



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

## PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL SECTOR EJIDAL.

### Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

p r e s e n t a n

J. M. AGUSTIN AGUILAR CUEVAS  
ADOLFO I. ENRIQUEZ GONZALEZ  
LEOPOLDO REYNA MEDINA

Dirigida por: Lic. René Lechuga Peregrina

México, D. F.

1977

8538



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

1

Mi agradecimiento a todas  
las personas que han in--  
fluido en mi superación.

## CONTENIDO

Introducción .....	11
--------------------	----

### CAPITULO 1

1.1.- Objetivos de la Investigación .....	1
1.2.- Situación Actual del Sector Ejidal ....	2
1.3.- Formulación de Problemas .....	12
1.4.- Diseño de Hipótesis .....	14

### CAPITULO 2

2.1.- El papel del Lic. en Administración den tro del Sector Ejidal .....	16
2.2.- La Mercadotecnia y el Sector Ejidal ...	19
2.3.- La Mercadotecnia y su función Social ..	21

### CAPITULO 3

3.1.- Lista de Productos y Servicios Objeto - de Nuestra Investigación .....	23
3.2.- Obtención del Tamaño y Diseño de la - - Muestra .....	26
3.3.- Cuestionario y su Justificación .....	32
3.4.- Tabulación .....	48
3.5.- Análisis de los Datos .....	66

### CAPITULO 4

4.1.- Conclusiones .....	79
4.2.- Comprobación de Hipótesis .....	85
4.3.- Recomendaciones .....	89

BIBLIOGRAFIA .....	94
--------------------	----

## I N T R O D U C C I O N .

Con motivo de la elaboración de nuestro seminario de investigación hemos escogido el tema "Productos y Servicios en el Sector Ejidal", ya que el ejido fue creado para tratar de resolver los problemas sociales y de producción que tenemos en el campo, sin embargo, el ejidatario ha sido marginado del desarrollo del país.

El ejido es una unidad económica, social y jurídica que tiene personalidad propia. Se dice que es económica porque debe producir todo lo necesario para la comunidad de los ejidatarios; unidad social porque es una comunidad formada por los campesinos y sus familias; y jurídica porque tiene el apoyo de las leyes mexicanas.

Nuestra investigación trató de abarcar lo más posible en base a nuestros pocos recursos, tanto económicos como en tiempo; fueron investigados los estados de México, Hidalgo, Puebla, Guanajuato, Guerrero, San Luis Potosí, Durango, Coahuila, Oaxaca, Chiapas y Quintana Roo.

Es pues, objeto de esta investigación tratar de conocer al Sector Ejidal y buscar satisfacerle sus necesidades por medio de las recomendaciones que estamos sugiriendo.

### 1.1.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACION.

- 1.- Conocer los Aspectos Socieconómicos y Políticos del Sector Ejidal para determinar los problemas relacionados con la satisfacción de sus necesidades.
- 2.- Tener conocimiento de los Productos y Servicios que se consumen en el Sector Ejidal y conocer - las razones por las cuales no se consumen.
- 3.- Conocer qué Productos y Servicios son necesarios para el Ejido.
- 4.- Proponer las diferentes estrategias de Comercialización a Corto y a Largo plazo de los Productos y Servicios, para hacer llegar éstos al sector bajo estudio.
- 5.- Qué el Sector Ejidal mejore sus condiciones de vida, para que aumente su producción y su productividad y deje de emigrar a los centros urbanos y propiciar un desarrollo equilibrado en todo el país.

## 1.2.- INFORMACION DOCUMENTAL (Datos Secundarios).- SITUACION ACTUAL DEL SECTOR EJIDAL.

Nuestro país es relativamente pobre en tierras cultivables, las montañas y el régimen pluviométrico no nos ayudan a ser un país agrícola poderoso.

Con casi dos millones de kilómetros cuadrados, nuestro suelo debe sostener a una población que crece explosivamente. En 30 años más se estima que la población ascenderá a 138 millones, de los cuales la población en edad escolar será igual a la población total con que contaba el país en 1960.

En estas perspectivas será necesario aumentar la productividad y la producción agropecuaria, a fin de satisfacer las necesidades crecientes de la población. Sin embargo, es indispensable hacer un gran esfuerzo, pues México es país pobre en tierras cultivables, las pendientes dificultan los cultivos; una pendiente superior al 25%, si se cultiva, se ve amenazada por la erosión, una cuarta parte del país se encuentra en este caso. Sólo un 15% de nuestra superficie es apta para el cultivo, es decir, 30 millones de hectáreas. Sin embargo, apenas unos 20 millones son cultivables.

Los otros diez deberán abrirse al cultivo; hacer productivos, limpiarse, fertilizarse, a un costo muy alto, que va de 3,000 a 70,000 pesos por hectárea. Dos problemas se relacionan con este aspecto. En primer lugar, el que se refiere al reparto de tierras. Según cifras estimadas, en el México posrevolucionario se han repartido más de 84 millones de hectáreas entre dos millones y medio de ejida

tarios. Si a esto se agregan los 50 millones distribuidos entre las comunidades indígenas y pequeños o grandes propietarios, resulta que 4 millones de neolatifundistas, ejidatarios, comunes y pequeños propietarios poseen alrededor de 135 millones de hectáreas: más de la mitad del suelo nacional o sea, - - ¿qué tipo de tierra se han distribuido entre ejidatarios y comuneros: ... bosques, selvas, montes, de siertos, es decir, no aptas para el cultivo?

¿A qué las tierras se han "concedido" y no han sido entregadas? ¿A qué hay dueños o usufructuarios inexistentes?

¿A qué ha habido cambio de usufructuarios - entre 1916 y 1970?

Otro problema que surge al considerar la creciente desproporción entre el crecimiento demográfico y la dificultad y aun la rentabilidad económica, de extender las tierras cultivables. Este problema se agrava si consideramos, además, que la mitad del país es árida y semiárida, sólo una quinta parte de la superficie cultivable (4 millones de hectáreas) cuenta con sistemas de irrigación. Tres millones de hectáreas están constituidas por tierras de humedad. Una inmensa extensión de 13 millones de hectáreas es de temporal. Además existe un problema adicional: El clima. A pesar de todo, urge, aumentar la producción y la productividad agropecuaria.

Desde hace siglos, el cultivo principal de México es el maíz; se siembra en todas partes: en las pendientes de las montañas, en los solares de las casas de algunas poblaciones indígenas y hasta en los de algunas familias del Distrito Federal. Esto es sólo un ejemplo de la mala utilización de - -



nuestro suelo. En efecto, este uso de la tierras ha provocado en algunas zonas, la desforestación casi-total, con el consiguiente peligro de erosión. No es raro encontrar en algunas comunidades campesinas incendios de pastizales y de bosques, para tener un "pedacito" de tierra en donde arrojar sus semillas de maíz. Los campesinos prefieren sus cultivos tradicionales, ancestrales, y allí están.

En cuanto al aspecto social, el proceso cam-penización descampenización es inherente al desarro- llo de la sociedad agraria mexicana, y el paso de - un polo a otro ha tenido profundos significados en- el cambio social que ha experimentado su estructura agraria y global, o sea, la cam-penización esta liga- da al reparto de tierras, a la permanencia de los - campesinos en el agro; y la descampenización, a la- necesidad de proporcionar empleo a quienes rechazan las precarias condiciones de vida campesina y su- - fren el impacto de la marginalización; por falta de tierras o debido al desplazamiento producido por la mecanización o por la presión demográfica sobre las tierras ejidales. Si a esto agregamos los sistemas- de dominio (político, económico, social), que ac- - túan sobre el campesino, la situación se agrava. Y- más aún, si se considera la cada vez mayor informa- ción que lleva al campo o que reciben los campesi- - nos en las ciudades - sobre el nivel y estilo de vi- da de las clases urbanas.

La población económica activa (PEA) agrícola, incluyendo pesca y ganadería ha aumentado de 1960 a 1969, de 6,144,000 a 7,580,900. En 1973 casi el 50% de la PEA se dedicaba a labores agropecuarias.

La absorción de toda esta población, en ocu- paciones productivas, no es constante a través del-

año. Se calculan, en el análisis más optimista, en 200 días de trabajo efectivos en actividades agrícolas, en época de lluvias, de siembra y de cosecha - (en los últimos años han descendido a 100 días los días efectivos de trabajo, en algunas regiones rurales). El resto del tiempo, casi seis meses, los campesinos están desempleados o emigran a las zonas urbanas, temporalmente, en busca de trabajo, con la consiguiente presión sobre los salarios, dada la alta oferta de mano de obra; pero al no ser posible la absorción de tanta mano de obra por la industria, se abulta exorbitantemente el sector de servicios (gente subempleada).

Se han elaborado una serie de indicadores - que permiten estimar el menor o mayor grado de marginalización del proceso de desarrollo. Mientras mayor número de indicadores puedan aplicarse a grupos o comunidades, mayor será el grado de marginación.- A medida que menos indicadores correspondan a una región, grupo o comunidad, mayor será el grado de integración a los grupos desarrollados.

#### Indicadores de Marginalismo:

- 1.- Tipo de Habitación: Rural.
- 2.- Tipo de Casa: Sin servicios: Drenaje, agua potable, electricidad, etc.
- 3.- Número de Habitaciones: Con un solo cuarto.
- 4.- Aparatos Domésticos Eléctricos: No utiliza.
- 5.- Alimentación: En la alimentación normal cotidiana no se consumen alimentos con proteínas.
- 6.- Tipo de Vestido: Vestido indígena o campesino tradicional.

- 7.- Tipo de Calzado: Descalzo o zapato tipo sandalia.
- 8.- Trabajo: Rural - artesanal.
- 9.- Técnica de Trabajo: Primitiva.
- 10.- Productividad: Baja.
- 11.- Ingresos: Bajos.
- 12.- Información: No lee habitualmente periódicos - ni participa en medios de comunicación social.
- 13.- Viajes: No tiene posibilidades de viajar.

Al analizar las diferentes aportaciones al Producto Interno Bruto, se observa el descenso que sufrió el sector agropecuario o primario ya que si, en 1950, le correspondió el 17.7% del total, su contribución se redujo al 11.8% en 1969. En 1973 su participación fue de 11.4%.

La reducción de la participación del sector primario en el producto tiene estas explicaciones:

- a) Limitación de Recursos: Tanto de la tierra como de fertilizantes, agua de riego, asistencia y créditos baratos y oportunos.
- b) Inseguridad en la Tenencia: Prácticamente todos los ejidos tiene problemas de determinación de los derechos individuales, deslinde de superficie entregadas, carencia de certificados o de títulos de propiedad, confusión de límites con propiedades privadas o comunales.
- c) Bajo aprovechamiento de otros recursos naturales: La tierra no es el único recurso de los campesinos. Como ya se mencionó, son tantas las tierras repartidas, que no todas resultan cultivables. Se clasifican en tierras de labor, pastiza

les, bosques y no aptas para el cultivo. A pesar de que las tierras ejidales de pastos son 540 veces más extensas que las de "pequeña propiedad" - no mayor de 5 hectáreas, en los ejidos se tenían sólo cuatro veces más ganado.

- d) Creciente número de jornaleros: La presión demográfica, de ingresos tan reducidos de los ejidatarios y la escasa productividad de la tierra - obligan a muchos ejidatarios y a los millones de campesinos sin tierras a emplearse como jornaleros agrícolas o a emigrar.

Una encuesta reciente revela que en 1970 el 40.2% de las familias rurales percibían ingresos mensuales inferiores a 500 pesos, mientras que sólo el 8.2% de las familias rurales obtenían ingresos mensuales de 2,000 pesos o más.

En cuanto al mercado de trabajo, el subempleo en el campo presenta tendencias bien establecidas, surgidas hace mucho tiempo, cuyos efectos no han llegado a contrarrestarse por la política en boga. Esto hace que el problema del campo no sólo sea grave, sino de urgente solución.

La tasa de subempleo en los predios ejidales alcanza el nivel del 25%, y se estima en 3.5 millones el número de jornaleros agrícolas que, en promedio, han visto reducirse de 194 a 100 días efectivos de trabajo anual en el periodo de 1950 - 1960.

En el aspecto político es muy grave la dependencia del sector campesino. Su misma composición - "determina las formas de control y aglutinación de esta clase por el partido dominante y el gobierno".

La manipulación se logra a través de una com

plicada cadena que va desde los comisariados ejidales hasta el líder de Confederación Nacional Campesina, en vínculos estrechos con la Secretaría de la Reforma Agraria, el Banco Nacional de Crédito Rural, la Secretaría de Recursos Hidráulicos, etc. Esta complejidad del sistema hace que cualquier intento por elevar los niveles de vida del segmento campesino, dependa del sector público. Ahora bien, ante tal dependencia no es difícil manipular y controlar la situación.

Los campesinos y los indígenas, no tienen nada de actitudes políticas, ni esperan nada del sistema político. Este grupo tan numeroso, se caracterizan por una larga serie de actitudes derrotistas; apatía, fatalismo, resignación, estoicismo, desconfianza, sentimiento de inferioridad y odio.

## EL EJIDO.-

Para entender bien qué es un ejido, hay que darse cuenta de que todo lo que está dentro de él está unido y de que lo que le pasa a uno de sus aspectos altera o afecta al resto del ejido.

Esto es lo que queremos decir al afirmar que el ejido es una UNIDAD.

El ejido es una unidad que depende de varios factores:

- 1.- De lo que se produce, cómo se produce y como se distribuye, se vende y se consume. Esto es la economía del ejido.
- 2.- De la comunidad formada por los ejidatarios y sus familias de la manera como viven entre sí.-

Esto es el aspecto social.

- 3.- De los asuntos legales que afectan al ejido, como la propiedad de la tierra, los derechos de los campesinos y otros problemas de leyes y reglamentos. Esto es lo que quiere decir jurídico.

Así podemos definir al ejido como una unidad económica, social y jurídica.

Como Unidad Económica, el ejido debe producir todo lo necesario para la comunidad de los ejidatarios.

Para que el ejido sea una buena unidad económica debemos estar conscientes de dos cosas:

- 1.- Los ejidatarios y los campesinos producen los alimentos que necesitan todos los mexicanos que no cultivan la tierra ni crían animales, lo cual sacan del campo y a la vez, los campesinos necesitan de lo que otros mexicanos producen como: ropa, libros, maquinaria, herramientas, herbicidas, etc.
- 2.- El trabajo que hacen los ejidatarios les debe dar lo que necesitan para vivir y para superarse.

El ejido como Unidad Social es una comunidad formada por los campesinos y sus familias.

Para que un grupo sea una comunidad debe tener un pasado histórico, común, es decir, que sus padres, abuelos, etc., hayan pasado hace tiempo por los mismos hechos y situaciones. Además, deben te--

ner el mismo territorio para vivir.

Deciamos que el ejido es también una Unidad-Jurídica porque tiene el apoyo de las leyes mexicanas. En el artículo 23 de la Ley Federal de Reforma Agraria que dice:

Los ejidos o comunidades tienen personalidad jurídica, la Asamblea General es su máxima autoridad interna y se integra con todos los ejidatarios o comuneros en pleno goce de sus derechos. Quienes se encuentran suspendidos o sujetos a juicio privativo de derechos no podrán tomar parte de la misma.

Esto tienen mucha importancia:

- 1.- Decir que el ejido tiene personalidad jurídica significa que al ejido lo reconocen las leyes como una Unidad, para todos los asuntos legales y como persona moral para contratar créditos y realizar toda clase de trámites y negocios lícitos.
- 2.- Esta muy claro que es la asamblea general (de todos los ejidatarios) la que tiene la máxima autoridad en el ejido. Y que todos los ejidatarios deben participar en ella.
- 3.- Los únicos que no pueden estar en la Asamblea son los que, por violaciones a la Ley, no tengan derechos como ejidatarios o esten en un juicio para decidir si se les quitan o no sus derechos.

En resumen, el ejido es una unidad legal que debe cumplir tareas económicas y sociales. Todas sus actividades servirán para el beneficio de todos

los ejidatarios y para que su organización pueda defender mejor sus intereses.

### EL EJIDO ES MAS QUE UNA EMPRESA:

Algunos creen que un ejido es una empresa, - algo así como un negocio o una asociación para obtener ganancias.

Pero el ejido es mucho más que eso.

Claro que también hay que sacar ganancias, - pero sin olvidar que lo más importante es el mejoramiento de toda la comunidad en sus servicios sociales y, sobre todo, que los ejidatarios han de ser más conscientes para poder criticar y organizarse mejor en su comunidad y con los demás mexicanos.

El ejido no puede ser ni una empresa privada ni una estatal. El ejido colectivo trabaja como empresa comunitaria, es decir en él todos los que trabajan son dueños de los medios de producción que van adquiriendo colectivamente y en cuanto a la tierra tienen sus certificados de posesión y controlan la producción y entre todos se reparten las ganancias según el trabajo hecho por cada uno.

### LA ESTRUCTURA DEL EJIDO.

La estructura ejidal esta formada por la - - Asamblea General, que es la máxima autoridad, y por el Comisario Ejidal, los Secretarios Auxiliares, el Consejo de Vigilancia y las comisiones que nombran para ciertas tareas.



### 1.3. FORMULACION DE PROBLEMAS.

#### Problemas Primarios:

1.- ¿Cuál es el nivel socioeconómico del Sector Ejidal?

Para llegar a sugerir estrategias de Comercialización, es necesario conocer al sector bajo estudio, saber cuál es su capacidad adquisitiva y en general, cuál es el nivel de vida del ejido.

2.- ¿Qué productos y servicios se consuman en el Ejido?

El conocer qué productos y servicios se consumen actualmente en el ejido, nos dejará conocer hasta qué grado satisfacen sus necesidades los ejidatarios y sus familias.

3.- ¿Por qué no utilizan los productos y servicios?

Conocer qué razones impiden al ejidatario utilizar los productos y servicios que se le ofrecen.

4.- ¿Qué productos y servicios son necesarios para un Ejido?

Por medio del conocimiento de su forma de vida, deduciremos qué productos y servicios son los que necesitan.

5.- ¿Cuál es la influencia que tiene el Gobierno para hacer llegar los productos y servicios al ejido?

El conocimiento de este problema nos llevará a conocer en qué grado, una fuerza tan poderosa como es el Gobierno, ayuda efectivamente a mejorar la

situación de los ejidos, ya que el Gobierno es realmente el encargado de promover el desarrollo integral de estos.

#### Problemas Secundarios:

- 1.- ¿Cómo influye el nivel cultural del sector ejidal en la adquisición de los diversos productos y servicios?
- 2.- ¿Qué accesibilidad tienen los ejidos para obtener los productos y servicios?
- 3.- ¿Influyen los medios masivos y de comunicación en la adquisición de productos y servicios por parte del sector ejidal?

La formulación de estos problemas, son para conocer las causas secundarias por las cuales el sector ejidal consume o no, determinados productos y/o servicios.

#### 1.4.- DISEÑO DE HIPOTESIS.

- 1.- El nivel socioeconómico del Sector Ejidal es de los mas bajos del país, motivo por el cual hay una gran migración del campo hacia las ciudades, en busca de mejores condiciones de vida.
- 2.- El ejido sólo consume productos y servicios que satisfacen parcialmente sus necesidades de consumidor final como sus necesidades de productor.
- 3.- Los altos precios originados por el exceso de canales de distribución, impiden al sector ejidal adquirir los productos. Además la carencia de servicios es otra de las razones por las cu les está impedido de utilizar dichos servicios.
- 4.- El ejido necesita productos y servicios de acuerdo a sus actividades.
- 5.- La influencia que tiene el gobierno para hacer llegar los productos y servicios al Ejido, ha sido mal canalizada, y en muchos casos, es sólo con fines políticos.
- 6.- El nivel cultural del ejidatario, provoca que continúe adquiriendo los productos que por tradición o costumbre adquirían sus padres, abuelos, etc.
- 7.- El ejidatario tiene poca accesibilidad para adquirir los productos, porque los comercios están lejos de su localidad, por lo que respecta a sus servicios, existen un gran número de trámites para adquirirlos, lo que provoca apatía en el ejidatario para solicitarlos.
- 8.- Los medios masivos de comunicación orientan de

ficientemente al sector ejidal, desviando su -  
"poder de compra" hacia productos suntuarios de  
acuerdo a su nivel de vida.

## CAPITULO 2.

### 2.1. EL PAPEL DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION DENTRO DEL SECTOR EJIDAL.

De mucha importancia se ha considerado la participación del profesionista en el campo, ya que es éste el que a través de sus investigaciones puede detectar y corregir problemas o males existentes. La necesidad de que los ejidos se desenvuelvan equilibradamente, demanda una eficaz intervención del profesionista.

En el caso muy particular del Licenciado en Administración, su radio de acción dentro del campo es muy amplio, ya que con sus conocimientos puede contribuir a una mejor organización de este sector, que traería como consecuencia un crecimiento armónico, capaz de lograr una mejor producción, mediante una productividad acorde con los recursos que tenga a su disposición; además la formación de ejidos, ha hecho su participación más importante, puesto que los ejidos son la unión de tierra y recursos para lograr una mayor producción, que a su vez se transforme en utilidad.

Su criterio y sus conocimientos como administrador, serán importantes para la Toma de Decisiones, con el fin de satisfacer las necesidades del ejido, y no únicamente limitándose a los recursos propios, sino que inclusive, en la búsqueda de ellos. Al obtener recursos también participará activamente para que sus medios de producción se incrementen, con lo cual podrá satisfacer las necesidades del ejido y además tendrá un remanente que pueda comercializar.

Ahora bien, el verdadero progreso no se puede fincar en el mero desarrollo económico, en el fondo de la vida social está el hombre mismo como creador y beneficiario de la riqueza material, y ésta sólo debe concebirse como un medio de liberación humana, deshechando cualquier otra orientación que genere servidumbre y explotación.

El ejido no es sólo una unidad de producción, es ante todo un conglomerado de familias que buscan con su esfuerzo el mejoramiento de sus integrantes. El Licenciado en Administración debe tomar conciencia de que debe convertirse en agente de cambio, pero sin demagogia ni falsos propósitos, deben contribuir a que los ejidos se transformen en modernos núcleos de producción.

El comercializar los productos del ejido, lo pondrán a buscar mercados, calcular sus operaciones de venta, analizar costos, determinar metas, canalizar el producto a mercados favorables, en los cuales tenga mejores oportunidades de ganancia, y para ello necesitara de su capacidad para conocer la demanda de sus productos, cual es su competencia, por que medo o canales puede distribuir su mercancía y las mejoras que debe hacer a sus productos, en fin todo un proceso que le ayude a poder obtener más recursos, con los cuales pueda ir incrementando las utilidades del ejido.

El cambio que debe propugnar el Licenciado en Administración, es en el sentido de que el sistema ejidal disponga de mecanismos que optimicen la actividad económica para elevar los niveles de vida en la sociedad rural.

Mecanismos que les ayuden a obtener créditos suficientes y oportunos, asesorías sobre nuevos cultivos, sobre utilización de tecnología nueva, sobre comercialización de sus excedentes que por consecuencia lógica cada vez serían más abundantes.

Es necesario que el Licenciado en Administración con su aportación logre destruir la idea de que el problema de nuestro país es el campo; el verdadero problema son los funcionarios corruptos y demagogos que se escudan con la bandera de benefactores de los desprotegidos campesinos, para obtener beneficios particulares que los enriquecen con los recursos que supuestamente se destinan al campo.

## 2.2.- LA MERCADOTECNIA Y EL SECTOR EJIDAL

El sector ejidal como cualquier otro requiere de la satisfacción de necesidades.

Necesidades que a través de la mercadotecnia se deben satisfacer.

Se dice que en los países subdesarrollados - la comercialización es la parte de la economía menos desarrollada, debido a su incapacidad para utilizar de modo efectivo los recursos de que disponen.

La comercialización puede cambiar por sí misma el tono económicamente del sistema existente sin cambiar los métodos de producción, sino adaptándolos a los requerimientos, la distribución de la población o el ingreso.

La comercialización haría posible que los productores fabricasen bienes vendibles proporcionándoles las normas, requisitos de calidad y especificaciones de sus productos; haría posible que el artículo llegue a los mercados en vez de perecer en el camino.

La mercadotecnia con sus tres principales funciones sociales debe integrar al consumo de bienes y servicios al sector ejidal, pero no al consumo, por el sólo hecho de proporcionarle productos y servicios sino que lo ofrecido a dicho sector sea un verdadero satisfactor de sus necesidades.

Anticipar la demanda mediante la investigación y la planeación.

Una planeación adecuada de la estrategia de mercadotecnia requiere obviamente de información re



lativa a los mercados potenciales y a las reacciones que pueden tener los integrantes del sector ejidal ante las diferentes gamas de productos y servicios tendientes a la satisfacción de necesidades.

Incrementar la demanda a través de la publicidad y promoción que hagan que el sector ejidal conozca los productos y servicios que van a satisfacer sus necesidades.

Satisfacer la demanda mediante las estrategias adecuadas de transporte, almacenaje, distribución y ventas, que hagan llegar oportunamente y en forma económica los satisfactores al sector ejidal.

Es inegable que la mercadotecnia a través de sus instrumentos de operación, conozca las necesidades del sector ejidal, necesidades que no sólo serán las de proporcionarles productos y servicios.

La contribución de la mercadotecnia al sector ejidal va más allá; el ejido como cualquier otra unidad productiva, necesita comercializar su producción, el conjunto de actividades que debe realizar el sector ejidal, dirigidas a transferir la propiedad de los productos, es una función que la mercadotecnia debe de facilitarle.

### 2.3.- LA MERCADOTECNIA Y SU FUNCION SOCIAL.

Mercadotecnia es el proceso social mediante el cual la demanda de bienes y servicios se anticipa incrementa y satisface a través de la creación, promoción y distribución física de tales bienes y servicios.

Atendiendo esta definición, se aprecian tres principales clases de funciones de la mercadotecnia:

- a) Anticipar la demanda.
- b) Incrementar la demanda.
- c) Satisfacer la demanda.

Estas funciones tienen una serie de disciplinas que le proporcionan valiosa ayuda en la realización de sus objetivos.

La función de anticipar la demanda se basa en la investigación de mercados y en la planeación y desarrollo de productos.

La función de incrementar la demanda se basa en publicidad y promoción.

La función de satisfacer la demanda se basa en transportes, almacenaje, financiamiento de la distribución y ventas.

La mercadotecnia, a parte de su valor como función básica en las empresas, realiza importantes aportaciones al desarrollo social. Desarrollo que debe ser integral y no privativo de una esfera social.

Las responsabilidades de la mercadotecnia tienen una dimensión más allá del aspecto económico

este hecho concibe el proceso de mercadotecnia como uno de los elementos que controla el progreso económico y social de los países.

Se considera a la mercadotecnia como un instrumento a través del cual se transmite a la sociedad un estándar de vida; convirtiéndose en una disciplina social, para lo cual adquiere las responsabilidades inherentes, responsabilidades que exigen de la mercadotecnia una mayor orientación hacia los consumidores y hacia la dignidad humana que persigue algo más que lograr utilidades.

## CAPITULO 3.

## 3.1.- LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS OBJETO DE NUESTRA INVESTIGACION.

Se elaboró esta lista con el propósito de investigar cuáles son los productos y servicios que forman parte importante del consumo habitual en el sector ejidal, y que mostrará su nivel de consumo.- Se incluyen algunos productos, que pueden ser suministros para el ejidatario, para poder conocer si éste utiliza adecuadamente su ingreso.

## Productos

## 1.- Alimentos

Maíz, frijol, arroz.

Pan blanco de caja y repostería.

Leche pasteurizada, evaporada y condensada.

Mantequilla, crema y queso.

Carne, pescado y huevos.

Papa, tomate, jitomate, chile y té.

Azúcar.

Café.

Refrescos, cervezas, jugos enlatados y pulque.

Frituras (papas, chicharrones y charritos).

Frutas y chiles en conserva, puré de tomate, --  
atún y salsas.

Jamón y queso de puerco.

Chocolate, galletas y harinas de maíz, arroz y --  
trigo.

Aceite y manteca.

Consomé en cubo y polvo, sopas de pasta.

Cuadernos, lápices, plumas y servilletas de pa-  
pel.

Cigarros.

- 2.- Aseo Doméstico y Personal.  
 Detergente, jabón barra y jabón de pastilla.  
 Pastas de dientes, shampoo.  
 Desoderantes, talcos y cremas.  
 Lociones, lápiz labial, brillantinas.  
 Hojas, rastrillos y cremas para rasurar.  
 Papel sanitario.
- 3.- Medicamentos Populares.  
 Alka Seltzer, Aspirinas, Desenfrioles, etc.
- 4.- Vestido.  
 Pantalones, camisas, ropa interior, chamarras, -  
 vestidos, blusas, faldas, rebozo.  
 Zapatos, sandalias y huaraches.
- 5.- Muebles para el Hogar.  
 Mesas, sillas, camas, sillones, catres, rope -  
 ros, alacenas, lozas, cucharas, cuchillos y te-  
 nedores.
- 6.- Aparatos.  
 Refrigerador, estufa de gas, estufa de petróleo,  
 parrilla, licuadora, plancha eléctrica, radio, -  
 televisión, tocadiscos, consola y grabadora.
- 7.- Utensilios para el Hogar.  
 Anafre, brasero, molcajete, metate, plancha de-  
 carbón y tortillero.
- 8.- Herramienta Manual y Maquinaria.  
 Servicios:  
 Servicios Bancarios  
 Asistencia técnica, fertilizantes, manejo de la  
 tierra, semillas mejoradas, etc.  
 Transporte  
 Servicios urbanos: Carreteras, luz, drenaje, -

agua potable, etc.

Servicios Médicos

Educación

Diversiones: Cine, teatro, cantinas, billares, -  
etc.

Estaciones de Radio y Televisión

Lectura: Periódicos, revistas, etc.

### 3.2. DETERMINACION DE LA MUESTRA, TAMAÑO Y FORMA DE MUESTREO:

Para la determinación de nuestra muestra, y ya teniendo delimitado el Universo (24,000 ejidos), se utilizará la fórmula; (+)

$$n = \frac{(i)^2 (r)^2 N}{(i)^2 (r)^2 = Ne^2}$$

En donde:

- n = Tamaño de la Muestra
- i = Coeficiente de Confianza
- N = Tamaño del Universo
- r = Proporción de la Población
- e = Error de Estimación

#### i = COEFICIENTE DE CONFIANZA:

Para determinar el Coeficiente de Confianza, que deseamos sea del 95%, tomamos el valor = 1.96 - de la Tabla de Area Normal en Estimación (+).

Para mayor comodidad en el despeje de nuestra fórmula, éste valor lo tomaremos = 2, lo que nos daría un i = 96.47% aprox., con lo que se obtiene una muestra mayor.

#### N = TAMAÑO DEL UNIVERSO:

El tamaño del Universo será de 24,000 ejidos, siendo este número, con el que están trabajando las instituciones gubernamentales.

(+) = "ESTADISTICA"

TARO YAMANE, ED. HARA

e = ERROR DE ESTIMACION:

En cuanto al error de estimación se da, en esta fórmula, como un valor constante del 5%, con lo que tenemos  $e = 0.05$ .

r = PROPORCION DE LA POBLACION:

Se tomó de los cuadros gráficos de Clopper y Pearson, que nos dan 50% de proporción para 95% de coeficiente de confianza, teniendo  $r = 0.5$ .

DESPEJANDO VALORES EN LA FORMULA:

$$n = \frac{(i)^2 (r)^2 N}{(i)^2 (r)^2 + Ne^2}$$

$$n = X$$

$$i = 2$$

$$r = 0.5$$

$$e = 0.05$$

$$N = 24,000$$

$$n = \frac{(2)^2 (0.5)^2 24,000}{(2)^2 (0.5)^2 + 24,000 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{4 (0.25) 24,000}{4(0.25) + 24,000 (0.0025)}$$

$$n = \frac{1(24,000)}{1 + 60} = \frac{24,000}{61}$$

$$n = 393$$

===

Se dará un margen de 20 entrevistas para poder desechar aquellas que no reúnan los requisitos-



en la tabulación, con lo que tenemos como muestra;-

413 entrevistas

MUESTREO:

Se determinó que en 14 estados de la República se harían las entrevistas, esta lista sería sacada por el método de muestreo "Al azar simple", de cada uno de los estados que se sacó, se determinó - que número de ejidos tienen, sacándose un total que se tomó como el 100%. Se tomaron los porcentajes de cada estado, aplicándose a la muestra.

ESTADO	NO. DE EJIDOS	PORCENTAJE	NO. DE ENTREV.
CAMPECHE	225	1.77%	7
COAHUILA	800	6.51%	27
CHIAPAS	1,269	9.93%	41
DURANGO	765	5.99%	25
GUANAJUATO	1,270	9.94%	41
GUERRERO	972	7.29%	30
HIDALGO	1,028	8.19%	34
MEXICO	1,048	8.02%	33
MICHOACAN	1,820	14.24%	59
OAXACA	1,105	8.60%	36
PUEBLA	1,053	8.24%	34
QUINTANA ROO	169	1.32%	6
SAN LUIS POTOSI	998	7.81%	32
TLAXCALA	250	1.95%	8
	<u>12,772</u>	<u>100.00%</u>	<u>413</u>

Siendo el grupo de 14 alumnos, se integraron 7 parejas, las cuales harían 59 entrevistas en 7 diferentes rutas, las cuales abarcan a todos los estados de la muestra.

Las rutas se determinaron tomando en cuenta el número de entrevistas que se harían en cada estado y su situación geográfica, quedando de la siguiente forma:

	<u>ESTADOS</u>	<u>NO. DE EJIDOS</u>
RUTA # 1	DURANGO	25
	COAHUILA	27
	SAN LUIS POTOSI	<u>7</u>
		59
RUTA # 2	GUANAJUATO	34
	SAN LUIS POTOSI	<u>25</u>
		59
RUTA # 3	HIDALGO	34
	MEXICO	<u>25</u>
		59
RUTA # 4	MEXICO	8
	PUEBLA	34
	TLAXCALA	8
	OAXACA	<u>9</u>
		59
RUTA # 5	GUANAJUATO	7
	MICHOACAN	<u>52</u>
		59
RUTA # 6	CAMPECHE	7
	QUINTANA ROO	6
	CHIAPAS	41
	OAXACA	<u>5</u>
		59

RUTA # 7

OAXACA  
GUERRERO  
MICHOACAN

22

30

7

59

### 3.3.- El Cuestionario y su justificación.

Este cuestionario fue elaborado para obtener nuestros datos primarios, se hizo su prueba con ejidatarios en la Secretaría de la Reforma Agraria, para comprobar los aspectos de semántica e interés por parte del ejidatario, y sobre todo, que el cuestionario nos sirviera efectivamente para conocer los datos primarios de la Investigación.

El cuestionario es Estructurado -No Disfrazado, con preguntas abiertas, de opción múltiple y dicótomas. Se hizo de esta manera ya que era la mejor forma para encuestar, por la rapidez y sencillez de las preguntas y además para poder tabular más fácilmente la cantidad de preguntas y de cuestionarios.

El cuestionario es extenso, pero era la mejor manera de tratar todos los puntos de la investigación, sin embargo, el cuestionario era del interés del entrevistado.

El cuestionario fue aprobado unánimemente por el grupo de investigadores ya que se consideró que era comprensible por parte del ejidatario.

C U E S T I O N A R I O

1).- NOMBRE DEL EJIDO \_\_\_\_\_  
 MUNICIPIO \_\_\_\_\_  
 ESTADO \_\_\_\_\_

2).- ESTA RECONOCIDO EL EJIDO POR LA SECRETARIA DE LA REFORMA -  
 AGRARIA:

a).- (SI)      b).- (NO)

3).- NUMERO DE EJIDATARIOS EN EL EJIDO \_\_\_\_\_

4).- NUMERO DE HECTAREAS DEL EJIDO \_\_\_\_\_

5).- NUMERO DE HECTAREAS QUE TRABAJA EL EJIDO \_\_\_\_\_

6).- ¿QUE NUMERO DE HECTAREAS SON LAS QUE TRABAJA UD.? \_\_\_\_\_

7).- ¿A QUE SE DEDICA EL EJIDO PRINCIPALMENTE?:

- a).- AGRICULTURA ----- ( )  
 b).- GANADERIA ----- ( )  
 c).- TURISTICO ----- ( )  
 d).- FORESTAL ----- ( )  
 e).- AVICOLA ----- ( )  
 f).- APICOLA ----- ( )  
 g).- OTROS ----- ( )

(Si responde; AGRICOLA, hacer la pregunta a1). Si no-  
 pasa a la preg. 8)

a1).- EL CICLO DE SU COSECHA ES:

- a).- ANUAL ----- ( )  
 b).- MENOS DE UN AÑO ----- ( )  
 c).- MAS DE UN AÑO ----- ( )

a2).- ¿DE QUE TIPO ES SU TIERRA?:

- a).- TEMPORAL ----- ( )      (si responde; b).- o-  
 b).- RIEGO ----- ( )      c).-, hacer la preg.-  
 c).- AMBOS ----- ( )      a3) y a4).  
 d).- HUMEDAD ----- ( )

a3).- ¿PERTENECE SU EJIDO A ALGUN DISTRITO DE RIEGO?

- a).- SI -- ( )  
 b).- NO -- ( )      ¿POR QUE?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

a4).- ¿QUE TIPO DE RIEGO UTILIZA?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

8).- ¿HA RECIBIDO ALGUN TIPO DE PRESTAMO BANCARIO?:

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| SI -- ( ) (hacer; 8a)     | NO -- ( )                                 |
| ¿QUE TIPO?:               | ¿POR QUE?:                                |
| a).- REFACCIONARIO -- ( ) | a).- NO SE DAN ---- ( )                   |
| b).- INMOBILIARIO --- ( ) | b).- NO SABE COMO OBTE-<br>NERLO ---- ( ) |
| c).- AGRICOLA -- ( )      | c).- NO LO NECESITA -- ( )                |
| d).- OTROS _____          | d).- ES MUY ALTO EL RE-<br>DITO ---- ( )  |
|                           | e).- OTROS _____                          |

8a).- ¿QUE REDITO LE COBRAN?:

\_\_\_\_\_ % NO SABE -- ( ) NINGUNO -- ( )

9).- ¿HA RECIBIDO ALGUN TIPO DE PRESTAMO NO BANCARIO?:

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| SI -- ( ) (hacer; 9a)      | NO -- ( ) por que:                         |
| ¿QUIEN SE LO DIO? _____    | a).- NO SE DAN ---- ( )                    |
| ¿QUE LE PIDE PARA DARSELO? | b).- NO SABE COMO OBTENER<br>LO ---- ( )   |
|                            | c).- NO LO NECESITA. --- ( )               |
|                            | d).- ES MUY ALTO EL REDI-<br>TO ---- ( )   |
|                            | e).- POR NO ESTAR LEGALI-<br>ZADO ---- ( ) |
|                            | f).- OTROS _____                           |

9a).- ¿QUE REDITO LE COBRAN?:

\_\_\_\_\_ % NO SABE -- ( )

10).- ¿UTILIZA ALGUN OTRO TIPO DE SERVICIO BANCARIO?:

a).- si -- ( ) (hacer preg. 10a y 10b) b).- no -- ( )

10a).- ¿QUE TIPO?:

- a).- AHORRO -- ( ) b).- CHEQUES -- ( )  
c).- OTROS \_\_\_\_\_

10b).- ¿QUIEN LE HA OTORGADO ESTOS SERVICIOS?:

- a).- BANCO DEL GOBIERNO -- ( )  
b).- BANCO PARTICULAR -- ( )

11).- ¿QUIEN LOS REPRESENTA PARA LA OBTENCION DE UN CREDITO?:

- a).- NO SABE ---- ( )  
b).- NADIE ---- ( )  
c).- SOCIEDAD DE EJIDATARIOS ---- ( )  
d).- COOPERATIVA ---- ( )

- e).- COMISARIO EJIDAL - - - - - ( )  
 f).- OTROS \_\_\_\_\_

12).- ¿QUE REQUISITOS LE PIDEN PARA OTORGARLE EL CREDITO?:

- a).- SER MIEMBRO DEL EJIDO - - - ( )  
 b).- FORMAR PARTE DE UNA SOCIEDAD EDJIDAL - - - ( )  
 c).- AVAL - - - ( )  
 d).- TITULO DE PROPIEDAD O INAFECTIBILIDAD - - - ( )  
 e).- ESTAR LEGALIZADO EL EJIDO - - - ( )  
 f).- NO SABE - - - ( )

13).- ¿HA RECIBIDO ALGUNA VEZ SEGURO AGRICOLA?: (si es SI, hacer pregs. 13a- y 13b).

- a).- SI - - - ( ) ¿QUE TIPO? \_\_\_\_\_  
 b).- NO - - - ( ) ¿POR QUE? \_\_\_\_\_

13a).- ¿LE CONVIENE EL SEGURO?

- a) SI - - - ( )  
 b).NO - - - ( ) ¿POR QUE? \_\_\_\_\_

13b).- ¿QUIEN LE HA OTORGADO EL SEGURO?:

- a).- GOBIERNO - - ( ) b).- PARTICULAR - - ( )

NOTA: Se hace la pregunta 14 en caso de que tengan seguros o préstamos.

14).- ¿QUIEN SE ENCARGA DE LOS TRAMITES PARA OBTENER PRESTAMOS- Y SEGUROS DENTRO DEL EJIDO? \_\_\_\_\_

15).- ¿QUE FORMA DE ORGANIZACION TIENE EL EJIDO?:

- a) INDIVIDUAL - - - - - ( )  
 b) COLECTIVA - - - - - ( )  
 c) SEMICOLECTIVA - - - - - ( )  
 d) OTRA \_\_\_\_\_

16).- ¿HA RECIBIDO ASISTENCIA TECNICA?:

- a).- SI - - ( ) (hacer preguntas a1 y a2)  
 b).- NO - - ( ) (hacer pregunta a3)

a1).- ¿QUE TIPO DE ASISTENCIA?	SI	NO
FERTILIZANTES	( )	( )
HERBICIDAS	( )	( )
HERRAMIENTAS	( )	( )
MANEJO DE LA TIERRA	( )	( )
SEMILLAS MEJORADAS	( )	( )
CAPACITACION	( )	( )



MAQUINARIA ( ) ( )  
 PLANES DE INVERSION. ( ) ( )  
 OTROS \_\_\_\_\_

a2).- ¿QUIEN SE LA OTORGA?; GOBIERNO -- ( )  
 PARTICULARES -- ( )

a3).- ¿POR QUE? \_\_\_\_\_

17).- ¿QUE TIPO DE ELEMENTOS O HERRAMIENTAS UTILIZA PARA REALIZAR SU PRODUCCION?

a).- MANUALES -- ( ) (hacer la preg. 18)  
 b).- MECANICOS -- ( ) (hacer pregs. a1, a2, a3)

a1).- ¿SU MAQUINARIA... LA COMPRA -- ( ) LA ALQUILA ( )

a2).- ¿A TRAVES DE QUIEN ADQUIERE LA MAQUINARIA NECESARIA PARA SU TRABAJO? \_\_\_\_\_

a3).- ¿DONDE COMPRA ESTA MAQUINARIA? \_\_\_\_\_

18).- ¿DONDE COMPRA SU HERRAMIENTA DE TRABAJO? \_\_\_\_\_

19).- ¿COMO COMPRA ESTAS HERRAMIENTAS DE TRABAJO?:

a).- CREDITO - - - - - ( )  
 b).- CONTADO - - - - - ( )

20).- ¿COMO SE ENTERO UD. DE QUE HAY ESTA HERRAMIENTA O MAQUINARIA?:

a).- POR PARTE DEL VENDEDOR - - - - - ( )  
 b).- POR AMIGOS - - - - - ( )  
 c).- A TRAVES DE LA RADIO - - - - - ( )  
 d).- A TRAVES DE LA TELEVISION - - - - - ( )  
 e).- FOLLETOS - - - - - ( )  
 f).- OTROS \_\_\_\_\_

21).- EL MEDIO DE TRANSPORTE EN QUE LLEVA SUS PRODUCTOS AL MERCADO ES. . .

a). ALQUILADO -- ( )  
 b) PROPIO -- ( )  
 c) PAGA FLETE -- ( )  
 d) EL COMPRADOR HACE EL TRANSPORTE -- ( )  
 e) NO UTILIZA -- ( )  
 f) OTROS \_\_\_\_\_

22).- ¿EXISTEN EN EL EJIDO MEDIOS DE TRANSPORTE PUBLICO?:

SI - - - ( )

¿CUALES? \_\_\_\_\_

SON: SUFICIENTES -- ( )      INSUFICIENTES -- ( )

NO -- ( )

¿POR QUE? \_\_\_\_\_

- 23).- ¿EL EJIDO TIENE?:
- |                        | SI  | NO  |
|------------------------|-----|-----|
| a).- AGUA POTABLE      | ( ) | ( ) |
| b).- DRENAJE           | ( ) | ( ) |
| c).- ELECTRICIDAD      | ( ) | ( ) |
| d).- TELEGRAFO         | ( ) | ( ) |
| e).- CORREO            | ( ) | ( ) |
| f).- CARRETERAS        | ( ) | ( ) |
| g).- CAMINOS VECINALES | ( ) | ( ) |
| h).- TELEFONO          | ( ) | ( ) |

- 24).- ¿QUE SERVICIOS MEDICOS TIENE A SU ALCANCE EN EL EJIDO?:
- |                            |     |
|----------------------------|-----|
| a).- SALUBRIDAD            | ( ) |
| b).- SEGURO SOCIAL         | ( ) |
| c).- ISSSTE                | ( ) |
| d).- CLINICAS PARTICULARES | ( ) |
| e).- DISPENSARIOS          | ( ) |
| f).- DOCTOR                | ( ) |
| g).- FARMACIA              | ( ) |
| h).- OTROS _____           |     |

- 25).- ¿DE ESOS SERVICIOS, CUALES UTILIZA SU FAMILIA? \_\_\_\_\_

- 26).- ¿QUE ESCUELAS TIENE EL EJIDO?:      TIENE MAESTROS
- |                  |     |    |    |
|------------------|-----|----|----|
| a).- PRIMARIA    | ( ) | SI | NO |
| b).- SECUNDARIA  | ( ) | SI | NO |
| c).- TECNICA     | ( ) | SI | NO |
| d).- OTRAS _____ |     |    |    |

- 27).- ¿DE LOS SIGUIENTES ARTICULOS, CUALES DE ELLOS CONSUME SU FAMILIA?

Producto	si	no	cada cuando	compra	produce
a).- MAIZ	_____	_____	_____	_____	_____
b).- FRIJOL	_____	_____	_____	_____	_____
c).- PAN BLANCO	_____	_____	_____	_____	_____
d).- ARROZ	_____	_____	_____	_____	_____
e).- LECHE	_____	_____	_____	_____	_____
f).- MANTEQUILLA	_____	_____	_____	_____	_____
g).- CREMA	_____	_____	_____	_____	_____
h).- QUESO	_____	_____	_____	_____	_____
i).- CARNES	_____	_____	_____	_____	_____
j).- PESCADO	_____	_____	_____	_____	_____
k).- BLANQUILLOS	_____	_____	_____	_____	_____

- l).- PAPA \_\_\_\_\_  
 m).- TOMATE \_\_\_\_\_  
 n).- JITOMATE \_\_\_\_\_  
 o).- CHILE \_\_\_\_\_  
 p).- TE \_\_\_\_\_  
 q).- PULQUE \_\_\_\_\_

28).- DE LOS ALIMENTOS MENCIONADOS CON ANTERIORIDAD, EN CASO DE COMPRARLOS, ¿DONDE REALIZA SU COMPRA?

- a).- TIENDA CONASUPO - - - ( )  
 b).- TIENDA EJIDAL - - - ( )  
 c).- TIENDA PARTICULAR - - - ( )  
 d).- OTRAS \_\_\_\_\_

29.- ¿DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, CUALES DE ELLOS CONSUMEN?

PRODUCTO	SI	NO	CADA CUANDO
	DIA 3xS 1xS c/15 1xM + 1xM		
AZUCAR	_____	_____	_____
CAFE	_____	_____	_____
LECHE	_____	_____	_____
EN LATA	_____	_____	_____
PASTEURIZADA	_____	_____	_____
EN POLVO	_____	_____	_____
REFRESCOS	_____	_____	_____
CERVEZAS	_____	_____	_____
JUGO DE LATA	_____	_____	_____
PAN DE CAJA (BIMBO)	_____	_____	_____
PAN DE DULCE EN BOLSA	_____	_____	_____
PASTELITOS EN BOLSA	_____	_____	_____
FRITURAS:	_____	_____	_____
PAPAS FRITAS	_____	_____	_____
CHICHARRONES	_____	_____	_____
CHARRITOS	_____	_____	_____
SERVILLETAS	_____	_____	_____
FRUTAS EN CONSERVA	_____	_____	_____
CIGARROS	_____	_____	_____
CHILES ENLATADOS	_____	_____	_____
ATUN ENLATADO	_____	_____	_____
SALSA PICANTE EMBOT.	_____	_____	_____
JAMON	_____	_____	_____
QUESO DE PUERCO	_____	_____	_____
CHOCOLATE PARA MESA	_____	_____	_____
ACEITE	_____	_____	_____
MANTECA	_____	_____	_____
GALLETAS	_____	_____	_____

HARINA DE: \_\_\_\_\_  
 ARROZ \_\_\_\_\_  
 TRIGO \_\_\_\_\_  
 MAIZ \_\_\_\_\_  
 CONSOME: \_\_\_\_\_  
 EN CUBO \_\_\_\_\_  
 EN POLVO \_\_\_\_\_  
 SOPA DE PASTA \_\_\_\_\_  
 CUADERNOS \_\_\_\_\_  
 LAPICES \_\_\_\_\_  
 PLUMAS \_\_\_\_\_  
 VELAS O VELADORAS \_\_\_\_\_

30).- ¿LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ANTERIORES LE PARECEN?

- a).- BAJOS                    - - - - ( )  
 b).- REGULAR O BIEN       - - - - ( )  
 c).- ALTOS                   - - - - ( )

31).- ¿QUE DIFICULTAD TIENE PARA COMPRARLOS?

- a).- NINGUNA                 ( )  
 b).- SON CAROS             ( )  
 c).- NO HAY EN LA TIENDA ( )  
 d).- NO TIENE DINERO      ( )  
 e).- OTROS                 \_\_\_\_\_

32).- ¿DONDE COMPRA NORMALMENTE ESTOS PRODUCTOS?

- a).- TIENDA DE CONASUPO   ( )  
 b).- TIENDA EJIDAL         ( )  
 c).- TIENDA PARTICULAR   ( )  
 d).- MERCADO O PLAZA      ( )  
 e).- OTROS                 \_\_\_\_\_

33).- ¿COMO SE ENTERO UD. DE LA EXISTENCIA DE ESTOS PRODUCTOS?

- a).- AMIGOS                 ( )  
 b).- TELEVISION           ( )  
 c).- RADIO                 ( )  
 d).- OTROS                 \_\_\_\_\_

34).- DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL, ¿CUAL DE ELLOS USA EN SU CASA?

PRODUCTO	SI	NO	CADA CUANDO
	DIA 3xS 1xS c/15 1xM + 1xM		
JABON DE POLVO	_____	_____	_____
JABON EN BARRA PARA LAVAR	_____	_____	_____
JABON DE OLOR	_____	_____	_____
PASTA DE DIENTES	_____	_____	_____

SHAMPOO \_\_\_\_\_  
 LOCIONES \_\_\_\_\_  
 DESODORANTES \_\_\_\_\_  
 TALCOS \_\_\_\_\_  
 CREMAS \_\_\_\_\_  
 RASTRILLOS \_\_\_\_\_  
 HOJAS PARA RASURAR \_\_\_\_\_  
 CREMA PARA RASURAR \_\_\_\_\_  
 LAPIZ LABIAL \_\_\_\_\_  
 BRILLANTINAS \_\_\_\_\_  
 PAPEL SANITARIO \_\_\_\_\_

35).- ¿LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ANTERIORES LE PARECEN...

- a).- BAJOS ( )  
 b).- REGULAR O BIEN ( )  
 c).- ALTOS ( )

36).- ¿QUE DIFICULTAD TIENE PARA ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS?

- a).- NINGUNA ( )  
 b).- SON CAROS ( )  
 c).- NO HAY EN LA TIENDA ( )  
 d).- NO TIENE DINERO ( )  
 e).- OTROS ( )

37).- ¿DONDE COMPRA NORMALMENTE ESTOS PRODUCTOS?:

- a).- TIENDA CONASUPO ( )  
 b).- TIENDA EJIDAL ( )  
 c).- TIENDA PARTICULAR ( )  
 d).- OTROS ( )

38).- ¿COMO SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE ESTOS PRODUCTOS?

- a).- AMIGOS ( )  
 b).- RADIO ( )  
 c).- TELEVISION ( )  
 d).- REVISTAS ( )  
 e).- PERIODICOS ( )  
 f).- OTROS \_\_\_\_\_

39).- ¿CUANDO SE ENFERMAN A QUE TIPO DE MEDICAMENTOS RECURRE SU FAMILIA?:

- a).- RECETA MEDICA ( )  
 b).- LOS QUE LE RECOMIENDAN ( )  
 c).- LOS QUE UD. CONOCE ( )  
 d).- HIERBAS MEDICINALES ( )  
 e).- OTROS \_\_\_\_\_

40).- DE LOS SIGUIENTES MEDICAMENTOS, ¿CUALES COMPRA?

- a).- ASPIRINAS ( )
- b).- MEJORALES ( )
- c).- ALKA SELTZER ( )
- d).- SAL DE UVAS ( )
- e).- LECHE DE MAGNECIA ( )
- f).- POMADAS ( )
- g).- DESENFRIOL ( )
- h).- ENTEROBIOFORMO ( )
- i).- JARABE ( )
- j).- CURITAS ( )
- k).- ALGODON ( )
- l).- ALCOHOL ( )
- m).- MERTHIOLATE ( )

41).- ¿COMO LLEGO A CONOCER ESTOS MEDICAMENTOS?

- a).- DOCTOR ( )
- b).- FARMACEUTICO O BOTICARIO ( )
- c).- RADIO ( )
- d).- TELEVISION ( )
- e).- AMIGOS ( )
- f).- OTROS \_\_\_\_\_

42).- DE LOS SIGUIENTES ARTICULOS PARA VESTIR, ¿CUALES USA LA FAMILIA?

PRODUCTOS	SI	NO	COMPRA	PRODUCE
a).- CAMISA	_____	_____	_____	_____
b).- PANTALON	_____	_____	_____	_____
c).- ROPA INTERIOR	_____	_____	_____	_____
d).- CHAMARRAS	_____	_____	_____	_____
e).- HUARACHES	_____	_____	_____	_____
f).- SANDALIAS	_____	_____	_____	_____
g).- ZAPATO O BOTA	_____	_____	_____	_____
h).- REBOZO	_____	_____	_____	_____
i).- VESTIDOS	_____	_____	_____	_____
j).- FALDAS	_____	_____	_____	_____
k).- BLUSAS	_____	_____	_____	_____
l).- OVEROL	_____	_____	_____	_____

43).- ¿DONDE COMPRA NORMALMENTE ESTOS PRODUCTOS?

- a).- TIENDA DE CONASUPO ( )
- b).- TIENDA EJIDAL ( )
- c).- TIENDA PARTICULAR ( )
- d).- PLAZA O MERCADO ( )
- e).- OTROS \_\_\_\_\_

44).- ¿COMO SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE ESTOS ARTICULOS?:

- a).- AMIGOS ( )  
 b).- RADIO ( )  
 c).- TELEVISION ( )  
 d).- OTROS \_\_\_\_\_

45).- DE LOS MUEBLES Y APARATOS DOMESTICOS DE LA LISTA SIGUIENTE, ¿CUALES SON LOS QUE UD. TIENE?

PRODUCTO	SI	NO	CONTADO	CREDITO
MESA				
SILLA				
SILLONES				
CATRES				
CAMAS				
ROPERO				
TRASTERO O ALACENA				
TORTILLERO				
METATE				
MOLCAJETE				
LOSA DE:				
BARRO				
PELTRE				
ALUMINIO				
PLASTICO				
VIDRIO				
CUCHARA				
CUCHILLO				
TENEDOR				
ANAFRE				
BRASERO				
COMAL				
APARATOS:				
REFRIGERADOR				
ESTUFA DE GAS				
ESTUFA DE PETROLEO				
LAMPARA DE PETROLEO				
PARRILLA				
LICUADORA				
PLANCHA ELECTRICA				
PLANCHA DE CARBON				
RADIO				
TELEVISION				
TOCADISCOS				
CONSOLA				
GRAVADORA				

46).- ¿QUE DIFICULTAD HA TENIDO PARA ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS?

- a).- NINGUNA ( )  
 b).- SON CAROS ( )  
 c).- NO HAY EN LA  
 TIENDA ( )  
 d).- NO TIENE DIENRO( )  
 e).- OTROS \_\_\_\_\_

47).- COMO CONSIDERA EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS MENCIONADOS:

- a).- BAJOS ( )  
 b).- REGULAR O BIEN ( )  
 c).- ALTOS ( )

48).- DONDE LOS COMPRA:

- a).- TIENDA CONASUPO ( )  
 b).- TIENDA EJIDAL ( )  
 c).- TIENDA PARTICULAR ( )  
 d).- OTROS \_\_\_\_\_

49).- ¿COMO SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE ESTOS PRODUCTOS?

- a).- AMIGOS ( )  
 b).- RADIO ( )  
 c).- TELEVISION ( )  
 d).- OTROS \_\_\_\_\_

50).- DE LO QUE SE MENCIONA A CONTINUACION, ¿QUE ES CON LO QUE--  
 CUENTA EL EJIDO?

SI NO

CADA CUANDO VA  
 DIA 3xS 1xS c/15 1xM + 1xM  
 1xAÑO

CINE	_____
TEATRO	_____
CARPA	_____
CIRCO	_____
BILLARES	_____
BAILES	_____
CANTINAS	_____
CAMPOS DEPORTIVOS	_____
PASEOS	_____
OTROS	_____

51).- ¿QUE ESTACION DE RADIO ESCUCHA?: \_\_\_\_\_

52).- ¿QUE CANALES DE TELEVISION VE UD?: \_\_\_\_\_



53).- ¿QUE ES LO QUE UD. Y SU FAMILIA LEE?:

- a).- PERIODICOS ( )
- b).- LIBROS ( )
- c).- CUENTOS ( )
- d).- NOVELAS ( )
- e).- NINGUNO ( )
- f).- OTROS \_\_\_\_\_

### Justificación del Cuestionario.-

Preguntas 1, 2, 3, 4, 5, y 6: La localización, dar al entrevistado confianza y despertarle el interés; preguntas de presentación.

Preguntas 7, a1, a2, a3 y a4: Conocer la actividad, el tipo de tierra que predomina, los recursos que cuenta el ejido y conocer la influencia que tiene el gobierno en la distribución del riego.

Preguntas 8, 8a, 9 y 9a: Conocer el grado de utilización de los servicios de financiamiento.

Preguntas 10, 10a y 10b: Saber hasta qué grado la iniciativa privada se ha preocupado por servir a este sector.

Preguntas 11 y 12: Saber si estas organizados para poder obtener los créditos.

Preguntas 13, 13a y 13b: Ver si el ejidatario protege su inversión, si le es conveniente asegurarse y conocer si se preocupan el gobierno y la iniciativa privada por ofrecer esta clase de servicios al sector ejidal.

Pregunta 14: Pregunta puente.

Pregunta 15: Conocer el tipo de organización, los resultados que se obtienen de ella y saber si se respeta la organización.

Preguntas 16, a1, a2 y a3: Conocer si el Gobierno y la iniciativa privada se preocupan por ayudar al ejidatario a mejorar sus sistemas de producción.

Preguntas 17, a1, a2 y a3: Conocer el grado de desarrollo técnico y saber cuáles son los canales a que

acude para adquirir su maquinaria.

Preguntas 19: y 20: Saber el tipo de compra y conocer cuál es el influyente en la compra de la herramienta.

Pregunta 21: Saber si posee medios de transportar su producto y si tiene excedente para vender.

Preguntas 22 y 23: Conocer el grado de desarrollo de los servicios de infraestructura.

Preguntas 24 y 25: Ver cuáles son los servicios médicos con los que cuentan.

Pregunta 26: Conocer los medios Educativos que tiene el ejido a su alcance.

Preguntas 27 y 28: Conocer cuál es la alimentación fundamental del Ejidatario y los canales de distribución hacia el sector ejidal.

Preguntas 29, 30, 31, 32 y 33: Determinar la demanda que tienen los alimentos elaborados, su opinión acerca de su precio, la accesibilidad hacia ellos y saber como llegó a conocer los productos.

Preguntas 34, 35, 36, 37 y 38: Las mismas de las anteriores.

Preguntas 39, 40 y 41: Conocer los procedimientos que utilizan para curarse, se autoreceta, conoce las medicinas de mayor uso y saber como llegó a conocer éstas.

Preguntas 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48 y 49: Conocer su nivel social y económico, el grado en que trata de no continuar marginándose y su opinión acerca de su precio, la accesibilidad hacia estos productos.

Preguntas 50, 51, 52 y 53: Conocer el tipo de actividades recreativas a que puede tener acceso el ejidatario, así como saber con qué medios de comunicación masivos se puede llegar al ejidatario.

### 3.4.- TABULACION.

Ya concluido el proceso de levantamiento de las encuestas fueron r $\acute{e}$ visados los datos obtenidos para tratar de ver si alguno de los cuestionarios tuviera informaci $\acute{o}$ n nula para la investigaci $\acute{o}$ n; despu $\acute{e}$ s se procedi $\acute{o}$  a registrar los datos que nos llev $\acute{o}$  a la presente tabulaci $\acute{o}$ n.

Esta tabulaci $\acute{o}$ n est $\acute{a}$  hecha de manera sencilla, mostrando el concepto y su respectivo porcentaje; en algunos casos, la suma excede del 100%, debido que un Ejido podr $\acute{i}$ a tener m $\acute{a}$ s de una respuesta para una pregunta.

No se hicieron tabulaciones cruzada, ya que la gran cantidad de preguntas y cuestionarios dificultan hacerlas.

## TABULACION

7.- ¿A qué se dedica el ejido principalmente?

	%
Agricultura	93.00
Ganadería	6.00
Otros	1.00

7a1.- El ciclo en su cosecha es ...

Anual	96.00
Menos de 1 año	8.00
Más de 1 año	2.0

7a2.- ¿De qué tipo es su tierra?

Temporal	75.00
Riego	13.00
Ambos	16.00
Humedad	3.00

7a3.- ¿Pertenece su ejido a algún distrito de riego?

Sí	83.00
No	17.00

7a4.- ¿Por qué no utiliza riego?

No hay medios	55.00
No sabe por qué	17.00
No lo han solicitado	3.00
Otros	5.00
Sin respuesta	19.00

7a5.- ¿Qué tipo de riego utiliza?

Bombeo	38.00
Gravedad	30.00

	%
Aguas Negras	3.00
Goteo	2.00
Sin respuesta	27.00

8.- ¿Ha recibido algún tipo de préstamo Bancario?

Si	37.00
No	63.00

8a1.- Si ¿qué tipo?

Refaccionario	58.00
Avío	41.00
Inmobiliario	1.00

8a2.- No ¿por qué?

No los hay	42.00
No saben cómo obtenerlo	28.00
No lo necesita	11.00
Es muy alto el rédito	6.00
No lo quiere	6.00
No tiene solvencia	4.00
No le conviene	3.00

8a3.- ¿Qué rédito le cobran?

Sabe	50.00
No sabe	50.00

Sabe:

Al	le cobran
82%	10% anual
10%	12% anual
8%	8% anual

## 9.- ¿Ha recibido algún tipo de préstamo bancario?

	%
Sí	20.00
No	80.00

## a) Sí, ¿Quién se lo dió?

Prestamista	81.00
Vecinos	17.00
Familiares	1.00
Otros	1.00

## b) ¿Qué le piden para dárselo?

Documentos a firmar	46.00
Nada	13.00
Cosecha	2.00
Aval	2.00
Sin respuesta	37.00

## ¿por qué no lo ha recibido?

No hay quien preste	54.00
No sabe como obtenerlo	8.00
No lo necesita	7.00
Es muy alto el rédito	28.00
Otros	3.00

## 9a.- ¿Qué rédito le cobran?

Sí sabe	28.00
No sabe	72.00

## Sí sabe:

- al 44% le cobran del 10 al 20% anual
- al 17% le cobran del 21 al 40% anual
- al 39% le cobran del 41 hasta 120% anual





Sí, ¿Qué tipo?  
Concepto

No sabe	37%
Sobre cosecha	42%
Completo	3%
Sobre inversión	7%
Sin respuesta	10%

No, ¿Por qué?  
Concepto

No sabe cómo obtenerlo	16%
No es mucha la cosecha	3%
No se lo dan	39%
No le conviene	4%
No lo han solicitado	20%
No se lo ha ofrecido	13%
No le interesa	3%
No lo hay	11%
Otros	2%

13a) ¿Le conviene el Seguro?

a) Sí	55%
b) No	45%

No, ¿por qué?  
Concepto

No lo pagan bien	78%
No lo han recibido	2%
No supo informar	31%
No tiene qué asegurar	11%
No le interesa	13%
Tiene que pagar réditos	2%
Es una carga	2%

13b) ¿Quién le ha otorgado el Seguro?

a) Gobierno 97%                      b) Particular 3%

14.- ¿Quién se encarga de los trámites para obtener prestamos y seguros dentro del ejido?

Concepto :

Comisario ejidal 10%

No sabe 1%

Sociedad de ejidatarios 89%

15.- ¿Qué forma de organización tiene el ejido?

a) Individual 90%

b) Colectiva 4%

c) Semicolectiva 5%

d) Otra 1%

16.- ¿Ha recibido asistencia técnica?

a) Sí 32%

b) No 68%

16a).- ¿Qué tipo de asistencia?

Fertilizantes 92%

Herbicidas 82%

Herramientas 9%

Manejo de la tierra 64%

Semillas mejoradas 66%

Capacitación 38%

Maquinaria 13%

Planes de inversión 8%

Otros 1%

16a2) ¿Quién se la otorga?

Gobierno 97%

Particulare	3%
16a3) No, ¿por qué?	
No sabe ¿por qué?	25%
No hay recursos	5%
No llega	12%
No lo han ofrecido	10%
No lo han pedido	6%
No se dan	31%
Sin respuesta	10%
17.- ¿Qué tipo de elementos o herramientas utiliza para realizar su producción?	
a) Manuales	96%
b) Mecánicos	42%
c) Ambos	38%
17a1) ¿Su maquinaria...?	
La compra	17%
la alquila	83%
17a2) ¿A través de quien adquiere la maquinaria necesaria para su trabajo?	
Particulares	66%
Compra a proveedores	3%
Bancos	14%
Ellos mismo	2%
Sin respuesta	15%
17a3) ¿Donde compra esta maquinaria?	
Por medio del Banco	9%
Distribuidor	26%
No sabe	75%

18.- ¿Dónde compra su herramienta de trabajo?

Ferretería	97%
Otros	3%

19.- ¿Cómo compra estas herramientas de trabajo?

a) Crédito	2%
b) Contado	98%

20.- ¿Cómo se enteró usted de que hay esta maquinaria o herramienta?

a) Por parte del vendedor	3%
b) Por amigos	71%
c) Otros	7%
d) Uno mismo	10%
e) Por tradición	16%

21.- ¿El medio de transporte en que lleva sus productos al mercado es ...?

a) Alquilado	35%
b) Propio	9%
c) El comprador hace el transporte	28%
d) No utiliza	8%
e) Es de autoconsumo	26%

22.- ¿Existen en el ejido medios de transporte público?

Sí	66%
No	34%

Sí, ¿cuáles?

Camión	83%
Camioneta	2%
Coches de alquiler	4%

Sin respuesta	11%
Sí, son:	
Suficientes	51%
Insuficientes	49%
No, ¿Por qué?	
No hay carreteras	63%
No sabe	28%
Otros	9%

23.- ¿El ejido tiene:

a) Agua potable	65%
b) Drenaje	8%
c) Electricidad	78%
d) Telegrafo	13%
e) Correo	31%
f) Carreteras	57%
g) Caminos Vecinales	92%
h) Teléfono (caseta o Cen <u>tr</u> al)	15%

24.- ¿Qué servicios médicos tiene a su alcance el ejido?

a) Salubridad	26%
b) Seguro Social	5%
c) Clínica Particular	4%
d) Dispensario	18%
e) Doctor	40%
f) Farmacia	18%

25.- ¿De estos servicios, ¿cuáles utiliza su familia?

Salubridad	67%
Doctor particular	100%

Ninguno	6%
Clinica Particular	44%
Farmacia	18%
Dispensario médico	68%
I.M.S.S.	4%

26.- ¿Qué escuelas tiene el ejido?

a) Primaria	98%
b) Secundaria	49%
c) Técnica Agropecuaria	9%
d) Otras	1%

29). ¿De los siguientes artículos, Cuáles de ellos consume su familia?

PRODUCTO	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	1+M	COMPRA	PROD.
a) MAIZ	100%		98%						10%	90%
b) FRIJOL	100%		97%	2%	1%				34%	66%
c) PAN BL.	66%		50%	27%	13%	4%	2%	3%	99%	1%
d) ARROZ	76%		21%	29%	28%	14%	4%	5%	98%	
e) LECHE	72%		47%	24%	16%	9%	3%	2%	75%	25%
f) MANTEQ.	18%		10%	18%	25%	15%	12%	21%	81%	19%
g) CREMA	17%		9%	9%	36%	20%	3%	23%	75%	
h) QUESO	37%		6%	11%	36%	24%	9%	13%	79%	
i) CARNE	78%		12%	14%	28%	28%	10%	7%	8%	92%
j) PESCADO	38%		1%	6%	6%	14%	15%	58%	95%	
k) BLANQUILLO	94%		50%	33%	9%	4%	1%	3%	58%	42%
l) PAPA	86%		24%	30%	31%	44%	8%		98%	
m) JITOMATE	96%		80%	8%	9%	3%			96%	
n) TOMATE	76%		50%	19%	20%	9%	1%	1%	91%	
o) CHILE	100%		91%	4%	3%	1%	1%		91%	
p) TE	42%		47%	19%	17%	12%	4%	1%	40%	60%
q) PULQUE	16%		28%	15%	38%	4%	4%	5%	73%	

30) De los alimentos mencionados con anterioridad, en caso de comprarlos, ¿dónde realiza su compra?

a) Tienda Conasupo	19%
b) Tienda Ejidal	
c) Tienda Particular	86%
d) Mercado o Plaza	33%

31) ¿De los siguientes productos, cuáles de ellos consume?

PRODUCTO	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM
AZUCAR	99%		91%	7%	1%	1%		
CAFE	95%		93%	4%	2%	1%		
LECHE:								
EN LATA	7%	93%	3%	14%	52%	21%	3%	7%
PASTEURIZADA	2%	98%	20%	10%	50%	20%		
EN POLVO	11%	89%	11%	4%	31%	34%	16%	4%
REFRESCOS	89%	11%	25%	39%	29%	6%	1%	
CERVEZAS	68%		3%	12%	50%	14%	8%	13%
JUGOS EN LATA	28%	72%	12%	32%	25%	18%	4%	9%
PAN DE CAJA (BIMBO)	21%	79%	13%	7%	24%	22%	13%	21%
PAN DE DULCE	30%	70%	44%	14%	14%	11%	11%	7%
PASTELITOS								
EN BOLSA	14%	86%	14%	4%	23%	19%	21%	19%
FRITURAS:								
PAPAS FRITAS	25%	75%	5%	8%	43%	14%	12%	18%



	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM
CHICHARRONES	23%	77%	4%	8%	49%	15%	11%	13%
CHARRITOS	23%	77%	2%	9%	50%	17%	11%	11%
SERVILLETAS	19%	81%	53%	1%	8%	6%	14%	17%
FRUTAS EN CONSERVA	9%	91%		3%	11%	11%	24%	51%
CIGARROS	75%	25%	61%	21%	15%	1%	1%	1%
CHILES ENLA- TADOS	67%	33%	11%	16%	41%	16%	12%	5%
ATUN ENLATA- DOS	11%	89%	2%	2%	7%	15%	13%	61%
SALSA PICAN- TE EMBOT.	8%	92%	13%	6%	35%	16%	13%	16%
JAMON	8%	92%	3%	3%	13%	13%	16%	52%
QUESO DE P.	35%	65%	1%	1%	16%	15%	25%	43%
CHOCOLATE DE MESA	31%	69%	10%	13%	27%	16%	14%	20%
ACEITE	49%	51%	85%	4%	4%	3%	3%	1%
MANTECA	63%	37%	82%	11%	2%	1%	-	4%
GALLETAS	58%	42%	16%	22%	36%	15%	5%	6%
HARINA DE:								
ARROZ	13%	87%	13%	17%	19%	19%	15%	15%
TRIGO	21%	79%	35%	14%	10%	14%	10%	18%
MAIZ	17%	83%	16%	19%	21%	13%	10%	19%
CONSUME:								
EN CUBO	39%	61%	34%	37%	22%	6%	-	1%
EN POLVO	12%	88%	57%	19%	13%	6%	2%	2%
SOPA DE PASTA	78%	22%	19%	34%	38%	5%	2%	-
CUADERNOS	89%	11%	-	1%	14%	27%	17%	41%
LAPICES	89%	11%	-	1%	15%	32%	23%	29%
PLUMA	63%	37%	-	-	12%	14%	23%	51%
VELAS O VELA- DORA	60%	40%	10%	14%	37%	14%	5%	19%

32) ¿Los precios de los productos anteriores le parecen?

- a) Bajos -
- b) Regular o Bien 19%
- c) Altos 81%

33) ¿Qué dificultad tiene para comprarlos?

- a) Ninguna 26%
- b) Son caros 42%
- c) No hay en las tiendas 6%
- d) No tiene dinero 31%
- e) Otros 1%

34) ¿Donde compra normalmente estos productos?

a) Tienda Conasupo	38%
b) Tienda Ejidal	-
c) Tienda Particular	87%
d) Mercado o Plaza	25%
e) Otros	2%

35) ¿Cómo se enteró usted de la existencia de estos productos?

a) Amigos	76%
b) Televisión	7%
c) Radio	14%
d) Por ellos mismos	35%
Por tradición	3%
Otros	3%

36) De los siguientes productos de Aseo Personal, ¿Cuál de ellos usa en su casa?

PRODUCTOS	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xS	+1xM
JABON EN POLVO	100%	-	69%	16%	8%	6%	-	-
JABON EN BARRA								
PARA LAVAR	90%	10%	68%	11%	14%	4%	-	8%
JABON DE OLOR	92%	8%	54%	15%	23%	4%	3%	1%
PASTA DE DIENTES	57%	43%	75%	10%	11%	1%	2%	-
SHAMPOO	10%	90%	31%	18%	33%	5%	8%	5%
LOCIONES	11%	89%	18%	20%	38%	11%	9%	4%
DESODORANTES	12%	88%	29%	19%	40%	4%	2%	5%
TALCOS	19%	81%	20%	14%	51%	4%	3%	8%
CREMAS	29%	71%	43%	22%	24%	6%	5%	-
RASTRILLOS	68%	32%	11%	23%	47%	7%	1%	11%
HOJAS PARA RASU- RAR	99%	1%	8%	9%	71%	8%	1%	1%
CREMA PARA RASU- RAR	2%	98%	11%	22%	22%	1%	22%	22%
LAPIZ LABIAL	11%	89%	11%	23%	50%	2%	9%	-
BRILLANTINAS	25%	75%	15%	13%	45%	9%	16%	-
PAPEL SANITARIO	32%	68%	84%	2%	2%	2%	5%	5%

37) ¿Los precios de los productos anteriores le parecen ....

a) Bajos	-
b) Regular o Bien	20%

38) ¿Qué dificultad tiene para adquirir estos productos?

a) Ninguna	28%
b) Son caros	52%
c) No hay en la tienda	5%

- d) No tiene dinero 23%
- e) Otros 1%
- 39) ¿Dónde compra normalmente estos productos?
- a) Tienda Conasupo 23%
- b) Tienda Ejidal -
- c) Tienda Particular 92%
- d) Otros 1%
- 40) ¿Cómo se enteró de la existencia de estos productos?
- a) Amigos 51%
- b) Radio 17%
- c) Televisión 8%
- d) Revistas 1%
- e) Periódico 2%
- f) Por uno mismo 43%
- 41) Cuando se enferman, ¿A qué tipo de medicamentos recurre su familia?
- a) Receta médica 81%
- b) Lo que le recomiendan 17%
- c) Los que usted conoce 16%
- d) Hierbas medicinales 9%
- e) Otros 1%
- 42) ¿De los siguientes medicamentos cuáles compra?
- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| a) Aspirinas 89%    | g) Desenfriol 91%      |
| b) Mejoral 97%      | h) Enterobioformo 67%  |
| c) Alka Seltzer 52% | i) Jarabe p/la tos 89% |
| d) Sal de Uvas 69%  | j) Curitas 90%         |
| e) Leche de Mag 42% | k) Algodón 90%         |
| f) Pomadas 63%      | l) Alcohol 96%         |
|                     | m) Merthiolate 78%     |
- 43) ¿Cómo llegó a conocer estos productos?
- a) Doctor 65%
- b) Farmacéutico 34%
- c) Radio 9%
- d) Televisión 7%
- e) Amigos 24%
- f) Tradición 24%
- 44) De los siguientes artículos para vestir, ¿Cuáles usa su familia?
- Camisas 100%
- Pantalón 100%

Ropa Interior	96%
Chamarras	80%
Huaraches	65%
Sandalias	33%
Zapatos o Botas	78%
Rebozo	62%
Vestidos	99%
Faldas	83%
Blusas	87%
Overoles	4%

45) ¿Dónde compra normalmente estos productos?

a) Tienda Conasupo	4%
b) Tienda Ejidal	-
c) Tienda Particular	91%
d) Plaza o Mercado	25%
e) Otros	2%

46) ¿Cómo se enteró de la existencia de estos artículos?

a) Amigos	60%
b) Radio	9%
c) Televisión	3%
d) Por uno mismo	40%
e) Otros	3%

47) De los muebles y aparatos domésticos de la lista siguiente, ¿Cuáles son los que usted tiene?

	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>CONTADO</u>	<u>CREDITO</u>
MESA	94%	6%	94%	6%
SILLAS	97%	3%	95%	5%
SILLONES	8%	92%	94%	6%
CATRES	70%	30%	78%	22%
CAMAS	66%	34%	73%	27%
ROPERO	52%	48%	73%	27%
TRASTERO O ALACENA	75%	25%	70%	30%
TORTILLERO	42%	58%	97%	3%
METATE	84%	16%	93%	7%
MOLCAJETE	88%	12%	97%	3%
LOSA DE BARRO	83%	17%	95%	5%
LOSA DE PELTRE	71%	29%	94%	6%
LOSA DE ALUMINIO	43%	57%	90%	10%
LOSA DE PLASTICO	44%	56%	96%	4%
LOSA DE VIDRIO	43%	57%	93%	7%
CUCHARA	90%	10%	96%	4%
CUCHILLO	71%	29%	96%	4%

	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>CONTADO</u>	<u>CREDITO</u>
TENEDOR	35%	65%	97%	3%
ANAFRE	22%	78%	99%	1%
BRASERO	32%	68%	97%	3%
COMAL	97%	3%	91%	9%
REFRIGERADOR	12%	88%	37%	63%
ESTUFA DE GAS	36%	64%	51%	49%
ESTUFA DE PETROLEO	22%	78%	79%	21%
LAMPARA DE PETROLEO	12%	88%	52%	48%
PARRILLA	6%	94%	100%	-
LICUADORA	22%	78%	55%	45%
PLANCHA ELECTRICA	62%	38%	63%	37%
PLANCHA DE CARBON	37%	63%	89%	11%
RADIO	91%	9%	58%	42%
TELEVISION	24%	76%	49%	51%
TOCADISCOS	10%	90%	52%	48%
CONSOLA	5%	95%	40%	60%
GRABADORA	4%	96%	87%	13%

48.- ¿Qué dificultad ha tenido para adquirir estos productos?

- a) Ninguna 24%
- b) Son caros 58%
- c) No hay en la tienda 5%
- d) No tiene dinero 22%
- e) Otros 1%

49.- ¿Cómo considera el precio de estos productos?

- a) Bajos 1%
- b) Regular o Bien 14%
- c) Altos 85%

50.- ¿Dónde los compra?

- a) Tienda Conasupo 4%
- b) Tienda Ejidal -
- c) Tienda Particular 89%
- d) Otros 7%

51.- ¿Cómo se enteró de la existencia de estos productos?

- a) Amigos 52%
- b) Radio 8%
- c) Televisión 3%
- va el vendedor 7%
- uno mismo 37%
- tradición 3%

## 52.- ¿Qué es con lo que cuenta el ejido?

	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM
CINE	8%	92%		6%	38%	9%	19%	28%
TEATRO	1%	99%					67%	33%
CARPA	6%	94%						100%
CIRCO	1%	99%						100%
BILLARES	19%	81%	6%	3%	25%	6%	19%	41%
BAILES	51%	49%			7%		35%	58%
CANTINAS	60%	40%	2%	2%	30%	25%	18%	23%
DEPORTIVOS	78%	22%	7%	2%	63%	6%	3%	19%
PASEOS	24%	76%	2%		2%	24%	11%	61%

## 53.- ¿Qué estación de radio escucha?

a) Local	26%
b) Regional	12%
c) Nacional	60%
d) Otras	4%
e) F. M.	-
f) Cualquiera	-

## 54.- ¿Qué canal de televisión ve usted?

2	77%
4	23%
5	37%
8	22%
13 (TCM)	24%
Regional	8%
Todos	4%

## 55.- ¿Qué es lo que usted y su familia lee?

a) Periódicos	50%
b) Libros	21%
c) Cuentos	39%
d) Novelas	21%
e) Ninguno	23%
f) Otros	2%

### 3.5.- ANALISIS.-

Se encontró que el 93% de los ejidos en el país se dedica a la Agricultura, de los cuales el 96% tienen una producción anual, con un 75% de tierras de temporal y solamente el 29% de riego, del anterior porcentaje el 84% pertenece a distritos de riego, utilizando bombeo el 38% y el 30% riego por gravedad, considerando también los que no lo utilizan encontramos que el 55% no tienen los recursos necesarios para proporcionarse el riego.

En el renglón crediticio, se encontró que solamente el de los ejidos han obtenido créditos bancarios, predominando con un 58% los de tipo refaccionario y el 41% de avío al 82% le cobran una tasa del 10% anual, al 10% le cobran el 12%, y al 8% restante le cobran el 8% anual.

De los ejidos que no han obtenido créditos bancarios, el 42% manifestó que ninguna institución de crédito opera en su región; el 28% no sabe qué trámites debe hacer para obtener algún crédito y el 11% dice no necesitarlo.

De préstamos no bancarios, el 20% de los ejidos lo han obtenido, del cual, el 81% de los préstamos proviene de prestamistas y el 17% de parte de vecinos que se encuentran en posibilidades de prestar. A un 46% le piden la firma de documentos y al 13% no les piden nada. De los ejidos que no han recibido este tipo de préstamos, en el 54% de los casos no existe quién los otorgue y el 28% considera el crédito muy alto. De los que habían recibido préstamos no bancarios, al 44% le cobraban de un 10 al -

20% anual de interés y al 39% de un 41 hasta el - -  
120% anual.

Utilizan otro tipo de servicio bancario el -  
3%, del cual el 69% es de ahorro y el 31% de che- -  
ques, siendo el banco del Gobierno quien les ha - -  
otorgado el 94% de estos servicios y bancos particul  
lares el 6%.

En un 42% de los ejidos el Comisario Ejidal,  
es la persona que los representa en la obtención de  
créditos, y en un 40% de los ejidos les piden como-  
requisito para otorgarle crédito, ser miembro del -  
ejido.

Para proteger la producción contra los ele-  
mentos naturales fuera del control del hombre, ta-  
les como; Sequías, inundaciones, granizadas, incen-  
dios, heladas, exceso de humedad producida por las-  
lluvias constantes, enfermedades, plagas, etc., só-  
lo el 29% se ha asegurado, siendo el 42% sobre cosech  
a, y el 37% de los ejidatarios desconocen el tipo  
de seguro que han recibido.

Las causas por las cuales 71% de los ejidatar  
rios no han recibido seguro, se debe a que en un -  
39% no se lo dan, el 20% no lo ha solicitado y un -  
16% no saben como obtenerlo.

Respecto a los ejidatarios que cuentan con -  
seguro, no le conviene a un 45%, debido a que el -  
78% de ellos piensan que no lo pagan bien; del 29%-  
de los ejidos que cuentan con seguro al 97% se los-  
otorga el Gobierno y el 3% lo reciben de particula-  
res.

El 90% de los ejidos se encuentran trabajan-



do en forma individual, en forma semi-colectiva, 5% y sólo en un 4% en forma colectiva.

En cuanto a Asistencia Técnica se refiere, - únicamente un 32% la recibe, sobre fertilizantes el 92%, herbicidas 82%, semillas mejoradas 66%, manejo de tierras 64%, capacitación 38%, maquinaria 13%, - estos porcentajes son en base a los ejidos que si - reciben Asistencia Técnica. De los ejidos que reciben Asistencia Técnica se las proporciona el gobierno en un 96%.

De los ejidos que no han recibido Asistencia Técnica, señalaron en un 31%, que no se daba esta - Asistencia Técnica en la región.

El 96% de los ejidatarios utiliza para su - producción, implementos manuales y el 42% maquinaria, de éstos, el 83% la alquila y los restantes la compran.

Se encontró, que los ejidatarios que alquilan maquinaria la adquieren a través de particulares en un 66%; el 26% de los que compran la maquinaria, lo hacen a través de los distribuidores.

Las herramientas para su trabajo las compran un 86%, en ferreterías, siendo al contado su forma de compra, ya que sólo el 2% lo hace a crédito.

Los ejidatarios adquieren su maquinaria o herramienta por influencia de sus amigos, en el 71% - de los casos, un 16% por tradición y el 10% buscan ellos mismos lo que desean.

En cuanto al medio de transporte que utilizan los ejidatarios para llevar sus productos al - mercado, lo alquila el 35%, el comprador hace por -

su cuenta el traslado de ellas en el 28%, 26% es de autoconsumo. El 66% de los ejidatarios manifestó que cuenta con medios públicos para transportarse, siendo de éstos el 83% camiones de pasajeros.

Se encontró que resultan suficientes esos transportés en un 51%, y quienes no cuentan con este servicio lo atribuyen en un 63% a la carencia de carreteras.

Los ejidos que cuentan con agua potable son el 65%; con drenaje el 8% y electricidad el 78%.

Manifestaron contar con telégrafo sólo el 13%, y el 31% servicio de correo.

Por carreteras se puede llegar al 57% de los ejidos y en un 92% por caminos vecinales.

Se encontró que el 15% cuenta con comunicación telefónica. Los servicios médicos que tiene el ejido a su alcance son: Un 26% servicios de Salubridad; 40% médico particular, el 18% dispensarios y sólo el 5% tienen Seguro Social.

De estos servicios utilizan Salubridad el 67% de los ejidatarios, el 68% utiliza el dispensario médico y de los ejidos que cuentan con médico particular el 100% de los ejidatarios acuden a ellos.

Los ejidos que tienen escuelas primarias llega al 98%, secundarias el 49% y Escuelas Técnicas Agropecuarias 9%.

El 100% de los ejidatarios consume el Maíz, de los cuales el 98% lo consume diariamente, produciéndolo un 90% de los ejidatarios.

El frijol es consumido por el 100% de los ejidatarios, con una frecuencia del 97% diariamente, siendo producido el 66%.

El 66% de los ejidatarios consume el pan blanco, con una frecuencia del 50% diariamente, y 27% tres veces por semana, y un 13% una sola vez por semana.

El arroz el ejidatario lo consume en un 76%, del cual el 21% lo consume diariamente, el 29% tres veces por semana, y el 28% una vez por semana; el 98% lo compra.

El 72% de los ejidatarios consume leche, de los cuales el 47% la consume diariamente, el 24% tres veces por semana y el 16% una vez por semana. El 75% de éstos compran la leche.

El 18% de la población ejidal consume mantequilla, de este total el 18% la consumen tres veces por semana y el 25% una vez por semana.

La crema la consumen el 17% de los ejidatarios, de los cuales el 36% una vez por semana y cada quince días el 24%.

El 37% de la población ejidal consume queso, del cual el 36% lo hace una vez por semana, el 20% cada quince días y el 23% en periodos mayores de un mes.

La carne el 78% la consume, de los cuales el 28% la come semanalmente y en ese mismo porcentaje cada 15 días. El 92% de estos consumidores la produce.

El 30% de los ejidatarios come pescado, del-

cual el 58% lo hace en períodos mayores de un mes.

Los huevos los consumen un 94% de los ejidatarios, siendo el 50% diariamente y el 33% tres veces por semana; de los que consumen huevo, el 42% lo produce.

La papa la consume un 86%, del cual el 44% - cada quince días; tres veces por semana y una vez - por semana el 30% y 31%, respectivamente. El jitomate lo consume un 96%, el tomate el 76%, el chile el 100%, el té y el pulque el 16%, siendo el mayor porcentaje de consumo en este último, el 38% semanalmente.

La compra de estos productos, el ejidatario la realiza en un 86% en tienda particular, en un 33% en el mercado o plaza y sólo un 19% en tienda - Conasupo.

El 99% de los ejidatarios consumen azúcar, - de los cuales el 91% lo consume diariamente.

El 95% de los ejidatarios son consumidores - de café, de los cuales un 93% lo consume diariamente.

En los ejidos la leche en lata se consume en un 7%, la pasteurizada 2% y la leche en polvo en un 11%. El consumo de la leche en lata el 52% es semanal y el 50% con respecto a la pasteurizada; de la leche en polvo el 31% una vez por semana y el 34% - cada 15 días.

El consumo de refrescos en los ejidos llega al 89%, del cual el 39% los consume 3 veces por semana, el 29% 1 vez por semana y el 25% diariamente.

El 68% de los ejidatarios consumen cervezas, la frecuencia de consumo es de el 50% 1 vez por semana principalmente.

Los jugos en lata los consumen el 28% de los ejidatarios con una frecuencia del 32% tres veces por semana y el 25% una vez por semana.

El pan de caja lo consumen el 21% de los ejidatarios.

El 30% de los ejidatarios son consumidores de pan de dulce, del cual el 44% lo consumen diariamente.

En el ejido el consumo de pastelitos en bolsa es de un 14%, papas fritas 25%, chicharrones 23%, charritos 23%, servilletas el 19%, frutas en conserva el 9%, de este porcentaje el 51% los consume en períodos mayores de un mes.

El 75% de los ejidatarios fuman, con una frecuencia del 61% diariamente: El 67% de los ejidatarios consumen chiles enlatados, del cual el 41% los consumen cada semana respecto del atún enlatado sólo el 11% lo consume, de este porcentaje, el 61% lo consumen en períodos mayores de un mes.

El 8% de los ejidatarios come jamón, haciéndolo un 52% en períodos mayores de un mes; el queso de puerco lo consume el 35%, de este porcentaje el 43% en períodos mayores de un mes y el 25% una vez por mes.

El 31% de los ejidatarios consume chocolate de mesa, de este porcentaje el 27% una vez por semana y el 20% en períodos mayores de un mes.

El aceite es consumido por el 49%, siendo el 85% consumidor diario.

El 63% de los ejidatarios consumen manteca con una frecuencia del 82% diario, en cuanto a las galletas tenemos que el 58% de la población ejidal las compra, presentando una frecuencia de consumo del 36% una vez por semana. Siguiendo con nuestro análisis, obtuvimos los siguientes porcentajes, en las harinas de arroz, trigo y maíz: En la primera encontramos que sólo el 13% la consume; de la harina de trigo, el 21% la compran, consumiéndola el 35% diario y por último, tenemos la harina de maíz en la cual sólo el 17% la utilizan. El consomé, tanto en cubo como en polvo son utilizados en un 39% y 12% respectivamente, de lo que se encontró que el 37% consume el consomé en cubo 3 veces por semana. Las sopas de pasta las come un 78% de la población ejidal, con una frecuencia del 39% semanalmente y el 34% tres veces por semana.

El 89% del sector ejidal compra cuadernos con una frecuencia del 41% en períodos mayores de un mes; los lápices también el 89% los compran en un 32% cada quince días en períodos mayores de un mes el 29%; y las plumas, el 63% las compran, el 51% en períodos de más de 1 mes. Las veladoras las usan el 60% y el 37% las adquieren semanalmente. En cuanto a los precios de los productos anteriormente analizados, tenemos que en la población ejidal al 81% se le hacen altos. Considerando que el 42% tienen dificultad para adquirirlos por la carestía, el 31% no tiene para comprarlos. De estos productos, el ejidatario compra en un 87% en tiendas particulares, un 38% en Conasupo y el 25% efectúa sus com-

pras en mercados o plazas.

El 76% de los ejidatarios se enteraron de la existencia de los productos anteriores por sus amigos y el 35% los llegaron a conocer por ellos mismos.

De los jabones en polvo se obtuvo que el 100% los usa, diariamente el 69%; el 90% utiliza el jabón en barra, el 68% diario, y el jabón de olor lo usa el 92% con una frecuencia del 54% diariamente.

La pasta de dientes la compra el 57%; usándola el 75% diario; el shampoo el 10% lo usa; del cual el 33% lo usa una vez por semana; casi en igual proporción tenemos la compra de lociones, ya que sólo el 11% las utiliza en una proporción del 38% semanalmente; de los desodorantes obtuvimos que el 12% de los ejidatarios los usa con una frecuencia del 40% cada semana; los talcos sólo el 19% los usa; del cual 51% lo utilizan una vez por semana; las cremas son usadas por el 29%, del cual el 43% las usan diariamente; el 68% tienen rastrillos para rasurarse, el 99% usan navajas de rasurar, con una frecuencia de compra del 74% una vez por semana; la crema para rasurar sólo la utilizan el 2%. Sólo el 11% compran lápiz labial y lo utilizan el 50% semanalmente; el 25% usa brillantina con una frecuencia del 45% semanalmente y por último tenemos el papel sanitario, del cual el 32% de la población ejidal lo consume, en un 84% diariamente. De los productos anteriores, al 80% de los ejidatarios los precios les parecen altos.

El 50% de los ejidatarios encuentran los pro

ductos de Higiene Personal caros y el 23% dicen no tener el dinero suficiente para comprarlos.

De los que sí consumen estos productos, encontramos que el 92% los compran en tiendas particulares y el 23% en tiendas CONASUPO.

Se encontró que el 51% de los ejidatarios se enteraron de la existencia de estos productos a través de amigos y el 17% por medio de la radio y un 8% de la televisión; el 43% los conoció por él mismo.

Los ejidatarios cuando se enferman recurren en un 81% a la receta médica, un 17% hace caso de las recomendaciones de terceros, un 16% utiliza medicamentos que él conoce, y solamente el 9% utiliza hierbas medicinales.

A través del estudio, se conoció que en promedio, el 70% consumen medicamentos populares (Alka Seltzer, desenfriolito, etc.).

Conocieron estos productos en un 65% por el Médico, en un 34% por medio del Farmacéutico o Boticario, el 24% por amigos, el 9% por la radio y el 7% por televisión; y un 24% por tradición.

En cuanto a los artículos para vestir se encontró que en la familia del ejidatario el 100% de estos utilizan camisas, pantalones, ropa interior y vestidos; el 65% utiliza huaraches y el 33% usa sandalias, el 78% utiliza zapatos o botas, el 83% usa faldas, el 87% blusas y rebozos el 63%. El 100% de los ejidatarios compran su ropa.

El 91% compran su ropa en tienda particular-



y un 25% en plaza o mercado.

Los ejidatarios conocieron estos artículos - por amigos en un 60%, por ellos mismos en el 40%.

En cuanto a los muebles de los ejidatarios, - las mesas el 94% la tienen y sólo el 6% de ellos - las compran a crédito. Tienen sillas un 97% y hay - un 95% que las compran al contado. Sillones, los - tienen el 8% de ellos y los compran un 6% a crédito.

Manifestaron contar con catres el 70% y el - 66% de ellos con camas, comprándolas en un 22% y - 27% de ellos, respectivamente, en abonos.

El 52% de los ejidatarios tienen ropero, y - el 75% tienen trastero, haciendo su compra el 70% - de ellos al contado del trastero, y el 73% del rope ro. Se encontró que 42% de los ejidos cuenta con - tortilleros, el 84% con metate y un 88% molcajete.

Su loza es de barro en un 83%, de peltre el - 71%, de aluminio él 43% y el mismo porcentaje es de vidrio, comprándolas de contado más del 90% de los - ejidatarios, en todos los tipos.

Los ejidos tienen cucharas en un 90% de los - casos, adquiriéndolas de contado. Cuchillo el 71%, - el tenedor lo usan el 35%, comprando de contado.

Manifestaron, en un 22% que tienen anafre, - el 32% que cuentan con brasero y el 97% de los eji - datarios tiene comal.

Se encontró, en cuanto a aparatos, que el re - frigerador lo tienen el 12% de los ejidos y que só - lo un 37% de ellos lo compra de contado.

El 36% tienen estufa de gas y un 22% de petróleo, que las compran de contado en el 51% y 79% de todos los casos, respectivamente.

Un 12% tiene lámpara de petróleo, que la compran al contado el 52% de ellos. Cuentan con parri-llas el 6% de los ejidatarios y las compran de contado.

La licuadora es comprada a crédito en un 45% del 22% manifestando que la poseen. Plancha eléctrica tienen el 62% y de carbón un 37% de ellos, y la compran en el 63% y 89% de los casos, respectivamente, al contado.

Tienen radio el 91% de los ejidatarios, y de ellos lo obtuvieron al contado en un 58%. La televisión la poseen el 24% de los ejidatarios y sólo el 49% la adquirió al contado.

Se encontró que el 10%, 5% y 4% cuentan con tocadiscos, consola y grabadora, respectivamente, y que en el mismo orden, la compran al contado en un 52%, 40% y 87% de ellos.

Para la obtención de estos artículos, los ejidatarios tuvieron dificultad, porque son caros para el 58% y no tiene dinero el 22%.

Manifestaron que son altos los precios que tienen éstos artículos el 85%. El 89% de los ejidatarios los adquieren en tiendas particulares.

En lo referente a muebles y artículos eléctricos para el hogar, se encontró que el 52% de los ejidatarios se enteraron de la existencia de estos productos por medio de amigos, un 37% al verlos en

las tiendas, el 8% por medio de la radio y el 3% de la televisión, por vendedor a domicilio un 7%.

Así como también se encontró que el 78% de los ejidos cuentan con campos deportivos, asistiendo un 63% cada semana, el 60% cuentan con cantinas, las cuales son visitadas en un 30% cada semana y un 25% cada 15 días.

Cuentan los ejidos con cines un 8% y asisten el 38% una vez a la semana, el 28% a más de un mes.

El 19% cuenta con billares, cuya frecuencia de visita es el 41% a más de un mes, el 25% cada semana, el 19% cada mes. También se vió que el 51% de los ejidos gustan de hacer bailes, aunque su frecuencia sea del 58% a más de un mes y el 35% cada mes.

El 25% de los ejidatarios salen de paseo como una frecuencia del 61% a más de un mes y el 25% cada 15 días.

Las estaciones de radio que se escuchan son: Con cobertura nacional el 60%, el 26% estaciones locales y el 12% regionales.

También se encontró que el 77% de los que ven televisión acostumbran ver el canal 2, el canal 5 y el 37%, el canal 8 el 22% y Televisión Cultural de México (13) en un 24%.

También se investigó el tipo de lectura, que acostumbra el ejidatario, encontrándose que el 50% lee periódicos, el 21% libros, el 39% cuentos y novelas 21%; el 23% no lee nada.

#### 4.1.- Conclusiones:

Los ejidos se dedican básicamente a la Agricultura y sólo tienen una cosecha por año, lo que ocasiona una baja producción, y por lo mismo un bajo ingreso para los ejidatarios.

Las tierras de los ejidatarios, en su mayoría son tierras de temporal, no pueden llegar a tener de riego, ya que no cuentan con los recursos necesarios, porque no tienen excedentes o ahorro para poder invertir en el equipo requerido.

Aún sigue siendo muy deficiente la acción del Sistema Crediticio en el medio rural, ya que sólo un tercio de los ejidatarios han recibido créditos; en muchos casos no los han recibido porque algún banco destinado a dar créditos a los ejidatarios, no opera en la región, o porque el banco no usa procedimientos accesibles a la educación del ejidatario, lo que provoca que el ejidatario carezca de dinero que le ayude a producir más y mejor; y sólo puede sembrar con el poco dinero con que cuenta y por consecuencia obtienen muy poca cosecha y lógico, poco dinero.

Por otra parte, el ejidatario se resiste a obtener un préstamo no bancario, que todavía le viene a arruinar más, ya que las tasas de interés en su mayoría son altas.

Se observó que los ejidos no utilizan algún otro tipo de servicio bancario, como son: Ahorro, cheques, etc., esto se debe a que son servicios que están muy lejos de su alcance económico.

#### 4.1.- Conclusiones:

Los ejidos se dedican básicamente a la Agricultura y sólo tienen una cosecha por año, lo que ocasiona una baja producción, y por lo mismo un bajo ingreso para los ejidatarios.

Las tierras de los ejidatarios, en su mayoría son tierras de temporal, no pueden llegar a tener de riego, ya que no cuentan con los recursos necesarios, porque no tienen excedentes o ahorro para poder invertir en el equipo requerido.

Aún sigue siendo muy deficiente la acción del Sistema Crediticio en el medio rural, ya que sólo un tercio de los ejidatarios han recibido créditos; en muchos casos no los han recibido porque algún banco destinado a dar créditos a los ejidatarios, no opera en la región, o porque el banco no usa procedimientos accesibles a la educación del ejidatario, lo que provoca que el ejidatario carezca de dinero que le ayude a producir más y mejor; y sólo puede sembrar con el poco dinero con que cuenta y por consecuencia obtienen muy poca cosecha y lógico, poco dinero.

Por otra parte, el ejidatario se resiste a obtener un préstamo no bancario, que todavía le viene a arruinar más, ya que las tasas de interés en su mayoría son altas.

Se observó que los ejidos no utilizan algún otro tipo de servicio bancario, como son: Ahorro, cheques, etc., esto se debe a que son servicios que están muy lejos de su alcance económico.

En cuanto a los trámites necesarios para que el ejido pueda obtener crédito, se encontró, que el comisario ejidal, es la persona indicada para resolver este tipo de necesidad. Actividad que realiza deficientemente, ya que generalmente no se encuentran capacitados.

Dos tercios de los ejidos no han recibido seguro, los motivos por los cuales carecen de este servicio son los mismos que para obtener créditos. Respecto a los que reciben seguro, consideran que la recuperación no cubre la inversión real, por lo tanto esto hace que el ejidatario reaccione negativamente ante este tipo de servicios. Generalmente el Estado es el que les otorga este servicio.

La mayoría de los ejidos están organizados en forma individual, situación que les dificulta mucho poder organizarse para obtener muchos de los servicios que proporcionan los organismos oficiales.

Dos tercios de los ejidos carecen de Asistencia Técnica, debido al poco interés que han puesto los Organismos encargados de proporcionarla, motivo por el cual, el proceso de tecnificación en el campo a permanecido estático, y provoca que haya poca productividad.

Dos quintas partes utilizan maquinaria, esto afirma la poca tecnificación en el campo, y con esto poca producción.

La producción de los ejidos es de autoconsumo y el poco excedente es transportado en vehículos del comprador, y con esto el ejidatario tiene que vender a precios bajos, ya que no puede concurrir al mercado directamente.

La mitad de los ejidos cuentan con camiones y otros medios de transporte, notándose que la - - - - -transportación en el sector ejidal ha mejorado mucho, pero que todavía faltan medios de transporte.

Casi todos los ejidos carecen de drenaje, - - - - -siendo el agua potable y la electricidad lo que más tienen, esto ha hecho que mejoren su nivel de vida y su salud.

La comunicación por medio de correo y telé-- - - - -grafo es insuficiente, la comunicación por carretera también es insuficiente, razón por la cual mu -- - - - -chos productos y servicios difícilmente llegan al - - - - -ejido, y los que llegan son muy caros.

Los servicios médicos que otorga el Gobierno son menores que de los médicos particulares.

Casi el 100% de los ejidos cuentan con prima-- - - - -rias, la mitad cuenta con escuelas secundarias, pero muy pocas con escuelas Técnicas Agropecuarias, - - - - -esto es otro de los factores que hacen que el ejido todavía esté muy atrasado en sus sistemas de produc-- - - - -ción.

Existe un mayor consumo de productos prima-- - - - -rios en la alimentación, como son maíz, frijol, leche, carne, huevo, café, etc., gracias a que en un alto porcentaje de ellos lo producen.

Aquellos productos que necesita comprar los-- - - - -adquiere en tiendas particulares o en el mercado, - - - - -motivo por el cual tiene que pagar precios muy al-- - - - -tos en comparación con los precios de las ciudades, ya que son excesivos los canales de distribución.

Los alimentos manufacturados, no los consume ya que no tiene dinero o son muy caros para él. Si los llega a consumir es ocasionalmente. Cuando llega a comprarlos lo hace en tiendas particulares, principalmente, siendo esto una razón muy poderosa que los hace estar fuera del renglón de consumidores.

El principal influyente en la compra es el amigo que por alguna experiencia o por consejo de otra persona recomienda algún producto, por tal motivo, muchas veces su decisión de compra la deforma influenciado por segundas o terceras personas que tienen conceptos muy diferentes.

Existen toda clase de jabones en el ejido que utilizan diariamente o muy frecuentemente, esto facilita su aseo personal y el de sus casas.

La pasta de dientes, la crema y el rastrillo de rasurar, son productos que con mayor frecuencia usan casi la mitad de los ejidatarios, situación que nos demuestra que en el ejido hay una gran preocupación por el aspecto personal, y que son consumidores en potencia, que necesitan ser orientados eficientemente.

La mayoría de los ejidatarios consideran que los artículos de aseo, son caros, con lo cual quedan fuera de las posibilidades de compra de este sector, causando con esto una baja demanda de estos artículos.

Los ejidatarios tienen dificultad para adquirir los productos de aseo, debido a que los compran muy caros en las tiendas particulares.



La influencia que tienen los medios masivos de comunicación en cuanto a la orientación para el consumo de estos productos es mínimo, ya que la mayor parte de ellos se enteran de estos productos por medio de amigos o por que los ven en la tienda y ya tienen conocimiento de ellos.

El ejidatario está logrando rebasar la etapa de autoreceta y consumo de hierbas medicinales, ya que recurre a medicamentos de uso común (mejorales, aspirinas, etc.), y otros medicamentos recetados por el médico o el farmacéutico.

En cuanto a vestido se refiere, el ejidatario recurre a la compra en tiendas particulares y sólo elabora la ropa para la mujer. El ejidatario ha logrado un importante avance, en cuanto al tipo de ropa que usa ya que es ésta más moderna, demostrando con esto que está al pendiente de los cambios, y que encausando esto es bueno, ya que puede motivarse para progresar.

El ejidatario recurre a sus amigos o a las tiendas para decidir lo que compra, generalmente lo hace porque no está actualizado del todo, pero tiene la inquietud inicial de cambiar y de actualizarse.

La televisión y la radio no le influyen en cuanto a la compra de su ropa.

La casa del ejidatario cuenta generalmente con: Mesa, sillas, camas o catres, trastero, metate, molcajete, comal y radio, esencialmente, esto revela que el ejidatario no es del todo primitivo, que ya ha tenido avance pero aún no el suficiente.

La influencia que tienen los medios masivos de comunicación en cuanto a la orientación para el consumo de estos productos es mínimo, ya que la mayor parte de ellos se enteran de estos productos por medio de amigos o por que los ven en la tienda y ya tienen conocimiento de ellos.

El ejidatario está logrando rebasar la etapa de autoreceta y consumo de hierbas medicinales, ya que recurre a medicamentos de uso común (mejorales, aspirinas, etc.), y otros medicamentos recetados por el médico o el farmacéutico.

En cuanto a vestido se refiere, el ejidatario recurre a la compra en tiendas particulares y sólo elabora la ropa para la mujer. El ejidatario ha logrado un importante avance, en cuanto al tipo de ropa que usa ya que ésta está más moderna, demostrando con esto que está al pendiente de los cambios, y que encausando esto es bueno, ya que puede motivarse para progresar.

El ejidatario recurre a sus amigos o a las tiendas para decidir lo que compra, generalmente lo hace porque no está actualizado del todo, pero tiene la inquietud inicial de cambiar y de actualizarse.

La televisión y la radio no le influyen en cuanto a la compra de su ropa.

La casa del ejidatario cuenta generalmente con: Mesa, sillas, camas o catres, trastero, metate, molcajete, comal y radio, esencialmente, esto revela que el ejidatario no es del todo primitivo, que ya ha tenido avance pero aún no el suficiente.

Todos los muebles y utensilios los compra al contado, salvo en los casos de aparatos como el refrigerador, televisión y consola, pero quienes las tienen son pocos. Para los ejidatarios son muy caros estos productos, ya que no tienen dinero con que adquirirlos.

El ejido cuenta con campos deportivos, dos tercios de los ejidos cuentan con cantinas pero son muy pocos los que tienen cines, teatros, circos, etc.

Se encontró que el ejidatario sí tiene acceso a los medios masivos de comunicación, ya que el 91% de los ejidatarios tiene radio, el 50% lee periódicos y el 24% tienen televisión, sólo que éstos como no están dirigidos hacia su problemática, sólo los utiliza como medio de distracción, pero al contenido de los mensajes nos les hacen caso.

En resumen, podemos concluir que el ejidatario dispone de pocos recursos y paga muy caro los productos básicos que necesita.

El ejidatario compra en tiendas particulares todos los artículos que le hacen falta, influido por sus amigos al ver que ellos tienen el artículo.

La publicidad no orienta al ejidatario porque los mensajes no están acordes a la educación ni al modo de vida del sector ejidal.

Por otro lado, el Gobierno sólo maneja políticamente los servicios, ya que la mayoría carece de éstos, y el sector privado no interviene en nada para tratar de satisfacer en el renglón de servicios a los ejidatarios.

#### 4.2.- COMPROBACION DE HIPOTESIS.

- H 1.- El nivel socioeconómico del Sector Ejidal es - de los más bajos del país, motivo por el cual hay una gran migración del campo hacia las - ciudades, en busca de mejores condiciones de vida.
- C 1.- Se pudo comprobar que dada la baja productividad en el campo, por la falta de recursos para obtener buenas cosechas y con ello utilidades que le permitan vivir decorosamente al ejidatario, éste se ve en la necesidad de emigrar hacia las grandes ciudades, en busca de trabajos, o en su defecto dentro de su misma localidad busca subemplearse para poder tener medios económicos con que subsistir.
- H 2.- El ejido sólo consume productos y servicios - que satisfacen parcialmente sus necesidades - de consumidor final, como sus necesidades de productor.
- C 2.- La mercadotecnia actual no se ha enfocado hacia el desarrollo de productos que satisfagan las necesidades en los ejidos, por tal motivo se comprueba esta hipótesis, ya que todos los productos de consumo popular son fabricados - para satisfacer necesidades en los centros urbanos.
- H 3.- Los altos precios originados por el exceso de canales de distribución, impiden al sector - ejidal adquirir los productos. Además la ca--rrencia de servicios es otra de las razones - por las cuales está impedido de utilizar di--

chos servicios.

- C 3.- Se comprueba también que el exceso de interme  
diarios para obtener utilidades en los produc  
tos, sea uno de los hechos que hacen que el -  
precio en los productos sea elevado y como -  
consecuencia impide al ejidatario adquirir -  
los productos, ya que además la carencia de -  
servicios dificulta al ejidatario poder utili-  
zarlos.
- H 4.- El ejido necesita productos y servicios de -  
acuerdo a sus actividades.
- C 4.- Se comprueba que los próductos y servicios -  
que llegan al ejido, no están propiamente es-  
tudiados para el consumo de estos, ya que se-  
pudo observar que hay productos y servicios -  
que resultan suntuarios, y que aquellos que -  
verdaderamente necesitan, son de baja calidad,  
o muy sofisticados y que no van de acuerdo al  
tipo de necesidades en el campo.
- H 5.- La influencia que tiene el gobierno para ha--  
cer llegar los productos y servicios al Ejido,  
ha sido mal canalizada, y en muchos casos, es  
sólo con fines políticos.
- C 5.- La buena voluntad, por decirlo así, que el go  
bierno ha puesto para que el sector ejidal es  
té proveído de todo aquello que satisfaga sus  
necesidades, no ha sido suficiente, ya que ge  
neralmente los encargados de vigilar y promo-  
ver la distribución de los productos y servi-  
cios lo hacen con el espíritu de lucro, en be  
neficio propio y deforman todas las políticas  
que pudieran ser eficientes o beneficiosas pa

ra el ejido, en otras palabras, el exceso de compadrazgos nunca dejará progresar al sector ejidal.

- H 6.- El nivel cultural del ejidatario, provoca que continúe adquiriendo los productos que por tradición o costumbre adquirían sus padres, abuelos, etc.
- C 6.- Esta hipótesis se comprueba, ya que aún en los ejidos no se ha elevado el nivel cultural, y por lo tanto como consumidores se resisten aún a cambiar todo aquello que tienen por costumbre usar.
- H 7.- El ejidatario tiene poca accesibilidad para adquirir los productos, porque los comercios están lejos de su localidad, por lo que respecta a sus servicios, existen un gran número de trámites para adquirirlos, lo que provoca apatía en el ejidatario para solicitarlos.
- C 7.- Se comprueba también que si existen ejidos que tengan dificultad por la falta de facilidades para adquirir productos, éste principalmente por las grandes distancias que muchas veces tienen que recorrer para poder localizar o adquirir aquel producto necesario para ellos; y también con respecto a los servicios estas dificultades crecen, ya que la mayoría de los prestadores de servicios, con la gran cantidad de trámites o requisitos que le piden a los ejidatarios, hacen inaccesible la obtención de estos, llevándolos hacia la frustración y apatía, con lo cual propician su enajenación.

- H 8.- Los medios masivos de comunicación orientan - deficientemente al sector ejidal, desviando - su poder de compra hacia productos suntuarios de acuerdo a su nivel de vida.
- C 8.- La información que al ejido llega, hemos podido comprobar es completamente deficiente y esto se debe a que todos los programas de comercialización utilizados por los medios masivos de comunicación, son enfocados directamente - hacia el consumo suntuario o innecesario, o - satisfacer otro tipo de necesidades; y que en el ejido perjudican la orientación de compra, ya que en este sector aún no se han satisficho muchas de las necesidades más elementales.

#### 4.3.- RECOMENDACIONES.

El ejido es un mercado muy limitado para las empresas productoras ya que el ejidatario no obtiene el suficiente ingreso para poder adquirir los productos que le son ofrecidos y también porque dichos productos son muy caros, aunado a la dificultad de que el ejidatario no puede adquirirlos porque no los hay en su localidad.

Para contrarrestar estos problemas recomendamos que se creen programas de Producción, Distribución y Consumo Popular, por medio de la colaboración de los Sectores Público y Privado para fortalecer económicamente al Sector Ejidal, mediante una sensible reducción del precio de los productos, y que se permita un más acelerado desarrollo industrial, basado en una producción masiva que alimente un mercado popular en constante expansión y una mayor satisfacción de las necesidades del Sector Ejidal, que de esta manera se incorporaría al mercado como consumidor. De esta forma sería posible un desarrollo sano de nuestra economía.

Los programas que se proponen se basarían en las siguientes premisas:

- 1.- La utilización de la planta industrial ya existente, de ambos sectores, la cual cuenta con capacidad instalada para poder producir en mayor escala, sin sacrificios que vayan más allá de sus posibilidades o de su capacidad.
- 2.- La utilización de todos los medios a disposición del Estado para impulsar y promover los programas, sin que se basen en políticas de sub



sidio o grandes gastos.

3.- La creación de Centros Masivos de Distribución:

Estos serían los lugares donde se venderían y almacenarían los productos.

Estos centros estarían estratégicamente situados, de tal manera que al ejidatario le quede cerca de su localidad.

Los Centros Masivos de Distribución serían propiedad de CONASUPO y/o DE FONAFE.

4.- Que se cuente en su oportunidad con la simpatía del Sector Ejidal.

Estos programas tendrían como objetivo hacer llegar al Sector Ejidal los productos básicos, a un precio mucho más accesible.

El proceso para lograr este objetivo sería:

- 1.- Estandarizar la producción, estimando cantidades que absorbería este mercado para poder producir en forma masiva, definiendo la calidad necesaria de los productos.
- 2.- Determinar el costo mínimo al que se pueden producir los diferentes productos.
- 3.- Los canales de Distribución serían los siguientes: Las empresas productoras le venderían a Conasupo y/o FONAFE; la empresa productora llevaría a los Centros Masivos de Distribución la mercancía. Aquí el Ejidatario el comerciante Detallista y el público en general adquiriría los productos que necesitara.

Comerciante Detallista podría adquirir ahí los productos para poderlos ofrecer en su localidad a un precio accesible al Ejidatario.

- 4.- Las formas de venta serían al Mayoreo, medio Mayoreo y menudeo.
- 5.- Los precios al menudeo estarían en base al costo del producto así como del salario mínimo para el campo de la región donde se estén vendiendo los productos. Se procuraría que el comerciante detallista al comprar al mayoreo o medio mayoreo tuviera un descuento para poder vender a un precio accesible y que pudiera tener alguna utilidad en la venta, respetando los precios oficiales.
- 6.- Los productos que estarían dentro de este programa serían alimentos básicos elaborados, productos para el aseo, tanto domésticos como personal, ropa, herramienta, así como muebles y aparatos domésticos de tipo económico.
- 7.- El Estado, por medio de Conasupo y/o FONAFE sería el controlador de precios, el coordinador y promotor de estos programas.
- 8.- Los servicios de los Centros de Distribución Masiva se promoverían por medio de la radio, tanto de red nacional como local. Se considera a la radio ya que según nuestro estudio se encontró que casi todos los ejidatarios la escuchan.

La creación de estos programas traería como consecuencia una mayor satisfacción del Sector Ejidal, así como también mayor creación de fuentes de

trabajo, tanto de las Empresas Industriales como de los Centros Masivos de Distribución, así como la creación de los servicios necesarios para esta gente ocupada.

Las acciones de estos programas, por pequeña que fuera las escalas en que se iniciarían, podrían tener grandes alcances, ya que crearía un efecto multiplicador y liberaría enormes sumas para el consumo adicional y el ahorro, lo cual expandería él haciendo posible un más acelerado progreso industrial, un sector menos marginado y más satisfecho.

Por lo que respecta a Servicios de Asistencia Técnica (producción, administración ejidal, y comercialización de productos), créditos bancarios, alquiler y/o compra de maquinaria, el seguro agrícola o ganadero, recomendamos que se creen Equipos de Asistencia que comprendan los servicios antes mencionados.

Los Equipos de Asistencia estarían formados por técnicos y profesionistas de la S.R.A., S.A.G., así como de técnicos y profesionistas de empresas que produzcan o vendan fertilizantes, maquinaria agrícola, etc.

Estos Equipos de Asistencia irían a los ejidos en el tiempo más oportuno, para conocer los problemas que tienen los ejidos y proporcionarles la ayuda que estos necesitaran.

Los Equipos de Asistencia estarían divididos en distritos o zonas de Asistencia. Estos Equipos visitarían los ejidos en forma continua, según la necesidad del ejido. Los Equipos de Asistencia tam-

bién se encargarían de efectuar los trámites de solicitudes de crédito, seguros, y riego.

Se propone la asistencia técnica de particulares para que los gastos sean menores para el gobierno y que también la empresa privada pudiera expandir su mercado, al vender directamente sus productos a los ejidatarios a un precios mucho más accesible.

Los préstamos que otorgará el banco serían en forma de paquetes, que comprendieran semilla, fertilizantes, compra de maquinaria o alquiler, compra de ganado, seguro agrícola o ganadero, así como también vales de consumo para los Centros de Distribución Masiva.

De esta manera se podría lograr una mayor producción y productividad del sector ejidal y que sea uno de los principales factores en el desarrollo de nuestro país.

## B I B L I O G R A F I A

- 1.- Investigación de Mercados  
Westfall y Boyd  
Edit. UTEHA
- 2.- Ecología y las Organizaciones  
Guillermo Michel  
Edit. Trillas
- 3.- Manual de Organización Ejidal  
S.R.A., CONASUPO, C.N.C., Banco Nacional Agro-  
pecuario.
- 4.- Sistemas de Comercialización  
Facultad de Contaduría y Administración  
Edit. Limusa.
- 5.- Análisis Económico 1973  
Edit. Expansión
- 6.- Manual de Administración Rural  
S.R.A., CONASUPO, C.N.C., Banco Nacional Agro-  
pecuario
- 7.- Comercialización  
Jerome McCarthy  
Edit. Ateneo
- 8.- Dirección de Mercadotecnia  
Philip Kotler  
Edit. Diana

9.- Ley Federal de Reforma Agraria

10.- Estadística  
Taro Yamane