



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

MERCADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL SECTOR EJIDAL.

116

vest

Seminario de Investigación Administrativa
Que para obtener el título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A :
FRANCISCO JAVIER ROQUE VAZQUEZ

ASESOR: LIC. RENE LECHUGA PEREGRINA

México, D. F.

1978

9103



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.

A mis padres: Victor Roque L.
Hilda Vázquez de R.

A mis hermanos, con el cariño
que nos une.

P R O L O G O .

La presente tesis se elaboró con el propósito de conocer cual es la situación real que padece el Sector Ejidal en cuanto a la compra de productos y servicios.

Por medio de este estudio se tratará de conocer cual es el índice de consumo de productos elaborados y no elaborados y los servicios de los cuales dispone para satisfacer sus necesidades y ver si estos son suficientes.

Es necesario crear mecanismos de comercialización para = identificar y definir mercados, para promoverlos, para recorrer en forma ordenada, objetiva y planeada el camino para en contrar consumidores eliminando intermediarios, conjuntar a = la parte productora con la consumidora para el diseño de nuevos y mejores productos y el planteamiento de nuevos conceptos y procesos de distribución en el campo.

El objetivo de realizar este estudio es el de conocer == los productos y servicios que se están consumiendo y de aquellos que sean verdaderamente necesarios para este sector. Para lo cual se propondrán diferentes estrategias de comercialización, que redundarán positivamente en beneficio de este sector, lo cual será un paso hacia la solución de sus problemas.

Agradecemos la valiosa ayuda que nos proporcionaron el = Lic. en Admón. René Lechuga Peregrina y el Lic. en Admón. Arturo Carrasco, los cuales participaron valiosamente en la corrección y supervisión del presente estudio.

Ciudad Universitaria, octubre de 1976.
Facultad de Contaduría y Administración.

C A P I T U L O I

FIJACION DE OBJETIVOS.
E INVESTIGACION DOCUMENTAL

I.I OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

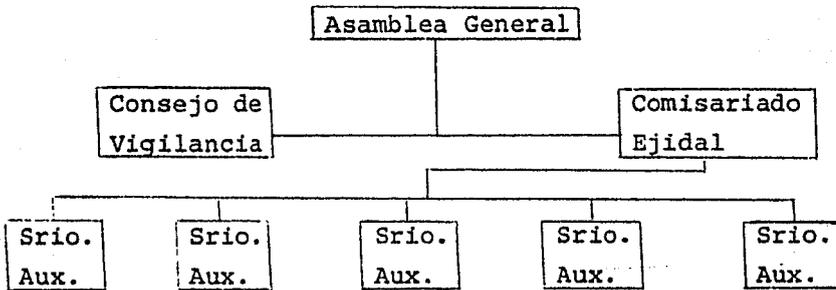
- 1.- Elaborar el Seminario de Investigación necesario para obtener el título de Licenciado en Administración.
- 2.- Obtener el conocimiento de todos y cada uno de los productos y servicios que se consumen en el sector ejidal y aquellos que necesitan.
- 3.- Conocer los productos y servicios necesarios en el sector ejidal.
- 4.- Proponer las diferentes estrategias de comercialización para beneficio de este sector.
- 5.- Conocer la problemática socioeconómica que existe en el setor ejidal.

1.2 SITUACION ACTUAL DEL SECTOR EJIDAL

1.2.1 EL EJIDO

La ley Federal de la Reforma Agraria, la cual entró en vigor a partir del día 1° de mayo de 1971, se concibe al ejido como una unidad de producción y la considera desde tres puntos de vista:

1.- ECONOMICO; es una unidad integral de producción la cual está organizada de la siguiente manera:

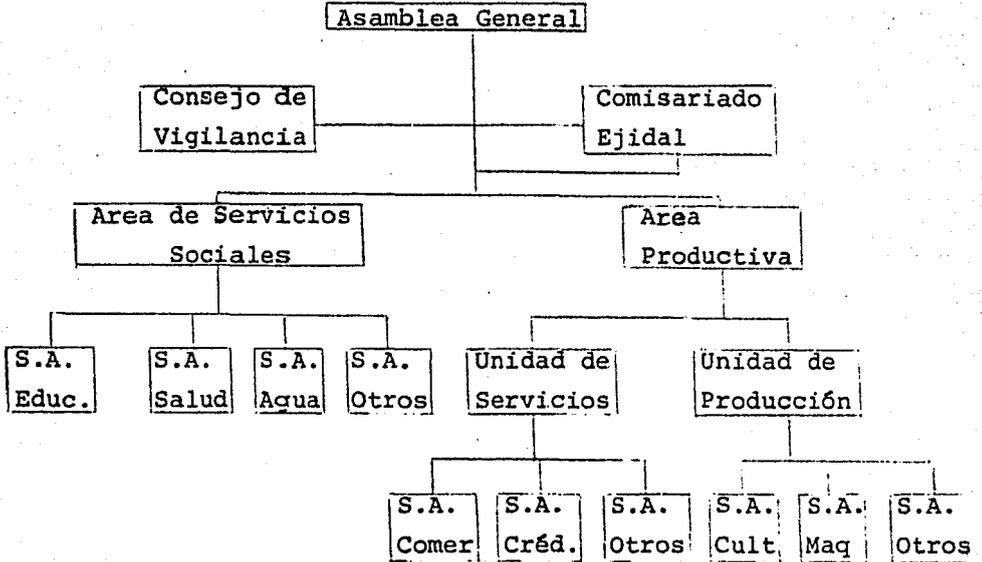


El ejido se diferencia de otras agrupaciones productivas por las siguientes características:

- Propietario de los medios de producción.
- Que no existen vínculos obrero-patronales.
- La generación de capital y plusvalía se debe al trabajo realizado por sus miembros.
- El producto de este trabajo revierte en reducción de costos, autofinanciamiento, obras de beneficio social y reparto de utilidades.
- Que a través de su voto en la asamblea todos asumen la dirección, programación y evaluación, al mismo tiempo que ejecutan las decisiones acordadas.

Al ir cumpliendo los objetivos o etapas el ejido, su organización se vuelve más compleja, pudiendo estructurarse de la siguiente manera: los dos niveles más altos se conservan, pero a partir del Comisariado Ejidal se derivan diversas funciones, las cuales les corresponden desempeñar a los Secretarios Auxiliares, estas funciones pueden ser tantas -

como necesidades tenga el ejido, lo anterior se puede observar gráficamente en el organigrama siguiente:



2.- SOCIAL; ya que sus habitantes comparten un mismo-pasado se desenvuelven en el mismo medio, donde viven y del cual viven, dando como resultado relaciones de trabajo y de carácter social.

La Ley Federal de la Reforma Agraria dota el ejido de zonas urbanas además de dotar de terreno el ejidatario para que construya su casa, la disponibilidad de zona urbana "permite la instalación de aquellos servicios que la comunidad-requiera; centros educativos, comerciales, recreativos, religiosos etc., en donde se cumplen funciones económicas y -sociales, se brinda la oportunidad de comunicarse a la comunidad y coadyuvan a su desarrollo integral.

3.- POLITICO; en la medida en que funcione la democracia interna en el ejido, y de que cada ejidatario sepa lo que decide con su voto habrá de influir en las políticas agrarias dictadas.

Actualmente, se puede definir al ejido como la extensión total de tierra que ha recibido un núcleo de población campesina para su explotación con las limitaciones que señala la Ley. El Estado para crear este tipo de propiedad puede realizarla de oficio o a petición de partes a través de los procedimientos de dotación y ampliación de ejidos o creación de nuevos centros de población ejidal.

Para ser beneficiario de este tipo de propiedad se precisa cumplir los siguientes requisitos:

- Un núcleo de por lo menos 20 mexicanos por nacimiento.
- Ser mayor de 16 años o de cualquier edad si tuviera familia.
- Ser trabajador de la tierra y con carencia de ella.
- Sin capital mayor a 10 000 pesos en la industria ó comercio o de 20 000 en la agricultura.
- Tener una antigüedad de 6 meses en relación a la petición.

A pesar de que a la fecha se han creado nuevos centros de población ejidal y se ha continuado con el reparto de tierras, la tierra más productiva (de riego) sigue concentrada en pocas manos mediante el arrendamiento y la simulación.

La falta de solución a los expedientes agrarios, el deslinde y la consiguiente titulación frena el aprovechamiento de las superficies beneficiadas mediante las obras de riego. La falta de títulos cierra la posibilidad de obtener crédito y la falta de definición de la tenencia de la tierra impide el cultivo.

La definición de la tenencia de la tierra se complica ya que las resoluciones agrarias dictadas hace ya muchos años se combinan con otras más recientes de modo -- que con frecuencia, sobre una parcela ejidal o sobre total la superficie de un ejido se sobreponen derechos e -- inclusive se muestran certificados de inafectabilidad.

1.2.2. EDUCACION

Se puede considerar la educación en el medio rural como deficiente, en primer lugar son muy pocas las escuelas rurales que proporcionan educación para el ciclo completo de educación primaria.

Las oportunidades para que el niño campesino prosiga estudios medios o superiores prácticamente no existen, el campesino por lo general tiene ingresos muy bajos y no esta en posibilidades de sostener a sus hijos fuera de casa para realizar estudios superiores.

El niño campesino debe contribuir con su trabajo para complementar el ingreso familiar razón por la cual no puede asistir a la escuela.

Casi no existen escuelas secundarias en el medio rural, ni escuelas donde se impartan cursos de capacitación de actividades agropecuarias o escuelas superiores de agronomía.

El habitante del campo como el de la ciudad tiene derecho a capacitarse por lo tanto la educación rural no debe limitarse a unos cuantos años de educación primaria sino inclusive a estudios más avanzados.

Es dramático el hecho de que el número de niños sin escuela ha aumentado, según el censo de población de 1960 había 34 millones de niños sin escuela y en el censo de 1970 esa cifra se había elevado a 5.2 millones, esto significa nada menos que el 42% de la población en edad escolar, no tenía posibilidad de estudiar.

1.2.3 ASISTENCIA MEDICA

En cuanto a servicios médicos, se tenían según la Secretaría de Salubridad y Asistencia para 1975, 1 485 centros de salud y 27 guarderías y se procede ya al establecimiento de casas de salud rural en poblados con menos de 2 500 habitantes y se están creando unidades móviles para llevar los servicios sanitarios al resto de las comunidades de 500 o menos moradores.

Por su parte el IMSS cuenta con 10 clínicas hospitalares de campo con capacidad para proteger a 520 000 personas, todo esto sumado a 7 clínicas de la región ixtlera totalizando 842 000 campesinos beneficiados.

Viendo el gran número de instituciones que prestaban ayuda al campo se elaboró un proyecto que coordinara esta ayuda con la cual se formó, el Plan Nacional de Salud el cual se propone llevar asistencia social y ampliar la infraestructura a todos los poblados y comunidades de la República en un plazo mínimo de 10 años

Dicho plan se propone orientar el cuidado de la salud del núcleo familiar especialmente la niñez, esta será el conducto para reforzar la educación de los adultos y asegurar mejores hábitos en futuras generaciones.

El IMSS e ISSSTE contratarán 1 000 médicos anuales para destinarlos a zonas rurales que tengan 3 000 campesinos cada uno, les proporcionarán educación higiénica, promoción de la salud, vigilancia epidemiológica y atención médica en su forma primaria.

Complementarán estos objetivos, 20 programas que serán la base y la estructura del Plan Nacional de Salud entre estos se encuentran; Plan de Salud Mental, de Nutrición, de Higiene del Deporte y la Recreación, de Investigación, de Asistencia Médica, de Rehabilita-

ción, de Prevención de Accidentes, de Salud Bucal, de Prevención y Control de las Enfermedades Transmisibles etc.

Todos estos planes suenan muy bien, pero las cifras que arrojan censos pasados son deprimentes por ejemplo; en el año de 1960 se calculó una población amparada de 3.8 millones de personas pero con una población de 34 millones, es decir, solo el 10.9%.

Para el año de 1970, el número de personas amparadas por las dos instituciones mencionadas (IMSS e ISSSTE) se había elevado a 10.5 millones lo que viene a significar un aumento de 6.7 millones de personas amparadas por estas instituciones, pero la población había aumentado a 48.4 millones o sea que si en 1960 había 31.1 millones de personas sin esos servicios, en 1970 sumaban 37.9 millones de personas.

1.2.4 ASISTENCIA TECNICA

En el país trabajan aproximadamente 400 extensionistas agrícolas a través de los cuales se hacen llegar mejores prácticas de cultivo, de empleo de semillas y especies adecuadas, la aplicación oportuna y -correcta de fertilizantes, insecticidas y otras innovaciones tecnológicas y científicas.

Estos extensionistas con la ayuda de los agricultores introducen adelantos y procedimientos que aumentan la productividad, su actividad se ve auxiliadas -por la asistencia que proporcionan los bancos oficiales, así como algunas empresas comerciales que venden fertilizantes, insecticidas y semillas. Pero su labor no alcanza a todos los predios en explotación ya-que de estos solamente se cubren del 1 al 5 %.

Cada región agrícola, ganadera y forestal requiere de asistencia técnica o sea que hacen falta miles-de extensionistas que participen en la formulación de programas de cultivo, en fomentar la organización de los productores rurales en gestionar los créditos, --que orienten al campesino sobre las técnicas de cultivo, el uso de fertilizantes, la programación de especies ganaderas de alto rendimiento, la práctica de --una explotación forestal racional etc.

1.2.5 SALARIOS

A este respecto vemos que de 5.1 millones de personas dedicadas a las actividades agrícolas, 4 millones 296 mil personas declararon ingresos, de éstas el 77.1% ganaban \$ 499 mensuales, el 18.8% ganaban hasta \$ 999 al mes y solo 6.1% de las personas ganaban más de 1 000 pesos, de acuerdo con las cifras de el año de 1970 la población económicamente activa del sector agropecuario recibe ingresos menores a \$ 600 pesos -- mensuales equivaliendo al 83% de la población, esto es de acuerdo con el Anuario Estadístico de la Dirección General de Estadística de la SIC.

En encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Agrarias entre una muestra de la población campesina de diferentes regiones del país demostró que el 42% de todos los jefes de familia entrevistados -- complementaban los ingresos provenientes de sus predios con trabajos en otras ocupaciones -- se hace la aclaración que esta muestra no fue representativa estadísticamente en la población agrícola.

En otra encuesta realizada por el Banco de México en 1970 se advierte que, mientras que las familias con ingresos mensuales inferiores a 600 destinan el 62% de su presupuesto a la alimentación, los que tienen ingresos de 601 pesos a 1 500 pesos destinan a este renglón el 54.2% y los que tienen ingresos superiores a 1 500 pesos solo de destinan el 13.3%. El gasto para ropa y calzado es más o menos semejante a los tres estratos, pero en cambio, otros renglones que incluyen habitación, alumbrado, vehículos, muebles, aparatos domésticos y otros servicios además de otros -- gastos aumentan del 25% en el estrato más bajo a más del 50% en el estrato con ingresos mayores.

1.2.6 DISTRIBUCION DE PRODUCTOS

Uno de los principales canales de distribución, si no es que el principal, es la CONASUPO. Entre los principales productos que distribuye en el sector ejidal se encuentran el maíz y el frijol ya que otros -- productos como: shampoo, lociones, jabones perfumados etc., casi no se consumen, por lo cual esta dependencia se ocupa de productos de primera necesidad.

CONASUPO distribuye sus productos a nivel nacional, llegando a grandes ciudades, municipios y pequeñas rancherías y distribuye a través de la Cámara de Comercio al mayoreo y menudeo directo.

En el sector ejidal, vende sus productos (programas de crédito al consumo) por medio de vales facilitados a los ejidatarios y cuando estos venden sus productos, pagan sus deudas o en caso de vender a CONASUPO, de su paga le descuentan lo que consumieron; estas operaciones son administradas por los mismos ejidatarios.

La compañía cuenta con 16 filiales que abarcan toda la República y se dividen en tres sectores que son: industrial, comercial y de servicios.

Los productos que distribuye CONASUPO en el país son vendidos al mismo costo sin variar este por la -- lejanía del poblado o localidad. Además no se elabora un plan de publicidad para atraer más consumidores ya que llevan sus productos a donde son requeridos.

Viendo el alza en el precio de muchos productos, el Gobierno señaló como política a seguir, la venta -- de productos a precios muy reducidos, esto es llevado a la práctica a través de la Compañía Distribuidora -- de Subsistencias Conasupo - CODISUCO, S.A. de C.V. y se ha traducido en una vasta red de tiendas móviles y tiendas fijas que tanto en la ciudad como en el campo

ponen a la disposición del pueblo de México, más de tres mil = artículos diferentes como son: víveres, objetos de uso diario, ropa, juguetes, leche, utensilios para el hogar, zapatos, cuadernos escolares, pan, etc.

Su precio y calidad no solo ayuda a evitar toda alza des medida en el costo de la vida, sino además contribuye a aumentar el poder adquisitivo de las clases populares.

En las tiendas rurales CODISUCO, que suelen encontrarse en los lugares en los cuales la Comisión Promotora CONASUPO= para el Mejoramiento Rural ha ayudado a construir a los eji- datarios los graneros del pueblo (inoperantes), tienen ade- más de los productos ya mencionados fertilizantes, semillas= creadas especialmente para condiciones de su suelo y clima,= herramientas de labranza y otras clases de productos neces- arios para poder trabajar en el campo.

Por lo anteriormente mencionado podría pensarse que la labor hecha por CONASUPO ha sido estupenda -así haya tenido en el año de 1975 pérdidas por 5 179 millones de pesos- pero de acuerdo con el Instituto Nacional de Nutrición, se tiene= que el 60% de la población nacional empobrecida, explotada = por productores -y distribuidores- consume los alimentos es- trictamente indispensables para no morir de hambre, para no = caer víctima de la inanición.

El 65% de la población preescolar padece algún grado de desnutrición y el 30% la padece grave, cada niño que nace en el campo está condenado a la desnutrición.

De los 2.7 millones de personas que nacen anualmente en el país, 350 000, el 13% mueren antes de llegar a los cuatro años de edad, la causa de su fallecimiento en el fondo, es = el hambre; la falta de capacidad de su organismo para resis- tir una enfermedad.

En México desde 1968 comenzó a disminuir el ritmo de incremento tanto en la producción como en la -- disponibilidad de alimentos, a partir de 1971 la producción se ha estacionado.

Se ha tenido que incrementar la importación de -- algunos productos, como cereales, leguminosas hasta -- diez veces y a pesar de ella se han reducido las disponibilidades alimentarias per cápita en aproximadamente 10% esto afecta, naturalmente a los sectores de bajos recursos.

En el período comprendido entre 1960-1970 México exportó 7.14 millones de toneladas de cereales, sobre todo maíz y trigo; medio millón de toneladas de frij-- jol; 2.76 millones de toneladas de verduras, especial-- mente jitomate; 1.75 millones de toneladas de frutas-- como plátano, naranja, fresa y hasta se vendieron más de medio millón de toneladas de productos animales -- como carne de res, camarones y pescado.

En total México exportó 17.6 millones de toneladas de alimentos y cerca de cinco millones de bece-- rros además, en este período prácticamente no hubo im-- portación, las compras fueron de leche en polvo -5 000 toneladas - y cereales - 145 800 toneladas-, pero, a partir de 1968 las cosas cambiaron, la producción no-- aumentó al ritmo sostenido y comenzaron a elevarse -- las importaciones.

En 1970 a pesar de haber sido un año de altas -- disponibilidades alimentarias, -México nunca había -- llegado a tener 80 gramos de proteínas y 2 750 calorí-- as por persona - se tuvo que importar alimentos. Se compraron 760 000 toneladas de maíz y 8 600 de frijol lo mismo que varios otros artículos como aceite, man-- teca y una gran cantidad de leche en polvo, dichas --

compras se justificaron con el argumento de que se ha**ba** producido una sequia, argumento por demás simplis**ta**.

El Instituto Nacional de Nutrición en colabora**ci**ón con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y el Programa Nacional de Alimentos, elaboró un estudio sobre las disponibilidades alimentarias en el que se advierte:

1.- La producción de cereales para el consumo humano está disminuyendo progresivamente. De 11.6 millones de toneladas en 1971, a 10.8 en 1972, a 10.3 en 1973.

2.- La producción de otros granos, especialmente leguminosas entre los que destaca el frijol y oleaginosas, también han disminuido.

3.- Hubo un "ligero incremento" de productos animales, debido al incremento en la captura pesquera.

Los datos precisos de que se dispone datan de 1973: en 1971 se importaron 207 000 toneladas de cereales; en 1972 se cuadruplicó esta cifra hasta = = = 837 000 y para 1973 se tuvo que duplicar otra vez hasta 1'880 000.

En el caso de leguminosas y oleaginosas el fenómeno es parecido aunque en menor proporción. En 1975 había ya un déficit de 1.5 millones de toneladas de trigo, así pues México se convirtió de país exportador a fuerte importador.

Las disponibilidades para el consumo humano estaban de la siguiente manera: entre 1960 el país tenía 170 Kilogramos de cereales por habitante y por año, - en los años de 1972 y 1973 apenas rebasó los 150 Kilogramos; en leguminosas y oleaginosas la disponibilidad.

de 24 Kilogramos en el decenio anterior se redujo a solo 19, indiscutiblemente la clase acomodada no ha sufrido deterioro alguno lo cual permite suponer que los sectores de menores ingresos han tenido una bajamás sensible que lo que las cifras señalan.

Como contraste, en México se utilizan, aproximadamente tres millones de toneladas de cereales como forraje para producir carne, leche y huevos, para consumo de la clase pudiente, mientras que todos los pobres de México consumen solo 4 millones de toneladas de cereales; esto indica que los animales para los ricos comen casi tanto como los habitantes pobres del país.

El 30% de la población más pobre dispone del 10% de los productos agrícolas, mientras que el sector --acomodado, que no es mayor del 15%, consume, directa o indirectamente el 50% de dicha producción.

Lo anterior podría parecer mentira ya que el país produce 30 millones de toneladas de alimentos para 60 millones de habitantes lo que daría media tonelada --per cápita. Pero sin embargo existe un gran desperdicio de alimentos, de acuerdo con el Instituto Nacional de Nutrición, se dispone de leche suficiente para darle medio litro a cada niño menor de 15 años, lo --que podría prevenir la desnutrición y la muerte de miles de ellos.

Sin embargo se sabe que 4 millones de infantes --menores de 5 años no conocen el sabor de ese producto y otros tres millones la consumen insuficientemente, --de la carne se podría decir otro tanto ya que diez millones no la consumen.

El ingreso familiar es un factor importante que condiciona la alimentación en 1971 (INN) el 60% de las familias recibió un ingreso inferior a los mil pesos mensuales, actualmente aunque los salarios han aumentado aún resultan insuficientes. A este respecto al Instituto Nacional del Consumidor realizó un estudio acerca de las posibilidades de una familia para adquirir alimentos baratos y que contribuyan a una adecuada nutrición de todos sus miembros.

La conclusión es dramática; una familia integrada por cinco miembros requiere 89.20 pesos diarios para adquirir = los productos que su organismo requiere. Esto representa = un gasto mensual de \$2,676.00 mensuales cuando, el salario = mínimo para el Distrito Federal es de 96.70 diarios con los que deben cubrirse necesidades de vivienda, diversión y vestido.

De todos los grupos sociales el más afectado es el = campesino, que es severamente explotado por comerciantes, = intermediarios y malos líderes. Ante esta situación el Instituto Nacional de Nutrición el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología han diseñado el plan nacional de alimentos, el cual se propone una planificación adecuada de la agricultura, en función primordial de las necesidades alimentarias = de la población, y a la vez, educar a la comunidad sobre = los alimentos que deben consumir.

Entre las metas que se pretende alcanzar está que en la dieta tradicional (indígena) que consume la mayoría del sector campesino, se agregue el maíz, al chile y al frijol, que los niños menores de cinco años consuman medio litro = de leche diario o su equivalente en productos industriales; que haya productos animales baratos, sean solos o con soya, tales como pescado, huevo, carne, leche, para que todo mexicano los consuma dos veces a la semana. Además establecer

bases para una diversificación progresiva de la dieta mejorando la estructura de consumo, incrementando otros cereales como trigo y arroz, otras leguminosas como el garbanzo, varias verduras y frutas y mayor cantidad de productos pecuarios e industriales de bajo costo.

No se trata solamente de una política productivista que propiciaría más desigualdad; sino de implementar un cambio en la estructura del consumo, que por sí sólo, provocaría una mayor demanda y, por ende - si se implementan políticas adecuadas - mayor producción.

Según las proyecciones inmediatas el objetivo es prevenir el deterioro de la población de escasos recursos, esto es, garantizar el abastecimiento y consumo de 2 750 calorías y 81 gramos de proteínas por persona y por día.

Para ello, en 1982 cuando México tenga más de 76 millones de habitantes, deberán producirse más de 12 millones de toneladas de cereales y más de un millón y medio de otros granos, casi un millón de raíces feculentas y más de 2 millones de toneladas de carne, así como 8 millones de toneladas de leche. Las necesidades serán de casi 40'000,000 de toneladas de alimentos.

1.2.7. CREDITO

La producción agrícola en el país depende en elevada proporción de los financiamientos disponibles, las fuentes de crédito determinan los productos por obtener, más de acuerdo con el interés de quien otorga el crédito que con la conveniencia para la economía nacional.

No se cuenta con una planeación de las actividades agropecuarias, y son en consecuencia el lucro y el deseo de aprovecharse de un mercado desorganizado, los factores que mueven la producción rural, comerciantes e infinidad de intermediarios.

El crédito, además de no bastar para satisfacer las necesidades y de que se otorga a ramas de la producción que no siempre son las más convenientes para el conjunto de actividades del país y para la economía misma del campesino, se distribuye en forma muy irregular en el Territorio de la República.

El crédito institucional se concede preferentemente a las zonas con riego, en aquellas en donde se emplean las tecnologías más avanzadas, esto es debido a que es más factible de recuperar el monto del préstamo ya que ofrece mayores garantías. Muy escaso es el crédito de instituciones para cultivo de temporal, los que además no cuentan prácticamente con ninguna asesoría técnica, ni con campos experimentales.

El crédito agrícola puede dividirse de acuerdo con el plazo y destino del mismo en los diferentes estados de la República y son:

a) Crédito de Avío.- es a corto plazo y por el tipo de garantías que lo respaldan sirve para sufragar gastos direc-

tos de cultivo amortizables en el mismo ciclo agrícola, provee al agricultor de capital circulante necesario para operaciones ordinarias.

b) Crédito Refaccionario.- Se destina para la adquisición de animales de cría o de trabajo, aperos de labranza, maquinaria, plantaciones y cultivos permanentes, desmontes, introducción de mejoras cuyo período de amortización no sea muy largo, el plazo vá de tres a siete años generalmente.

c) Crédito Inmobiliario o Hipotecario.-Se utiliza para adquirir tierras agrícolas, para construcción agrícola de utilidad en la explotación y establecer mejoras de tipo permanentes de larga duración como obras de riego, drenaje, obras de construcción, talleres y depósitos.

Estos préstamos pueden requerir plazos hasta de 25 años a partir de un mínimo de 8 años.

d) Préstamos comerciales.- Son operaciones mediante pagarés o aceptaciones de letras de cambio para fines productivos o de comercio, el plazo no será mayor de seis meses y las garantías constituirán preferentemente en cosechas u otros productos de explotación agrícola.

e) Crédito Agrícola orientado.- Así se ha llamado al crédito agrícola que atiende al objeto de préstamo, ve que el dinero se destine a la producción convenida y que esta se realice con una técnica que asegure los mejores resultados.

La garantía primaria es la mobiliaria futura, también llamada prenda agrícola que consiste en la cosecha por obtener, como resultado de la aplicación del préstamo.

f) Crédito Agrícola dirigido.- Se trata de una modalidad fuertemente promotora del crédito agrícola usada en la

colonización organizada y en campañas de fomento de determinado cultivo, su uso corresponde a los bancos nacionales.

Constituye una forma intensiva de empleo de crédito como forma del desarrollo y a la vez que sirve como una forma intensiva de asistencia técnica.

g) Crédito Agrícola de capacitación.- Consiste en la selección dentro de una región de sujetos que practican la agricultura de subsistencia submarginal o marginal, a cada sujeto seleccionado se le elaborará con su intervención un plan de mejoramiento de su empresa agrícola y de su hogar, además se le ayudará a realizarlo con asesoría y crédito.

La acción es temporal; una vez capacitado el sujeto podrá ser atendido por el crédito agrícola ordinario.

h) Crédito Privado no Bancario.- Es el otorgado por comerciantes, prestamistas, pueblerinos o por firmas comerciales o industriales. Cumple funciones muy importantes en el financiamiento agrícola pues en una proporción considerable va a habilitar para la producción a un gran número de agricultores que por la pequeñez y pobreza de sus explotaciones y su alejamiento de los grandes centros de actividad o su ignorancia no reúnen las condiciones para ser sujetos de crédito bancario.

Tiene también el inconveniente de que es un crédito para habilitar sólo un tipo de cosecha como el caso de la habilitación del maíz, las operaciones son con frecuencia en especie y por lo general resultan sumamente onerosas para los prestamistas si bien, no pueden ser de otro modo, debido a los altos riesgos y costos.

1.2.8 FUENTES DE TRABAJO.

La presente administración ha reconocido la existencia de la desocupación y la subocupación rural y la necesidad de tomar medidas avocadas a la resolución de estos problemas.

Las medidas de política económica que el Gobierno actual está llevando a cabo con el pretendido propósito de eliminar el problema de la desocupación y la subocupación de la mano de obra son las siguientes:

a) La construcción de caminos de mano de obra; la principal limitación de dicha medida consiste en su breve duración, pues indudablemente que la subocupación duraría durante el tiempo en que los caminos se construyan, pero una vez que éstos estén concluidos, la fuerza de trabajo contratada quedará nuevamente sin empleo.

Otra limitación consiste en su pequeño impacto en el aparato productivo, ya que como se sabe las comunicaciones facilitan el intercambio de productos de un centro de producción a uno de consumo o viceversa, pero las comunicaciones no determinan la producción.

En el informe presidencial de 1973, se señala que bajo este Programa de Desarrollo Rural, se han construido 30,000 kilómetros de caminos durante los tres primeros años del presente Gobierno, llegándose a contratar hasta 300,000 trabajadores.

b) Desarrollo de las artesanías y de las pequeñas industrias rurales.- Tanto la pequeña industria como las artesanías tienen que enfrentarse a una competencia muy desigual con las grandes empresas y si no son eliminadas es gracias al apoyo del estado, pero a cambio permanecen vegetando constituyendo una carga.

En el informe presidencial de 1973, se dieron las siguientes cifras; con una inversión de 325 millones de pesos se han creado 124 industrias que ocupan a más de 10,000 jefes de familia y se pondrán en funcionamiento 84 industrias con una inversión de 202 millones además, se formó un fideicomiso con 25 millones de pesos para mejorar las condiciones de vida y de productividad de quienes se dedican al tejido de sombreros de palma.

c) Colectivización de los campesinos; en realidad el Gobierno está conciente de la gravedad del problema no solo de la desocupación, sino también de la validez del minifundio, para a partir de esto elevar sustancialmente la producción, evitar la afluencia a las ciudades y crear ocupación, en los mismos lugares donde se reside.

Esta organización (ejido colectivo) tiene enormes ventajas ya que un campesino minifundista no puede aplicar, salvo en mínimo la división de trabajo pues en gran medida muchas labores productivas las hacen en forma individual. La finalidad del ejido colectivo es impulsar la colectivización de la producción de los campesinos para que trabajen en equipo, mejoren la siembra y en la mayoría de los casos opten por cultivar productos más remunerativos que los tradicionales, algunas de las partes donde ya está funcionando esto son: Tula, Hidalgo, Puebla, Sinaloa, Jalisco, Aguascalientes y Zacatecas. Ahora bien, el ejido colectivo se ve con cierta desconfianza, debido a que se considera una medida de sistema socialista.

d) Planeación familiar; existen profundos elementos culturales en el pueblo que se oponen a la planeación, recientemente el centro nacional de productividad, realizó una encuesta sobre control de la natalidad entre campesinos. Estos datos son reveladores; el 47% de los hombres y el 25%

de las mujeres manifestaron no conocer ninguna forma para =
limitar los nacimientos.

En cuanto a quienes conocer una forma de reducirlos ==
sólo el 36% estuvo de acuerdo en limitar el número de naci--
mientos o embarazos.

Anteriormente el Estado se mostraba contrario al esta-
blecimiento de medidas que controlaran los nacimientos, pero
a partir de 1973 por medio de la Secretaría de Salubridad y=
Asistencia está impulsando programas para el control de la =
natalidad.

1.2.9 RIEGO

La Ley Federal de Aguas se puede concretar a lo siguiente:

a) Distribuir los beneficios de las obras de riego que constuye el Gobierno Federal entre el mayor número de auténticos agricultores, limitando los derechos de riego en los nuevos distritos a 20 hectáreas por usuario.

b) Incrementar la productividad de las tierras de riego mediante la tecnificación.

c) Evitar la especulación con tierras que se pondrán bajo riego al considerar la utilidad pública la ejecución de las obras y autorizar al Ejecutivo Federal para decretar la expropiación de los bienes necesarios, para formar un nuevo distrito y las comunicades del riego para el desarrollo rural.

Se ha implantado un programa denominado PLAMEPA (Plan Nacional de Mejoramiento Parcelario), este se desarrollo para contrarrestar los bajos niveles de productividad de los recursos y factores, la Secretaría de Recursos Hidráulicos la implanta en dos niveles:

- Mejorando las condiciones de inundación de los canales de los sistemas de riego mediante el revestimiento que reduzca las pérdidas por fuga y filtraciones.

- Mediante el manejo del suelo y el agua a nivel de parcela para aprovechar en eficiente forma el agua evitando los desperdicios que reducen la eficiencia y productividad de estos insumos.

El Plan Nacional Hidráulico se supone, que habrá de ser un instrumento decisivo en la planeación del desarrollo agropecuario, considerando que en los últimos años el 90% de las inversiones en el sector agrícola han sido canalizadas a través de la Secretaría de Recursos Hidráulicos.

Se podría decir que la política agropecuaria se ha fijado en términos de tierra, pero en el futuro deberá delinear se en relación a la disponibilidad, distribución y uso del agua, pues este recurso es el principal factor delimitante o estimulante del desarrollo rural según el caso, dado la difícil orografía y topografía del país, sus climas estacionales y su distribución demográfica.

Para riego se están empleando actualmente (1974) 48 millones de metros cúbicos y se calcula que para el año 2000 se requerirán como mínimo 100 mil millones de metros cúbicos.

Según la Secretaría de Recursos Hidráulicos, aún quedan por poner bajo riego una superficie potencial de 16 millones de hectáreas. Faltan bajo riego 3.5 veces más de las que se han puesto en los últimos 47 años.

La Comisión Nacional de Irrigación nace con un presupuesto de 20 millones. El primer año de este sexenio el presupuesto asignado fué de 2 700 millones de pesos, para 1974 fué de 8 900 millones de pesos, lo que colocó a la Secretaría de Recursos Hidráulicos como la segunda dependencia después de la Secretaría de Educación Pública, en cuanto a la asignación de recursos económicos.

C A P I T U L O 2

FORMULACION DE PROBLEMAS E HIPOTESIS.

2.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMAS

Al realizar nuestra investigación documental sobre la situación actual del mercado de Productos y Servicios en los Ejidos, encontramos que no existe información amplia acerca de los productos que consumen los ejidatarios, así como también de los servicios que precisan por lo cual nuestro problema fué conocer:

2.1.1.-¿Qué productos y servicios se consumen en los ejidos?

Posteriormente se tendría que determinar si estos productos o servicios llegaban o no al sector ejidal así como también el grado de dificultad que tenían para adquirirlos por lo cual habría que determinar:

2.1.2.- ¿Que accesibilidad tienen los ejidatarios para adquirir los productos y servicios?

Ahora bien estos productos se encuentran apoyados por campañas de promoción y publicidad que generalmente son hechas a nivel nacional y las cuales muchas de las veces inducen al consumismo innecesario por lo cual se tendría que ver si estas campañas estaban en relación directa con el consumo de productos en los ejidos:

2.1.3.- ¿Que influencia tienen los medios masivos de comunicación?

A medida que se iba investigando, se vió que la inversión privada era prácticamente nula y que el Estado era el que sostenía el peso de inversiones tanto en riego, crédito, fertilizantes, así como en otros insumos que se aplican al campo y por lo tanto es el Estado quien determina las políticas de Inversión. Para saber si esto es realidad, y conocer

el alcance de esta ayuda se planteó el siguiente problema:

2.1.4.- ¿Qué influencia tiene el estado en la distribución de productos y servicios?

Los productos y servicios que se les proporcionan a = los ejidatarios no son siempre aquellos que más necesitan, = ni aquellos que les son más indispensables para elevar su = producción como por ejemplo: el Seguro Agrícola, insumo este necesario para el suministro de otros como son: créditos, fertilizantes, etc., esto se ve sobre todo en los ejidos que cuentan con tierras de temporal.

2.1.5.- ¿Qué productos y servicios son necesarios en un ejido?

Podría pensarse que los productos y servicios que se consumen en el sector ejidal son requeridos en baja proporción debido a que no están en función a la ideosincracia, a la cultura de los ejidatarios, razón por la cual podría pensarse tienen poca demanda, es por esto que se planteó:

2.1.6.- ¿Como influye el nivel cultural del ejidatario en la elección de productos y servicios?

Al ir avanzando en la investigación, se encontró un bajo nivel de ingreso entre los ejidatarios, desempleo y mucha pobreza así como una mayor distribución por parte de la CONASUPO de productos de primera necesidad como maíz y frijol.

2.1.7.- ¿Qué importancia reviste para el ejidatario el consumo de productos y servicios atendiendo a la satisfacción de sus necesidades?

2.2 DISEÑO DE HIPOTESIS

Una hipótesis es una proposición enunciativa que pretende responder tentativamente a la pregunta formulada al plantear el problema.

Por tanto, el plantear una hipótesis es una forma de anticiparse a la causa de los problemas ya que propone hechos o relaciones que pueden o no existir y los cuales aún no conocemos y vamos a probar.

Para los problemas que presenta el estudio del mercado de Productos y Servicios en el Sector Ejidal se plantearon las siguientes hipótesis:

- 2.2.1 El mayor porcentaje de productos existentes en un ejido son los que satisfacen necesidades primarias.
- 2.2.2 El ejidatario no tiene capacidad adquisitiva suficiente para adquirir sus satisfactores.
- 2.2.3 Los medios masivos de comunicación solo incitan al consumismo innecesario a los ejidatarios.
- 2.2.4 La manipulación por parte del Gobierno de los hombres del campo, ha hecho que estos estén organizados políticamente y no en función de sus necesidades.
- 2.2.5 La demanda de productos y servicios no ha sido satisfecha en el sector ejidal.
- 2.2.6 La necesidad de productos y servicios va de acuerdo a la ideosincracia del ejidatario.
- 2.2.7 Para el ejidatario lo más importante es satisfacer sus necesidades primarias, por lo que al no ser satisfechas estas, emigra a los centros urbanos en busca de mejores condiciones de vida.

C A P I T U L O 3 .

PERSPECTIVAS DE DESARROLLO EJIDAL.

3.1 PAPEL DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN EL CAMPO.

El campo de acción que tiene ante sí el Licenciado en Administración, es bastante amplio, una de sus funciones es la de elaborar programas de desarrollo rural, esto es con el fin de que los ejidatarios puedan incrementar su producción.

Será mediante la fijación de objetivos tanto económicos como sociales y de servicio, a través de la integración y la organización de los recursos humanos, técnicos y materiales como se logrará la consecución de los objetivos de: eficiencia, productividad, esto es utilidades.

Para todo esto se precisa de:

1).- Una planeación en la cual se identifique el o los problemas, se fijen objetivos, se aprovechen las experiencias y se analice la situación actual.

2).- La implementación de la alternativa que se considere más adecuada o apropiada de las propuestas en la fase de planeación.

3).- El control, por medio del cual se establezca el grado de avance obtenido para compararlo con lo esperado, y en caso de dar un resultado negativo, hacer las correcciones pertinentes o adecuadas para el logro y consecución de los objetivos que se hayan fijado.

Esta serie de pasos o actividades traerá consigo la máxima eficiencia y consecuentemente una mayor productividad creándose con esto fuentes de trabajo, elevación de nivel socioeconómico y lo que es más importante un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles cosa esta última -- que hasta la fecha ha sido deficiente.

Aquí en este último punto el Licenciado en Administra

ción puede coordinar todos aquellos insumos de los cuales = disponen los ejidatarios como son: Créditos, ayuda técnica, = riego, fertilizantes, planes de comercialización, etc., y = los cuales hasta ahora no han llevado consigo una verdadera planeación.

Para esto basta señalar que existen en el país treinta instituciones que tienen como objetivo ayudar a los ejidatarios y todas toman decisiones a nivel nacional sobre organización y capacitación.

Estas dos actividades son: para producir, para adquirir agroindustrias, para comercializar, para adquirir créditos, para llevar a cabo programas de desarrollo de la comunidad, con esto puede uno darse idea no solamente de la duplicidad sino de la cuadruplicidad de funciones que existen lo cual trae consigo la competencia entre estas instituciones y el entorpecimiento de la ayuda que proporcionan al = campo, esto se puede resumir en una sola palabra: burocracia y como corolario la corrupción de la cual es víctima la gente del campo.

La coordinación de los recursos que se aplican al campo, hará que no se originen conflictos entre las comunidades a las cuales se trate de organizar o capacitar, además evitará la concentración de insumos como crédito, riego, seguros, fertilizantes, etc., en pequeñas zonas, así como también la concentración de los beneficios económicos en un número reducido de personas.

Al promover grupos para que se organicen, es necesario que se les proporcionen los recursos indispensables para la explotación de la tierra, porque si en un momento dado el grupo plantea sus problemas de producción, y a este grupo = no le llega el crédito oportunamente, todo ese esfuerzo de organización se pierde o si a ese grupo no le llega asisten

cia técnica debida o bien es errónea o no le llegan fertilizantes no será solamente la organización la que se pierda -- sino los recursos que se hayan aplicado, lo cual perjudica al ejidatario y repercute en la economía del país.

La comparación entre una organización industrial y una organización ejidal o agrícola es válida, puesto que al final de cuentas es producción tanto hacer una pieza, como -- hacer que la tierra rinda sus frutos, toda organización implica un mando, fijación de metas de producción y un amplio conocimiento del mercado. Estas son actividades que hasta ahora no se han aplicado al campo y las cuales podría llevar mejor dicho, son factibles de ser llevadas a la práctica por el Licenciado en Administración.

3.2 FUNCION DE LA MERCADOTECNIA.

Una de las etapas más importantes en el desarrollo de una empresa, es sin duda la comercialización, ya que la actividad representa el factor clave para obtener utilidades, entendiéndose por comercialización, al conjunto de actividades de mercado que se realizan desde el momento en que se adquieren los insumos necesarios para la producción, hasta que el producto obtenido se vende a la persona que lo va a consumir finalmente.

La función primordial de la mercadotecnia en el campo es la de evitar intermediarios que vengan a aprovecharse ya sea de la producción del campesino, o bien de los productos que le son vendidos, esto sólo se logrará, mediante la implantación de canales directos de comercialización que estén a disposición del ejidatario, tanto para que vendan su producción, como para hacerle llegar aquellos productos y servicios que le son necesarios.

La comercialización debe comprender, desde el suministro de fertilizantes, maquinaria, semillas, alimentos balanceados, insecticidas, ayuda técnica, así como también información sobre la situación en los mercados de los diversos productos, elementos para el manejo y control de calidad de su producción, financiamiento para la venta de sus productos, ya sea mercado interno o bien para exportar.

La falta de este mecanismo de comercialización, ocasiona que los ejidatarios recurran a prestamistas en demanda de auxilio económico por no ofrecer garantías a los bancos o por no recibir a tiempo el préstamo de los mismos.

Esto último también es aplicable a las cosechas, ya que muchas veces se pierden por el retraso, por la falta de coordinación que existe al proporcionar fertilizantes,

ayuda técnica, ayuda económica a los ejidatarios.

Ahora bien, también se encuentran a merced de los acaparadores, los cuales bajan los precios a capricho y en beneficio de ellos y si el ejidatario lleva sus productos al mercado central con el fin de evitar a los intermediarios, no hay quien le compre siendo los almacenistas quienes se llevan la utilidad, en fin una serie de personas que obtienen los beneficios que deberían ser de los ejidatarios:

Por lo que respecta a los productos que consume el ejidatario, es necesario apoyar el establecimiento de tiendas Conasupo, tiendas ejidales en las cuales los ejidatarios hagan sus compras a precios justos, para esto se precisa de un estudio concienzudo de:

- a) Las necesidades de los ejidatarios.
- b) El tipo de mercado al cual se pretende satisfacer.
- c) La satisfacción de las necesidades más urgentes de los ejidatarios.
- d) La planeación de actividades de apoyo para lograr la transferencia de satisfactores del productor al consumidor.

Está visto que los ejidatarios no tienen la suficiente capacidad de compra como para adquirir dos o tres mudas de ropa al año, ni varios pares de zapatos o bien consumir muchas de las cosas que la industria produce por estar fuera de sus posibilidades económicas o por no responder a sus necesidades.

Sera mediante la organización, el conocimiento y gestión adecuadas en la venta de cosechas, la adquisición de insumos y el uso de los diferentes medios de comercialización la forma en que el campesino podrá obtener un nivel de ingresos jus

tos que compensen su trabajo y permita su desarrollo.

En la medida en que los ejidatarios logren vender a mejores precios sus productos, en que logren organizarse para evadir la intermediación y el acaparamiento y en que conozcan megor los sistemas que existen para comercializar sus productos y en que los artículos que necesitan para vivir sean los adecuados y les sean ofrecidos a precios que estén a su alcance= estará creciendo el mercado interno.

3.3 PANORAMA QUE GUARDA ACTUALMENTE EL SECTOR EJIDAL.

Los servicios que prestan al sector ejidal se encuentran burocratizados, al existir más de veinte dependencias que tienen como objetivo ayudar a este sector, se entorpece la ayuda que le prestan, se duplican funciones y se retrasa esta ayuda.

Existen en el país zonas pequeñas en donde se concentra la inversión y la tecnología. Son muy limitados los recursos tecnológicos disponibles capaces de promover decisivamente el aumento de productividad en tierras de lluvias escasas.

En lo que respecta a riego, sólo el 20% de la superficie cosechada nacional se encuentra en el caso en el que el recurso agua sirve como instrumento de producción.

El crédito que otorga la Banca Oficial, sólo cubre el 25% de la superficie total con marcadas variaciones en cultivos específicos.

La comercialización a través de Conasupo es minoritaria. Las compras de este organismo representaron 1974 el 11.4, 13.0 y 29.3% de la producción nacional de maíz, frijol y trigo, respectivamente. El resto de la producción es distribuido por el comercio privado, la política de precios de garantía se ha rezagado en algunas ocasiones con respecto a la situación del mercado.

La escolaridad es mínima, el ingreso per capita es bajo y el desempleo muy alto.

Los ejidatarios en su mayor parte no tienen o no cuentan con procedimientos administrativos, de organización, de comercialización y de control de sus actividades productivas.

En cuanto a productos, estos no cuentan con canales de distribución suficientes o adecuados además de estar fuera del

alcance del campesino debido a lo bajo de sus ingresos por lo =
cual, el consumo de productos se limita en la mayoría de los eji
datarios a la compra de artículos de primera necesidad como por
ejemplo; maíz, frijol, azúcar, leche etc., y son hacia los cu==
les enfoca su distribución la CONASUPO.

C A P I T U L O 4 .

INVESTIGACION DE CAMPO.

4.1 DISEÑO DE LA MUESTRA.

Teniendo el Universo ya delimitado (24 000 ejidos), para determinar nuestra muestra se utilizó la fórmula siguientes: (*)

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

en donde:

n = muestra

i = coeficiente de confianza.

N = 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%, se tomó el valor de 1.96 de la tabla de área normal en estimación ().

Para mayor comodidad en el despeje de la fórmula, este valor se tomará como = 2, lo que daría un i = 96.47% aproximadamente, con lo que se obtiene una muestra mayor.

N = UNIVERSO:

El tamaño del universo será de 24 000 ejidos, siendo este número, con el que trabajan las instituciones gubernamentales.

(*) "Estadística"

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 cual se tiene, $e = 0.05$.

r = PROPORCION DE LA POBLACION:

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

DESPEJANDO VALORES:

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

$$\begin{aligned} n &= x \\ i &= 2 \\ r &= 0.5 \\ e &= 0.05 \\ N &= 24\ 000 \end{aligned}$$

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

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

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

$$\underline{\underline{n = 393}}$$

Se dió 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 realizarían 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 EJIPOS	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	7.92%	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>

Integrando el grupo 14 alumnos, se formaron 7 parejas, las cuales realizaron 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 manera:

	<u>ESTADOS</u>	<u>No. de EJIDOS</u>
RUTA NO. 1	DURANGO	25
	COHAUILA	27
	SAN LUIS POTOSI	7
		<u>59</u>
RUTA NO. 2	GUANAJUATO	34
	SAN LUIS POTOSI	25
		<u>59</u>
RUTA NO. 3	HIDALGO	34
	MEXICO	25
		<u>59</u>
RUTA NO. 4	MEXICO	8
	PUEBLA	34
	TLAXCALA	8
	OAXACA	9
		<u>59</u>
RUTA NO. 5	GUANAJUATO	7
	MICHOACAN	52
		<u>59</u>
RUTA NO. 6	CAMPECHE	7
	QUINTANA ROO	6
	CHIAPAS	41
	OAXACA	5
		<u>59</u>
RUTA NO. 7	OAXACA	22
	GUERRERO	30
	MICHOACAN	7
		<u>59</u>

4.2 CUESTIONARIO Y JUSTIFICACION DEL MISMO.

El cuestionario que a continuación se presenta, es estructurado - no disfrazado contiene preguntas abiertas, dicotomas y de opción múltiple, consta de 53 preguntas considerando - personalmente - que estas son las necesarias. Se dividió en dos partes una enfocada a los servicios y otra a los productos que consumen los ejidatarios.

En la primera parte, tomando como base la información documental, se elaboraron preguntas acerca de los insumos que se aplican al campo como son; créditos, riego, servicios médicos, seguros agrícolas, educación etc., para conocer la realidad de ellos y el alcance que tiene verdaderamente esta ayuda.

El conocimiento de los productos que consumen los ejidatarios es prácticamente nulo, por ello las preguntas elaboradas en esta segunda parte, abarcan aquellos productos de uso más común (cosa que en el campo puede ser de lo menos común) así como también los lugares en donde hacen sus compras, la frecuencia con la que los consumen y como consideran los ejidatarios el precio de estos productos.

Ya elaborado el cuestionario éste se probó, tomando como base el 5% de la muestra ya determinada o sea, 20 cuestionarios, en la Secretaría de la Reforma Agraria con ejidatarios que se encontraban en esa Dependencia realizando diversos trámites. Después de aplicado, se hicieron los ajustes necesarios, tomando en cuenta la comprensión y actitud de los ejidatarios ante el cuestionario, quedando éste en la forma que a continuación se presenta.

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

1.- Nombre del ejido _____
Municipio _____
Estado _____

Justificación.- Conocer la ubicación geográfica del ejido y =
dar al entrevistado cierta confianza; pregun-
ta de presentación.

2.- Esta reconocido el ejido por la Secretaría de la Reforma Agraria:

a) (SI) b) (NO)

3.- Número de ejidatarios en el ejido _____

Justificación.- Conocer el porcentaje de alcance de nuestro =
estudio; pregunta de presentación.

4.- Número de hectáreas del ejido _____

Justificación.- Conocer la extensión del ejido para saber el
alcance de nuestro estudio.

5.- Número de hectáreas que trabaja el ejido _____

6.- ¿Qué número de hectáreas son las que trabaja Ud.? _____

Justificación. Con las preguntas 4 y 5 conoceremos su nivel
de participación y el número de hectáreas =
promedio del ejidatario.

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

- a) Agricultura -----()
- b) Ganadería -----()
- c) Turística -----()
- d) Forestal -----()
- e) Avícola -----()

- f) Apícola ----- ()
- g) Otros----- ()

(Si responde; AGRICOLA, Hacer la pregunta a₁ Si no, hacer la =
pregunta 8)

- a₁) El ciclo de su cosecha es:
 - a) Anual ----- ()
 - b) Menos de un año----- ()
 - c) Más de un año. ----- ()

- a₂) ¿De que tipo es su tierra?
 - a) Temporal ----- ()
 - b) Riego----- () Si responde; b) o c) --
 - c) Ambos ----- () hacer preguntas a₃ y
 - d) Humedad ----- () a₄.

Justificación.- Conocer el tipo de tierra que predomina, conocer los recursos que tiene el ejido para su producción y el lapso de ocupación, de ingresos del = campesino.

- a₃) ¿Pertenece su ejido a algún distrito de riego?
 - a) SI ()
 - b) NO () ¿por qué? _____

Justificación.- Conocer la influencia del Gobierno en la distribución de aguas.

- a₄) ¿Que tipo de riego utiliza? _____

Justificación.- Conocer el grado de tecnología utilizado en el campo y si es el adecuado.

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

- SI.... () (hacer 8_a) NO..... ()
- ¿Qué tipo? ¿Por qué?
 - a) Refaccionario..... () a) No se dan..... ()
 - b) Inmobiliario..... () b) No se sabe como obu tenerlo... ()

- c) Agrícola.....()
- d) Otros.....

- c) No lo necesita.....()
- d) Es muy alto el rédito.....()
- e) Otro.....

8_a) ¿Qué rédito le cobran?

_____ % No sabe.....() Ninguno.....()

9.- ¿Ha recibido algún tipo de préstamo no bancario.

Sí.....() (hacer; 9_a) No.....()

¿Quién se lo dió? _____

¿Por qué?

¿Qué lo pide para darselo?

- a) No se dan.....()
- b) No sabe como obtenerlo... ()
- c) No lo necesita.....()
- d) Es muy alto el rédito....()
- e) Por no estar legalizado..()
- f) Otro.....

9_a) ¿Qué rédito le cobran?

_____ % No sabe _____ ()

Justificación.- Conocer el grado de utilización de los servi
cios de financiamiento rural y el monto de =
los intereses que deben pagar.

10.- ¿Utiliza algún otro tipo de servicio bancario.

a) Sí...() (hacer preg. 10_a y 10_b) b) No.....()

10_a) ¿Que tipo?

a) Ahorro.....() b) Chequés.....() c) Otros.....

10_b) ¿Quien le ha otorgado estos servicios?

a) Banco del Gobierno.....() b) Banco particular...()

Justificación.- (preguntas 9 y 10) Saber hasta que grado el
Gobierno o la iniciativa privada se han preg
cupado por ayudar a este sector.

11.- ¿Quien los representa para la obtención de un crédito?

- a) No sabe.....()
- b) Nadie.....()
- c) Sociedad de ejidatarios()
- d) Cooperativa.....()
- e) Comisario ejidal.....()
- f) Otros _____

12.- ¿Que requisitos le piden para otorgarle el crédito?

- a) Ser miembro del ejido.....()
- b) Formar parte de una sociedad ejidal.....()
- c) Aval.....()
- d) Título de propiedad o inafectabilidad....()
- e) Estar legalizado el ejido.....()
- f) No sabe.....()

Justificación.- Las preguntas 11 y 12 nos permitirán conocer si están organizados dentro del ejido para poder obtener esta clase de créditos y además conocer si cooperan o no los ejidatarios para el logro de sus necesidades (en este caso el crédito).

13.- ¿Ha recibido alguna vez seguro agrícola?(si contesta Si hacer preguntas 13_a y 13_b)

- a) SI.....() ¿Que tipo? _____
 - b) NO.....() ¿Por qué? _____
- 13a) ¿Le conviene el seguro?
- a) SI..... ()
 - b) NO..... () ¿Por qué? _____

Justificación.- Conocer hasta que grado el ejidatario protege su producción y si le es conveniente adquirir el seguro.

13_b) ¿Quien le ha otorgado el seguro?

- a) Gobierno.....()
- b) Particular..... ()

Justificación.- Conocer hasta que grado el Gobierno y la iniciativa privada se preocupan por ofrecer es-

ta clase de servicios a este sector.

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

14.- ¿Quien se encarga de los trámites para obtener préstamos y seguros dentro del ejido? _____

Justificación.- Pregunta puente.

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

- a) Individual.....()
- b) Colectiva.....()
- c) Semicolectiva.....()
- d) Otra: _____

Justificación.- Conocer que tipo de ventajas ofrece el tipo de organización.

16.- ¿Ha recibido asistencia técnica?

- 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	()	()
Capacitación.	()	()
Maquinaria	()	()
Planes de Inversión	()	()
Otros. _____		

- a₂) ¿Quien se la Otorga? Gobierno... () Particulares... ()
a₃) ¿Por qué? _____

Justificación.- Conocer el tipo de asistencia que se le ha proporcionado al ejidatario y que tanto el Gobierno y la iniciativa privada se han preocupado por ayudarle a mejorar su producción.

17.- ¿Que tipo de elementos o herramientas utiliza para realizar su producción?

- a) Manuales..... () (Pasar a la pregunta 18)
b) Mecánicos.... () (hacer preguntas a₁, a₂ y a₃)

a₁) Su maquinaria la compra... () la alquila... ()

Justificación.- Conocer el grado de desarrollo técnico que = tienen para su producción.

a₂) ¿A través de quien adquiere la maquinaria necesaria para su trabajo. _____

Justificación.- Conocer los canales de distribución por los cuales adquiere la maquinaria y la intervención del Gobierno e instituciones privadas = para proveerlo.

a₃) ¿Donde compra esta maquinaria? _____

Justificación.- Conocer la accesibilidad de los canales de = distribución hacia el campo.

18.- ¿Donde compra sus herramientas de trabajo?

Justificación.- Conocer la accesibilidad de los canales de = distribución hacia el campo.

19.- ¿Como compra estas herramientas de trabajo?

a) Crédito..... ()

b) Contado.....()

Justificación.- Conocer el tipo de compra.

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

a) Por parte del vendedor.....()

b) Por amigos.....()

c) A través de la radio.....()

d) A través de la televisión.....()

e) Folletos.....()

f) Otros. _____

Justificación.- Conocer cual es el factor influyente en la compra de herramientas y maquinaria.

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. _____

Justificación.- Conocer si posee medios de transporte necesarios para poder llevar su producto al mercado.

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

SI.....() ¿Cuáles? _____

Suficientes.... () Insuficientes.....()

NO..... () ¿Porqué? _____

Justificación.- Conocer si existen medios de comunicación ===
(transporte) y si son suficientes para satisfi
cer la demanda.

- | | | |
|-----------------------|-----|-----|
| 23.- ¿El ejido tiene? | SI. | NO |
| a) Agua potable | () | () |
| b) Drenaje | () | () |
| c) Electricidad | () | () |
| d) Telégrafo | () | () |
| e) Correo | () | () |
| f) Caminos vecinales | () | () |
| g) Teléfono | () | () |

Justificación.- Conocer en que medida se satisface la deman
da de estos servicios en los ejidos.

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

- a) Salubridad.....()
- b) Seguro Social()
- c) ISSSTE.....()
- d) Clínicas Particulares...()
- e) Dispensario()
- f) Doctor()
- g) Farmacia()
- h) Otros _____

Justificación.- Conocer los servicios médicos con que cuenta=
el ejido y el grado de seguridad e higiene ==
que existe en el campo.

25.- ¿ De esos servicios cuáles utiliza sus familia? _____

Justificación.- Conocer conforme a su nivel cultural y sus re
cursos que servicios médicos utiliza.

- 26.- ¿Qué escuelas tiene el ejido? Tiene maestros
- | | | | |
|---------------------|-----|----|----|
| a) Primaria | () | SI | NO |
| b) Secundaria | () | SI | NO |
| c) Técnica | () | SI | NO |
| d) Otras | | | |
-

Justificación.- Conocer los medios con los que cuenta el ejido= para que se eduquen sus miembros.

27.-¿ De los siguientes artículos, cuáles de ellos consume su familia?

PRODUCTO	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM	Compra	Prod.
Mafz	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Frijol	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Pan blanco	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Arroz	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Leche	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Mantequilla	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Crema	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Queso	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Carnes	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Pescado	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Blanquillos	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Papa	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Tomate	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Jitomate	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Chile	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Te	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Pulque	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Justificación.- Conocer cual es la alimentación fundamental del ejidatario y conocer hasta cierto grado su nivel de vida.

PRODUCTO ----- SI NO DIA 3xS 1xS c/15 1xM +1xM MARCAS.

Jamón -----
Queso de puerco -----
Chocolate para mesa -----
Aceite -----
Manteca -----
Galletas -----
Harina de: -----
 arroz -----
 trigo -----
 maíz -----
Consome : -----
 en cubo -----
 en polvo -----
Sopas de pasta -----
Cuadernos -----
Lápices -----
Plumas -----
Velas o veladoras -----

30.- ¿Los precios de los productos anteriores le parecen?

- a) Bajos..... ()
- b) Regular o bien. ()
- c) Altos..... ()

31.- ¿Qué dificultad tiene para comprarlos?

- a) Ninguna..... ()
- b) Son caros..... ()
- c) No hay en la tienda ()
- d) No tiene dinero ()
- e) Otros. _____

Justificación.- Determinar la demanda que tienen los productos elaborados en el campo, conocer la opinión que los ejidatarios tienen en cuanto a su precio y

PRODUCTOS	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM	MARCA	...
Hojas para rasurar	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Crema para rasurar	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Lápiz labial	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Brillantinas	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Papel sanitario	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

35.- ¿Los precios de los productos anteriores le parecen?

- a) Bajos ()
- b) Regular o bien. ()
- c) Altos ()

36.- ¿Qué dificultad tiene para adquirir estos productos?

- a) Ninguna ()
- b) Son caros..... ()
- c) No hay en la tienda ()
- d) No tiene dinero.... ()
- e) Otros _____

Justificación.- Conocer o determinar, la demanda que tienen ==
estos estos productos y la facilidad o dificultad ==
para adquirirlos.

37.- ¿Dónde compra normalmente estos productos?

- a) Tienda Conasupo... ()
- b) Tienda ejidal ()
- c) Tienda particular. ()
- d) Otros _____

Justificación.- Conocer los canales de distribución en el ejido.
do.

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

- a) Amigos ()
- b) Radio ()
- c) Televisión. ()
- d) Revistas. ()
- e) Periódicos ()
- f) Otros _____

Justificación.- Conocer la influencia de los medios publicitarios.

39 .-¿Cuando se enferman a que tipo de medicamentos recurre su familia?

- a) Receta médica..... ()
- b) Lo que le recomiendan..... ()
- c) Los que usted conoce..... ()
- d) Hierbas medicinales..... ()
- e) Otros..... ()

Justificación.- Conocer el procedimiento que utilizan para curar sus enfermedades.

40.- De los siguientes medicamentos ¿cuáles compra?

- a) Aspirinas. ()
- b) Mejorales ()
- c) Alka Seltzer ()
- d) Sal de Uvas. ()
- e) Leche de magnesia ()
- f) Pomadas ()
- g) Desenfriol ()
- h) Enterobioformo ()
- i) Jarabes para la tos..... ()
- j) Curitas. ()
- k) Algodón. ()
- l) Alcohol. ()
- m) Merthiolate. ()

Justificación.- Ver en que grado el campesino se auto receta y conoce las marcas de las medicinas utilizadas con mayor frecuencia.

41.- ¿Cómo llegó a conocer estos medicamentos?

- a) Doctor ()
- b) Farmacéutico o Boticario.. ()
- c) Radio ()
- d) Televisión ()
- e) Amigos ()
- f) Otros _____

Justificación.- Conocer la influencia de los medios publicitarios.

42.- De los siguientes artículos para vestir, ¿cuáles usa su familia?

-
- Camisa -----
- Pantalón -----
- Ropa interior -----
- Chamarras -----
- Huaraches -----
- Sandalias -----
- Zapato o bota -----
- Rebozo -----
- Vestidos -----
- Faldas -----
- Blusas -----
- Overol -----

43.- ¿Dónde compra normalmente estos productos?

- a) Tienda Conasupo ... ()
- b) Tienda ejidal ... ()
- c) Tienda particular ... () ,

- d) Plaza o mercado ... ()
- e) Otros _____

44.- ¿Cómo se enteró de la existencia de estos artículos?

- a) Amigos ... ()
- b) Radio ... ()
- c) Televisión ... ()
- d) Otros _____

Justificación. < Conocer la capacidad adquisitiva del ejidatario, los canales de distribución hacia el ejido y la influencia de los medios publicitarios.

45.- De los muebles y aparatos domésticos de la lista siguiente, ¿cuáles son los que Ud. tiene?

PRODUCTO	SI	NO	CONTADO	CREDITO	MARCA
Mesa	-----	-----	-----	-----	-----
Sillas	-----	-----	-----	-----	-----
Sillones	-----	-----	-----	-----	-----
Catres	-----	-----	-----	-----	-----
Camas	-----	-----	-----	-----	-----
Ropero	-----	-----	-----	-----	-----
Trastero o alacena	-----	-----	-----	-----	-----
Tortillero	-----	-----	-----	-----	-----
Metate	-----	-----	-----	-----	-----
Molcajete	-----	-----	-----	-----	-----
Losa de	-----	-----	-----	-----	-----
Barro	-----	-----	-----	-----	-----
Peltre	-----	-----	-----	-----	-----
Aluminio	-----	-----	-----	-----	-----
Plástico	-----	-----	-----	-----	-----
Vidrio	-----	-----	-----	-----	-----

PRODUCTO	SI	NO	CONTADO	CREDITO	MARCA.
Cuchara	-----	-----	-----	-----	-----
Cuchillo	-----	-----	-----	-----	-----
Tenedor	-----	-----	-----	-----	-----
Anafre	-----	-----	-----	-----	-----
Brasero	-----	-----	-----	-----	-----
Comal	-----	-----	-----	-----	-----
Aparatos	-----	-----	-----	-----	-----
Refrigerador	-----	-----	-----	-----	-----
Estufa de gas	-----	-----	-----	-----	-----
Estufa de petróleo	-----	-----	-----	-----	-----
Lámpara de petróleo	-----	-----	-----	-----	-----
Parrilla	-----	-----	-----	-----	-----
Licuadora	-----	-----	-----	-----	-----
Plancha eléctrica	-----	-----	-----	-----	-----
Plancha de carbón	-----	-----	-----	-----	-----
Radio	-----	-----	-----	-----	-----
Televisión	-----	-----	-----	-----	-----
Tocadiscos	-----	-----	-----	-----	-----
Consola	-----	-----	-----	-----	-----
Grabadora	-----	-----	-----	-----	-----

Justificación.- Determinar el ajuar inmobiliario con que cuenta el ejidatario, determinar el tipo de bienes duraderos y la forma de compra.

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

- a) Ninguna ... ()
- b) Son caros ... ()
- c) No hay en la tienda .. ()
- d) No tiene dinero ... ()
- e) Otros _____

47.- ¿Cómo considera el precio de los productos mencionados?

	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM
Campos deportivos	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Paseos	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Otros	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

51.- ¿Qué estación de radio escucha? _____

52.- ¿Qué es lo que Ud. y su familia lee? -----

- a).- Periódicos ... ()
- b).- Libros ... ()
- c).- Cuentos ... ()
- d).- Ninguno ... ()
- e).- Otros ... ()

53.- ¿Qué canales de televisión ve Ud.? -----

Justificación de las preguntas número 52,53,54,55, ...

- Conocer el tipo de actividades recreativas - con que cuenta el ejido.
- Conocer a través de que medios de comunicación (masivos) se puede llegar al ejidatario.

4.3 TABULACION DE LA INFORMACION.

7.- A que se dedica el ejido principalmente?

Agricultura,	93.00%
Ganadería	6.00%
Otros	1.00%

7a1).-El ciclo de su cosecha es:

anual	96.00%
Menos de 1 año	8.00%
Más de un año	2.00%

7a2).-De que 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 que no utiliza riego?

No hay medios	55.00%
No sabe por qué	17.00%
No lo han solicitado	3.00%
Otros lo han solicitado	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%
Goteo	27.00%

8.- A recibido algún tipo de préstamo bancario?

Sí	37.00%
No.	63.00%

8a1).- Si que tipo?

Refaccionaria	58.00%
Avío	41.00%
Inmobiliario	1.00%

8a2).- No por qué?

No los hay	42.00%
No sabe como 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 no bancario.

Si	20.00%
No	80.00%

a) Si 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%

c) ¿Por qué no lo ha recibido?

No hay quien le 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 ?

Si sabe	28.00%
No sabe	72.00%
Si 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.	

10.- ¿ Utiliza algún otro tipo de servicio bancario?

Si	3.2%
No	96.8%

10a). ¿ Qué tipo ?

a). Ahorro	69.2%
b). Cheques	30.8%
c). Otros	

10b). ¿ Quién le ha otorgado estos servicios?

a). Banco del gobierno	93.5%
b). Banco particular	6.5%

1.- Quien los representa para la obtención de un crédito?	
a). No sabe	15.00%
b). Nadie	5.00%
c). Sociedad de Ejidatarios	34.00%
d). Cooperativa	1.00%
e). Comisario Ejidal	42.00%
f). Otros:	
Jefes de Zona	3.00%
12.- Que requisitos le piden para otorgarles el crédito?	
a). Ser miembro del ejido	40.00%
b). Formar parte de una	16.00%
c). Aval	2.00%
d).- Título de Propiedad o Inafectabilidad	9.00%
e). Estar legalizado el ejido	33.00%
f). No sabe	26.00%
13.- Ha recibido alguna vez seguro agrícola?	
Sí	29.00%
No.	71.00%
Sí, que tipo?	
No sabe	37.00%
Sobre su cosecha	22.00%
Refaccionario	1.00%
Completo	4.00%
Sin inversión	7.00%
Agrícola	19.00%
Sin respuesta	10.00%
No por que	
No sabe como obtenerlo	16.3 %
Poca cosecha	2.8 %
No se los dan	38.8 %
No le conviene	3.8 %
No lo han solicitado	20.4 %
No le interesa	2.8 %

No los han ofrecido	12.8 %
No lo hay	11.1 %
13a) Le conviene el seguro?	
Sí	54.6 %
No	45.4 %
No, Por qué?	
No lo pagan bien	77.8 %
No lo han ofrecido	1.9 %
No sabe	31.5 %
No tiene que asegurar	11.1 %
No le interesa	13.0 %
Tiene que pagar	
Réditos	1.9 %
Es una carga	1.9 %
13b) Quien le ha otorgado el seguro?	
a). Gobierno	97.5 %
b). Particulares	2.5 %
14.- ¿Quién se encarga de los trámites para obtener préstamos y seguros dentro del ejido?	
Comisario Ejidal	10 %
No sabe	1 %
Sociedad de ejidatarios	89 %
15.- Que forma de Organización tiene el ejido?	
a). Individual	90.00%
b). Colectiva	4.00%
c). Semicolectiva	5.00%
d). Otra:	1.00%
e). Ninguna	
16.- Ha recibido asistencia técnica?	
Sí	32.00%
No	68.00%

16a). Que tipo de asistencia?

Fertilizantes	7.00%
Herbicidas	6.00%
Manejo de la tierra.	5.00%
Herramientas	1.00%
Semillas mejoradas	6.00%
Capacitación	3.00%
Maquinaria	1.00%
Planes de Inversión	1.00%
Otros	
Minera	1.00%

16b).- Quien se la otorga?

Gobierno	96.9 %
Particulares	3.1 %

16c).- Porqué?

No sabe	25.2 %
No hay recursos	5.4 %
No llega	11.9 %
No lo han ofrecido	10.1 %
No lo han pedido	6.1 %
No se dan	30.9 %
Sin respuesta	10.4 %

17.- Qué tipo de elementos o herramientas utiliza para realizar su producción?

a) Manuales	43.00%
b). Mecánicos	19.00%
c). Ambos	38.00%

17a1) Su maquinaria?

La compra	16.9%
La alquila	83.1 %

17a2) A través de quien adquiere la maquinaria necesaria para su trabajo?

Particulares	66.1 %
--------------	--------

Banco de crédito rural	12.9 %
Compra a proveedores	2.9 %
Bancos	1.2 %
Ellos mismos	1.7 %
Sin respuesta	15.2 %

17a3) Donde compra esta maquinaria?

Por medio del Banco	8.8 %
Agencia	5.9 %
Intermediarios	10.5 %
Sin respuesta	74.9 %

18.- Donde compra su herramienta de trabajo?

Ferretería	85.6 %
Por medio del Banco	0.3 %
Tienda Ciudad	8.2 %
Tienda Municipio	3.1 %
Talleres	3.6 %
Las fabrican	0.5 %
Van los vendedores	0.5 %

19.- Como compra estas herramientas de trabajo?

a). Crédito	2.0 %
b). Contado	98.0 %

20.- Como se enteró usted de que hay esta maquinaria o herramienta.

a).Por parte del vendedor	1.00%
b).Por amigos	71.00%
c).A través de la radio.	1.00%
d).A través de la Televisión.	1.00%
e). Folletos	1.00%
f).Otros:	
Uno mismo	8.00%
Por tradición.	15.00%
El Gobierno	1.00%
Arrendado	1.00%

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

a). Alquilado	20.00%
b). Propio	5.00%
c). Paga flete	15.00%
d). El comprador hace el transporte	28.00%
e). No utiliza	8.00%
f). Otros:	
Bestias	4.00%
Es de autoconsumo	25.00%

22.- Existen en el ejido medios de Transporte Público?

Si	66.00%
No	34.00%
Sí, cuales?	
Camión	83.3 %
Ferrocarril	0.4 %
Camión y Camioneta	1.9 %
Coches de alquiler	3.7 %
Sin respuesta	10.7 %
Sí, son	
Suficientes	50.8 %
Insuficientes	49.2 %
No, por qué?	
No hay carreteras	31.2 %
No llegan al ejido	31.9 %
No hay organización	4.4 %
No sabe	8.0 %
No son necesarios	1.5 %
No dejan	0.7 %
No los han pedido	2.2 %
Sin respuesta	20.3 %

23.- El ejido tiene?

a). Agua Potable	65.00%
b). Drenaje	8.00 %
c). Electricidad	78.00%
d). Telégrafo	13.00%
e). Correo	31.00%
f). Carreteras	58.00%
g). Caminos vecinales	93.00%
h). Teléfono	15.00%

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

a). Salubridad	26.00%
b). Seguro Social	5.00%
c). Issste	5.00%
d). Clínica Particular	18.00%
e). Dispensario	40.00%
f). Doctor	18.00%
g). Farmacia	1.00%
h). Otros:	
Doctores eventuales.	1.00%
Estudiantes.	

25.- De estos servicios, cuales utiliza su familia?

Salubridad	66.7 %
Doctor particular	100.0 %
Ninguno	5.00%
Clínica Particular	44.4 %
Farmacia	18.1 %
Dispensario	67.7 %
Practicantes	0.5 %
I.M.S.S.	3.9 %

26.- Que escuelas tiene el ejido?

a). Primaria	98.00%
--------------	--------

b).- Secundaria	49.00%
c).- Técnica.	9.00%
d).- Otras:	
Normal	1.00%
Preparatoria	1.00%

27.- De los siguientes artículos cuáles de ellos consume su familia?

PRODUCTO.	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	LxM	+1xM	COMPRA	PROD.
a) MAIZ	100%	98%							10%	90%
b) FRIJOL	100%	97%	2%	1%					34%	66%
c) PAN BLANCO	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) MANTEQUILLA	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) BLANQUILLOS	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%	

28. De los alimentos mencionados con anterioridad en caso de comprarlos, donde realiza su compra?

a) Tienda consasupo	19.00%
b) Tienda ejidal	
c) Tienda particular	86.00%
d) Otras	
Conceptos	
Estanquillos	49.00%
Mercado o plaza	32.84%

29.- De los siguientes productos, cuales 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 EN								
BOLSA	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%
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 ENLATADOS	67%	33%	11%	16%	41%	16%	12%	5%
ATUN ENLATADO	11%	89%	2%	2%	7%	15%	13%	61%
SALSA PICANTE EMBOT.	8%	92%	13%	6%	35%	16%	13%	16%
QUESO DE PUERCO	35%	65%	1%	1%	16%	15%	25%	43%
JAMON	8%	92%	3%	3%	13%	13%	16%	52%
CHOCOLATE PARA 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%

PRÓDUCTO	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+1xM
TRIGO	21%	79%	35%	14%	10%	14%	10%	18%
MAIZ	17%	83%	16%	19%	21%	13%	10%	19%
CONSOME:								
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%	39%	5%	2%	
CUADERNOS	89%	11%		1%	14%	27%	17%	41%
LAPICES	89%	11%		1%	15%	32%	23%	29%
PLUMAS	63%	37%			12%	14%	23%	51%
VELAS O VELADORAS	60%	40%	10%	14%	37%	14%	5%	19%

30.- Los precios de los productos anteriores le parecen?

- a). Bajos
- b). Regular o bien 76.00%
- c). Altos 81.00%

31.- Que dificultad tiene para comprarlos?

- a). Ninguna 26.00%
- b). Son caros 42.00%
- c). No hay en las tiendas 6.00%
- d). No tiene dinero 31.00%
- e). Otros.
 - .- Lejanía de la tienda 0.98%
 - .- Marginado de la tienda. 0.25%

32.- Donde compra normalmente estos productos?

- a). Tienda Conasupo 38.00%
- b). Tienda Ejidal 1.00%
- c). Tienda Particular 87.00%
- d). Mercado o Plaza 25.00%
- e). Otros. Fuera de su localidad 1.00%
 - .- Camión ambulante 1.00%
 - .- Ellos mismos 1.00%
 - .- Mercado 1.00%

33.- Como se enteró usted de la existencia de estos productos?

a). Amigos	76.00%
b). Televisión	7.00%
c). Radio	14.00%
d). Otros.- Representante Conasupo	2.00%
.- Lo que más necesita	19.00%
.- Ellos mismos	15.00%
.- Anuncios	1.00%
.- Tradición	4.00%
.- Vendedor ambulante	1.00%
.- Anuncios de tiendas	1.00%
.- Por volantes	1.00%
.- El que les dan	1.00%

34.- De los siguientes productos de aseo personal, cual de ellos usa en su casa?

PRODUCTOS	SI	NO	DIA	3xS	1xS	c/15	1xM	+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%	6%
TALCOS	19%	81%	20%	14%	51%	4%	3%	8%
CREMAS	29%	71%	43%	22%	24%	6%	5%	
RASTRILLO	68%	32%	11%	23%	47%	7%	1%	11%
HOJAS PARA RASURAR	99%	2%	8%	9%	74%	8%	1%	1%
CREMA PARA RASURAR	2%	98%	11%	22%	22%	1%	22%	22%
LAPIZ LABIAL	11%	89%	11%	23%	50%	2%	9%	
BRILLANTINA	25%	75%	15%	13%	45%	9%	16%	
PAPEL SANITARIO	32%	68%	84%	2%	2%	2%	5%	5%

35.- Los precios de los productos anteriores le parecen?

- a). Bajos
- b). Regular o bien 20.00%
- c). Altos 80.00%

36.- Que dificultad tiene para adquirir estos productos?

- a). Ninguna 28.00%
- b). Son caros 52.00%
- c). No hay en la tienda 5.00%
- d). No tienen dinero 23.00%

37.- Donde compra normalmente estos productos?

- a). Tienda Conasupo 23.00%
- b). Tienda ejidal 1.00%
- c). Tienda particular 91.00%
- d). Farmacia 23.00%
- e). Vendedor ambulante 25.00%
- f). Mercado 4.00%

38.- Como se enteró de la existencia de estos productos?

- a). Amigos 51.00%
- b). Radio 17.00%
- c). Televisión 8.00%
- d). Revistas 1.00%
- e). Periodico 2.00%
- f). Lo que alcanza 1.00%
- g). Lo que necesita 5.00%
- h). El que le gusta 3.00%
- i). Uno mismo 33.00%
- k). Ya conoce 10.00%

39.- Cuando se enferman a que tipo de medicamentos recurre su familia?

- a). Receta Médica, 81.00%
- b) Lo que le recomiendan 17.00%

c). Los que usted conoce.	16.00%
d). Hierbas medicinales	9.00%
e). Médico Particular.	0.33%
Boticario	0.33%
Hierbas Med.	0.33%

40. De los siguientes medicamentos, cuales compra?

a). Aspirinas	89.00%
b). Mejoral	97.00%
c). Alka Seltzer.	52.00%
d). Sal de uvas.	69.00%
e). Leche de Magnesia	42.00%
f). Pomadas	63.00%
g). Desenfriol	91.00%
h). Enterobioformo	67.00%
i). Curitas	90.00%
j). Jarabes para la tos	80.00%
k). Algodón	90.00%
l). Alcohol	96.00%
m). Merthiolaté	78.00%

41.- Como llegó a conocer estos productos?

a). Doctor	65.00%
b). Farmacéutico	34.00%
c). Radio	9.00%
d). Televisión	7.00%
e). Amigos	24.00%
f). Tradicionales	23.5 %
Camiones con Bocinas	0.5 %

42.- De los siguientes artículos para vestir, ¿Cuáles usa su familia?

a). Camisas	100.00%
b). Pantalón	100.00%
c). Ropa interior	96.00%

d). Chamarras	80.00%
e). Huaraches	65.00%
f). Sandalias	33.00%
g). Zapatos o Botas	78.00%
h). Rebozo	62.00%
i). Vestidos	99.00%
j). Faldas	83.00%
k). Blusas	87.00%
l). Overoles	4.00%

43.- Donde compra normalmente estos productos?

a). Tienda Conasupo	4.00%
b). Tienda Ejidal	1.00%
c). Tienda Particular	91.00%
d). Plaza o Mercado	25.00%
e). En E.U.A.	0.49%
f). Fuera del Estado.	0.74%
g). Vendedor ambulante.	0.49%

44.- ¿Como se enteró de la existencia de estos artículos?

a). Amigos	60.00%
b). Radio	9.00%
c). Televisión	3.00%
d). Lo que necesita	2.00%
Io que le alcanza.	6.00%
Lo que le gusta	6.00%
Uno mismo	28.00%
Parientes	1.00%
De siempre lo conocen	1.00%
En el mercado	1.00%

45.- De los muebles y aparatos domésticos de la lista siguiente
¿cuáles son los que usted tiene?

	SI	NO	CONTADO	CREDITO
MESAS	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%
<u>TRASTERO O ALA</u>				
CENA	75%	25%	70%	30%
TORTILLERO	42%	58%	97%	3%
METATE	84%	16%	93%	7%
MOLCAJETE	88%	12%	97%	3%
LOSA DE BARRO	88%	17%	95%	5%
LOSA DE PELTRE	71%	29%	94%	6%
LOSA DE ALUMI- NIO	43%	57%	90%	10%
LOSA DE PLASTI CO	44%	56%	96%	4%
LOSA DE VIDRIO	43%	97%	93%	7%
CUCHARA	90%	10%	96%	4%
CUCHILLO	71%	29%	96%	4%
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 PE- TROLEO	22%	78%	79%	21%
LAMPARA DE PE- TROLEO	12%	88%	52%	48%
PARRILLA	6%	94%	100%	--
LICUADORA	22%	78%	95%	45%
PLANCA ELECTRI CA.	62%	38%	63%	37%

	SI	NO	CONTADO	CREDITO
PLANCA 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%
GRAVADORA	4%	96%	87%	13%

46.- ¿Que dificultad ha tenido para adquirir estos productos?

a). Ninguna	24.00%
b). Son caros	58.00%
c). No hay en la tienda	5.00%
d). No tiene dinero	22.00%
e). No hay electricidad	0.74%
La distancia	0.26%

47.- Como considera el precio de los productos mencionados?

a) Bajos	85.00%
b). Regular o bien	14.00%

48.- ¿Donde los compra?

a). Tienda Conasupo	4.00%
b). Tienda Ejidal	1.00%
c). Tienda Particular	89.00%
d). De E.U.A.	1.00%
Vendedores	2.00%
Fuera de la Localidad	5.00%
Mercado	1.00%

49.-¿Como se enteró de la existencia de estos productos?

a). Amigos	52.00%
b). Radio	8.00%
c). Televisión	3.00%
d). Los necesita	4.90%

Va el vendedor	6.86%
Uno mismo	27.94%
Tradición.	2.70%
El que guste.	4.41%

50.- ¿Que 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%
CANTINAS	60%	40%	2%	2%	30%	25%	18%	23%
DEPORTIVOS	78%	22%	7%	2%	63%	6%	3%	19%
BAILES	51%	49%			7%		35%	58%
PASEOS	24%	76%	2%		2%	24%	11%	61%

51.- ¿Que estación de Radio escucha?

a). Local	25.68%
b). Regional	12.16%
c). Nacional	59.73%
d). No recuerda	1.08%
e) F.M.	0.27%
f). Cualquiera	2.16%

52.-¿Que canal de Televisión vé usted?

2	77.08%
4	22.92%
5	36.46%
8	21.88%
13	23.96%
Regional	8.33%

53.-¿Que es lo que usted y su familia lee?

a). Periódicos	50.00%
b). Libros	21.00%
c). Cuentos	39.00%
d). Novelas	21.00%
e). Revistas	1.72%
f). Biblia	0.25%
g). Periódicos oficiales	0.25%
h). Folletos de la S. S. A.	0.25%

4.4 ANALISIS DE LA INFORMACION.

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 le 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 rédito muy alto. De los que habían recibido préstamos no bancarios, al 44% le cobran de un 10 al 20% anual de interés y al 39% de un 41 hasta el 120% anual.

Utilizan otro tipo de servicio bancario al 3%, del cual el 69% es de ahorro y el 31% de cheques, siendo el banco del Gobierno quien les ha otorgado el 94% de estos servicios y bancos particulares 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 otorgarles el crédito, ser miembro del ejido.

Para proteger la producción contra los elementos naturales fuera del control del hombre, tales como; Sequías, inundaciones, granizadas, incendios, heladas, exceso de humedad producida por las lluvias constantes, enfermedades, plagas, etc., sólo el 29% se ha asegurado, siendo el 42% sobre cosecha, y el 37% de los ejidatarios desconocen el tipo de seguro que han recibido.

Las causas por las cuales 71% de los ejidatarios 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 particulares.

El 90% de los ejidos se encuentran trabajando en forma individual, en forma semi-colectiva, 5% y sólo un 4% en forma colectiva.

En cuanto a Asistencia Técnica se refiere, únicamente un 32% la recibe, sobre fertilizantes el 92%, herbicidas el 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 se las proporciona el gobierno en un 96%.

De los ejidos que no han recibido Asistencia Técnica, se

ñalaron 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 estos, el 83% la alquila y los restantes la compran.

Se encontró, que los ejidatarios que alquilan maquinaría 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 ferretería, 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 estos el 83% camiones de pasajeros.

Se encontró que resultan suficientes eses transportes = 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 períodos 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.

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 tres veces por semana, el 29% una vez por semana y el 25% diariamente.

El 68% de los ejidatarios consumen cervezas, la frecuencia de consumo es de el 50% una 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 solo 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 polco son utilizados en un 39% y 12% respectivamente, de lo que se encontró que el 37% consume el consomé en cubo tres veces por semana. Las sopas de pasta las come un 78% de la población = ejidal, con una frecuencia del 39% semanariamente 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 un 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 compras 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 ras-trillos 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 bri-llantina con una frecuencia del 45% semanalmente y por últi-mo tenemos el papel sanitario, del cual el 32% de la pobla-ción ejidal lo consume, en un 84% diariamente. De los pro-ductos anteriores, al 80% de los ejidatarios los precios les parecen altos.

El 50% de los ejidatarios encuentran los productos de == Higiene Personal caros y el 23% dicen no tener el dinero sufi- ciente para comprarlos.

De los que sí consumen estos productos, encontramos que= el 92% los compran en tiendas particulares y el 23% en tien- das 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 sola- mente 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 ami- gos, 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 huara--- ches 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 ropero. Se encontró que 42% de los ejidos = cuenta con tortilleros, el 84% con metate y un 88% con molcajete.

Su loza es de barro en un 83%, de peltre el 71%, de aluminio el 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 ejidatarios tiene comal.

Se encontró, en cuanto a aparatos, que el refrigerador lo tienen el 12% de los ejidos y que sólo 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 parrillas 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. Placa 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 estos 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.

CAPÍTULO 5.

5.1. CONCLUSIONES

Los ejidos se dedican básicamente a la agricultura, de esta actividad obtienen una producción o cosecha anual, esto es debido a las pocas tierras de riego que existen que son de una cuarta parte.

Los ejidos que no cuentan con riego no tienen los suficientes recursos como para propiciarse este servicio y otros no tienen inclusive conocimiento de la causa por la cual carecen de riego.

En el agro mexicano a pesar de que casi en su totalidad los ejidos se encuentran legalizados, los créditos son insuficientes pues solo llegan a una tercera parte de los ejidatarios esta situación se presenta debido a causas tales como a que los bancos no operan en la región, les hayan retirado este servicio a causa de no haber liquidado un crédito anterior o bien desconocen los trámites a seguir en la solicitud de crédito, estos trámites están a cargo del Comisario Ejidal o en su defecto esta responsabilidad recae en la sociedad de ejidatarios,

Los requisitos que piden para otorgarles el crédito son; que sean miembros del ejido y/o bien que este se encuentre legalizado. Otro tipo de servicios bancarios como son cheques, ahorros etc., no son utilizados por los ejidatarios.

Tres cuartas partes de los ejidos no cuentan con seguro que proteja sus cosechas contra; sequías, plagas, inundaciones, heladas, etc., esto es porque no se los dan o no lo han solicitado o bien no saben como obtenerlo. Este tipo de servicio es indispensable especialmente para tierras de temporal, ya que sin el seguro agrícola, el crédito sea Estatal o se abstiene de operar debido a los riesgos de pérdida de co-

secha.

Los ejidos que si cuentan con seguro, a la mitad de ellos no les conviene, piensan que no pagan como se debe que es una carga innecesaria, este servicio lo proporciona el Estado.

La mayoría de los ejidos estan 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 ha 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.

Casi todos los ejidos carecen de drenaje, siendo el agua potable y la electricidad lo que más tienen.

La comunicación por medio de correo y telégrafo es insuficiente, así como también la comunicación por carretera.

Los servicios médicos que otorga el Gobierno son menores que de los médicos particulares, estos últimos amparan

a la mitad de la población, mientras que solo la quinta parte es esta protegida por el Estado pero solo acuden a estos servi-
cios dos terceras partes.

Al enfermarse los ejidatarios no solo toman medicinas bajo prescripción medica sino que también se autorecetan medicamentos tales como; aspirinas, mejorales, sal de uvas, pomadas, desenfriol, enterobioformo, jarabes para la tos, curitas, algodón, alcohol, mertiolate, y en menor grado leche de magnesia y alga seltzer, estos medicamentos los han conocido por medio del doctor, pero también les han sido recomendados por amistades o bien ya les son tradicionales, la publicidad que se les da a estos medicamentos no ha sido factor determinante en su compra.

La educación en el campo se ha incrementado, al menos en lo que respecta a la construcción de escuelas para los hijos de los ejidatarios ya que en su totalidad los ejidos cuentan con escuela aunque muchas de las veces no llegan al sexto grado, para la educación media la mitad de los ejidos cuentan con la escuela secundaria, no existiendo más que una décima parte de ejidos que cuentan con escuelas de capacitación del ejidatario.

La segunda parte de las conclusiones se aplica a los productos que se consumen en el sector ejidal a este respecto, la alimentación básica del campesino es la que ya todos conocemos mientras que otros productos como las galletas son considerados como golosinas y solo la mitad de los ejidatarios las consume, las harinas tienen poca demanda, se prefiere el café o el te o bien la leche en caso de que sea posible adquirirla.

El consomé tanto en cubo como en polvo tiene una demanda muy limitada por considerarse suntuario, los productos escolares aunque tienen un costo determinado son comprados por los ejidatarios por ser artículos necesarios para sus hijos denotando con esto un cambio de mentalidad.

Para los ejidatarios es difícil adquirir estos productos por ser caros o bien por no tener dinero suficiente para adquirirlos, las variantes que convergen en la demanda de estos productos son:

- El bajo nivel de ingreso que percibe el ejidatario el cual hace que exista una mayor demanda de productos no elaborados o sea que el consumo de productos por parte del ejidatario va a estar en función directa en el grado de satisfacción de sus necesidades fundamentales.

- Los canales de distribución que existen en los ejidos son los que se han creado por la costumbre, no se ha tratado de implantar nuevos canales en este sector. Las compras las realiza el ejidatario en tiendas particulares por lo cual se incrementa el costo de los productos a causa del mayor número de intermediarios, en cuanto a tiendas CONASUPO estas se encuentran en poblaciones grandes y son pocos los centros que existen.

El principal influyente en las compras del ejidatario -

son los amigos, además del factor necesidad y el factor económico, siendo nula la influencia que podría tener la publicidad en radio.

Los productos de aseo personal como son los jabones se encuentran toda clase de ellos en los ejidos y su uso es frecuente. El uso de la pasta de dientes se ha extendido a tres quintas partes de los ejidatarios, mientras que el uso de -- productos como ,shampoo, lociones, desodorantes, cremas, para rasurar, lapices labiales no se acostumbra adquirirlos debido a que se consideran superfluos e innecesarios en tanto que el talco , cremas, brillantinas y papel sanitario una -- quinta parte acostumbra a usarlos frecuentemente, las hojas de rasurar si son consideradas indispensables pero su uso es semanal debido a que su trabajo absorbe todo su tiempo.

Estos productos son considerados como caros e innecesarios, a excepción de los jabones y fuera de su presupuesto.

La venta de estos artículos esta a cargo de tiendas particulares en donde hacen sus compras los ejidatarios mientras que las tiendas CONASUPO son poco utilizadas como canales de distribución de estos productos ya que se ocupa preferente -- mente de artículos de primera necesidad.

La influencia de los medios masivos de comunicación es -- pobre, en este aspecto los amigos son los influyentes en la compra o bien las necesidades y/o posibilidades del ejidatario:

En cuanto a las prendas de vestir y el calzado que usan los ejidatarios son adquiridos en tiendas particulares o en plaza o mercado, la compra aquí esta determinada por la necesidad y no por el gusto. En su compra el ejidatario es in---fluenciado por los demás amigos más bien en lo que respecta al precio de estos artículos que en cuanto a lo agradable de

ellos.

Los muebles de los que disponen los ejidatarios son generalmente pocos y rudimentarios, la tercera parte carece de camas o de catres mientras que el metate y el molcajete son considerados como indispensables lo mismo que el comal, su loza no es de un mismo material aunque predomina el barro,

Aparatos como estufa de gas, refrigerador, licuadora, consola, gravadora, televisión están fuera de su alcance por el alto costo de los mismos. Los ejidatarios que si cuentan con estos artículos los han adquirido en tiendas particulares preferentemente de contado, en la compra de estos artículos el factor que más influye es el ejidatario mismo aunque también tienen intervención los amigos.

El fomento del deporte mediante la construcción de campos deportivos ha tenido una respuesta favorable por parte de los ejidatarios al concurrir semanalmente a practicar el deporte. En cuanto a otras actividades recreativas su existencia es prácticamente nula.

Solamente una décima parte de los ejidatarios carece de radio por lo cual pueden tener éxito promociones planificadas adecuadas a las necesidades del ejidatario, en cuanto a las estaciones que cuentan con la preferencia de los ejidatarios están aquellas que tienen red nacional.

Una cuarta parte de ejidatarios poseen televisión la cual no toca temas que le atañen o bien que estén a su alcance, únicamente trata temas que le enajenan y que le hacen olvidar su situación y vivir ajeno a ella, algo similar ocurre con la lectura de los ejidatarios pues una quinta parte lee novelas otra no tienen ningún tipo de lecturas y una tercera parte lee cuentos.

El problema de la pobreza en el campo es dramático ya =
que aqueja a la mayoría de los ejidatarios especialmente a =
aquellos que cuentan con tierras de temporal este problema =
se agrava debido a la creciente desocupación rural, al aument
to de campesinos sin tierras y al bajo nivel de ingresos que
significa su cosecha incapaz de sostener los requerimientos
mínimos de alimentación y vestido de la familia del ejidatar
riq.

5.2. COMPROBACION DE HIPOTESIS.

Hipotesis 1.- El mayor porcentaje de los productos existentes en un ejido son los que satisfacen necesidades primarias.

Comprobación.-Si, el mayor porcentaje de productos existentes en un ejido son los que satisfacen necesidades primarias como son: alimentos y vestidos, artículos estos indispensables para poder vivir, = aunque también cabe señalar que estas necesidades no han sido cubiertas en forma satisfactoria entre la gran mayoría de campesinos, pues = su alimentación no llena los requerimientos mínimos de una buena nutrición.

Hipótesis 2.- El ejidatario no tiene capacidad adquisitiva = suficiente para adquirir sus satisfactores.

Comprobación.-La capacidad de compra del ejidatario es muy = baja y los artículos que existen en el mercado y que necesita, tienen un precio demasiado ele = vado, quedando por lo tanto fuera de sus posi = bilidades.

Hipótesis 3.- Los medios masivos de comunicación sólo inci = tan al consumismo innecesario a los ejidata = rios.

Comprobación.-La fabricación indiscriminada de productos y la constante invitación a través de la radio y la televisión para adquirirlos no ha sido = hasta ahora factor decisivo en las compras = de los ejidatarios, debido más que nada, a =

que estas campañas están orientadas a productos superfluos.

Hipótesis 4.. La manipulación por parte del Gobierno de los = hombres de campo, ha hecho que estos estén or-- ganizados políticamente y no en función de sus necesidades.

Comprobación.- La organización que tienen actualmente los eji dos está más bien orientada hacia el control == político de sus miembros a través de líderes == que manipulan la distribución y consumo de pro ductos y servicios de unas cuantas personas, == sacrificando la productividad y el bienestar == económico y social del ejidatario en aras de la tranquilidad y estabilidad política, trayendo = esto consigo una mayor marginación y brotes de= descontento.

Hipótesis 5.- La demanda de productos y servicios no ha sido satisfecha en el sector ejidal.

Comprobación.- Una de las causas por las cuales se dá esta si tuación es el hecho de que los canales de dis tribución que actualmente existen en los eji-- dos son inoperantes debido a que encarecen los productos más necesarios además de llevar otros suntuarios e innecesarios que no se adecuan a = sus requerimientos más elementales.

Existen por otra parte, trámites engorro sos, papeleo y burocratismo a los cuales se en frentan los ejidatarios al solicitar crédito,= fertilizantes y otros insumos y que ocasionan= que el campesino se aleje de estos servicios.

Hipótesis 6.- La necesidad de productos y servicios va de acuerdo a la idiosincrasia del ejidatario.

Comprobación.-El bajo nivel cultural que aún sigue imperando en el campo, ocasiona que como consumidores, sigan adquiriendo y haciendo uso de aquellos productos que por costumbre usan.

Hipótesis 7.- Para el ejidatario lo más importante es satisfacer sus necesidades primarias, por lo que al no ser satisfechas estas, emigra a los centros urbanos en busca de mejores condiciones de vida.

Comprobación.-Lo más importante para el ejidatario es ante todo satisfacer sus necesidades primarias.

Al no darle la tierra lo suficiente ya no digamos para una buena alimentación, sino para subsistir, se ve en la necesidad de emigrar hacia los centros urbanos.

5.3 RECOMENDACIONES.

La organización de sociedades entre los ejidatarios se hace indispensable, sobre todo entre aquellos que cuentan = con poca tierra o bien que esta es de temporal, esto es, para que dejen de constituir una masa dispersa y aislada frente a los acaparadores y les permita tratar directamente con los organismos oficiales, para presentar globalmente sus requerimientos de insumos y/o de otros servicios.

Esto tendría como objetivo, conservar la unidad de producción para llevar a cabo dicha organización es necesario= una planeación que contenga los siguientes puntos:

1.- Las alternativas que se tienen para resolver el problema, estas deben estar planteadas en un análisis profundo y en la determinación de las causas del problema. Dichas = alternativas, deberán ajustarse a los recursos con que cuente el ejido y así poder elegir la solución más adecuada.

2.- Realizar un estudio que presente los beneficios, limitaciones y aplicaciones más adecuadas.

3.- Elaborar un plan que contenga el o los objetivos, las políticas y los programas que se pretendan conseguir para la consecución de lo fijado.

Una vez realizada la planeación es necesario llevarla a la práxis, para lo cual:

1.- Es necesario ver los recursos con los que cuenta + el ejido tanto humanos como materiales y técnicos.

2.- Elegir el programa que se considere más adecuado.

3.- Motivar a los ejidatarios, para que colaboren en el desarrollo del programa elegido.

4.- La comunicación entre los ejidatarios para que, conozcan y comprendan claramente lo que se pretende hacer o llevar a cabo.

Una vez planeado el programa y llevado a la práctica, es necesario tener un control mediante:

- 1.- La comparación de lo real con el programa.
- 2.- Un análisis de los resultados.
- 3.- La corrección de las desviaciones.

No basta con que una dependencia construya caminos, la otra reparta tierras y una tercera promueva la instalación de una fábrica, es preciso, a partir de las necesidades y recursos actuales y potenciales de cada región, aprovechar de la mejor manera los recursos existentes como puede ser la agricultura y la ganadería, así como también orientar a los ejidatarios en otras actividades productivas como son la turística, la avícola, forestal, agroindustrial, etc., como una solución a los problemas económicos de los ejidos sobre todo para aquellos ejidos que cuentan con tierras de temporal.

Será mediante una previa investigación que abarque los siguientes aspectos:

- 1.- En cuanto al mercado; tamaño del mismo, su localización, competencia y sus características.

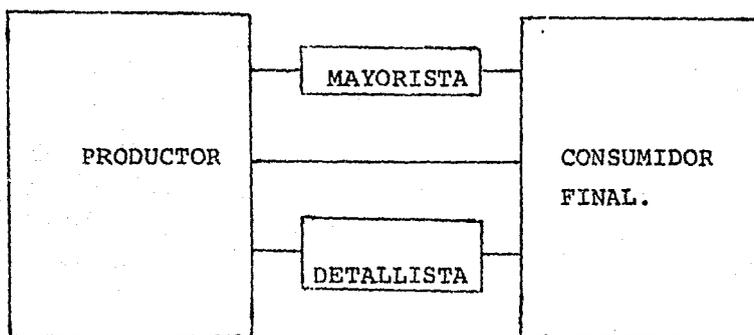
2.- En cuanto al consumidor; su comportamiento, hábitos de compra y preferencias, pues de lo contrario, se caerá en la improvisación la cual fué característica en el Programa de la Pesca, en donde primero se hicieron puertos, luego se vió que se necesitaban industrias y se hicieron, pero no se tomó en cuenta el consumo y hasta entonces, se comprobó que la gente no estaba acostumbrada a utilizar el pescado en su dieta alimenticia.

Por medio de la producción local, en la medida de lo posible, se podrán obtener los satisfactores fundamentales que requiera la población para satisfacer sus necesidades básicas en materia de alimentación, vivienda, vestido, etc., procurar no tanto aumentar el ingreso monetario de las familias -el cual se ve descompensado por el aumento del costo monetario de la vida- cuando el incremento paulatino del bienestar real pues ¿No es absurdo que en muchas de las comunidades en que se pudren las frutas o en que se ignora el cultivo de frutales, la gente gasta parte de su magro jornal en la compra de refrescos embotellados o de productos innecesarios? ¿O que se desaprovechen materiales locales de construcción? ¿O que se compren fibras artificiales industriales para tener sarapes cuando se podría impulsar la producción local de lana?.

En la actualidad los canales de distribución que existen en el campo para los productos que la industria producen aquellos que han sido creados por la costumbre, es por esto que se hace necesaria la planeación e implantación de canales de distribución que respondan a los requerimientos de los ejidatarios, esto es, cambios estructurales que eviten intermediarios que vienen a encarecer los productos que ellos consumen, así como también, cambios funcionales o sea

una redistribución de una o más tareas o actividades entre los miembros del canal.

Los canales de distribución que se pueden considerar = como los más adecuados serían:



Aunque esto no se puede considerar como una regla ya = que todo depende de el tipo de productos que se distribuyan, pues la supresión de algunos intermediarios, podría ocasionar en algunos casos, un incremento en el valor de determinados productos.

La intervención de la CONASUPO en la distribución de = productos sería valiosa, si esta aumentara su participación en el mercado nacional de alimentos básicos, esto se logrará mediante la planeación y establecimiento de tiendas estratégicamente situadas en el sector rural.

En dichas tiendas, deberá adoptarse una actitud social en cuanto a los precios que se pagan por los productos de = los ejidatarios.

Si bien es cierto que la publicidad y la promoción son esfuerzos tendientes a lograr el conocimiento y aceptación

de un producto, también puede originar el consumo innecesario, por esto es indispensable que estos medios encausen -- las necesidades y la capacidad adquisitiva del ejidatario = hacia artículos verdaderamente útiles, estas herramientas = de comercialización, pueden ser utilizadas por la CONASUPO= para los fines anteriormente expuestos ya que actualmente = tienen una influencia prácticamente nula más que nada por = no responder a las necesidades de los miembros del ejido y= por no estar acorde con su problemática.

El Estado no puede asumir la responsabilidad en cuanto a la inversión y financiamiento de la agricultura, por lo = cual deben buscarse mecanismos para que todo agricultor des= tine parte de sus utilidades al mejoramiento de la superfi= cie de cultivo con que cuenta.

A la fecha, falta una coordinación adecuada en el sumi= nistro de servicios como crédito, seguros y ayuda técnica = razón por la cual muchas veces los ejidatarios pierden u ob= tienen una mala cosecha es por esto que se precisa procurar que los insumos como: crédito, seguros agrícolas, fertilizan= tes, maquinaria, ayuda técnica, se incluyan en un paquete = para una mejor coordinación y aprovechamiento de los mismos.

Aplicando lo anteriormente expuesto, se podrá realizar una explotación racional de la tierra, y el Estado, podrá = ir dejando poco a poco, la actitud paternalista y la políti= ca de subsidios que hasta el momento ha llevado.

BIBLIOGRAFIA.

- Primer Censo Nacional Agropecuario Ejidal y Comunal D. A. - A.C.- 1974.
- Neolatifundismo y Explotación.- Rodolfo Stavenhagen y Fernando Paz Sánchez.- Ed. Nuestro Tiempo.
- Archivos del IEPES.- Los Recursos Hidráulicos en México.- Temas Nacionales números 4 y 7.
- El Crédito Agrícola en México.- E.N.E. UNAM.
- Investigación Económica.- UNAM.- Revista de la E.N.E. Número 136
- El Ejido Industrial.- Manuel Técnico.- D.A.A.C.
- Folleto de CONASUPO, S. A. de C. V.- 1969
- Revista Proceso.- Número 6.
- Dirección de Mercadotecnia.- Philip Kotler.- Ed. Diana.
- Introducción a la Administración.- José Antonio Fernández Arena.- UNAM.
- Estadística.- Taro Yamane.- Ed. Trillas.
- Introducción a la Técnica de Investigación en Ciencias de la Administración y del Comportamiento.- Fernando Arias Galicia.- Ed. Trillas.

INDICE

Página

PROLOGO. -----	
CAPITULO 1.- FIJACION DE OBJETIVOS E INVESTIGACION DOCUMENTAL. -----	1
1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION. -----	2
1.2 SITUACION ACTUAL DEL SECTOR EJIDAL.--	3
CAPITULO 2.- FORMULACION DE PROBLEMAS E HIPOTESIS. -----	27
2.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMAS. -----	28
2.2 DISEÑO DE HIPOTESIS -----	30
CAPITULO 3.- PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO EJIDAL. -----	31
3.1 PAPEL DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN EL CAMPO. -----	32
3.2 FUNCION DE LA MERCADOTECNIA. -----	35
3.3 PANORAMA QUE GUARDA ACTUALMENTE EL SECTOR EJIDAL.-----	38.
CAPITULO 4.- INVESTIGACION DE CAMPO.-----	40
4.1 DISEÑO DE LA MUESTRA.-----	41
4.2 CUESTIONARIO Y JUSTIFICACION DEL MISMO. 45	
4.3 TABULACION DE LA INFORMACION.-----	65
4.4 ANALISIS DE LA INFORMACION. -----	86

CAPITULO 5.-----	98
5.1 CONCLUSIONES.-----	99
5.2 COMPROBACION DE HIPOTESIS.-----	106
5.3 RECOMENDACIONES. -----	109
BIBLIOGRAFIA.-----	114.