

# SITUACION, PRESENTE Y PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS EN AMERICA LATINA (\*)

Por  
LEANDRO CASTRO RODRIGUEZ  
Oficial Regional de Mercadeo, Cooperativas y Crédito de la  
Oficina Regional de la FAO para América Latina

## S U M A R I O

I. SITUACION DE LOS PAISES MAS DESARROLLADOS.—II. SITUACION PRESENTE Y PERSPECTIVAS EN AMERICA LATINA: 1. URBANIZACIÓN. 2. EXPANSIÓN DE LA DEMANDA DE ALIMENTOS. 3. CAMBIOS ESTRUCTURALES EN EL MERCADEO DE ALIMENTOS.—III. CONCLUSION

### I. SITUACION EN LOS PAISES MAS DESARROLLADOS

**D**ESPUÉS de la revolución industrial se inició en el mundo una revolución agrícola, todavía en plena vigencia en los países en vías de desarrollo. Pero, antes de terminar esta última, la aceleración del proceso de desarrollo económico y social ha impuesto una nueva revolución que se encuentra ya en una etapa avanzada en los países más desarrollados y se está iniciando ahora en numerosos países en vías de desarrollo. Esta es la revolución de los sistemas de mercadeo de todos los productos y, en particular, de los productos alimenticios.

A partir de la Segunda Guerra Mundial creció en forma espectacular la capacidad adquisitiva real de los consumidores en los países más desarrollados. Como consecuencia, aumentó el gasto en alimentación, al mismo tiempo que se cambió la composición de la dieta.

(\*) Se agradece en forma especial la colaboración de la UNESCO que ha autorizado la publicación anticipada de proyecciones demográficas para América Latina, que están siendo elaboradas por el proyecto REG. 223: Estudio de viabilidad de un sistema regional de tele-educación.

Creció, por ejemplo, el consumo de carnes, frutas y hortalizas, mientras que disminuyó el consumo de cereales y patatas. Los refrigeradores domésticos entraron en avalancha en la mayoría de los hogares, que ahora también disponen de automóviles privados, y las compras de alimentos se espaciaron. Por otra parte, la gran expansión de los empleos disponibles y la elevación general de los ingresos ha determinado que el trabajo doméstico disminuya y que las amas de casa prefieran comprar alimentos más elaborados y que requieran menor tiempo de preparación doméstica. Entretanto, la información y la publicidad crecieron en forma apreciable, los sistemas de venta en autoservicio proliferaron para ahorrar mano de obra, y se hizo imprescindible la normalización y el preenvasado de los productos (1).

Pero el fenómeno más espectacular de las últimas décadas es el acelerado crecimiento de la población y el todavía más rápido proceso de urbanización. «La población y las ciudades han crecido en muchos períodos de la historia, pero la velocidad y la dimensión alcanzadas en los últimos años nunca fueron igualadas» (2).

Al mismo tiempo, los sistemas de transporte y comunicación masivos han permitido la creación de áreas urbanas de un tamaño y características sin precedentes, formadas por ciudades principales asociadas a ciudades satélites como son las áreas metropolitanas. Durante los últimos años apareció el término «megalópolis» para describir una cadena de áreas metropolitanas perfectamente intercomunicadas, como, por ejemplo, las que se encuentran en la costa este de los Estados Unidos, en la costa sur de Japón y en el Benelux. Como consecuencia de estas nuevas situaciones, la distinción histórica entre urbano y rural deja de tener mucha utilidad en las áreas más desarrolladas, aunque siga vigente para la mayor parte del mundo en desarrollo.

Lo que acaba de señalarse ha tenido una influencia notable sobre los métodos de mercadeo de alimentos y sobre la propia estructura del mecanismo de mercadeo. El sistema de ventas en autoservicio ha transformado el comercio minorista de alimentos y de productos de uso doméstico en Norteamérica y Europa Occidental. Una gran parte de los establecimientos tradicionales se han convertido en autoservicios o han desaparecido, al mismo tiempo que los supermercados

(1) J. C. ABBOTT: *Les aspects nouveaux du ravitaillement des grandes villes étudiés à la lumière des tendances économiques et sociales actuelles*. Cahiers du CENECA. Paris, marzo 1965; pág. 64.

(2) Naciones Unidas: *Growth of the World's Urban and Rural Population, 1920. 2000*. N. Y., 1969; pág. 1.

se han multiplicado con gran rapidez, canalizando un volumen creciente de los alimentos consumidos. Otro cambio producido paralelamente a los anteriores es la expansión de las cadenas de establecimientos, incluyendo las cadenas voluntarias u otras organizaciones cooperativas minoristas, que ha determinado una concentración en las actividades mayoristas y minoristas y una integración vertical y horizontal en el mercadeo de alimentos. La expansión de la industria elaboradora de alimentos ha acentuado la concentración y la integración mencionada, hasta el punto de que ya existen verdaderos gigantes internacionales en esta actividad.

Llegados a este punto hay que examinar la situación de los mercados mayoristas a lo largo de este proceso de cambio del mercadeo y preguntarse cuál será su papel en el futuro. «En términos claros, los mercados mayoristas locales y centrales resultan cada vez menos importantes, en la medida en que una mayor proporción de los productos agrícolas van directamente hacia otros centros receptores, como consecuencia de arreglos concertados con anticipación... Si se analiza la experiencia norteamericana, se puede deducir que los circuitos tradicionales (a través de los mercados mayoristas) continuarán canalizando entre un 30 y un 40 por 100 del total de las ventas realizadas por los agricultores. Existe, en la práctica, un límite a la proporción en la que los compradores de los supermercados, las cadenas y las industrias elaboradoras pueden conseguir aprovisionamientos directos» (3).

A pesar de lo exacto de la apreciación de ABBOTT, en los últimos treinta años se ha dado el aparente contrasentido de una disminución relativa de la importancia de los mercados mayoristas, junto con programas de construcción masivos de nuevos mercados mayoristas en América del Norte y Europa Occidental (4), pero este contrasentido es sólo aparente y bien vale la pena aclarar este asunto porque es la clave de lo que ya está ocurriendo en América Latina. A partir de la Segunda Guerra Mundial, la población urbana de toda Europa, exceptuada la U. R. S. S., viviendo en aglomeraciones mayores de 20.000 habitantes, creció en 1/3, y la de América del Norte creció a más del doble. Esta tendencia continuará en el futuro, y se espera, por ejemplo, que entre 1970 y 1990 la población urbana europea crezca en 1/4 y en América del Norte casi en 1/2, al mismo

(3) J. C. ABBOTT: Obra citada, pág. 67.

(4) H. J. MITTENDORF: *Los mercados centrales en la comercialización de los productos agrícolas perecederos, frutas y hortalizas*. Mimeografiado, 1970.

tiempo que la población rural sufrirá una ligera baja o permanecerá estable, respectivamente (5). Al mismo tiempo, la capacidad adquisitiva real de la población urbana creció en forma considerable en esos países, como consecuencia de un crecimiento económico continuado sin precedentes en la historia. Ello trajo como consecuencia una expansión notable del mercado consumidor de alimentos y una modificación de la demanda, que se orientó hacia productos más caros, de mejor calidad y con mayores servicios añadidos. Se espera que esta tendencia continúe durante los próximos decenios.

El crecimiento de la población urbana y de su capacidad adquisitiva real explican parcialmente la paradoja aparente a que se ha hecho referencia más arriba. El porcentaje de alimentos que pasa a través de los mercados mayoristas bajó en los Estados Unidos a menos de la mitad, pero el volumen total de alimentos consumidos en las zonas urbanas creció, por lo menos, al triple de los últimos treinta años, de forma que los mercados mayoristas han seguido canalizando un volumen siempre creciente de alimentos.

El resto de la explicación de la paradoja es muy sencillo. El crecimiento de las ciudades ha creado nuevos problemas urbanísticos de gran magnitud, entre los que resaltan los del tránsito rodado. Los antiguos mercados mayoristas han quedado englobados en el interior de las ciudades, creando situaciones indeseables para las mismas. Al mismo tiempo, las nuevas tecnologías en el mercadeo de alimentos han exigido una modificación en las instalaciones en los antiguos mercados. Todo ello ha coincidido para hacer insoslayable y urgente, en la mayoría de los casos, el traslado, la modernización y la ampliación de los mercados mayoristas.

A la vista de las consideraciones anteriores hay que concluir que el papel de los mercados mayoristas en las próximas décadas continuará siendo importante en el mercadeo de alimentos. A pesar de la revolución en el mercadeo, los mercados mayoristas continuarán desempeñando funciones análogas a las que efectuaron en el pasado. Estas funciones quedan sintetizadas en un párrafo escrito por DUDDY años atrás: «En alguna parte, entre el agricultor y el consumidor, la mayoría de los productos agrarios tienen que reunirse antes de ser enviados a los mayoristas y los minoristas. El acopio de muchos productos culmina en los grandes mercados terminales, que están equipados para recibir, descargar, almacenar y reexpedir el gran vo-

(5) Naciones Unidas: Obra citada, págs. 24 y 71.

lumen y variedad de productos que a ellos llegan por ferrocarril, por barco y por camión. El aspecto esencial del servicio prestado por cualquier mercado terminal es el ofrecer una amplia salida para los productos y determinar su valor» (6).

## II. SITUACION PRESENTE Y PERSPECTIVAS EN AMERICA LATINA

### II.1. URBANIZACIÓN.

Durante las últimas décadas la población de América Latina ha venido creciendo rápidamente, y las previsiones actuales indican que este crecimiento acelerado continuará en los próximos años. Como se indica en el cuadro núm. 1, entre 1930 y 1970 la población latinoamericana se multiplicó por 2,7, y entre 1970 y el año 2000 se prevé volverá a multiplicarse por 2,3. Esto supone que, entre 1930 y el año 2000, la población se habrá multiplicado por 6,25, lo que por sí solo podría explicar una buena parte de los cambios y las tensiones presentes en América Latina.

CUADRO NÚM. 1  
POBLACION DE AMERICA LATINA - 1930 A 2000  
(Millones de habitantes)

Regiones	1930	1950	1970	1990	2000
Total de América Latina.	102,9	157,1	275,0	489,5	640,8
América del Sur .....	72,7	110,2	189,9	327,7	422,3
América Central * .....	5,4	8,3	15,1	29,4	40,7
Otros países ** .....	24,8	38,6	70,0	132,4	177,8

Fuente: CELADE, Boletín Demográfico núm. 7. Santiago, 1971.  
\* Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.  
\*\* Panamá, México, Cuba, Haití y República Dominicana.

Analizando la localización de esta masa humana creciente se llega a resultados bien interesantes, que quedan reflejados en el cuadro número 2. Se puede observar que entre 1950 y 1970 la población urbana se ha multiplicado por 2,4, y en el ventenio siguiente seguirá creciendo en forma parecida, de manera que entre 1950 y 1990 la población urbana se habría multiplicado por 5,2. Este proceso de

(6) E. A. DUDDY: *Central Markets en USDA, The Yearbook of Agriculture, 1954; pág. 36.*

urbanización acelerada está determinando un crecimiento notable del porcentaje de población urbana respecto a la población total, que en 1950 no llegaba al 40 por 100 y en 1990 será del 66 por 100. En los mismos cuarenta años la población rural habría crecido en 66 por 100, es decir, unas nueve veces menos que la población urbana. Se puede prever, por otra parte, que el proceso de urbanización afectará también a los núcleos rurales en el sentido de que la población agraria de los mismos seguirá en disminución relativa dentro de los mismos. De ello se puede concluir que la población agraria crecerá poco entre 1950 y 1990, año este último en que los 2/3 de la población latinoamericana será netamente población urbana (7).

CUADRO NÚM. 2  
POBLACION URBANA \* Y RURAL EN AMERICA LATINA  
1950 - 1990  
(Millones de habitantes)

Clase de población	1950	1970	1990
Población total de América Latina .....	157,1	275,0	489,5
Población urbana .....	61,9	150,0	322,7
Población rural .....	95,2	125,0	166,8
Porcentaje de población urbana respecto a la población total .....	39,4	54,5	65,9
Población total de América del Sur .....	110,2	189,9	327,7
Población urbana .....	43,7	105,7	219,6
Población rural .....	66,5	84,2	108,1
Porcentaje de población urbana respecto a la población total .....	39,7	55,7	67,0
Población total de América Central ** .....	8,3	15,1	29,4
Población urbana .....	2,1	5,1	13,1
Población rural .....	6,2	10,0	16,3
Porcentaje de población urbana respecto a la población total .....	24,8	33,5	44,4
Población total de otros países *** .....	38,6	70,0	132,4
Población urbana .....	16,2	39,2	90,1
Población rural .....	22,4	30,8	42,3
Porcentaje de población urbana respecto a la población total .....	41,8	56,0	68,1

Fuente: CELADE, Boletín Demográfico, enero 1969. Proyecto REG. 223 de UNESCO, completado con estimaciones propias.  
\* Se considera como población urbana aquella que vive en localidades de 2.000 habitantes.  
\*\* Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.  
\*\*\* Panamá, México, Cuba, Haití y República Dominicana.

(7) Raúl PREBISCH: *Transformación y Desarrollo. La Gran Tarea de América Latina*. Informe presentado al B. I. D., 17 de abril de 1970. ILPES; págs. 81-12.

Hay que hacer notar que las proyecciones del cuadro núm. 1 se han preparado siguiendo las tendencias históricas entre 1950 y 1970. Por este motivo deben considerarse como hipótesis de bajo crecimiento urbano, ya que no se ha tenido en cuenta que entre 1970 y 1990 vaya a producirse ningún «despegue» en el desarrollo económico de los países de la región. Esta es una hipótesis pesimista y seguramente incorrecta, porque hoy ya existen motivos serios para pensar que el «despegue» se está produciendo en algunas partes, como es el caso de Brasil. Este crecimiento económico acelerado no haría más que acentuar el proceso de urbanización que se ha señalado. Por ejemplo, en España, en el decenio 1960-69, la población activa agraria disminuyó en un 23 por 100, mientras que la población activa en la industria y los servicios creció casi un 30 por 100.

El cuadro núm. 3 sintetiza la situación previsible en los distintos países latinoamericanos en 1990, en lo que se refiere al grado de urbanización alcanzado para entonces. Evidentemente, este cuadro debe interpretarse teniendo en cuenta que ha sido elaborado sobre la base de tendencias históricas y sin tener en cuenta el posible «despegue» en varios países de la región. En todo caso, estas cifras dan una idea de la magnitud de los problemas que tendrán que afrontar los diferentes Gobiernos en relación con el abastecimiento de alimentos a la población urbana.

CUADRO NÚM. 3

PORCENTAJE DE POBLACION URBANA RESPECTO A LA POBLACION TOTAL EN AMERICA LATINA (1990)

P A I S E S	Porcentaje
Uruguay .....	86,4
Argentina .....	86,0
Venezuela .....	83,3
Chile .....	83,0
México .....	74,4
Colombia .....	73,1
<i>América Latina</i> .....	65,9
Perú .....	65,5
Panamá .....	62,8
Ecuador .....	61,0
Brasil .....	60,0
Nicaragua .....	54,3
Cuba .....	54,1
El Salvador .....	54,0

P A I S E S	Porcentaje
República Dominicana .....	53,0
Paraguay .....	48,8
Bolivia .....	48,1
Honduras .....	41,6
Costa Rica .....	38,0
Guatemala .....	37,3
Haití .....	32,8

Fuente: CELADE, Boletín Demográfico, enero 1969. Proyecto REG. 223 de UNESCO; completado con estimaciones propias.

Para terminar este breve análisis del proceso de urbanización se presenta el cuadro núm. 4, en donde aparece el número de ciudades mayores de 50.000 habitantes en América del Sur entre 1960 y 1990. Ha sido imposible reunir la información correspondiente al resto de América Latina, pero el ejemplo que aquí se presenta es suficientemente ilustrativo. Sintetizando quizá demasiado se podría afirmar que en 1960 había 160 problemas de mercados mayoristas en América del Sur, que el número de estos problemas creció a 258 en 1970 y que este número seguirá creciendo para llegar en 1990 a nada menos que 530 problemas, de los cuales la mitad corresponderán a Brasil. Es de esperar que los Gobiernos se percaten de la importancia y la magnitud de los problemas que van a enfrentar o están enfrentando ya, pues, aparte de las numerosas zonas metropolitanas multimillonarias que habrá en 1990, existirán por aquel entonces verdaderas megalópolis, por ejemplo, en la desembocadura del Río de la Plata y el Sur del Brasil.

CUADRO NÚM. 4

NUMERO DE CIUDADES MAYORES DE 50.000 HABITANTES EN  
AMERICA DEL SUR - 1960 A 1990

P A I S E S	1960	1970	1980	1990
<i>Total de América del Sur</i> .	160	258	371	530
Argentina .....	21	33	44	51
Bolivia .....	3	6	8	9
Brasil *	68	113	166	255
Colombia .....	25	33	43	70
Chile .....	12	23	29	35
Ecuador .....	4	9	15	20
Paraguay .....	1	1	1	6
Perú .....	11	14	26	34
Uruguay .....	2	3	5	5
Venezuela .....	13	23	34	45

Fuente: Proyecto REG. 223 de UNESCO.  
\* Estimaciones propias.

## II.2. EXPANSIÓN DE LA DEMANDA DE ALIMENTOS.

Teniendo en cuenta únicamente el aumento de la población, la demanda de alimentos ha crecido por este concepto en América Latina en un 75 por 100 en el ventenio 1950-1970. De esta cantidad, las 3/4 partes han correspondido al aumento de la demanda urbana, dejando 1/4 para el aumento de la demanda rural. Las previsiones para 1990 indican que la demanda global de alimentos, como consecuencia únicamente del aumento de la población, crecerá en un 78 por 100 comparado con 1970. De esta cantidad, los 4/5 corresponderán a la demanda urbana y 1/5 a la demanda rural. Como puede observarse en el cuadro núm. 5, hay bastante homogeneidad en los datos correspondientes a las tres subregiones consideradas. La demanda urbana de alimentos creció en todos los casos más del 140 por 100 entre 1950 y 1970, como consecuencia de la urbanización, y se espera que por la misma causa se duplique ampliamente entre 1970 y 1990.

CUADRO NÚM. 5

EXPANSION DE LA DEMANDA DE ALIMENTOS COMO CONSECUENCIA DEL AUMENTO DE LA POBLACION  
(En porcentaje del año base)

Clase de población	1950-1970	1970-1990
<i>Total de América Latina</i> .....	75,0	78,0
Urbana .....	142,3	115,1
Rural .....	31,3	33,4
<i>Total de América del Sur</i> .....	72,3	72,6
Urbana .....	141,9	107,8
Rural .....	26,6	28,4
<i>Total de América Central *</i> .....	81,9	94,7
Urbana .....	142,9	156,9
Rural .....	61,3	63,0
<i>Total de Otros países **</i> .....	81,3	89,1
Urbana .....	142,0	129,9
Rural .....	37,5	37,3

Fuente: Elaboración sobre datos del cuadro núm. 2.  
\* Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.  
\*\* Panamá, México, Cuba, Haití y República Dominicana.

La influencia del aumento en los ingresos personales sobre el consumo de alimentos es más difícil de estimar que el producido por el

crecimiento de la población. Existen muy pocos estudios sobre la elasticidad de la demanda-renta para los alimentos, y los datos empíricos recogidos son bastante dispares. El análisis de la curva de Engel para alimentos, realizado por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos para 35 países en 1953 y 1960, indica que la elasticidad demanda-renta para los alimentos durante el proceso de desarrollo oscila entre  $-0,1$  y  $-0,6$ , con un valor más probable de  $-0,3$  (8).

Si la tasa de crecimiento del P. N. B. en América Latina fuera del 7 por 100, esta magnitud se duplicaría entre 1970 y 1990, lo que traería como consecuencia un crecimiento en la demanda de alimentos del 70 por 100 sólo por esta causa. Si a esto se añade el aumento de la demanda originado por el crecimiento de la población, se llega a un aumento global del 148 por 100 para los próximos veinte años.

Según PREBISCH (9), en 1965 el producto bruto medio por persona activa agraria en América Latina era de 470 dólares de 1960, y el mismo producto bruto por persona activa en la industria era de 1.750 dólares, es decir, 3,7 veces más.

El mismo autor estima que la tasa de crecimiento anual acumulativo en el próximo ventenio será del 2,2 por 100 en el caso de la agricultura, del 3 por 100 en el caso de la industria y de algo más del 4 por 100 en el sector servicios, en la hipótesis de un crecimiento anual acumulativo del 7 por 100 en el P. N. B. (10). Se puede estimar, partiendo de estos datos, que en 1990 el producto bruto medio por persona activa agraria llegará a los 610 dólares de 1960, y que el producto bruto medio por persona activa en la industria alcanzará los 3.500 dólares de 1960, es decir, 5,75 veces más que en el caso de la agricultura.

A partir de estas estimaciones puede deducirse que la inmensa mayoría del 70 por 100 de aumento en el consumo de alimentos que se producirá entre 1970 y 1990, como consecuencia del aumento de ingresos personales, va a concentrarse en las áreas urbanas.

En el cuadro núm. 6 se presentan algunos datos provisionales sobre cantidades físicas de alimentos que están siendo elaborados por la F. A. O. para el Plan Perspectivo Mundial. Los datos disponibles se refieren únicamente a América del Sur, pero sirven para darse una idea de lo que va a ocurrir en toda la región. Entre 1965 y 1970

(8) USDA: *Elasticity of food consumption*. Foreign Agricultural Report n.º 23. Washington, 1965; pág. 5.

(9) R. PREBISCH: Obra citada, pág. 40.

(10) Idem., págs. 81-10 y 81-12.

el peso de los alimentos consumidos se elevó en un 17 por 100, y se espera que entre 1970 y 1980 el aumento represente un 41 por 100. No parece aventurado pensar, en estas condiciones, que entre 1970 y 1990 llegue a duplicarse el peso de los alimentos consumidos en América del Sur. Pero este incremento en el consumo de alimentos estará producido en su mayor parte por la población urbana. Esta es la magnitud del problema que habrá de afrontar el mecanismo de mercadeo de los alimentos y de los esfuerzos que deberán hacer los Gobiernos para asegurar el abastecimiento regular a las ciudades en los próximos veinte años.

CUADRO NÚM. 6  
DEMANDA TOTAL DE ALIMENTOS EN AMERICA DEL SUR  
TE Y CAFE INCLUIDOS  
(Millones de toneladas)

PAISES	1965	1970	1980*
<i>Total de América del Sur</i> .....	82,0	96,3	136,4
Argentina .....	12,4	14,1	16,8
Bolivia .....	1,6	2,0	2,8
Brasil .....	39,6	46,9	68,3
Chile .....	4,3	5,1	6,9
Colombia .....	8,4	9,8	14,2
Ecuador .....	2,5	3,0	4,5
Paraguay .....	1,3	1,5	2,2
Perú .....	5,7	6,5	10,1
Uruguay .....	1,7	1,8	2,2
Venezuela .....	4,5	5,6	8,4

Fuente: Datos provisionales del Plan Perspectivo Mundial de la F. A. O.  
\* Estimación mínima.

### II.3. CAMBIOS ESTRUCTURALES EN EL MERCADEO DE ALIMENTOS.

El esquema urbanístico utilizado en la fundación de las primeras ciudades coloniales de América Latina incluía un mercado en la plaza principal o plaza de armas. Estos mercados fueron siempre mayoristas y minoristas y resultaron una solución satisfactoria durante siglos. Desafortunadamente, la idea de instalar mercados mayoristas en lugares céntricos siguió vigente hasta hace poco tiempo, a pesar de los enormes cambios que se iban produciendo en la vida urbana, lo que ha llevado a situaciones indeseables en la inmensa mayoría de las ciudades latinoamericanas. El espacio disponible es insuficiente y de-

masiado costoso, lo que ha creado situaciones de congestión intolerables que afectan a extensas áreas adyacentes. El transporte resulta muy lento y caro. Las instalaciones son notoriamente anticuadas, faltas de capacidad y de condiciones higiénicas. La competencia entre mayoristas se ha visto considerablemente reducida por falta de espacio para la instalación de nuevos negocios. Los mercados se han vuelto, en fin, insuficientes para atender las necesidades de una población multiplicada y no permiten la debida adaptación exigida por la revolución en el mercadeo, que exige el urbanismo creciente y la elevación de ingresos de la población. Se puede mencionar, por último, el efecto antiestético de los viejos mercados, que rebajan la categoría de las ciudades que los albergan y que muchas veces ponen en peligro la salud de sus habitantes.

Es cierto que la inmensa mayoría de las grandes ciudades latinoamericanas han reubicado sus mercados mayoristas hace pocas décadas. Sin embargo, el crecimiento vertiginoso de las mismas y la revolución en los sistemas de mercadeo iniciada en los últimos años han determinado que aun los mercados de más reciente construcción adolezcan de varios de los defectos señalados para los antiguos mercados mayoristas tradicionales. Se impone, por tanto, la necesidad generalizada de un examen a fondo del problema, teniendo en cuenta las tendencias más recientes en los sistemas de mercadeo y las previsiones que brinda la futurología. Sólo así se podrá evitar que el considerable esfuerzo necesario para construir un nuevo mercado resulte baldío a corto plazo. De ahí la importancia de aprovechar la experiencia de los países más adelantados, recogida en forma muy esquemática en la introducción de este trabajo.

El resto de las sesiones de trabajo de esta Conferencia Técnica se dedicará, precisamente, a analizar el papel y requisitos de los nuevos mercados mayoristas que hay que construir en América Latina. Por este motivo, no se mencionarán aquí más que algunos aspectos, entre los más llamativos, y ello en forma muy esquemática.

Quizá la primera consideración a tener en cuenta es que los mercados mayoristas no pueden ser considerados como entidades independientes del resto del sistema de mercadeo y cuyo papel fundamental es el de recaudar impuestos para los municipios. Los Gobiernos, y en especial las autoridades municipales, deben comprender el importante servicio que los mercados mayoristas tienen que cumplir en el abastecimiento de las ciudades, canalizando hacia los minoristas

---

y los consumidores los productos que llegan de los mercados de acopio y de las industrias elaboradoras. Pero no es conveniente, ni siquiera deseable, que los mercados mayoristas monopolicen el abastecimiento a las ciudades. Hay que permitir y estimular la creación de circuitos paralelos, fruto de la integración en el mercado, como elemento fundamental para estipular la competencia. Son numerosas las trabas administrativas que todavía existen en América Latina, justificadas de mil maneras, para asegurar el papel monopolístico de los mercados mayoristas, y éste es uno de los factores que ha determinado la elevación innecesaria de los precios al consumidor, por impedir la expansión de sistemas más modernos y eficientes de abastecimiento.

La instalación de nuevos mercados debe tener en cuenta el desarrollo urbanístico de las ciudades y su crecimiento futuro previsible. El espacio reservado al mercado debe permitir el montaje de las instalaciones necesarias para la recepción, descarga, manipulación, almacenamiento y reexpedición de mercaderías, de acuerdo con los nuevos sistemas de transporte, manipulación, almacenamiento y venta. También deberán tenerse muy en cuenta las necesidades de ampliación futura, que habrá que estimar mediante un examen profundo del crecimiento demográfico de cada ciudad, del nivel de ingresos de sus habitantes, de los cambios esperados en su dieta y del desarrollo de circuitos paralelos de abastecimiento. Por otra parte, es necesario asegurar el fácil acceso de mercancías y compradores al mercado, así como un sistema de intercomunicación suficientemente ágil con el resto del mecanismo de mercadeo, con el fin de asegurar un fácil arbitraje y una amplia transparencia en el mercadeo de alimentos, hoy, generalmente, tan escasa.

Una de las funciones importantes de los mercados mayoristas seguirá siendo la determinación de los precios que servirán de orientación a las transacciones realizadas en otros lugares y circuitos de mercadeo. De ahí la importancia de un sistema de comunicaciones fáciles, que tendrá que complementarse con un servicio de información bien desarrollado. Todo esto exigirá, a su vez, la expansión de un sistema de clasificación normalizada de los productos y sus envases, lo que resulta esencial, por otra parte, para la expansión del autoservicio y de los supermercados.

Tanto los consumidores como los nuevos sistemas de mercadeo exigen productos cada vez más elaborados y normalizados, en los que estén garantizadas unas condiciones higiénico-sanitarias mínimas. Ello

---

exige que los nuevos mercados cuenten con instalaciones apropiadas para el manejo y envasado de estos productos, para su inspección sanitaria y para su clasificación normalizada, necesidades éstas que se verán reforzadas por una considerable expansión en la publicidad.

Por último, en la instalación de cada nuevo mercado habrá que tener en cuenta las exigencias crecientes de las cadenas de establecimientos, incluídas las cadenas voluntarias u otras organizaciones cooperativas minoristas, así como el proceso general de integración vertical y horizontal que se deja sentir en el mercadeo. Será necesario adecuar el espacio e instalaciones necesarias para las nuevas entidades que se vayan creando y tenerlas en cuenta en el reglamento del mercado respectivo.

### III. CONCLUSION

Termina aquí esta breve introducción a un tema tan sugestivo y de tanta actualidad en América Latina. El objeto de este trabajo ha sido únicamente llamar la atención sobre unos problemas que exigen soluciones cada vez más urgentes y drásticas para asegurar el abastecimiento de alimentos a las ciudades de América Latina. Dentro de muy poco tiempo ya no podrá considerarse ésta como una región agrícola, sino una verdadera región urbana, y a esta nueva etapa la lleva inexorablemente el proceso de desarrollo económico y social que se vive actualmente.

---