente frente al supermercado, ya que está imposibilitado para clasificar el producto, no puede expender al peso exacto, tampoco mantener precios fijos, dado el individualismo de la forma de mercadeo; no puede entregar limpio el producto, ni bien empaquetado, etc.

Con este marco de antecedentes, creemos que en el Ecuador se debe aplicar una política nueva en la forma y nueva en la filosofía misma de acción, orientada a brindar un verdadero servicio a la comunidad manteniendo lo útil de lo tradicional, que de ninguna manera ha de ser caer en la repetición de errores, con la demagogia de los sectores políticos que han traído nuevas experiencias funestas en materia de comercialización.

Partimos del fundamento básico que significa potenciar la producción en base al pequeño y mediano agricultor y aprovechar

eficientemente la producción del gran agricultor. Lo mismo podemos decir de la industria. Hay que aprovechar al máximo los conocimientos, experiencias, vivencias adquiridas por los pequeños comerciantes, funcionarios municipales y otros elementos que intervienen en el control y administración. El consumidor ha de ser actor y juez a la vez. Será, sobre todo, el aval de las acciones a emprender en su propio beneficio.

El Estado, en otras estructuras orgánicas, debe garantizar la acción y supervisar las acciones desde el punto que le corresponde. Asimismo, deben rendir al máximo de su capacidad organismos como: ENAC, Banco de Fomento, Banco Nacional de Desarrollo, Banco Central, FODERUMA, MICEI y todos aquellos que están creados con fines de potenciar la producción nacional.

La autogestión no es una mera teoría, propiedad privada de uno u otro sector político. Es una filosofía del ahorro y producción, traída de la más remota antigüedad, ya conocida en las culturas orientales, en las culturas griegas o romanas. En el Ecuador se dio esa forma de economía en nuestros pueblos aborígenes, en los denominados *Ayllus*, que practicaban la autogestión, consistentes en aunar esfuerzos para subsistir en conjunto.

FENACOMI, en estos momentos, se halla planificado y organizado, al servicio de la comunidad, un mejor servicio de sus miles de afiliados, sin otra meta que el mejorar su condición económica, darle un mejor servicio a sus clientes, y constituirse en la auténtica servidora de otros sectores gestores de la economía nacional: agricultores, industriales, consumidores.

SINTESIS

1.- Es urgente que las asociacio-

nes del pequeño comercio conozcan y profundicen la situación ya analizada.

2.- Si queremos defender nuestro modo de vida como comerciantes minoristas, sólo nos queda organizarnos de modo empresario y autogestionado.

3.- Debemos capitalizarnos como Asociación, mediante la compra u obtención de Certificados de Aportación.

4.- Obteniendo el capital conve-

niente, debemos invertirlo en compra directa de los productos que vendemos, evitando de esta manera a los intermediarios innecesarios.

5.- Las utilidades que tengamos deben servir, de acuerdo a los estatutos que nos demos, para capital social, un fondo de formación, un porcentaje de asistencia o auxilio social, etc.

A ENAC le falta: mayor capacidad de acopio, más capital y coordinar con los productores.

ENAC EN LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.

José Orellana
Gerente de la Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización de Productos Agropecuarios. (ENAC)

La ENAC fue creada en 1974, como una necesidad para regular el mercadeo de los productos y estimular el incremento de la producción de bienes básicos de consumo popular.

Su ley constitutiva le otorga amplias facultades, como participar en la compra-venta al por mayor, procesamiento, almacenamiento, depósito y fijación de reservas reguladoras, importaciones y exportaciones; establecer el Sistema Nacional de Almacenamiento; proponer al Gobierno Nacional, en lo que corresponda, la política de mercadeo de productos, la revisión de precios; impedir con su participación los actos especulativos y otras.

Creada en 1974, la Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización de productos Agropecuarios se esfuerza por garantizar la vigencia de precios mínimos al productor, importar los alimentos que escasean y disminuir las tendencias monopólicas y/o especulativas en el mercado. La tarea está llena de dificultades para la empresa estatal.

ACOPIO DE PRODUCTOS

Para garantizar la vigencia de los precios mínimos al productor, la ENAC acopia productos estratégicos de consumo popular o de uso industrial (ver cuadro al final de esta exposición). Con los niveles de intervención, en no pocas oportunidades se crearon condiciones favorables en el comportamiento del mercadeo.

Tradicionalmente, tres elementos limitaron el mejor cumplimiento de sus objetivos en este ámbito: la falta de capitalización, la reducida capacidad de almacenamiento y la ausencia de participación de las organizaciones campesinas y asociaciones de productores en la definición y control de la ejecución de la política de acopio.

En estos últimos años, se buscaron y definieron mecanismos para sortear estas dificultades. Merece destacarse que desde 1981 los campesinos organizados, asociaciones de medianos productores, conjuntamente con los Programas Especiales del MAG, BNF, ENAC, son quienes participaron en la formulación de las políticas de acopio y, posteriormente, controlan el proceso de compra-venta en la mayoría de centros que instala ENAC para el efecto. Sin duda que, entendiéndose la implementación de este mecanismo como un proceso, aún está por perfeccionarse. Sin embargo, los resultados son encomiables, no sólo porque se amplía los servicios a más amplios sectores, sino porque estimula la organización social para el mercadeo, condición básica

para en un reordenamiento más profundo del modelo actual de comercialización.

DISTRIBUCION

Los productos destinados al mercado interno corresponden en la gran mayoría a los adquiridos en el país; en épocas de déficit de producción, se realizan importaciones que permitan cubrir las necesidades.

Para el cumplimiento de la política de precios máximos al consumidor, no basta únicamente con disponer de reservas reguladoras capaces de contrarrestar las tendencias especulativas coyunturales o de mayor permanencia, sino, además, indentificar y operar a través de agentes y canales de comercialización más apropiados estructural y coyunturalmente.

Ultimamente, ENAC ha definido políticas y ejecuta acciones encaminadas a disminuir las tendencias especulativas, forjadas especialmente por agentes con tendencias monopólicas, con la distribución de productos básicos a través de organizaciones de detallistas, asociaciones, comisariatos, cooperativas, sindicatos. Los productos de uso agroindustrial se distribuyen también de acuerdo a las necesidades de los usuarios, identificados con estudios previos.

Impulsar paralelamente el incremento de centros de distribución para ampliar la cobertura social y espacial, y disponer de reservas reguladoras suficientes, son imperativos impostergables, sobre todo en las circunstancias actuales.

COMERCIO EXTERIOR

Anualmente, la ENAC ha exportado excedentes, especialmente de algodón y ocasionalmente maíz y arroz, y eventualmente importa otros para cubrir la demanda nacional.

Las formas de producción de artículos no tradicionales determinan, en última instancia, costos altos por unidad de producto, que impiden entrar al mercado exterior en condiciones ventajosas para el país, y muchas veces exportamos incurriendo en subsidios. En ocasiones, las importaciones también conllevan pérdidas financieras.

COSTOS SOCIALES Y DESCAPITALIZACION

En el mercado interno, la ENAC compra y vende productos a precios fijos, durante cualquier época. Por el déficit de infraestructura, la Empresa contrata servicios para procesamiento y almacenaje, que a más de la alta carga financiera que representa el costo del uso del ca-

pital, incrementa drásticamente los costos, en niveles superiores al precio oficial de venta, traducéndose en "pérdidas" que el Estado no reconoce.

Por estas consideraciones, ENAC ha visto necesario que los productos de uso industrial (algodón, maíz) se vendan a precios cercanos a los costos de operación, por lo menos en la coyuntura actual, y que los costos sociales ocasionados en el marco de la política de precios oficiales sean reconocidos por el Estado anualmente.

Además, para contraer o evitar de manera permanente este desgaste financiero, se busca ampliar las capacidades infraestructurales, mejorar la eficiencia empresarial, prestar servicios que generen ingresos contar con capital de operación propio.

ACCIONES BASICAS EN EJECUCION

Sistema Nacional de Almacenamiento

La implementación de este sistema es uno de los mandatos de su ley constitutiva que, sin embargo, se ha iniciado sólo a partir de 1983.

Se busca reordenar el sistema de mercadeo, disminuir la presión

sobre los precios "políticos", prestar servicios de comercialización a terceros, disminuir los costos financieros de ENAC.

Su implementación supone la incorporación del Sistema de Depósito, la emisión y negociación de Certificados de Depósito, la operación de Créditos post-cosecha, que ayudarán a mejorar la capacidad de negociación, ordenar el flujo de oferta y la oportunidad de las transacciones.

Instalación de Piladoras

Está en trámite un préstamo de S/. 97'000.000 para instalar dos piladoras en las plantas de Daule y Ventanas, con capacidad de 20 y 8 T.M./Hora de arroz paddy.

La incorporación de esta infraestructura permitirá disminuir los costos en la comercialización de arroz, incrementar los niveles de rotación de las capacidades de almacenamiento y tratamiento, que insidirá en la ampliación del volumen total de acopio, con sus consiguientes secuelas. Se prevee prestar servicios de pilaje a terceros, los que a su vez generen importantes ingresos a la institución.

Centrales de Servicios de Mercadeo

El modelo tradicional de plantas destinadas a la compra, almacena-

je, tratamiento de productos adquiridos por la ENAC, una vez que opere el Sistema Nacional de Almacenamiento, se transformarán en Centrales de Servicios de Mercadeo (C.S.M.) que cumplirán éstas y otras funciones reclamadas por los productores, como:

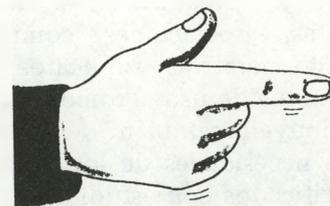
- a) Prestar a los pequeños y medianos productores, los servicios de comercialización necesarios para la mejoría de la calidad de los productos;
- b) Posibilitar la organización asociativa de tipo empresarial para el mercadeo;
- c) Posibilitar el apoyo técnico interinstitucional;
- d) Posibilitar las operaciones de las instalaciones del Sistema para el acopio, beneficio, depósito, almacenamiento y su utilización por ENAC y por terceros;
- e) Posibilitar los servicios de información de mercadeo, transporte y cobertura de riesgos; y,
- f) Posibilitar la promoción de mercado, incluidas las operaciones con Certificados de Depósitos en Bolsas de Valores y entidades financieras.

Actualmente se están realizando los estudios correspondientes para

transformar en C.S.M. a las Plantas de Daule y Portoviejo. Está concluido el estudio para hacer de las instalaciones de CEDEGE, una empresa de economía mixta, con participación de ENAC, inscrita al Sistema Nacional de Almacenamiento.

Red de Silos y Centros de Acopio, II Etapa.

La Red de Silos 1era Etapa, que comprende 8 Plantas de procesamiento, está concluida en aproximadamente un 85 o/o y tiene una capacidad de 61.000 T.M., que en los actuales momentos ya es insuficiente para cubrir las exigencias que la regulación del mercadeo impone. Por esta razón, en los próximos meses se iniciará el estudio para identificar las necesidades adicionales, localización y características de la Red de Silos y Centros de Acopio II Etapa, que es uno de los proyectos prioritarios del Plan de Desarrollo.



INTERVENCIÓN DE LA ENAC EN LA OFERTA Y DEMANDA
DE PRODUCTOS (EN Miles de T.M.)

PERIODO	ARROZ			MAIZ D'URO			TRIGO			AZUCAR 1/			ALGODON		
	PRODUCCION COMERCIAL 3/	COMPRA ENAC	o/o	PRODUCCION COMERCIAL 4/	COMPRA ENAC	o/o	PRODUCCION COMERCIAL 5/	COMPRA ENAC	o/o	PRODUCCION TOTAL	COMPRA ENAC	o/o	PRODUCCION EN FIBRA COMERCIAL	ENAC	o/o
1.974	181,5	7.727	4,3	107,7	12.636	11,8	48,6	-,-	0,0	251,1	-,-	0,0	41,7	9.607	23,
1.975	226,7	26.694	11,8	110,2	9.789	9,0	40,1	136	9,3	302,4	40.891	16,2	30,6	5.628	18,3
1.976	206,6	4.258	2,1	116,1	2.678	2,3	56,1	-,-	0,0	315,7	96.808	30,7	-,-	-,-	-,-
1.977	191,6	13.375	7,0	92,8	4.590	5,0	65,3	-,-	0,0	317,9	-,-	0,0	-,-	-,-	-,-
1.978	135,0	7.710	5,7	77,5	15.719	20,5	34,6	1.905	5,6	407,6	7.000	1,7	26,6	17.606	66,3
1.979	165,0	5.243	3,2	105,3	17.639	16,8	34,1	-,-	0,0	407,6	4.545	1,1	-,-	-,-	-,-
1.980	183,7	35.015	19,1	112,2	24.136	21,5	35,8	-,-	0,0	464,7	18.490	4,0	29,8	4.072	13,7
1.981	203,5	24.160	11,9	137,2	56.855	41,5	-,-	-,-	-,-	464,7	23.059	6,1	12,7	7.850	62,
1.982	226,2	25.589	2/11,3	146,7	20.684	14,10	-,-	-,-	-,-	464,7	5.650	1,2	13,9	1.548	11,1

- OBSERVACIONES:
- 1/ Producción total de acuerdo a información de ingenios azucareros (CV-CFN)
 - 2/ Incluye compras directas de arroz pilado a Improsa, Peticiones Tropicales y Macará
 - 3/ La Producción Comercial es el 49 o/o de la Producción bruta de arroz
 - 4/ Se considera el 60 o/o de producción bruta de maíz duro
 - 5/ Considerando el 90 o/o de producción bruta de trigo

FUENTE: Ingenios Azucareros del Ecuador, MAG Departamento de Estadísticas Agropecuarias, Prog. Nacional de Cereales, P.N.A. - O.N.M., Dirección Planificación ENAC.
ELABORACION: Dirección de Planificación y Estadísticas, ENAC.

Copada la capacidad de operación de ENPROVIT se planea revitalizarla como compañía anónima

SITUACION ACTUAL DE ENPROVIT

Marcelino Durán
Gerente de la Empresa Nacional de Productos Vitales (ENPROVIT)

ENPROVIT tiene como objetivo básico la regulación del mercadeo interno al por menor, de los productos de primera necesidad y de consumo popular, a fin de beneficiar a la población de menores recursos económicos.

Su red de distribución de productos, está integrada por 250 locales de expendio en todo el territorio nacional, con lo cual se pretende cubrir un gran margen poblacional.

Sus líneas genéricas de comercialización son 39, lo que significa 400 productos específicos aproximadamente; pero el 80 o/o de las ventas se concentran en arroz, azúcar, leche en polvo, aceite, manteca, jabones, sardinas, atunes, fideos y sal. Su incidencia en el mercado es del 14 o/o, según encuesta realizada por la Gallup

El proyecto de hacer de ENPROVIT una compañía anónima, aunque de capital exclusivamente estatal, daría a la Empresa Nacional de Productos Vitales una agilidad operativa que hoy no tiene, sin perder su pertenencia al sector público de la economía, necesario para su rol regulador de la comercialización interna. Trabas burocráticas de distinta índole bloquean su acción en la actualidad, en un campo como el del mercadeo, donde la rapidez en las decisiones y su implementación adecuada y oportuna son vitales. Pese a todo, ha tenido incrementos en sus ventas del 92 por ciento, con el mismo personal de funcionarios y empleados. Su gerente planea la creación de agencias en diferentes provincias para reforzar el papel de las Gerencias Regionales actualmente existentes.

del Ecuador en las zonas urbanas y rurales.

Los sistemas de comercialización están dados en base a almacenes, supermercados, y comisariatos, que dependen directamente de cada Gerencia Regional. Convenios de aprovisionamiento directo de productos a ciertas organizaciones de trabajadores y/o empleados etc., con un crédito de hasta 30 días. Mercados rodantes, que cubren el abastecimiento de barrios urbanos y rurales que no cuentan con almacenes permanentes, y a través de tiendas comunales, las mismas que son abastecidas direc-

tamente por cada Regional, pero administradas por los comuneros, quienes mantienen los precios establecidos por la Empresa.

INCREMENTO DE VENTAS

La situación de cambio que se ha operado estos dos últimos años en la institución, se puede visualizar en los incrementos de ventas de los años 1981 con S/. — — — — 777'369.920,22; 1982 S/. — — — — 1.335'860.739,07 y las ventas hasta el mes de agosto del presente año alcanzan la suma de S/. 1.468'229.510,00; obteniéndose en consecuencia una tasa semes-

tral de 92 o/o con respecto al segundo semestre de 1982. Sin embargo, es menester dejar en claro que estos montos se han alcanzado con el mismo personal de funcionarios y empleados de hace tres años y su incremento en gastos administrativos han sido del 30 o/o aproximadamente con relación al año pasado. Este aumento en ventas ha significado un mayor servicio, lo cual ha copado las capacidades estructurales de ENPROVIT y su situación es grave, pues necesita una modernización integral de su organización para seguir manteniendo este servicio y volverlo totalmente eficiente.

En todo caso, la capacidad adquisitiva de la Empresa se ha visto disminuída en un 67.15 o/o debido principalmente al incremento de precios de los productos que más vende, en el orden del 51.15 o/o; todo esto relacionado con el año 1982. Este porcentaje se lo ha obtenido exclusivamente con aquellos productos que deben ser adquiridos de contado, como es: arroz, azúcar, leche, harinas, avena, sal, y productos eminentemente agrícolas. Los demás productos, sujetos en su mayor parte a un proceso industrial, se los adquiere mediante crédito a 30 y 45 días, dependiendo del promedio de rotación de stocks.

En los actuales momentos, ENPROVIT ha tenido un desabastecimiento total de arroz y azúcar, pues no contaba con stocks de seguridad suficientes, que le permita abastecer el mercado nacional en un período igual al que se demora una importación de productos; su causa principal es la falta de disponibilidad económica. Es por esto que en el mes de octubre del año 1981 se planteó a la Junta Monetaria la necesidad de que se incremente el fondo de comercialización en una cantidad de **S/.235'000.000,00**; el mismo que fue concedido mediante una línea de crédito a través del Banco Nacional por un valor de **S/.350'000.000,00**. Si bien es cierto que el monto otorgado es superior al solicitado, se debe al fuerte incremento del precio de la leche en polvo en el mercado internacional y el proceso de minidevaluaciones diarias que se opera al momento en el país.

Concomitantemente, debemos manifestar que ENPROVIT al momento obtiene pérdidas en la comercialización de la leche en polvo, ya que el Frente Económico, con la finalidad de ayudar a las clases de menores recursos, no ha hecho hasta el momento una revisión del precio de la funda de 500 gramos, representando una pérdida anual de **S/.38'000.000,00** aproximadamente.

Todos estos factores influyen para que al momento la Empresa haya perdido presencia en el mercado, principalmente en aquellos rubros que son de pago inmediato. Por esto, es necesario una recapitalización entre 700 y 800 millones de sucres, con lo cual se solucionarían los problemas actuales.

GERENCIAS REGIONALES

Las Gerencias Regionales tienen jurisdicción en diferentes provincias, razón por la cual están distribuidas de la siguiente manera:

REGIONAL QUITO:

Que abarca las provincias de: Pichincha, Carchi, Imbabura, Cotopaxi, Esmeraldas, y Napo.

REGIONAL GUAYAQUIL:

Que abarca las provincias de: Guayas, Los Ríos, El Oro, Manabí, y Galápagos.

REGIONAL CUENCA:

Que abarca las provincias de: Azuay, Cañar y Morona Santiago.

REGIONAL RIOBAMBA:

Que abarca las provincias de: Chimborazo, Bolívar, Tungurahua, y Pastaza.

REGIONAL LOJA:

Que abarca las provincias de: Loja, Zamora y Morona.

Su crecimiento en ventas y la exigencia de mayores puntos de expendio requieren de una descentralización de las Regionales. Es por esto que se plantea la creación de agencias provinciales. Estas agencias dependerán directamente de cada Gerencia Regional tanto en el campo administrativo, comercial y financiero. Su función básica será el mejoramiento del sistema de abastecimiento a los puntos de venta de su dependencia, y contará con bodegas aptas para mantener suficientes stocks, máquinas empaquetadoras, transporte propio y mercados radantes.

En lo atinente a su red de distribución, cabe señalar que la implementación de un nuevo local tiene un costo aproximado de S/. - 1'000.000,00, en zonas Urbanas, y 1'500.000,00 en Rurales.

REFORMA JURIDICA

Lastimosamente, por disposiciones de orden presupuestario, muchas veces se dificulta la implementación de un local y consecuentemente esto va a desmedro de un aumento de ventas y la im-

posibilidad de autofinanciar su presupuesto en mejor forma; es decir, existen limitantes para la toma de decisiones.

A estos inconvenientes, habrá que añadir, los trámites interminables para obtener creaciones de puestos y aquellos relacionados directamente con la implementación de locales, como es la adquisición de máquinas empaquetadoras, registradoras, balanzas, cuyos trámites por regulaciones de Junta Monetaria están detenidos desde mayo de 1982.

Para poder superar estos inconvenientes, se hace necesario una reforma jurídica que permita a ENPROVIT actuar como una compañía anónima, con capital puramente estatal. Este proyecto se halla en trámite y será entregado al Sr. Presidente de la República en el mes de diciembre de 1983. Para que opere este cambio jurídico, necesitamos del apoyo decidido del Ejecutivo y Legislativo, pues de dilatarse las reformas para una nueva organización empresarial, estaríamos estrangulando a la Empresa y en un corto tiempo se tendría serios limitantes en la movilización de productos, toma de decisiones oportunas y otras que irían en perjuicio del usuario, ya que lo que se requiere es eficiencia.

Como Empresa del Estado, estamos sujetos a la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control; la que fue diseñada para el control financiero de un Ministerio Público; pero no para una Empresa de Comercialización, que requiere de agilidad y ejecutividad.

Las bodegas que actualmente se mantiene, han quedado realmente cortas, frente a la expansión de la Empresa en los dos últimos años, ya que su incremento en ventas no tiene relación con la capacidad de almacenamiento, por lo que se ha optado por el sistema de coberturas a nivel de local de expendio por parte de los proveedores.

Hace pocos meses, el Banco Ecuatoriano de Desarrollo concedió un crédito de S/. 70'000.000,00 para que ENPROVIT compre o construya bodegas adecuadas para su funcionamiento. El proceso de compra de un inmueble en el sector público, obliga a mantener como precio máximo de compra el avalúo de la DINAC, el cual no es compatible con el avalúo comercial; pese a esto se ha logrado concretar la compra de una bodega en la Regional de Riobamba, la que se adquirió a un costo de S/. 19'000.000,00 a la firma DIMUCORSA. Serios esfuerzos esta desplegando Gerencia General con las Regionales de Quito, Guayaquil y Cuenca para establecer

la posibilidad de adquirir un complejo de bodegas que permitan un almacenamiento de los productos en forma eficiente y, si es posible, se mecanice esta actividad.

PARQUE AUTOMOTOR

El parte automotor, tiene una existencia de 11 años; su desenfrenada actividad desgasta rápidamente las unidades, lo que obliga a la reposición de los mismos. Los gastos de reparación y mantenimiento en los años 1981 y 1982 alcanzaron valores significativos; esto es S/. 5'780.000,00 y S/. — 7'050.000,00 respectivamente; lo que resulta inconveniente para la Empresa, pues los gastos de distribución se incrementan, acreando pérdidas para ENPROVIT ya que estos gastos no se pueden trasladar en su totalidad al usuario. De hacerlo así, los precios de venta de los productos no serían competitivos en el mercado.

El parque automotor debe ser visualizado bajo dos aspectos:

1. Vehículos abastecedores de productos a nuestros puntos de venta.
2. Mercados rodantes para cada provincia del país.

Si a esto sumamos la posibilidad de agencias provinciales en Imba-

bura, Esmeraldas, Manabí, El Oro, y Tungurahua, estamos en condiciones de cubrir un alto índice de población urbana y rural.

Esta renovación se halla en marcha, por lo que, gracias a la ayuda de la Presidencia de la República y el Ministerio de Relaciones Exteriores, muchas de las Embajadas acreditadas en el Ecuador se hallan vivamente interesadas de suministrar estos vehículos, y seguramente para fin de año los tengamos en nuestro poder.

EMERGENCIA Y RENOVACION

Encontrándose el país en una situación de emergencia, por la inclemencia de la estación invernal 1982-83, que ha destruído amplias áreas productivas, varias han sido las actividades que el Gobierno encargó realizar a la Institución: en el año 1982, la importación de 18.900 T.M. de azúcar; en el año 1983, la adquisición a los Ingenios Azucareros de 20.000 T.M. de azúcar y, luego en convenio con ENAC, adquirir de éstos ingenios el 60 o/o de 35.000 T.M. de azúcar cruda que se debía reprocesar previo a su venta. Por último, la adquisición de 5.250 T.M. de azúcar a SERVIN CIA. LTDA. importación muy criticada por diferentes medios de opinión, pero que se demostró hasta la saciedad

la participación honesta de ENAC y ENPROVIT.

Adicionalmente, y por disposición Ministerial, estamos importando 15.000 T.M. de arroz procedente de Colombia a través de IDEMA; es decir una negociación entre dos empresas estatales; y 20.000 T.M. de arroz adquiridas a una firma de Miami, producto que arribará al país a mediados del mes de noviembre.

En base a lo expuesto, pretendo dejar sentada esta inquietud a todos los panelistas, a fin de que la única forma de salir adelante y mejorar la comercialización de los productos es realizando una reforma jurídica, creando una empresa estatal con el carácter de sociedad anónima con autonomía administrativa, económica y comercial, que permita la toma de decisiones oportunas y establezca un nexo de seguridad alimentaria entre el usuario y el Estado.

INDICE

* PRESENTACION	3
* A MODO DE INTRODUCCION	5
* UNA DISCUSION ESCLARECEDORA	11
- Síntomas de la crisis de abastecimiento e inflación en los productos de consumo popular	12
- Causas de la crisis de abastecimiento e inflación	14
- Alternativas de solución al abastecimiento popular	20
* PONENCIAS:	29
- Jorge Dousdebés , Cámara de Agricultura y de la I Zona	30
- Jorge Villamizar, Mercado Mayorista de Quito	34
- José M. Lláneez, Federación Nacional de Comer- ciantes Minoristas.	41
- José Orellana, Empresa Nacional de Almacena- miento y Comercialización de Productos Agropecuarios	46
- Marcelino Durán, Empresa Nacional de Produc- tos Vitales.	50