

LA SECTORIZACION EN EL AREA DE COMERCIO

Adolfo LUGO

1. Marco General de Referencia

Las modalidades que asume la actividad comercial en el proceso de circulación económica constituyen un indicador representativo de la capacidad de una organización social para encauzar el desarrollo de sus fuerzas productivas dentro de un esquema de racionalidad, consistencia y justicia distributiva. En la mayoría de los países en desarrollo del mundo occidental, es una evidencia la hipertrofia del sector terciario, particularmente del comercio, al grado que ha llegado a calificársele como uno de los obstáculos principales a su despegue económico.

El crecimiento de las economías en este género de países, se ha caracterizado por los deslizamientos de la población activa hacia las actividades terciarias y porque el excedente económico real se convierte en excedente potencial, dada la intervención de las actividades comerciales que retienen y canalizan a gastos improductivos, partes sustanciales de la renta nacional.

El aumento desproporcionado de las actividades terciarias no sería tan importante si la parte del producto nacional que absorben fuese igual o inferior a la parte de la población económicamente activa que ocupan. Sin embargo, en la mayoría de los países subdesarrollados el sector terciario ocupa alrededor del 25% de la población activa y su parte en el producto nacional llega a cerca del 40%.*

En México, este fenómeno es todavía más acentuado, si consideramos de acuerdo a los datos de los últimos censos, que el sector terciario ocupa el 28.7% de la población económicamente activa y concentra el 55.1% del producto interno bruto, a precios constantes —este índice ascendió al 55.6% en 1975—.

Ahora bien, si limitamos esta observación al renglón Comercio, la concentración del producto social también es palpable en los países en desarrollo; al compararlos con las economías de mercado industrializadas (ver cuadro No. 1) México es uno de los países que más experimentan este fenómeno, el cual se ha mantenido prácticamente invariable durante el último decenio —de 1965 a 1975 dicho coeficiente ha sido del 31%, en promedio anual—.

En una primera apreciación, se observa que tales indicadores a nivel macro reflejan aspectos económicos desfavorables derivados de la hipertrofia del sector terciario.

Es evidente que debido al proceso de expansión económica, particularmente por el aumento de la productividad agrícola e industrial y la elevación del nivel general del consumo, el sector terciario debe caracterizarse por un crecimiento proporcional que le permita asegurar el abasto y la distribución de la mayor masa de bienes producidos y el consumo de “bienes terciarios” que la elevación del nivel de vida hace posible. Sin embargo, cuando el nivel de la productividad general se estanca, y se agudiza la distribución dispar del ingreso, la hipertrofia del sector terciario, especialmente del renglón Comercio, se convierte en un factor negativo del desarrollo porque limita el consumo, al alterar irracional-

* *Revolución Industrial y subdesarrollo*. Paul Bairoch. Ed. Siglo XXI 1967.

mente la estructura de costos, disminuye los ingresos y la capitalización de las actividades industriales y primarias, al igual que condiciona en buena medida el estímulo a la producción.

CUADRO 1

PARTICIPACION DEL COMERCIO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO

<i>Países</i>	<i>% del comercio en el P.I.B.</i>
<i>Países en desarrollo</i>	
México	31%
Guatemala	28%
España	17%
Colombia	16%
Argentina	14%
Brasil	13%
<i>Países desarrollados</i>	
Japón	19%
Estados Unidos	17%
Francia	12%
Italia	11%
Austria	9%
Reino Unido	5%

NOTA: Datos correspondientes a los años 1971 a 1975 de acuerdo a la disponibilidad de cifras. Boletín Estadístico de América Latina, ONU y Banco de México.

Otro aspecto que ha determinado la expansión de la actividad comercial, es la tendencia marcada de la agrupación de la población en grandes áreas urbanas que concentran el consumo y la demanda, lo cual ha generado la importante ne-

cesidad de la modernización en el abasto y la distribución de la producción, con el menor costo posible, para satisfacer las necesidades de una población en constante aumento. Una muestra de la magnitud de este fenómeno, la obtenemos si consideramos que en 1960 había en América Latina 9 ciudades con una población superior al millón de habitantes y para 1970 existían ya 16, calculándose que en 1980 habrá 30 que superen la citada cifra. Hay muchas ciudades, entre las cuales se encuentra la capital de nuestro país, cuya población aumenta anualmente entre el 5 y el 7%, lo cual significa que se duplica cada 14 años aproximadamente.

Como consecuencia de la migración a localidades urbanas y la elevada tasa de incremento natural en éstas, México muestra una población urbana que crece al 5.4% promedio anual.

2..La movilidad de los precios

En México la variación del nivel general de precios es un fiel reflejo del cambio y las modalidades que ha adoptado la política económica de los últimos decenios. A partir de 1972, se establece una clara diferencia entre un modelo de crecimiento fincado en la estabilidad relativa de los precios y un reajuste de la actividad productiva, empujado muchas veces por factores exógenos.

El cuadro No. 2 presenta las variaciones promedio anuales de los precios al consumidor en países seleccionados. Durante la década de los años sesenta y hasta 1971, se observa en México un avance de los precios a tasas anuales no mayores al 3.5%. Sin embargo, después de 1972 y con la devaluación del peso, se hacen evidentes los defectos propios de nuestra estructura productiva, especialmente la desproporcionada tendencia de la actividad mercantil hacia la especulación.

Tal vez la principal causa que ha limitado las posibilidades del desenvolvimiento económico reciente en México, consiste en una combinación de recesión con inflación.

CUADRO 2

VARIACION ANUAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMIDOR
 PROMEDIOS 1960-65 Y 1965-70 Y 1970-71 A 1973-74
 (Porcentaje anual)

<i>Países</i>	1960 a 1965	1965 a 1970	1970 a 1971	1971 a 1972	1972 a 1973	1973 a 1974
<i>Desarrollados</i>						
Grecia	1.6	2.5	3.0	4.3	15.4	26.9
Yugoeslavia	13.6	10.5	15.6	18.4	21.4	21.1
Italia	4.9	3.0	4.8	5.7	10.8	19.1
Francia	3.8	4.3	5.5	5.9	7.3	13.7
Noruega	4.1	5.0	6.3	7.2	7.5	9.4
Canadá	1.6	3.8	2.9	4.8	7.6	10.9
Estados Unidos	1.3	4.2	4.3	3.3	6.2	11.0
<i>En desarrollo</i>						
México	1.9	3.5	3.2	6.4	16.4	32.8
Bolivia	5.1	5.9	3.7	6.5	31.5	62.9
Colombia	12.4	10.1	7.1	14.3	22.8	24.5
Chile	27.0	26.0	20.1	77.8	333.0	500.0
Paraguay	—	1.2	5.0	9.2	12.8	25.2
Argentina	23.0	19.4	34.7	58.5	60.3	24.2
Pakistán	2.6	5.6	4.7	8.0	22.6	29.2
Jordania	—	2.8	4.2	8.2	10.5	20.0
Zaire	15.6	23.0	4.9	15.1	15.7	29.6

FUENTE: El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación, 1975.
 FAO.

Desde el punto de vista de la producción, este fenómeno persiste por la ya mencionada polarización del ingreso social que reduce la demanda efectiva, evitando que la planta industrial trabaje a una elevada capacidad y se estimule la producción primaria. Prueba de ello es que el producto

agrícola de 1973, permaneció a los niveles de 1971, frente a un elevado crecimiento de la población en donde el 89.7% de las familias tienen, en promedio, un gasto en alimentos superior al 54% de su ingreso nominal.

Aunado a esto hay que considerar que la forma en que se instrumentó la política de vivienda de interés social y la revisión de los precios de garantía, de los energéticos y de artículos básicos como el azúcar y el acero —que habían permanecido estables durante 12 o 15 años—, fueron factores que se enfrentaron a un crecimiento relativo menor en la producción nacional, que propició también el alza de los precios.

Por el lado de la demanda, el fenómeno recesión-inflación se mantiene porque la retribución que reciben los factores de la producción aumenta más que el producto nacional. Cuando la ganancia, el salario o el Estado, aumentan su gasto, elevando su participación en el ingreso nacional a expensas de los otros, se estimula el aumento generalizado de los precios.

Con la pérdida del tipo de cambio fijo, se justificó el aumento de los precios finales de muchos productos cuyos costos incluyen importaciones. Sin embargo, la abrumadora participación del sector comercial en el producto social ha conseqüentado aumentos generalizados de precios ante cualquier aumento de los salarios o del Estado, por incrementar su participación en el ingreso nacional.

Así, el aumento de las ganancias ha producido inflación precisamente cuando no ha sido resultado de un abaratamiento en los costos reales, alcanzado por una mayor eficiencia en la producción o en la distribución. Cuando se eleva el margen de la ganancia por el solo aumento de los precios, se altera la distribución del ingreso social, de acuerdo con la participación de los factores productivos en la formación del producto y se deteriora seriamente la posibilidad de dar empleo creciente a los recursos productivos.

Del cuadro No. 2 se observa cómo a partir de 1971 la movilidad de los precios fue un proceso generalizado en todos los países. En el mundo desarrollado Italia, Yugoslavia, Canadá y Francia y en los países en desarrollo, Colombia, Bolivia, Pakistán, Jordania y Zaire, son reflejo del carácter especulativo que adquirió el mercado internacional, especialmente de alimentos, y que no tiene paralelo en los últimos 20 años.

En México, los precios de los productos que se importan, se incrementaron más que el promedio de los productos que constituyen el índice de precios de nuestros países proveedores. Consecuentemente, el valor de las compras de mercancías al exterior aumentó durante 1973/1974 en un 56% —2 134 millones de dls.—; de tal aumento se estima que cerca de 1 300 millones de dls. —el 61%— se atribuye al incremento promedio de los precios externos de adquisición.

Estos factores externos se transmitieron al proceso inflacionario de la economía nacional por insuficiencia en la oferta agrícola y por los requerimientos de bienes de capital, pero sobre todo debido a la tendencia desproporcionada de la actividad comercial hacia el aumento de la ganancia por el solo incremento de los precios.

3. La autosuficiencia alimenticia

La autosuficiencia alimenticia no expresa sólo un concepto que esté de moda. En realidad representa un aspecto que es implícito a las diversas formas actuales de abordar los problemas del desarrollo de cualquier formación social en constante expansión.

Mientras el intercambio económico mundial permitió la disponibilidad relativamente suficiente de existencias alimenticias para su comercialización fluida entre países, prevaleció el criterio de las ventajas comparativas en el comercio internacional, que soslayó la reiterada advertencia de que cada país fundamentase en un esfuerzo propio las actividades bá-

sicas para garantizar el desarrollo ulterior de sus fuerzas productivas o que, bajo el criterio teórico de la eficiencia en la división internacional del trabajo, se sujetara a las consecuencias de las crisis cíclicas del capital imperial. Fue hasta 1975 —cuando las reservas mundiales de alimentos cayeron a su nivel más bajo desde 1952— en que se subordinó a la política de autosuficiencia cualquier otra consideración sobre la redituabilidad o la conveniencia económica de diversos cultivos. En este contexto, garantizar el abasto de alimentos se ha vuelto un aspecto de soberanía nacional.

De esta forma es como la política económica presta atención preferente a los alimentos con el mismo grado de prioridad que al vestido, el alojamiento, la educación básica y media así como la salud, cuando el propósito consiste en instrumentar un proyecto nacionalista que, a la vez, concilie la eficiencia productiva con la justicia distributiva.

De otra parte, la forma en que se genera el intercambio económico entre campo y ciudad, entre productor y consumidor, constituye el factor que condiciona un incentivo permanente a la oferta de alimentos de origen agropecuario. ¿Cómo es que se genera este intercambio? El tratamiento, cuando menos superficial, de ello exige un esfuerzo superior al propósito de este documento, pero la importancia del tema hace indispensable abordar cuando menos dos aspectos representativos de tal mecanismo de transferencia de riqueza social, que son la comercialización al menudeo y la estructura del consumo.

3.1. La comercialización al menudeo de alimentos

En el mercado al menudeo de alimentos, existen en todo el país cerca de 250 000 puntos de ventas que representan el último eslabón de una serie de etapas superpuestas de intermediación que pueden llegar a ser 12 o 15 y que definen un margen de comercio promedio de un 62%, en el costo final del producto, según los censos económicos más recientes.

La conformación de este eslabón de comercialización es irregular, puesto que existe una gran atonicidad de establecimientos en las zonas rurales y una fuerte concentración en las ciudades —ver cuadro No. 3—.

CUADRO 3

ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION
DE LOS ALIMENTOS EN MEXICO
1975

<i>Tipo de establecimiento</i>	<i>Número</i>	<i>(%)</i>	<i>Ventas (millones de \$)</i>	<i>(%)</i>
Tiendas de barrio	145,234	58.0	53,292	39.8
Mercados públicos	79,386	31.7	42,959	32.1
Super mercados(1)	15,311	6.1	29,510	22.0
CONASUPO	10,169	4.1	6,052	4.5
Tiendas del sector público	160	0.1	2,082	1.6
TOTAL	250,310	100.0	133,895	100.0

FUENTE: Evaluación del Programa de Ventas al Menudeo de Conasupo, 1975.

El 92% de estos establecimientos —tiendas de barrio, mercados públicos y CONASUPO— se ubica en poblaciones rurales y en las áreas populosas de las ciudades, constituyéndose en los principales canales de distribución de alimentos en el país. Las tiendas de barrio y los mercados públicos —224 000 puntos de venta en 1975— operan con fuertes deficiencias ya que su grado de atonicidad los hace vulnerables a las condiciones de abasto y precios que se establecen en las etapas de mayoreo y medio mayoreo; asimismo, la falta de organización les impide lograr una mayor eficiencia productiva, como, por ejemplo, la agrupación en comités de compras por ciudades o regiones, a fin de beneficiarse de las ventajas de las compras masivas.

Esto resalta si consideramos que las cadenas de supermercados utilizan la ineficiencia de los otros canales de distribución del mismo género, para obtener una sobreutilidad, vía fijación de precios, ya que es importante recordar que en una economía de mercado, los precios se fijan de acuerdo a las empresas o canales de distribución más ineficientes. Adicionalmente, hay que considerar que en las tiendas de barrio se comercializó el 65% de los alimentos “no perecederos” que se vendieron en el país y el 12% de los perecederos —suma que representa el 40% del total de abarrotes, según el cuadro No. 3— y en los mercados públicos se distribuyó el 75% de los productos perecederos y el 32% de los comestibles no perecederos —suman el 31.7% del total de las ventas de alimentos en 1975.

En estas cifras globales sobre las tiendas de barrio y mercados públicos, se encuentra englobado el mecanismo de distribución al campo donde las zonas más necesitadas registran los precios al menudeo más elevados y donde persisten los defectos evidentes de la sociedad tradicional, que propician prácticas comerciales especulativas, como son las ventas “al tiempo”.

En las ciudades, los supermercados representan el tipo de canal de distribución a través del cual se vende la mayor parte de los alimentos, se fijan las políticas de los precios finales de estos bienes, se condiciona su producción y se conforman los hábitos de consumo. Basta citar que los supermercados, aunque sumaron 15 311 unidades en 1975, sólo representaron el 6.1% del número total de establecimientos al menudeo en todo el país, pero en cambio vendieron cerca de la cuarta parte de los alimentos distribuidos en el territorio nacional.

Ciertamente el fenómeno de la proliferación del autoservicio en zonas urbanas no es propio de nuestro país, si consideramos, por ejemplo, que en Francia este tipo de tiendas absorbe el 39% de las ventas nacionales al por menor de alimentos y en el Reino Unido absorbe el 43%. Sin embargo,

el rápido crecimiento de la productividad del trabajo y el alto grado de integración vertical de estos establecimientos, hace indispensable su consideración en la política comercial interna del país, si sumamos la influencia económica que tienen en el mercado de los alimentos a la tendencia de la población a concentrarse en ciudades y a la dispar distribución del ingreso, anteriormente apuntadas.

3.2 La estructura del consumo

Es innegable que la estructura del consumo representa una condicionante de la producción de alimentos. Sin embargo, su importancia va más allá del razonamiento sobre la amplitud o estrechez del mercado, puesto que influye en aspectos trascendentes como son la capacidad de la sociedad para producir y aprovechar productivamente la riqueza social, así como en la calidad de la vida misma.

Debemos reconocer, como lo estableció Myrdal, que una elevación de los niveles de consumo tiene en los países en desarrollo un valor instrumental diferente al que se establece en la mayoría de los modelos económicos de la postguerra, respecto de la producción, empleo, consumo, ahorro e inversión. En las sociedades altamente desarrolladas, los cambios en el consumo en poco o nada afectan el nivel de la productividad puesto que rozan en la abundancia y los aumentos en los niveles de vida no desequilibran el proceso de desarrollo, puesto que se consume lo que se es capaz de producir o de financiar con los ingresos normales que genera el comercio exterior.

En cambio, en los países como el nuestro puede considerarse que los incrementos en los niveles generales de consumo —por ser éstos tan reducidos— representan al mismo tiempo, una inversión, puesto que influyen directamente sobre la productividad del trabajo; dicho de otra forma, las condiciones que determinan la productividad del trabajo como son la técnica, la habilidad e intensidad —también llamadas por el materialismo histórico “el trabajo socialmente nece-

sario”— se desenvuelven en la medida en que satisfacen las necesidades de consumo básico de la población trabajadora.

De otra parte, puede decirse que el consumo constituye el último eslabón del proceso de circulación económica, pero también el primer indicador de la capacidad de una sociedad para reproducir y multiplicar el esfuerzo productivo de sus integrantes. Para tratar de demostrar esta afirmación tomaremos como base el Cuadro No. 4, en que se presenta el mercado nacional de alimentos durante 1975.

CUADRO 4

EL MERCADO NACIONAL DE LOS ALIMENTOS EN MEXICO

<i>Rango de ingresos</i> (<i>\$</i>)	<i>Costo en alimentos</i> (<i>millones \$</i>)	<i>%</i>	<i>Nº de familias</i> (<i>miles</i>)	<i>%</i>
1 - 999	51,960	38.8	8,381	72.2
1,000 - 2,500	40,696	30.4	2,035	17.5
2,501 - 4,500	18,608	13.9	882	7.6
4,501 - 7,500	10,248	7.7	145	1.2
7,501 - 10,000	6,846	5.1	110	0.9
10,001 - en adelante	5,538	4.1	65	0.6
	133,896	100.0	11,638	100.0

FUENTE: Evaluación del Programa de Ventas al Menudeo de Conasupo, 1975.

La gran concentración en el consumo puede claramente apreciarse. El 90% de las familias consumió sólo el 70% de los alimentos y tiene ingresos menores a \$2 500.00 mensuales. El 1.5% de la población, constituido por las familias con ingresos superiores a \$7 500.00 mensuales, consumió aproximadamente el 10% de los alimentos. Este fenómeno puede apreciarse también de la siguiente manera: el 89.7% de las

familias —los de ingresos menores a \$2 500.00 mensuales, que gastan el 54% de su ingreso en alimentos— tuvieron un consumo promedio anual de \$8 895.00 y el 0.6% de las familias —las de ingresos superiores a \$10 000.00 mensuales y que sólo destinan el 20% de su ingreso a alimentos —tuvieron un consumo promedio anual de \$85 200.00.

En consecuencia, la polarización del ingreso y los sistemas de distribución al menudeo, conforman un mercado en el que, al confrontarse necesidades sociales y decisiones individuales, se desalienta la producción. Es decir, en el momento en que el mercado se sustenta en el poder de compra de sólo el 0.6% de las familias, concentradas en unas cuantas ciudades, y el aprovechamiento de los recursos naturales gira en torno de la obsolescencia planeada deliberadamente por un modo de producción consumista, es imposible que se estimule la producción alimenticia en forma consistente y de acuerdo a patrones de racionalidad social en el uso de los recursos naturales. De aquí que las crisis de sobreproducción sean en realidad aparentes pues el subconsumo es un fenómeno real, pero en cambio se destruye valor, puesto que al realizarse el intercambio los bienes no reciben el pago correspondiente al valor que representa el tiempo de trabajo invertido en su producción.

4. El Comercio Exterior

México necesariamente tiene que recurrir al mercado externo para darle impulso a su proceso de crecimiento interno. Bienes y servicios que todavía no producimos pero que condicionan la cuantía de la inversión productiva, obligan a ensanchar constantemente nuestra capacidad de exportación.

Por ello, la balanza comercial constituye uno de los indicadores más importantes de la eficiencia económica, pues muestra lo que somos capaces de producir, en precio y calidad, para competir en el mercado mundial. A su vez, el costo y la composición de las importaciones reflejan las carencias y la incapacidad de nuestra planta productiva a

fin de abastecer la demanda de productos, maquinaria y servicios que no somos todavía capaces de elaborar.

En el último lustro los ingresos por exportaciones han crecido a una tasa anual promedio del 20%, lo que es resultado de rápidas alzas de precios de los productos mexicanos de exportación y de las condiciones inflacionarias prevalecientes en el mercado mundial, pero no es consecuencia de una ampliación significativa de la capacidad física para exportar. Prueba de ello es que las ventas en el exterior, medidas en términos de volumen físico, sólo han crecido en poco menos del 5% promedio anual.

Esta reducida capacidad para inducir mayores posibilidades de exportación, proviene en gran medida del tipo de bienes que se venden en el exterior, los cuales tienen un mínimo o nulo grado de valor agregado. Basta citar que la producción agrícola constituye el 42% de las ventas externas de mercancías; solamente el algodón, el azúcar y el café representaron conjuntamente el 16% del valor total exportado en 1975 por el país.

Por el lado de las importaciones, predomina la compra de bienes de producción y materias primas que requieren el incremento de la planta productiva. Ello refleja también el grado de vulnerabilidad externa de la economía, que transfiere al sector externo los efectos multiplicadores del ingreso y la ocupación de muchas ramas económicas, sobre todo los bienes de capital y consumo duraderos, que para crecer dependen de la importación de equipo, conocimientos e insumos básicos.

De aquí que el déficit persistente en la cuenta de transacciones comerciales con el exterior, requiere de un grupo de acciones ordenadas que eviten las contradicciones que tradicionalmente han caracterizado a la política de fomento al comercio exterior, para adquirir los bienes y los conocimientos que nos permitan producir lo que el país puede y aspira a consumir; es decir, para lograr del sector externo beneficios y no dependencia estructural.

5. La creación de una nueva Secretaría de Estado

Con el cambio de gobierno se reorganiza la Administración Pública Federal, a fin de adecuarlo a los requerimientos que le exige la función rectora del Estado en el proceso de desarrollo del país, especialmente en lo referente a racionalidad, congruencia en acciones y eficacia en logros.

La nueva Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, resume los propósitos globales del nuevo Gobierno en lo referente a la modernización del aparato de Estado, creándose la Secretaría de Comercio como una nueva dependencia especializada en las actividades comerciales, que coordina los esfuerzos en tal sentido mediante una tarea de congruencia y efectividad.

Esta nueva Dependencia del Ejecutivo Federal otorga la estructura institucional capaz de jerarquizar y cuantificar metas específicas, dentro del mismo sector y con relación a las actividades productivas conexas, con lo que se enlazan los instrumentos de regulación normativa y los de intervención directa en la actividad comercial, anteriormente dispersos en 6 Secretarías y en 36 organismos del sector para-estatal.

Con el proceso de agrupación sectorial de las empresas públicas, la Secretaría de Comercio tiene atribuciones para dirigir sus políticas y lograr ventajas que se pueden resumir de la siguiente forma:

- a) Mantener el grado de especialización y desconcentración operativa que requiere la comercialización de determinados productos, etapas del proceso y servicios de apoyo.
- b) Facilitar la implantación de mecanismos eficaces, aunque por ello más complejos, de control y adecuada asignación de recursos financieros en el sector comercial, como lo es el presupuesto por programas.
- c) Contar con elementos de evaluación suficientes para cancelar recursos o programas que no cumplen razonable-

mente con los propósitos para los que fueron creados o que su existencia resulta duplicatoria al integrar en su conjunto la política comercial.

- d) Contar con la capacidad de acción necesaria para inducir o realizar directamente, si es necesario, con eficacia y oportunidad, en los momentos que se requiera, determinadas funciones de abasto y comercialización que con-
vengan al interés público.
- e) Facilitar el logro de los propósitos programados para nuevos proyectos de abastecimiento, complejos en su operación y riesgosos para el prestigio empresarial del Estado si se fracasa, como son los de las centrales de abasto.
- f) Empezar una cuidadosa y exhaustiva revisión de la estructura jurídica que regula la actividad comercial del país, para actualizarla de acuerdo a las exigencias que le imprime el dinamismo de este sector, ya que la principal ley reglamentaria que norma estas actividades proviene del siglo pasado.

De esta forma, es como se han consolidado dentro de una nueva Secretaría los instrumentos esenciales de política como son tarifas, precios máximos, precios de garantía, normas de comercialización, programas de comercialización al menudeo y medio mayoreo —resalta la nueva empresa Impulsora del Pequeño Comercio— así como estímulo y reglamentación al comercio interior. En lo referente al comercio exterior, se operan de manera conjunta los aranceles y precios oficiales, los permisos de importación y exportación, al igual que los estímulos a la exportación.

En consecuencia, esta Dependencia se concibió como una nueva tarea en la que no sólo se agrupan y ordenan las funciones comerciales que ejerce tradicionalmente la Administración Pública Federal, sino también se concentran las decisiones de política y se realiza un efectivo control de resul-

tados, a la vez que se delegan ampliamente las responsabilidades y decisiones operativas de las entidades paraestatales que participan en la actividad.

Así pues, se observa que la atención del sector comercial por una entidad autónoma obedece a la necesidad de prestarle la importancia necesaria para influir con oportunidad y suficiencia en los procesos de comercialización, mismos que condicionan aspectos trascendentes económicamente —tal como se analizó con anterioridad—, como son la posibilidad de lograr una ampliación relativamente inmediata del consumo interno, estimular la producción, impulsar una racional asignación de factores productivos y mejorar las relaciones económicas con el exterior.

Los desajustes actuales que caracterizan a la economía nacional se venían conformando durante las dos últimas décadas en un proceso de beneficio discriminatorio a favor de la capitalización urbana, el cual mostró su insuficiencia durante los últimos años, mediante el alza generalizada de

precios que evidenció los defectos de las prácticas de subsidio al consumo, dependencia en la importación de bienes de capital y falta de estímulo a la producción alimenticia.

En buena medida, los instrumentos de política comercial con que cuenta el Estado, no habían podido influir con eficacia en los procesos comerciales que abrumaban la actividad productiva, precisamente porque se encontraban dispersos en diversas dependencias públicas y porque no existía una entidad especializada en la materia.

Se estima que con la creación de la Secretaría de Comercio y los diversos ordenamientos que sectorizan la actividad de las empresas paraestatales, se establece la estructura institucional que le dará la congruencia y consistencia necesarias a los programas de comercialización y distribución del sector público, para que sean capaces de influir en la actividad comercial a fin de que ésta se convierta en un mecanismo que impulse un proceso racional de desarrollo y no que lo deforme y entorpezca.