



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

“ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SEMILLAS DE MAÍZ
CRIOLLO EN EL MUNICIPIO DE AYAPANGO ESTADO DE MÉXICO”

PRESENTA:

LÓPEZ RODRÍGUEZ CARLOS MAURICIO

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

DIRECTOR DE TESIS:

DR. OMAR ERNESTO TERÁN VARELA

ABRIL 2014



Índice

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos.....	5
Introducción.....	6
Capítulo 1.- Planteamiento del problema.....	8
1.1.- Antecedentes.....	9
1.2.- Justificación.....	26
1.2.1.- Conveniencia.....	27
1.2.2.- Relevancia social.....	27
1.2.3.- Implicaciones prácticas.....	27
1.3.- Pregunta de investigación.....	27
1.4.- Objetivo de la investigación.....	27
1.4.1.- Objetivos generales.....	27
1.4.2.- Objetivos específicos.....	27
1.5.- Supuesto de investigación.....	28
1.6.- Metodología de la investigación.....	28
1.6.1.- Tipo de la investigación.....	28
1.6.2.- Nivel de la investigación.....	28
1.6.3.- Diseño de la investigación.....	28
Capítulo 2.- Generalidades del maíz criollo.....	29
2.1.- Antecedentes del maíz criollo.....	29
2.1.1.- Sistema producto.....	30
2.2.- Definiciones del maíz.....	34
2.3.- Clasificación del maíz.....	36
2.3.1.- Clasificación racial del maíz.....	38
2.4.- Mecanismos de clasificación.....	41
Capítulo 3.- Generalidades del proceso de Comercialización.....	46
3.1.- Definiciones Básicas.....	47
3.2.- Características de la comercialización.....	49

3.3.- Objetivos de la comercialización.....	51
3.4.- Tipos de comercialización.....	51
Capítulo 4.- SAGARPA.....	54
4.1.- Introducción a la Sagarpa.....	54
4.2.- Objetivos de la Sagarpa.....	54
4.3.- Apoyos Gubernamentales.....	55
Capítulo 5.- Resultados de la Investigación.....	59
5.1.-Encuesta a productores y actores involucrados.....	59
5.2.- Diagnóstico.....	65
5.3.- Estructura y explicación de la propuesta.....	67
5.2.1.- Comprar para ensilar.....	68
5.2.2.- Consumo.....	70
5.2.3.- Forraje.....	71
5.2.4.- Semilla.....	73
Conclusiones.....	78
Referencias Bibliográficas.....	80
Anexos.....	83

Índice de Figuras

Figura 1.- Contexto nacional del circuito de comercialización de maíz en México.....	30
Figura 2.- Clasificación del Maíz.....	36
Figura 3.- Clasificación racial de Maíz.....	37
Figura 4.- Razas de maíz mexicanas.....	37
Figura 5.- Estructura de la propuesta.....	67
Figura 6.- Canales de distribución.....	75

Índice de Tablas

Tabla No. 1.- Información estadística de siembra y cosecha SAGARPA H Ayuntamiento Amecameca.....	33
Tabla No. 2.- Programas de apoyo de la Sagarpa.....	56
Tabla No. 3.- Pasos para el ensilaje de maíz.....	72
Tabla No. 4.- tipos de estrategias para la comercialización de maíz criollo en el municipio de Ayapango, Estado de México.....	76

Índice de imágenes

Imagen 1.- Maíz en estado masoso-lechoso.....	69
Imagen 2.- Maíz listo para cortar después de la espiga.....	69
Imagen 3.- Maíz para semilla.....	74

Dedicatoria.

A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mis hermanos, tíos, primos, abuelos y amigos.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Agradecimientos.

A dios por no abandonarme, por demostrarme que soy uno de tus hijos. Gracias por ayudarme a levantarme en mis fracasos, por aprender de ellos y principalmente por permitirme realizar el sueño más grande de mi vida.

En especial deseo agradecer a mi Director de Tesis Dr.Omar Ernesto Terán Varela y a todos mis profesores que me apoyaron durante mi preparación profesional, por toda su paciencia, su valioso tiempo y sus conocimientos que me sirvieron de gran ayuda para la elaboración de mi tesis. Gracias por todo el apoyo, considero que me ha servido como ejemplo y deseó contar siempre con su sabiduría y amistad.

Introducción

En México, el maíz forma parte de nuestra alimentación diaria, es el cultivo de mayor presencia en el país, constituye un insumo para la ganadería y para la obtención de numerosos productos industriales, por lo que, desde el punto de vista alimentario, económico, político y social, es el cultivo agrícola más importante. Lo anterior ha derivado en graves problemas en la comercialización de este fruto que forma parte de la canasta básica de los mexicanos.

El maíz es la base de la alimentación de los mexicanos, por representar la mitad del volumen total de alimentos que se consumen cada año y proporcionar a la población cerca de la mitad de las calorías requeridas debido a que una pequeña mazorca de maíz sólo tiene 85 calorías. Sin embargo, durante las últimas décadas se observa un incremento mínimo en su producción. En 2006, la producción ascendió a 21.3 millones de toneladas, en tanto que la demanda fue de 26.2 millones de toneladas. De esta manera, el maíz no satisface las necesidades de la sociedad, por lo cual se recurre anualmente a importaciones, cerca de cinco millones de toneladas provenientes de Estados Unidos. En la actualidad, el crecimiento de las importaciones mexicanas de maíz, por los precios internacionales, dieron como resultado la disminución de la superficie cultivada.

Además, una mayoría de los productores de maíz reciben escasos apoyos gubernamentales e insuficiente asesoría técnica. Dentro de los problemas que enfrentan los productores de maíz hay una falta de crédito, no se tiene acceso al mercado por los altos costos de producción, pero en particular existe una baja productividad en la mayoría de las regiones por diversas causas agronómicas.

El propósito de esta tesis es identificar las variables que afectan a la comercialización del maíz criollo en el municipio de Ayapango, Estado de México. Se trata particularmente de la comercialización que se está realizando dentro de este municipio y sus alrededores. (Hernández 1971, Polanco y Flores 2008, SIAP 2008).

Para realizar esta investigación se tomó el caso del municipio de Ayapango, Estado de México. Para el estudio de campo se revisaron bibliografías de libros, internet, así como datos municipales que contienen información sobre el tema, se realizó entrevista a productores de maíz para obtener información sobre cómo es que llevan a cabo la comercialización del maíz.

La siguiente investigación se estructura de la siguiente forma:

En el primer capítulo, se hace referencia al planteamiento del problema que se vive actualmente en el lugar en donde se realizó el trabajo de investigación, los criterios de investigación a considerar, los objetivos a alcanzar y la metodología que se siguió.

En el segundo capítulo se mencionan las generalidades del maíz criollo con la finalidad de conocer los métodos de clasificación del maíz, los antecedentes del municipio de Ayapango, Estado de México y cómo se clasifican los tipos de maíz para conocer su calidad para comercializarlo.

El tercer capítulo hace referencia a las generalidades del proceso de comercialización, se hace mención a definiciones básicas de las generalidades del proceso de comercialización, así como sus características, objetivos y los tipos de comercialización del maíz criollo.

El capítulo cuarto, hace mención a la SAGARPA, a que se dedica esta secretaría, objetivos y los apoyos gubernamentales que se obtienen a través de esta secretaría para la comercialización y los productores de maíz.

El quinto capítulo se muestran los resultados de la investigación, considerando un objetivo a seguir, para darle paso a la estructura y explicación gráfica de la propuesta donde existe una participación de los actores involucrados e intermediarios para la comercialización, para así lograr una mejor negociación entre los productores y los actores para que se siga conservando nuestro maíz criollo que es uno de los alimentos en la canasta básica.

Por último se muestran las conclusiones, anexos y la bibliografía que se consultó para llevar a cabo la presente investigación.

CAPÍTULO 1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La presente investigación tiene como propósito formular estrategias para la comercialización del grano de maíz criollo en el Municipio de Ayapango, Estado de México, se busca identificar los diferentes factores que intervienen en dicho proceso.

Reconocer las diferentes clasificaciones del maíz, así como su almacenamiento, logrando establecer el lugar adecuado para poder ubicar la comercializadora. Otro problema de gran relevancia es la búsqueda de un financiamiento que se ajuste a las necesidades del proceso de comercialización y cómo llevarlo a cabo.

También es de relevancia ubicar a los diferentes productores de la zona y saber cuáles son los apoyos que otorgan el gobierno estatal, municipal y Federal.

La forma en que se comercializa el grano de maíz en Ayapango, Estado de México es mediante intermediarios que compran en minoría a un precio bajo en el que a los productores de maíz no les conviene venderlo, y muchas de las veces prefieren mejor almacenarlo para su propio consumo, que malbaratarlo o usarlo como forraje para sus animales.

La localidad de Ayapango, Estado de México no cuenta con apoyos suficientes por parte del Municipio y el Gobierno Federal para los productores del maíz por lo cual aumentan factores para que ellos cada vez no quieran producir el grano de maíz, ya que los pocos apoyos solo se le otorgan a conocidos que laboran en el H. Ayuntamiento o solo a ejidatarios, provocando que las tierras sean abandonadas y los productores de maíz abandonen sus tierras y tengan que salir a buscar trabajo en otra cosa de para el sustento de su familia.

1.1.- ANTECEDENTES

Producción del maíz

Rosillo,(2010)México produce el 2.7% del maíz en el mundo (23 millones de toneladas en 2010), siendo el 4º productor a nivel global, detrás de Estados Unidos, China y Brasil. Nuestro rendimiento promedio por hectárea es de 3.2 toneladas (lugar 78 de 164 países que producen este grano en el mundo). El promedio mundial es de 5.2 ton/ha

México es el mercado más grande de maíz en el mundo, representando el 11% del consumo mundial. Cada mexicano consume, en promedio, 123kg de maíz anualmente, cifra muy superior al promedio mundial (16.8 kg per cápita).

La producción de maíz lleva prácticamente 13 años sin crecer. Los motivos son variados, pero destacan la lenta adopción de tecnología, las variaciones climáticas, y la sustitución por otros cultivos con mayor rentabilidad. De acuerdo con fuentes del sector agrícola, en México se producen 20 millones de toneladas.

El escenario es todavía más negro. El analista de Rabobank, Pablo afirmó que México es el segundo importador de maíz a nivel mundial. En el ciclo 2011-2012, se compraron al exterior alrededor de 11.2 millones de toneladas de maíz.

Se complica la producción de maíz pues la siembra nacional y su excedente aumentan y los precios a escala global siguen bajando, sin que beneficie el que las importaciones de este alimento sean menores a las de 2012, reveló el presidente de la Confederación Nacional de Productores Agrícolas de Maíz de México (Cnpamm), Carlos Salazar.

En entrevista con MILENIO, el líder de los productores, aseguró que el valor de esta semilla tendrá una reducción de 35 por ciento este año, mientras que las importaciones continúan generando sobreoferta, dio a conocer Milenio.

Estamos previendo una producción de 20 millones de toneladas de maíz blanco en el país en 2013, de los cuales anualmente se consumen arriba de 12 millones, dejando un excedente que se comercializa a otras naciones

Por su parte, FIRA (Fideicomiso Instituido en Relación a la Agricultura) informó que durante febrero de 2013 el precio del maíz blanco en centrales de abasto en México reportó un promedio de 5 mil 623 pesos por tonelada, el cual significó una reducción de 0.7 por ciento con respecto al precio promedio del mes de enero y de 8.1 por ciento con relación al promedio de febrero de 2012.

Información del Sistema de Información de Comercio Exterior Agroalimentario señala que en el primer bimestre del año se han importado 41 millones de toneladas de maíz blanco, cantidad 86.4 por ciento menor a lo registrado en igual periodo de 2012, cuando fueron 302.5 millones de toneladas.

Esta reducción es por la sobreoferta que se generó el año pasado, dejando inventarios pendientes de comercializar y los cuales, según los productores, han provocado un abaratamiento del grano.

Por esta razón se tienen a que cambien a siembras de maíz amarillo, las cuales nos ayudarán a nivelar la oferta en el mercado, y además nos las pagarán a buen precio.

El valor del maíz del tipo amarillo se regula a través de los mercados internacionales por medio de la bolsa de Chicago, el cual en los últimos siete meses ha bajado 8.9 por ciento, quedando a 302.5 dólares la tonelada.

❖ **Oferta y demanda de maíz**

SAGARPA, (2014) “Se estima un aumento en la oferta de maíz a nivel mundial para el año 2013/14, por el incremento en los inventarios iniciales mayor al decremento en la producción.

Los inventarios iniciales se aumentaron para Argentina y Sudáfrica, países para los cuales también se estimaron menores exportaciones.

El estimado de la producción mundial de maíz se revisó a la baja 0.29 millones

de toneladas, se redujo 1.0 millones en Argentina por el calor y la sequía que predominó en enero y que bajó las expectativas de siembra y rendimiento del grano en ese país. También se estimó menor la producción de Rusia en 0.3 millones de toneladas., de acuerdo a estimados oficiales de este país. Aunque se estimó mayor la producción para Ucrania en 0.9 millones de toneladas. Se estima que el área cosechada y la producción, tanto de Rusia como de Ucrania, serán récord.

Las proyecciones para las importaciones de maíz en el año 2013/14 se incrementaron en 3.2 millones de toneladas, con aumentos para la Unión Europea, Egipto, Corea del Sur, México y Vietnam. El estimado de exportaciones aumentó 0.5 millones de toneladas, tanto para Rusia como para Ucrania, pero se redujo en 1.0 millones toneladas para Argentina; asimismo, las exportaciones de India, como las de la Unión Europea, bajaron 0.5 millones de toneladas en cada país. También aumentaron las exportaciones de los EUA en 3.81 millones de toneladas

Para México, se revisó al alza el consumo forrajero en 0.5 millones de toneladas y en esa misma magnitud fue incrementado el estimado de importaciones. La producción se mantuvo estable, en 21.7 millones de toneladas las importaciones se estimaron en 11 millones de toneladas y el consumo nacional en 31 millones de toneladas de las cuales 14.5 millones serían para uso forrajero”.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, (2014)“La revisión refleja una corrección al alza de la producción de trigo que compensa sobradamente una disminución de la producción de maíz y arroz. También son favorables las previsiones iniciales sobre las cosechas que se recogerán en 2014. Las condiciones generales del trigo de invierno en el hemisferio norte continúan siendo buenas.

El sector agropecuario mexicano presentó dos retos fundamentales en el 2013, el primero de ellos fue aumentar la productividad de los principales cultivos ante un escenario de bajos precios,el segundo, fue crear condiciones que

fomenten una transición hacia cultivos financieramente más rentables y cuya migración sea factible en el corto plazo.

En años recientes, se ha observado que en la medida en que la producción de maíz en el ciclo O-I se ve comprometida, los precios en el 2T reflejan dicha incertidumbre. En 2013 el crecimiento en la producción de maíz del O-I se explica tanto por un aumento en la superficie sembrada, así como por un incremento en el rendimiento por hectárea, Estas condiciones generaron una caída en su precio, ante el escenario optimista de siembras y cosechas, el sector primario ha mostrado cierto nivel de nerviosismo en cuanto a la disminución de los márgenes de utilidad, debido a los menores precios de venta de sus productos. Este entorno se ha intensificado por una menor confianza por parte de los productores en la situación económica del país.”

❖ **Precios actuales y futuros del maíz.**

El precio internacional del maíz muestra una expectativa hacia la baja y en el caso del maíz blanco ha disminuido 10 por ciento en el último año, que dentro del histórico es alto, pero en el mercado de futuros se estima que de junio a diciembre disminuya 35 por ciento, según la Confederación Nacional de Productores Agrícolas de Maíz de México (CNPAMM).

El gran problema puntualiza que las empresas harineras y comercializadoras siguen importando maíz blanco, incluso en época de cosecha de países con los que no tenemos tratado de libre comercio, como Sudáfrica, lo que consideramos una competencia desleal, porque el grano es de baja calidad, además que no se requiere porque México es excedentario en este tipo de maíz.

México importa 9 millones de toneladas al año de maíz amarillo, de las cuales 100% es transgénico, pues nuestro país es deficitario y la industria agropecuaria requiere de este producto para el desarrollo de sus productos; tal es el caso de la leche, para la que las importaciones representan 35% del total

La mayoría del maíz amarillo que traemos a México proviene de EU y está claro que es 100% transgénico. Este es un tema que tenemos que afrontar y avanzar como país, ya que esta tecnología lleva en el mundo 16 años. Hay países que han aprovechado y les ha significado un ingreso significativo. Datos de la Secretaría de Agricultura destacan que nuestro país es autosuficiente en la producción de maíz blanco para el consumo humano, pero se requiere de importar maíz amarillo que demanda el subsector pecuario; en ese sentido, por cada peso que el país obtiene por las exportaciones de este cereal gasta poco más de 15 pesos por su importación.

Así debe pagar por las importaciones aproximadamente 2,738 millones de dólares, ante esta situación “debe darse una discusión seria sobre la posibilidad de comercializar maíz amarillo transgénico, lo que nos permitiría avanzar y que se atendieran las necesidades de la industria, en donde están la lechera, la avícola y pecuaria

Durante el 2013, 18 millones de agricultores de 19 países en vías de desarrollo y de ocho países desarrollados prefirieron cultivar semillas genéticamente modificadas. De acuerdo con el informe, cerca de 100% de los agricultores que prueban los cultivos transgénicos siguen utilizándolos año con año. Cabe destacar que del total de productores censados, 16.5 millones son pequeños agricultores de bajos recursos en países en desarrollo, como México.

Este año se prevé que los precios del maíz sigan bajos, ante la abundante acumulación de inventarios en los países productores, lo cual constituye buenas noticias para las empresas mexicanas dependientes de este grano, aunque no tan favorables para los productores que solicitan créditos agrícolas.

Entre diciembre del 2012 y diciembre del 2013, el precio de la tonelada del maíz (que considera un promedio de los tipos amarillo y blanco) reportó una reducción de 40%, al bajar de 284 dólares a 170 dólares, informó Juan Carlos Anaya, director del Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA).

Los próximos meses se espera que el precio del grano siga bajo, ya que los inventarios seguirán con excedentes y la demanda no sube.

Estados Unidos, el principal productor de maíz en el mundo, producirá este año un volumen récord de 356.3 millones de toneladas.

A escala mundial, la producción sumará un total de 964.2 millones de toneladas en el ciclo 2013/2014, una cantidad inédita.

En este escenario, los contratos futuros con vencimiento de marzo a septiembre del 2014 fluctúan entre 4.25 y 4.5 dólares por bushel, esto es entre 167.32 y 174.2 dólares por tonelada, según datos del GCMA.

Precios del Maíz en México

(Secretaría de economía, 2013) “El presidente de la Confederación de Organizaciones Campesinas, Económicas, Empresariales y Productivas del Estado de México (COCEEP), Vicente Álvarez Delgado aseguró que el precio del maíz en la entidad se está desplomando.

Dijo que mientras que en 2011 se pagó a los productores del grano básico un promedio general de seis pesos por kilogramo, al arranque de este año 2014 la comercialización del maíz no es superior a \$ 2.50 pesos.

El dirigente campesino aseguró que esta situación pone en riesgo el proceso de comercialización de cerca de 2.4 millones de toneladas de maíz, generadas durante el último ciclo agrícola en el Estado de México, ya que con estos costos se garantizan pérdidas significativas para los agricultores.

En este sentido, demandó a las autoridades agropecuarias del estado, establecer las condiciones propicias para la comercialización, con mejores precios y

condiciones que les permitan obtener la liquidez necesaria para dar inicio al nuevo ciclo agrícola.

Explicó que de forma inusitada, este año 2013 obtuvieron en la entidad una producción prácticamente sin precedentes, pero de forma paralela, el precio que pagan a los agricultores es uno de los más bajos de los últimos tiempos.

Dijo que en contraste con ello, las empresas que acaparan el producto, están en la posibilidad de vender el kilo del grano a los tortilleros en seis pesos promedio, mientras que estos a su vez, venden el kilogramo de tortilla en no menos de 12 pesos.

El dirigente aseguró que esta situación acredita que los campesinos de la entidad son los que menos renta obtienen por su actividad, cuando en términos generales, tendrían que recibir, para obtener alguna ganancia, al menos seis pesos por kilo y no 2.50 que actualmente se ofertan en el mercado.

Además aseguró que aún no tienen mecanismos específicos para la compra de la producción mexiquense, que se sitúa, según las diversas estimaciones, en al menos 2.4 millones de toneladas del grano básico”.

(Plan rector del sistema producto maíz, 2012) menciona que: “Años atrás, la comercialización del maíz estaba regulada por el Gobierno Federal a través de la PARAESTATAL CONASUPO.

En 1999, desaparece CONASUPO dejando un vacío de planeación, seguimiento y control en la comercialización del maíz, lo que provocó que fueran las leyes del mercado las que aparentemente controlaran dicha comercialización, cuando en realidad, han sido las fuerzas de capital ejercidas por trasnacionales como Cargill y ADM las que lo ejercen.

Estas condiciones favorables les ha permitido irse adueñando del acopio y venta del maíz destinado a proveer a las tortillerías en la Ciudad de México, el mayor centro consumidor.

En las tortillerías, el uso de harina de maíz aumentó exponencialmente durante la época dorada del salinismo, cuando existía un subsidio para la compra de harina Maseca y Minsa. Durante la presidencia de Vicente Fox Quesada, el subsidio se suspende y comienza a decrecer el consumo de harina sustituyéndose por el tradicional grano para preparar nixtamal.

Son dos los factores que han suscitado que las tortillerías vuelvan a consumir grano y retomar el proceso tradicional de nixtamalización, la desaparición del subsidio en la harina y la mejor calidad de la tortilla hecha a base de grano.

El cultivo de maíz como alimento básico de la dieta del pueblo mexicano, como catalizador de la autosuficiencia alimentaria y como icono de nuestra identidad, es hoy generador de una nueva disyuntiva:

En distintas regiones del mundo se emplean cada vez mayores extensiones de terreno para la siembra de cultivos destinados a la obtención de energéticos (bioetanol y biodiesel).

El maíz amarillo, nacional e importado, debe seguir destinándose a la alimentación animal y a la agroindustria.

El maíz blanco nacional, debe seguir siendo fuente de ingresos para las familias rurales, así como factor de desarrollo para evitar el flujo migratorio excesivo hacia los Estados Unidos.

Del maíz blanco se obtiene el grano que garantiza la alimentación de estas familias y el excedente se envía al mercado. También se obtiene el rastrojo que es fuente de alimento para animales de traspatio y animales de tiro empleados en

el campo mexicano. Es, asimismo, suministro importante de proteína y energía para gallinas, guajolotes y demás aves de corral.

La agroindustria es el término general para designar las empresas locales, nacionales e internacionales que manipulan o transforman los productos agrícolas a través de su recorrido por la larga cadena del suministro, hasta llegar al consumidor. Desde el punto de vista económico, estas empresas son las que más valor añaden en la cadena de suministro. Por lo general invierten su propio capital en transporte, elaboración, venta mayorista y minorista, en la venta de productos como el arroz y el trigo, cultivos de elevado valor como las hortalizas y productos especializados como las flores cortadas.

El grano de maíz en México constituye un producto de alta importancia en la alimentación del Pueblo. La cadena de suministro de tortillas inicia en la Milpa.

Cuando la cadena de suministro funciona bien y produce para todas ganancias razonables sobre la inversión, entonces el primer eslabón, el agricultor, obtiene suficientes ingresos para alimentar a su familia y reinvertir. El empleo creado por las numerosas empresas de la cadena de suministro permite que todavía más personas vivan en forma decente.

La Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), en coordinación con el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO) y el apoyo de los gobiernos estatales, instrumentan el Programa Estratégico a la Cadena Productiva de Productores de Maíz y Frijol (PROMAF) que busca apoyar a productores de bajos ingresos ubicados en zonas de alto potencial productivo, con el objetivo de incrementar la productividad y rentabilidad de las unidades productivas a través de un enfoque de cadena que tienda a fortalecer los sistemas producto maíz y frijol, creando así nuevos agentes económicos.

Caracterización de los actores el sistema producto. El análisis del mapa de relaciones sociales del sistema, producto maíz-grano en México arroja los siguientes resultados:

- ❖ En la estructura de la cadena están claramente identificados proveedores y clientes, además los productores también son comercializadores y proveedores de insumos como crédito y seguros (Fondos de Aseguramiento, Sociedades de Producción Rural comercializadoras y empresas parafinancieras). Lo anterior refleja una visión de cadena por los integrantes del consejo.
- ❖ El sistema-producto maíz grano tiene poca representatividad de los productores de temporal pues la información de este componente de la cadena es escaso y proveniente de las instituciones. La evidencia de lo antes afirmado está en el hecho de que los miembros del consejo clasificaron la producción de maíz de temporal como forrajera, cuando tuvo en 2012, de acuerdo a las estadísticas antes citadas , el 30.9% de la producción total del estado.

Con respecto a la tipología de productores habrá que tomar en cuenta lo siguiente:

- ❖ Los integrantes del consejo estatal de productores son en su mayor parte productores de maíz en su modalidad de riego con aguas residuales.
- ❖ El cultivo de maíz grano en riego, en su mayoría, se realiza con fines comerciales. los integrantes del consejo opinaron que la modalidad maíz-temporal es para autoconsumo.
- ❖ La superficie sembrada de maíz-riego en 2012 fue de 53,996.75, el 28.6% de la superficie sembrada en la modalidad maíz-temporal y el 22.2% del total de la superficie sembrada para ese año, 242,564.75 ha. (Diagnóstico de Producción y Rentabilidad de Maíz Grano en el DDR Mixquiahuala del Ciclo Primavera-Verano 2012 Modalidad Riego. SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, INIFAP(Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y pecuarias) y secretaria de Agricultura de Hidalgo. Abril de 2013)

- ❖ De acuerdo a la fuente antes citada, el valor de la producción del cultivo maíz-riego en 2012: \$ 552,290,770.00, fue en contraste con la superficie sembrada, el 69.7% del valor total de la producción de maíz grano en Hidalgo para 2013 : \$ 791,946,586.00”

(Monografía del Maíz Grano 2011), menciona que los “Aspectos Generales: La planta del maíz (zeamays) proviene de la familia de las gramíneas, es de porte robusto, de fácil desarrollo y producción anual; es de inflorescencia monoica. El tallo es erecto, de elevada longitud puede alcanzar 4 metros de altura, es robusto y sin ramificaciones. Las hojas son largas de gran tamaño, lanceoladas, alternas, paralelinervias; se encuentran abrazadas al tallo y por el haz presentan vellosidades, las hojas son afiladas y cortantes.

Los factores que determinan primordialmente los niveles de rentabilidad del cultivo son: la disponibilidad de agua para riego y el uso del paquete tecnológico completo, que está en función de la disponibilidad de recursos económicos por parte del productor.

- ❖ Usos: El maíz es uno de los principales alimentos cultivables en el mundo. El maíz blanco se utiliza principalmente para la elaboración de alimentos, como tortillas y tamales, así como aceite comestible o fabricación de barnices, pinturas, cauchos artificiales y jabones. El maíz amarillo se puede utilizar para consumo humano, sin embargo, tiene como destino principal el consumo pecuario, y la producción de almidones. También se ha incrementado el uso mundial de maíz para la elaboración de biocombustibles, como el etanol. Existen diversas variedades nativas o criollas de maíz, lo cual permite a los agricultores seleccionar el grano que mejor se adapte a las necesidades de clima y producción. Sin embargo, la importancia en calidad de la tortilla es un factor que ha propiciado que algunas variedades criollas no puedan ser desplazadas, por encima de los criterios de productividad y rentabilidad. El maíz es el cultivo más sensible, y el que más afecta a la economía, ya que es

fundamental en la dieta de los hogares mexicanos, sobretodo en el sector rural.
imagen mapa

- ❖ Comercialización: El maíz se comercializa en forma directa y organizada por parte de los productores. Es llevado a los almacenes establecidos en las zonas de producción, así como a las empresas que lo industrializan. La Tipología de Productores se divide principalmente en productores de maíz grano (90%), productores de forraje (10%) y productores de autoconsumo.”

(Semillas para Siembra de Maíz, Trigo, Sorgo y Frijol 2011), nos menciona que “Estadísticas de Producción y Comercio de Semillas Certificadas en México, el Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS), órgano desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), es el encargado de normar y vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de semillas y variedades vegetales. Las leyes que norman esta materia son la *Ley Federal de Producción, Certificación y Comercio de Semillas*, así como la *Ley Federal de Variedades Vegetales*. Una de las principales funciones del SNICS es verificar y certificar el origen y calidad de las semillas.

El Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS), reporta estadísticas de producción de semillas *Calificadas*, que se refiere a aquella cuyas características de calidad han sido calificadas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), o algún organismo de certificación acreditado y aprobado para tal efecto, mediante el procedimiento establecido en la ley correspondiente. Las categorías que se desprenden de la calificación de las semillas son: *Básica* (Conserva un muy alto grado de identidad genética y pureza varietal, proviene de una semilla Original o de la misma Básica y es producida y reproducida o multiplicada cumpliendo con las reglas aplicables), *Registrada* (Conserva un alto grado de identidad genética y pureza varietal, proviene de una semilla Original, Básica o Registrada y es producida y reproducida o multiplicada de acuerdo las reglas aplicables),

Certificada y habilitada(cuyo proceso de propagación o producción no ha sido verificado o, habiéndolo sido, no cumple totalmente con alguna de las características de calidad genética, física, fisiológica o fitosanitaria).”

Rodríguez,(2009) menciona que “limitantes en la producción y productividad: En toda la región maicera las limitantes de la producción están determinadas por aspectos; de suelo, clima, tecnológicos y de infraestructura. Falta de acceso al crédito: Los pequeños productores en general no son sujetos de crédito, por la falta del saneamiento legal de sus propiedades y por la falta de garantías. Las pérdidas en poscosecha en el sistema tradicional de almacenamiento sobre pasa el 40%”.

Acosta y Rosa (2009), mencionan lo siguiente “De acuerdo con la clasificación efectuada por OECD (Organización para la Cooperación económica y el Desarrollo), en la clasificación para el maíz del hemisferio occidental, los géneros *Zea* y *Tripsacum* son incluidos en la Tribu Maydea. El maíz (*Zea mays*L.) es uno de los granos alimenticios más antiguos que se conocen. Pertenece a la familia de las Poáceas (Gramíneas), tribu Maydeas, y es la única especie cultivada de este género.

En Cuba, los trabajos iniciales de clasificación de maíces comenzaron en 1949 Hernández y Clement efectuaron 57 colectas de 90 localidades del país. Ellos reportaron la existencia de seis razas de maíces cubanos e indicaron que cinco de ellas estaban relacionados con los tipos encontrados en México.

México es el hogar ancestral del maíz, y posee una diversidad genética única e insustituible en sus variedades, conocidas también como razas locales. La mayor parte de la producción de maíz del país proviene de razas locales tradicionales, cultivadas por pequeños agricultores a partir de las semillas que conservan de sus propios cultivos y a partir del intercambio de semillas con otros campesinos de sus comunidades.”

Secretaría de Economía (2012), menciona que “en México se consumen cerca de 30 millones de toneladas de maíz, de las cuales 74% representan la totalidad de la producción nacional de maíz blanco (21.8 millones de toneladas), el restante 26% se trata de maíz amarillo importado, principalmente de EE.UU.”

La Secretaría de Desarrollo Agropecuario (SEDAGRO) hace mención “Producción de maíz en el Estado de México del gobierno del Estado de México, la agricultura estatal en términos generales se caracteriza por un acentuado minifundio y marcado monocultivo. Las acciones de promoción y fomento para la conversión agrícola han avanzado lentamente, toda vez que la producción de granos básicos sigue ocupando la mayor parte de la superficie sembrada. En los últimos seis años, alrededor de 680,000 hectáreas, es decir, 74.5% de la superficie sembrada total, se destinaron a estos tipos de cultivos, donde el maíz ocupó aproximadamente 85% y representa 64% de la superficie sembrada en el estado. En el 25.5% restante se siembran cultivos considerados comerciales de alta productividad, que en orden de importancia por la superficie que ocupan se encuentran los forrajes con 18.7%, las hortalizas 3.3%, los frutales 2.5%, las flores 0.5%, y en igual porcentaje de superficie, se desarrollan otros cultivos”

(Celso, 2001) menciona que “Maximiliano, Rivera, Franco y Soria mencionan que “la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) y la comercialización de maíz con la desaparición de CONASUPO se pasan de una intervención estatal protagónica a otra de carácter auxiliar y subordinada, las formas progresivas pretenden apoyar el desarrollo de empresas privadas, capaces de competir en el mercado global, para que sean las que desempeñen las funciones que correspondían al Estado.

En un estudio realizado en el Valle de San Martín, Jalisco, los productores manifestaron su inconformidad por la desaparición de Conasupo, dado que era regulador de precios y les permitía conocer con anticipación el precio de venta, lo cual era favorable para ellos. Asimismo, al quedar libre el mercado, indicaron que

esto benefició a los intermediarios e industriales, ya que les compran a como ellos quieren.

A la infraestructura existente de CONASUPO, en el mejor de los casos se le dio otros usos. En Atlacomulco había cuatro bodegas: San Lorenzo, San Juan de los Jarros, Santiago Acutzilapan y Tecocac. La infraestructura se transfirió al ejido y ellos son quienes la utilizan. En San Lorenzo se le otorgó a la escuela secundaria, donde usan la bodega como salón de usos múltiples; al igual en Tecocac. La bodega de San Juan la tienen los productores para almacenar maíz. Cuando desaparece CONASUPO, los productores buscan a la bodega particular para que les compre o al intermediario. 212 Maximiliano-Martínez, G. et al.: La comercialización de maíz.

Siempre ha habido intermediarios, pero después hubo más, incluso viene gente de otro estado por el maíz, como el estado de Hidalgo, pero ellos le compran a las bodegas [intermediarios] que ya les compraron a los productores (entrevista al ingeniero Gregorio de la SEDAGRO)

En el ámbito local, la desaparición de CONASUPO afectó gravemente a los productores, pues mientras estuvo en funciones ellos no corrían riesgos porque tenían un precio asegurado y no se tenían que preocupar por el tipo de maíz o por la estandarización del grano.

En general, el total desmantelamiento de la CONASUPO significó el retiro del Estado de un mercado que aún no contaba con un sistema eficiente que lo reemplazara. Las condiciones reales del comercio maicero están dadas por una oferta fraccionada en exceso y una demanda concentrada en unas cuantas empresas harineras y en transnacionales OLIGOPSONIO (es una situación de competencia imperfecta que surge en un mercado donde existe un número pequeño de demandantes en los cuales se deposita el control y el poder sobre los precios y las cantidades de un producto en el mercado). El resultado más obvio de la intervención estatal consistió en la aparición de oligopolios. Como resultado de las nuevas formas de intervención en el mercado maicero, se van conformando

con claridad estructuras productivas y comerciales por la diferenciación: la mayoría de los productores con grandes dificultades para hacer que sus procesos productivos sean rentables y pocas, pero grandes empresas, que controlan los pasos comerciales y de insumos agrícolas. El proceso de concentración abarca prácticamente todas las actividades del mercado maicero: insumos agrícolas, producción, comercialización y producción de harina de maíz.”

Canales de comercialización

La liquidación de la Compañía Nacional de Subsistencia Populares (CONASUPO) realizada en 1997, repercutió desfavorablemente en el sector de los productos básicos, ya que era el instrumento del Gobierno Federal encargado de la regulación de precios y abasto de los productos básicos. Además, esta empresa participaba en el acopio, almacenamiento y comercialización de productos del campo, así como en la distribución de alimentos.

Por lo anterior, esta actividad ha sufrido una enorme transformación en los últimos años, al pasar de un control gubernamental a uno privado. Actualmente los excedentes productivos se almacenan en grandes bodegas, mismas que generalmente tienen fuertes vínculos con la actividad industrial de país.

Los precios de garantía y el subsidio al consumo de tortilla fueron sin duda importantes mecanismos de regulación y contenedores de la presión social.

Ambos instrumentos buscaban mantener el control de precios al consumidor, principalmente de los bienes salario, que dio origen a una relación de bienes de consumo desigual entre el medio urbano y rural, ya que aparte de las estrategias de control a la inflación demandaron el control del crecimiento de los salarios y por ende, se requirió de esquemas de subsidios al consumo que subsanaran los efectos de disminución en el poder adquisitivo, frenando así la evolución de los precios y disminuyendo el margen de utilidad de la producción agrícola.

Durante la vigencia de la política de precios de garantía, CONASUPO operaba la administración de bonificaciones denominadas “pace” que correspondían al pago

del costo de transporte y era el único apoyo dirigido a la comercialización, en tanto que la mayor parte de los apoyos se canalizaron al consumo.

El cambio de la política en 1994 hacia el establecimiento de precios de concentración se caracterizó por la ausencia de apoyos a la comercialización, tratando de subsanar esta condición con el surgimiento de PROCAMPO como instrumento de apoyo a la producción.

Evolución de precio

Precios nacionales:

A partir de 1996 la política de precios dio un giro hacia el sistema de precios de indiferencia (determinación de precios sobre la base del comportamiento internacional) CONASUPO, Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) eran las instancias encargadas de administrar los apoyos encaminados a cubrir el diferencial entre el precio de indiferencia en la zona de producción y el precio ofrecido por CONASUPO para maíz blanco en cada entidad federativa.

Con base a esta política Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) es la institución encargada de establecer los precios nacionales con base en el “precio de la bolsa de futuros del mes más cercano a la entrega, más en la Base Estandarizada de la Zona consumidora, menos la base regional. El precio queda determinado en dólares para ser liquidado al tipo de cambio dólar fix a cada una de las entregas.”

Lo anterior se lleva a cabo con la finalidad de garantizar un ingreso mínimo al productor por la comercialización de su cosecha, denominando el ingreso objetivo. En caso que el precio de mercado a obtener por el productor sea menor al ingreso objetivo, la SAGARPA, a través de ASERCA, otorga la diferencia mediante el apoyo complementario al ingreso. El ingreso mínimo asegurando sólo se otorga a los productores que establecen agricultura por contrato; no obstante, dicho precio se toma como base para los demás productores.

En consecuencia, ASERCA es la institución que establece el precio de mercado que se utilizará para la definición del apoyo complementario al ingreso. Esto, conforme con los precios que se registren a partir de las ofertas presentadas por los compradores al momento de la cosecha, considerando los precios pactados bajo las diversas modalidades en la agricultura por contrato, así como los precios imperantes en el mercado internacional y las condiciones del mercado regional que se registren, entre otras. El ingreso objetivo varía de región a región, dependiendo de las bases que ASERCA establezca en cada una de ellas.

Por su parte MASECA cuenta con un esquema de comercialización, para tal efecto creó el “club de maíz” esquema bajo el cual compra a los productores su cosecha. Los requisitos que establece MASECA para que los productores formen parte de sus clubes son:

- a) Solvencia moral
- b) Disponibilidad para realizar innovaciones tecnológicas
- c) Unidades de producción con vocación maicera
- d) Vías de comunicación accesibles
- e) In radio de 80 kilómetros de las plantas harineras, entre otros.

Una de las ventajas de este esquema es que los productores que se caracterizan por productos bajo las condiciones de la agricultura tradicional y cuyos predios están localizados en un área cercana a las plantas de MASECA, se conviertan a la agricultura comercial intensiva.

1.2.- justificación

La importancia de la investigación radica en que se formularán estrategias de comercialización que permitan apoyar a los productores de maíz criollo para que puedan seguir sembrando maíz, y se comercialice en el municipio de Ayapango Estado de México.

Criterios de la investigación:

1.2.1.- Conveniencia:La investigación servirá para generar estrategias que permitan mejorar los canales de comercialización del maíz criollo que sea detectado en el municipio de Ayapango, Estado de México.

1.2.2.- Relevancia social:Permitirá apoyar a los productores de maíz criollo, generándoles mejores condiciones en su proceso de comercialización y un mejor nivel económico.

1.2.3.-Implicaciones prácticas:De esta manera se solucionara las estrategias de planeación para la comercialización de semillas de maíz criollo en el Municipio de Ayapango, buscando financiamientos para un mejor aprovechamiento de la comercialización del maíz.

1.3.- pregunta de investigación.

¿Cuáles son los factores que intervienen en el proceso de comercialización del maíz criollo, en el Municipio de Ayapango, Estado de México?

1.4.- objetivo de la investigación

1.4.1.- objetivos generales

Formular estrategias para la comercialización del maíz criollo en el municipio de Ayapango, Estado de México buscando posicionar el producto en el mercado y beneficiando a los productores para que estos sigan cosechando el grano de maíz así cómo crecer y ampliar nuestro mercado.

1.4.2.- Objetivos específicos:

- Identificar y analizar el proceso de comercialización del maíz criollo en el municipio de Ayapango, Estado de México.
- Identificar y analizar el ciclo de vida del maíz criollo.

1.5.- Supuesto de investigación.

La formulación de estrategias de comercialización del maíz criollo, permitirán posicionar el producto en mercados mediante la comercialización para que llegue al cliente final.

1.6.- Metodología.

1.6.1.-Tipo de investigación:

La investigación será cualitativa ya que se hacen observaciones sobre la comercialización del maíz y sus diferentes clasificaciones, para poder entender los beneficios de esta con fin de que el mercado sea una vía rápida de comercializarlo, y que llegue al consumidor final, llevando así un trato directo con los productores de maíz y que siga cosechando el maíz año con año, así beneficiando tanto a la sociedad como nosotros mismos para lograr nuestra comercialización.

1.6.2.- Nivel de investigación:

El nivel de esta investigación es descriptivo, ya que se busca establecer estrategias para la comercialización de semillas de maíz criollo y también especificar la importancia de los canales de comercialización del maíz para poder conocer la interacción de esta con los diferentes actores

1.6-3.- Diseño de la investigación:

La investigación es no experimental-transversal ya que la información se recolectará en un periodo de tiempo determinado. Los antecedentes se recolectarán mediante una base de datos la cual nos sirve para darnos una idea más clara de la viabilidad del estudio de mercado.

CAPÍTULO 2.- GENERALIDADES DEL MAÍZ CRIOLLO

2.1.- Antecedentes del maíz

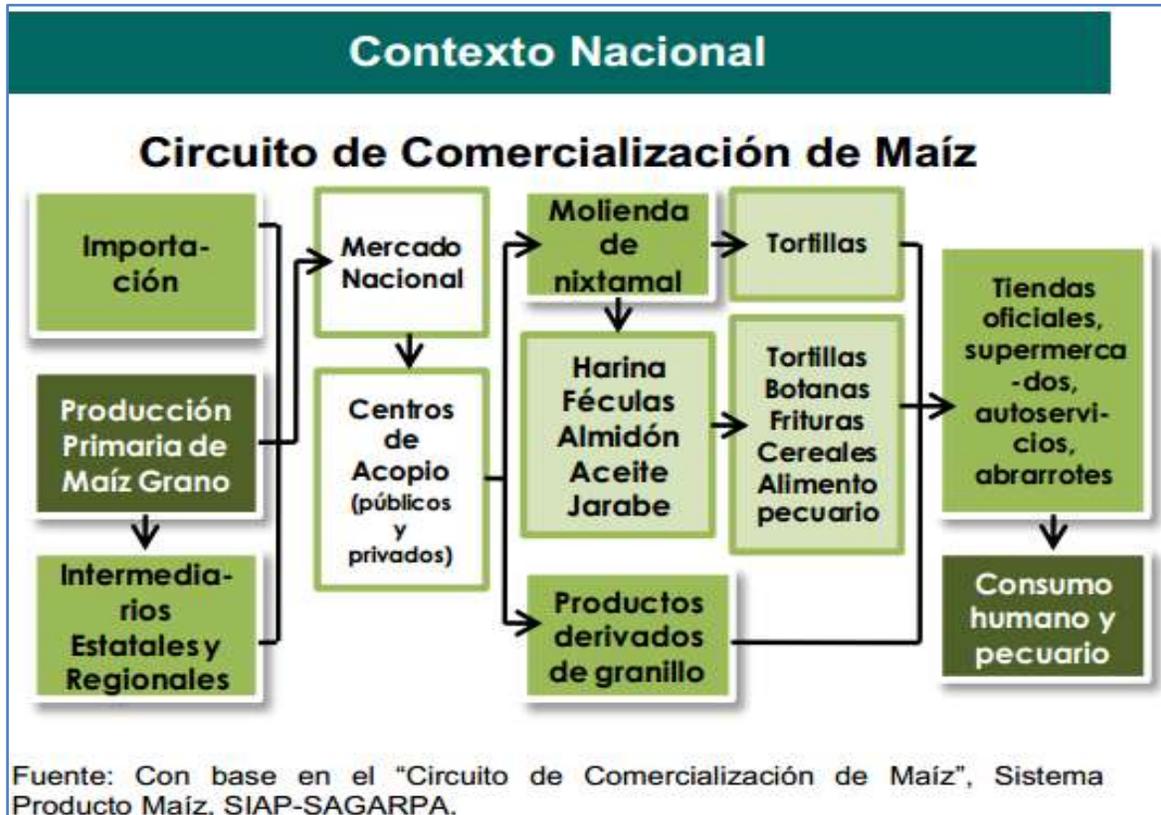
La planta del maíz (zeamays), proviene de la familia de las gramíneas, es de porte robusto, de fácil desarrollo y producción anual; es de inflorescencia monoica. El tallo es erecto, de elevada longitud puede alcanzar 4 metros de altura, es robusto y sin ramificaciones. Las hojas son largas de gran tamaño, lanceoladas, alternas, paralelinervias; se encuentran abrazadas al tallo y por el haz presentan vellosidades, las hojas son afiladas y cortantes.

El maíz es uno de los principales alimentos cultivables en el mundo. El maíz blanco se utiliza principalmente para la elaboración de alimentos, como tortillas y tamales, así como aceite comestible o fabricación de barnices, pinturas, cauchos artificiales y jabones. El maíz amarillo se puede utilizar para consumo humano, sin embargo, tiene como destino principal el consumo pecuario, y la producción de almidones.

Existen diversas variedades nativas o criollas de maíz, lo cual permite a los agricultores seleccionar el grano que mejor se adapte a las necesidades de clima y producción. Sin embargo, la importancia en calidad de la tortilla es un factor que ha propiciado que algunas variedades criollas no puedan ser desplazadas, por encima de los criterios de productividad y rentabilidad.

El maíz es el cultivo más sensible, y el que más afecta a la economía, ya que es fundamental en la dieta de los hogares mexicanos, sobretodo en el sector rural.

Figura 1. Contexto nacional del circuito de comercialización de maíz en México



2.1.1.- Sistema Producto:

En México se identifican dos sistemas de producción de maíz, el sistema comercial y el de autoconsumo. El comercial se caracteriza por la producción orientada al mercado, que basa su competitividad en la producción a bajos costos, por lo que su eficiencia se fundamenta en el uso intensivo de capital. Las entidades en las que predomina este sistema son: Sinaloa, Sonora, Jalisco, Tamaulipas y la región del Bajío. Por su lado, la producción de autoconsumo se relaciona con el minifundio y se basa en el uso intensivo de la mano de obra familiar. Los estados con este sistema son: Chiapas, Guerrero, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Oaxaca, Veracruz y Yucatán.

El volumen de maíz comercializado en el país depende principalmente de la demanda de la industria, que está en función de la capacidad instalada de las unidades económicas que desarrollan la producción para el mercado. En la industrialización se utilizan dos formas de procesamiento del grano: la molienda seca y la molienda húmeda. En el primer proceso se obtiene la harina de maíz, con diferentes tamaños de partículas y el germen del grano, del cual se extrae el aceite. En la molienda húmeda, se obtiene el almidón, aceite y subproductos para alimento animal.

México vive una falta de grano de maíz, que lo obliga a importar siete millones de toneladas cada año. Su origen se halla en la inadecuada estrategia agropecuaria que han seguido los responsables gubernamentales, al considerar que convenía importar grano en lugar de producirlo bajo el argumento de que el precio internacional en términos relativos era menor al que se pagaba por tonelada.

La capacidad instalada para producir maíz en México no fue estimulada correctamente, desde 1994 no se otorgó apoyo a la producción y productividad de maíz, por lo que se ha erosionado la infraestructura y los elementos con que cuenta el país para incrementar la producción de este cultivo. El último golpe fue por la entrada en vigor del TLC, por las desventajas comparativas de los agricultores mexicanos con respecto a los subsidios que se otorga a los productores de maíz en Estados Unidos, y la desestimulación de su producción con el argumento de que sobran miles de productores de maíz en el campo y debían dedicarse a otros cultivos.

Asimismo, la investigación agronómica no recibió apoyo, ni tampoco el acceso a fertilizantes, agroquímicos, insecticidas, herbicidas a precios justos, asesoría técnica, así como a tecnología desarrollada en México, que podría coadyuvar a una mayor producción de maíz en el país, como es el caso de las semillas mejoradas creadas en instituciones nacionales de investigación.

Una variedad mejorada se define como el conjunto de plantas con cierto nivel de uniformidad, producto de la aplicación de alguna técnica de mejoramiento genético, con características bien definidas y que reúne la condición de ser diferente a otros, y estable en sus características esenciales; generalmente tiene

mayor rendimiento que las variedades que le antecedieron, así como condiciones favorables de calidad, precocidad, resistencia a plagas y enfermedades, y un potencial de uso para las regiones para las que se recomienda. Todas estas características la hacen deseable.

En la TABLA No.1 se presenta Información estadística de siembra y cosecha realizada por LA Secretaría de Desarrollo Agropecuario SEDAGRO del H. Ayuntamiento Amecameca de acuerdo a lo que se sembró el año pasado en el Municipio de Ayapango, Estado de México.

Esta información es presentada por el Municipio de Amecameca, ya que lleva la información anual de SEDAGRO que se encuentra en el Municipio de Ayapango, Estado de México.

TABLA No.1 Información estadística de siembra y cosecha SAGARPA H. Ayuntamiento Amecameca

SECRETARIA DE AGRIVULTURA, GANADERIA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACION PROGRAMANADA DE INFORMACIONESTADISTICA Y GEOGRAFIA PARA EL DESARROLLO RURAL SUTENTABLE AAVNCE DE SIEMBRAS Y COSECHAS

DISTRITO DE DESARROLLO RURAL 075 TEXCOCO

CULTIVO	SUPERFICIE PROGRAMA DA (HAS)	SUPERFICIE SEMBRADA (HAS)	SUPERFICIE COSECHADA (HAS)	SUPERFICIE SINIESTRA (HAS)	RENDIMIENTO		PRODUCCION (TON)		PMR
					ESPERADO	OBTENIDO	ESPERADA	OBTENIDA	
AMARANTO	16.00	16.00	16.00		1.8	1.8	28.8	28.8	910.00
AVENA FORRAJERA	149.00	149.00	149.00		19.40	19.40	2,890.60	2,890.60	620.00
AVENA GRANO	11.00	11.00	11.00		2.53	2.53	27.83	27.83	3,540.00
CALABACITA	1.00	1.00	1.00		14.55	14.55	14.55	14.55	3,600.00
CANOLA	1.00	1.00	1.00		1.70	1.70	1.70	1.70	6,055.00
CEBADA GRANO	1.00	1.00	1.00		1.98	1.98	1.98	1.98	3,900.00
EBOL	91.00	91.00	91.00		15.32	15.32	1,394.12	1,394.12	980.00
FRIJOL	12.00	12.00	12.00		0.98	0.98	11.76	11.76	11,150.00
HABA GRNO	9.00	9.00	9.00		2.20	2.20	19.80	19.80	24,800.00
HABA VERDE	12.00	12.00	12.00		6.45	6.45	77.40	77.40	5,800.00
MAIZ FORRAJERO	104.00	104.00	104.00		32.32	32.32	3,328.00	3,328.00	420.00
MAIZ GRANO	2,027.00	2,027.00	2,027.00		3.15	3.15	6,385.05	6,385.05	6,200.00
MANZANILLA	28.00	28.00	28.00		1.64	1.64	45.92	45.92	8,900.00
TOMATE VERDE	64.00	64.00	64.00		18.50	18.50	1,184.00	1,184.00	3,609.38
TRIGO	133.00	133.00	133.00		2.76	2.76	367.08	367.08	3,050.00
TOTAL	2,659.00	2,659.00	2,659.00				15,778.59	15,778.59	

Fuente: H. Ayuntamiento Amecameca

2.2.- Definiciones del maíz criollo

A continuación se hace mención de los diferentes autores que hablan sobre el maíz.

AUTOR	AÑO	DEFINICIÓN
Yakclin	2010	<p>Menciona que “El maíz es una planta herbácea anual, cuyo ciclo vegetativo varía entre 80 y 200 días desde la siembra hasta la cosecha. Su rango de altura está entre los 40 centímetros y los 3 metros. Su tallo cilíndrico presenta nudos que limitan a largos entrenudos que se van adelgazando conforme se asciende en la planta. El sistema radical puede alcanzar hasta dos metros de profundidad y presenta raíces de sostén o soporte, cerca de la superficie del suelo. Las hojas poseen una larga vaina que envuelve el entrenudo. El limbo es largo, un poco ancho y terminado en punta, de bordes enteros y con nervaduras paralelas (hojas paralelinervias), de color verde aunque se pueden encontrar hojas rayadas de blanco y verde o verde púrpura.”</p>
Flaise	2010	<p>Menciona que “el maíz es una planta sólo conocida en cultivo, es originaria del continente americano y se ha venido cultivando en el mismo desde hace unos 10,000 años, destacando su importancia como alimento en casi todas las comunidades indígenas americanas desde Canadá hasta la Patagonia. Entre los mayas, los aztecas y los incas, el arte, la religión, la vida social y la económica encontraron en la planta y el fruto motivo de inspiración, estudio y atención.”</p>

Salcedo	2013	Menciona que “Es una planta monoica, es decir, tiene flores masculinas (panícula) y femeninas que tienen numerosos estilos muy salientes y colgantes después de la floración (pelos de elote) en los que se depositan los granos de polen que son arrastrados por el viento. Después de la fecundación cada ovario se transforma en un fruto (grano de elote) que lleva en su interior una sola semilla que contiene bastantes sustancias de reserva en su endospermo y lleva en su parte basal el embrión. El fruto puede ser amarillo, púrpura o blanco. Dichos frutos se agrupan formando hieleras alrededor de un eje grueso o "zuro" (olote) y a este conjunto se le conoce como mazorca (elote). Las mazorcas en la madurez son largas y gruesas y están enteramente cubiertas de vainas coriáceas e imbricadas que constituyen el llamado "totomostle" (hojas de elote).”
Ferral	2013	Menciona que “Pertenece a la familia de las Gramíneas y su nombre científico es Zea Mays, misma que agrupa algunas subespecies entre las que se encuentra la Everta, que es el maíz para palomitas. Respecto a su origen botánico, tienen relación filogenética con una planta conocida como "teosintle o teosinte" (Euchlaena mexicana).”

Conclusión:

Podemos decir que es un cereal, una gramínea caracterizada por poseer tallos en forma de caña, destacando fundamentalmente por su inflorescencia femenina llamada mazorca en donde se encuentran las semillas o granos de maíz, es uno de los alimentos más importantes desde hace unos 10,000 años dentro de la dieta mexicana que sirve como alimento, forraje o semilla para la siembra.

2.3.- Clasificación del maíz criollo

Para México, el maíz no es sólo un bien comercial sino que constituye una expresión de relaciones que han permitido a las comunidades y los pueblos rurales de México su subsistencia. Durante más de 300 generaciones, las comunidades rurales e indígenas mexicanas han sido los guardianes de los nichos ecológicos brindando múltiples razas de este cereal. Este hecho es trascendental en la historia y la cultura de los mexicanos y un legado para la humanidad.

Existen más de 300 variedades de maíces nativos, también llamados en algunas regiones criollos, con características diferentes. Esto permite que el cultivo se adapte a diferentes ambientes de la República. De esta manera, encontramos el cultivo en zonas de intenso calor como en el estado de Sinaloa o en regiones totalmente distintas como en el Estado de México. Cada uno de estos maíces tiene cualidades propias que nosotros distinguimos por el color de los granos y su diferente tamaño de la mazorca.

Figura 2.- Clasificación del maíz



Fuente: <http://www.fao.org/docrep/003/x7650s/x7650s02.htm>

Figura 3.- Clasificación racial del maíz

CLASIFICACION DE LA DIVERSIDAD



Fuente: <http://www.fao.org/docrep/003/x7650s/x7650s02.htm>

Figura 4.- Razas de maíz mexicanas

CLASIFICACIÓN DE LA DIVERSIDAD

Razas mexicanas de maíz

1. Arrocillo Amarillo	24. Harinoso de Ocho	47. Ratón
2. Apachito	25. Jala	48. Reventador
3. Azul	26. Maíz Ancho	49. Serrano Mixe
4. Bofo	27. Maíz Blando de Sonora	50. Tablilla de Ocho
5. Bolita	28. Maíz Dulce de Jalisco	51. Tabloncillo
6. Cacahuacintle	29. Maízón	52. Tabloncillo Perla
7. Celaya	30. Mixeño	53. Tehua
8. Chalqueño	31. Mixteco	54. Tepecintle
9. Chapalote	32. Motozinteco	55. Tuxpeño
10. Choapaneco	33. Mushito (Oaxaca)	56. Tuxpeño Norteño
11. Comiteco	34. Mushito (Occidente)	57. Uruapeño
12. Complejo Serrano de Jalisco	35. Nal-Tel	58. Vandefío
13. Conejo	36. Nal-Tel de Altura	59. Xmehenal
14. Cónico	37. Negrito	60. Zamorano Amarillo
15. Cónico Norteño	38. Negro de Chimaltenango	61. Zapalote Grande
16. Coscomatepec	39. Olotillo	62. Zapalote Chico
17. Cristalino de Chihuahua	40. Olotón	
18. Dulcillo del Noroeste	41. Onaveño	
19. Dzit-Bacal	42. Palomero de Chihuahua	
20. Elotero de Sinaloa	43. Palomero de Jalisco	
21. Elotes Cónicos	44. Palomero Toluqueño	
22. Elotes Occidentales	45. Pepitilla	
23. Gordo	46. Purépecha	

Fuente: <http://www.fao.org/docrep/003/x7650s/x7650s02.htm>

El maíz (*Zea mays* L.), es uno de los granos alimenticios más antiguos que se conocen. Pertenece a la familia de las Poáceas (Gramíneas), tribu Maydeas, y es la única especie cultivada de este género. Otras especies del género *Zea*, comúnmente llamadas teocintle y las del género *Tripsacum*, conocidas como arrocillo o maicillo, son formas salvajes parientes de *Zea mays*. Son clasificadas como del Nuevo Mundo, porque su centro de origen está en América. En un primer momento, los taxónomos clasificaron los géneros *Zea* y *Euchlaena* -al cual pertenecía el teocintle- como dos separados.

Actualmente, con base en la compatibilidad para la hibridación entre esos grupos de plantas y a estudios citogenéticos, es generalmente aceptado que ambas pertenecen al género *Zea*. El teocintle y *Tripsacum* son importantes, como posibles fuentes de características deseables para el mejoramiento del maíz. El *Tripsacum* no tiene un valor económico directo, mientras que el teocintle tiene algún valor como fuente de forraje.

2.3.1.- Clasificación racial del maíz

La primera clasificación del maíz, de acuerdo con la variación dentro del grano, la hizo Sturtevant de manera artificial, basado en la textura o estructura del endospermo y consideró siete grupos:

- ❖ Maíz tunicado: *Zea maystunicata* St., se considera uno de los tipos más primitivos de los maíces cultivados. Se caracteriza por presentar cada grano envuelto en su propia bráctea. No tiene valor comercial.

- ❖ Maíz reventón: *Zea mayseverta* St. Se caracteriza por presentar granos pequeños con endospermo cristalino, constituido preferentemente por almidón córneo. Es capaz de explotar cuando es sometido al calor. Da lugar a las llamadas cotufas o palomitas.

- ❖ Maíz cristalino: *Zea maysindurata* St. Se caracteriza por presentar granos con endospermo vítreo duro, cristalino y translúcido, con almidón en su mayoría córneo.
- ❖ Maíz amiláceo: *Zea mays amilácea* St. Se caracteriza por presentar granos con endospermo blando, suave amiláceo. En este grupo el maíz “Blanco Gigante del Cuzco” o “Blanco Imperial” es legado del imperio incaico, que causa la admiración por el gran tamaño de su grano y alto rendimiento.
- ❖ Maíz dentado: *Zea maysidentata* St. Se caracteriza por presentar granos con endospermo formado con almidón córneo cristalino, tanto en su exterior como interior. Están coronados en la parte superior con almidón blando suave, que a la madurez origina una depresión central superior, debido a una mayor hidratación, dándole al grano la forma característica de diente.
- ❖ Maíz dulce: *Zea mayssacbarata* St. Se caracteriza por presentar maíces dulces y un grano completamente arrugado cuando están maduros. Posee un gen recesivo en el cromosoma 4, el cual impide la conversión de algunos azúcares solubles en almidón.
- ❖ Maíz ceroso: *Zea maysceratina*Kul. Se caracteriza por presentar aspecto ceroso en el endospermo. En el maíz normal o corriente, la molécula de almidón está compuesta por 75 % de amilopectina y 25 % de amilosa. En cambio, en el maíz ceroso (waxy), el almidón está constituido por 100 % de amilopectina, lo que origina un almidón de característica gomosa parecido al de yuca.

Esta clasificación ha sido usada casi sin modificación durante los últimos 50 años, aunque algunos plantean que la clasificación solo sobre caracteres del endospermo depende para su expresión de un único punto sobre un

cromosoma, por lo que resulta importante efectuar una clasificación sobre todo el plasma germinal e incluir el mayor número de datos genéticos como características de las mazorcas, caracteres genéticos, citológicos, fisiológicos y agroquímicos. Por tal motivo, dichos autores propusieron una clasificación basada en la constitución genética total e hicieron una clasificación de los maíces criollos de México, Centro y Sudamérica, y parte de los Estados Unidos.

Partiendo de estas desventajas, se dispone de nuevos criterios para la clasificación racial del maíz, los cuales enriquecen los estudios anteriormente realizados, considerando los caracteres morfológicos del grano. En México, se han incluido en los análisis otros caracteres, como la calidad industrial y calidad para elaborar determinados alimentos por parte de las comunidades que conservan in situ las razas locales de maíz. En España, se han incorporado otros caracteres morfológicos de la planta y las mazorcas, usándose además para hacer comparaciones con posibles ancestros de las razas de ese país.

Con el descubrimiento de los marcadores moleculares y la gran utilidad de estos por su eficiencia, distribución a lo largo del genoma y sobre todo por no tener influencia del ambiente, constituyen en la actualidad los mejores métodos para la caracterización de las poblaciones de maíz existentes en el mundo, así como para la caracterización racial de los maíces conservados in situ y ex situ. Algunos han utilizado estas bondades de los marcadores microsatélites y analizaron cerca de 350 razas nativas de Las Américas, determinando la existencia de complejos raciales pertenecientes a las zonas altas de México, al norte de Estados Unidos, maíces tropicales y un complejo asociados a las razas Andinas.

2.4.- Mecanismos de clasificación del maíz criollo

Los tipos de maíz más importantes son duros, dentados, reventones, dulces, harinosos, cerosos y tunicados. Una buena descripción de los tipos de granos de maíz con ilustraciones se encuentra en Maize publicado por CibaGeigy en 1979. Dowsell, Paliwal y Cantrell (1996) han descrito varios tipos de granos basados en la clasificación citada. Una publicación reciente, Specialty corns, cubre varios de esos tipos de maíz, su mejoramiento y usos (Hallauer ed., 1994).

Económicamente, los tipos más importantes de maíz cultivados para grano o forraje y ensilaje caen dentro de las tres categorías más importantes de duro, dentado y harinoso. Un cuarto tipo de maíz que puede ser agregado a los anteriores es el maíz con proteínas de calidad (MPC) basado en el mutante o2 obtenido en la búsqueda de una mejor calidad de las proteínas. Los tipos de maíz de menor importancia comparativa como aquellos usados como alimento o forraje, pero con un importante valor económico agregado son: maíz reventón cultivado por sus granos para preparar bocadillos; tipos de maíz dulce cultivados para consumir las mazorcas verdes, y tipos de maíz ceroso. Las estimaciones del área tropical sembrada con los distintos tipos se encuentra en la Tabla 4. Los detalles sobre el uso de varios tipos de maíz para consumo humano, animal e industrial se describen en el capítulo Usos del maíz.

Los cultivares locales originales de maíz fueron en general tipos de maíz duro. Los granos de este tipo de maíz son redondos, duros y suaves al tacto. El endospermo está constituido sobre todo de almidón duro córneo con solo una pequeña parte de almidón blando en el centro del grano. El maíz duro germina mejor que otros tipos de maíz, particularmente en suelos húmedos y fríos. Es por lo general de madurez temprana y se seca más rápidamente una vez que alcanzó la madurez fisiológica. Está menos sujeto a daño de insectos y mohos en el campo y en el

almacenamiento. Sin embargo, los maíces duros rinden por lo general menos que los maíces dentados.

Los maíces duros son preferidos para alimento humano y para hacer fécula de maíz ("maicena"). Una parte importante del área sembrada con maíces duros es cosechada para ser consumida como mazorcas verdes o como alimento animal, si bien datos concretos al respecto no están aún disponibles. Muchos de los maíces duros cultivados comercialmente tienen granos anaranjado-amarillentos o blanco-cremosos, aunque existe una amplia gama de colores, por ejemplo, amarilla, anaranjado, blanca, crema, verde, púrpura, rojo, azul y negro. En los trópicos, los tipos de maíz duro color amarillo-anaranjado alcanzan un área de 20 millones de hectáreas, mientras que los de color blanco-cremoso llegan a 12,5 millones de hectáreas.

MAÍZ REVENTÓN:

Esta es una forma extrema de maíz duro con endosperma duro que ocupa la mayor parte del grano y una pequeña cantidad de almidón blando en la parte basal del mismo. Los granos son pequeños, con pericarpio grueso y varían en su forma de redondos a oblongos. Cuando se calienta el grano, revienta y el endospermo sale. Varias formas primitivas de maíz tienen granos de tipo reventón. El maíz Primitivo Sikkim que se encuentra en Sikkim y Bhutan, en la región del Himalaya, tiene granos reventones parecidos al arroz. El uso principal del maíz reventón es para bocadillos (rositas o palomitas). Los granos con bajo contenido de humedad -cerca de 14%- cuando se calientan a alrededor de 170°C, revientan y cuanto mayor es su expansión mejor es la calidad del producto final. Parece haber una correlación negativa entre el rendimiento y la capacidad de expansión y su calidad (Alexander, 1988).

El maíz reventón es una planta baja con tallos débiles y de madurez temprana. La planta produce más de dos mazorcas pequeñas -en algunos casos hasta seis- pero de bajo rendimiento en peso, aunque no en número de granos. Este tipo de

maíz no es un cultivo comercial común en los trópicos y se siembra en pequeña escala. En varios países de los trópicos los granos de maíces duros son usados como reventones o son tostados en arena caliente y consumidos como bocadillos.

MAÍZ DENTADO:

En términos generales, el maíz dentado es el tipo de maíz cultivado más comúnmente para grano y ensilaje. El endospermo del maíz dentado tiene más almidón blando que los tipos duros y el almidón duro está limitado solo a los lados del grano. Cuando el grano se comienza a secar, el almidón blando en la parte superior del grano se contrae y produce una pequeña depresión. Esto da la apariencia de un diente y de aquí su nombre. Los maíces de granos dentados tienen una mayor profundidad de inserción en el olote y tienden a tener a ser más difíciles de trillar que los maíces duros. El maíz dentado es generalmente de mayor rendimiento que otros tipos de maíces, pero tiende a ser más susceptible a hongos e insectos en el campo y en el almacenamiento y demora más en secar que los maíces de granos de endosperma duro.

Muchos de los maíces dentados cultivados tienen granos de color blanco, preferidos para el consumo humano o tienen granos amarillos, los cuales son preferidos para alimento animal. Ambos tipos son importantes para alimento animal y para usos industriales. En los trópicos, el maíz dentado blanco se cultiva en 19 millones de hectáreas y el dentado amarillo en 9,7 millones de hectáreas

MAÍZ HARINOSO:

El endosperma de los maíces harinosos está compuesto casi exclusivamente de un almidón muy blando, que se raya fácilmente con la uña aun cuando el grano no esté maduro y pronto para cosechar. Es el maíz predominante en las zonas altas de la región andina y de México. Los tipos de maíces harinosos muestran gran variabilidad en color de grano y textura (Grobman, Salhuana y Sevilla, 1961; Goertz et al., 1978). Estos maíces son casi únicamente usados como alimento humano y algunas razas se utilizan para la preparación de platos especiales y

bebidas (Serna Saldívar, Gómez y Rooney, 1994). La variedad Cuzco Gigante, es un maíz harinoso del Perú que tiene granos grandes con solo ocho filas en la mazorca. En los últimos tiempos se ha difundido el consumo del maíz harinoso tostado. Las razas de estos maíces presentan una gran variedad de colores y de algunos de ellos se extraen colorantes. A causa de la naturaleza blanda del almidón del endospermo estos maíces son altamente susceptibles a la pudrición y a los gusanos de las mazorcas y a otros insectos que los atacan tanto en el campo como en el almacenamiento. Por otra parte, también es difícil mantener la buena germinabilidad de las semillas. El potencial de rendimiento es menor que el de los maíces duros y dentados.

Otro tipo de maíz que se está difundiendo en la zona andina es el Morocho; ha sido desarrollado cruzando tipos de maíces harinosos con maíces duros de zonas altas. Los granos tienen almidón blando en el centro con una capa periférica de almidón duro que lo rodea. Los maíces de tipo Morocho son más tolerantes a los problemas que afectan a los maíces harinosos; estos son maíces que tienen el doble propósito de servir como uso humano y para la industria avícola, si bien la industria no los acepta fácilmente a causa de los problemas que presenta su molienda.

MAÍCES CEROSOS:

Actualmente estos maíces son cultivados en áreas muy limitadas de las zonas tropicales donde las poblaciones locales los prefieren para su alimentación; su nombre se debe a que su endospermo tiene un aspecto opaco y ceroso. El almidón en los maíces duros y dentados está comúnmente constituido por cerca 70% de amilopectina y 30% de amilosa; en cambio en los maíces cerosos está compuesto exclusivamente por amilopectina. El mutante del maíz ceroso fue descubierto en China; es un maíz cultivado solo para algunos fines específicos y en algunas partes de Asia oriental es usado para hacer comidas típicas y para asar las mazorcas con los granos en estado de masa. El maíz ceroso obtiene buenos precios en algunos mercados industriales, en especial para obtener un almidón similar a la tapioca. En los últimos años la química de la amilopectina del

maíz ceroso ha sido estudiada en detalle para sus fines industriales ya que su composición es muy distinta de la composición de la amilopectina de los maíces duros o dentados (Dintzis, Bagley y Felker, 1995)

MAÍCES DULCES:

(Brewbaker, 1971, 1977) menciona que “Estos tipos de maíces se cultivan principalmente para consumir las mazorcas aún verdes, ya sea hervidas o asadas. En el momento de la cosecha el grano tiene cerca de 70% de humedad y no ha comenzado aún el proceso de endurecimiento. Los granos tienen un alto contenido de azúcar y son de gusto dulce. La conversión del azúcar a almidón es bloqueada por genes recesivos, por ejemplo, azucarado (su), arrugado (sh2) y quebradizo (bt1). Los granos en su madurez son arrugados debido al colapso del endospermo que contiene muy poco almidón. En este caso es difícil producir semillas con buena germinabilidad y esta tiende siempre a ser baja. Los tipos de maíz de grano dulce son susceptibles a enfermedades y son comparativamente de menor rendimiento que los tipos duros o dentados, por lo que no son comúnmente cultivados en forma comercial en las zonas tropicales. Sin embargo, en este momento existen algunas variedades e híbridos con los genes sh2 o bt1 para las zonas tropicales que están comenzando a cultivarse comercialmente en la zona del sudeste de Asia”.

MAÍZ COMÚN PARA MAZORCAS VERDES:

En muchos ambientes tropicales los maíces duros y cerosos comunes se cultivan por sus mazorcas verdes a causa de los problemas que presentan los maíces de tipo dulce, si bien no se ha prestado mayor atención al desarrollo de genotipos de maíces duros para su consumo hervidos o asados. Existe considerable variabilidad del espesor del pericarpio y de la textura del almidón del endospermo que pueden ser explotadas para desarrollar tipos de maíz de mazorca verde como fuente de alimento y de energía.

CAPÍTULO 3.- GENERALIDADES DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización.

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

Definición de la Micro comercialización

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades el cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro).

La ganancia es el objetivo de la mayoría de las empresas.

Los clientes pueden ser consumidores particulares, firmas comerciales, organizaciones sin fines de lucro.

Definición de Macro comercialización

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

3.1.- Definiciones básicas de la comercialización.

A continuación se hace mención de varios autores, en relación a los conceptos de la comercialización

Autor	Teoría
<p data-bbox="277 995 363 1024">Kotler</p> <p data-bbox="277 1362 363 1392">(1995)</p>	<p data-bbox="444 522 1403 806">Menciona que “el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.</p> <p data-bbox="444 858 1403 1058">En la comercialización de un nuevo producto la decisión del tiempo de entrada es crítica. Cuando una empresa ha completado rápidamente el período de desarrollo del nuevo producto y sabe que la competencia se encuentra al final del trabajo entonces, se enfrenta a tres elecciones:</p> <p data-bbox="444 1068 1403 1352">Ser la primera en entrar: La empresa que primero se introduce en un nuevo mercado disfruta de las "ventajas de ser el primero", que consisten en la obtención de algunos distribuidores y clientes claves y en obtener la reputación de liderazgo. Por el contrario, si el producto se lanza al mercado antes de que esté totalmente desarrollado la empresa podría adquirir una imagen de productos imperfectos.</p> <p data-bbox="444 1404 1403 1646">Entrega paralela: la empresa podría planificar su tiempo de entrada con el competidor y si este se precipita al lanzamiento hace lo mismo. Si el competidor se toma su tiempo, la empresa también debe tomarse el suyo, usando este tiempo adicional para refinar el producto. La corporación podría acceder a que los costes de promoción y lanzamientos fueran compartidos por ambos.</p> <p data-bbox="444 1656 1403 1814">Entrega posterior: la empresa podría retrasar su lanzamiento hasta que lo haya hecho la competencia, lo que supondría tres ventajas potenciales. La competencia habrá soportado el costo de educar el mercado.”</p>

Stanton (1969);	Menciona que “la comercialización es un sistema total de actividades empresariales encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales”.
Santesmases (1993)	Menciona que “comercializar es un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento”
Stanton Etzel Y Walker	Mencionan que “el proceso de venta "es una secuencia lógica de cuatro pasos que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente. 1. Prospección: La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo. 2. El acercamiento previo Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo o pre entrada que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente. 3. La presentación del mensaje de ventas: Según Philip Kotler "este paso consiste en contarle la historia del producto al consumidor, siguiendo la fórmula AIDA de captar la Atención, conservar el Interés, provocar un Deseo y obtener la Acción (compra)" La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptado a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva. Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el

	<p>cliente (quién asumía una posición pasiva). Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, y es: su plena satisfacción con el producto adquirido.</p> <p>4. Servicios posventa: Según los autores Stanton, Etzel y Walker "la etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros"</p> <p>Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa"</p>
--	---

CONCLUSIÓN

De los autores citados podemos decir que toda comercialización ya sea de un producto o servicio que se quiera llevar con éxito y arroje buenos resultados, deberá pasar por ciertos procesos. Desde el estudio del mercado para saber la opinión del posible consumidor acerca de un punto en particular, o para determinar las fallas de la competencia.

El marketing o proceso de comercialización es una metodología de acción que permite poner en práctica la teoría. Una metodología coherente pues, para poder satisfacer al consumidor, primero se propondrá el conocerlo y por tanto, será preciso empezar por saber qué desea, antes de aplicar el potencial satisfactor y este conocimiento referido tanto a nivel de necesidades como de deseos.

3.2.- Características de la comercialización

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final.

Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

❖ **Canales directos:**

Cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Para los tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.

Ejemplo.- Campesino – actores - consumidor

❖ **Canales indirectos:**

Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.

Ejemplo.-

Campesino – intermediarios – harineras, tortillerías, veterinarias – consumidor final

❖ **Representantes autorizados:**

Empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, nuestros productos, en áreas o ciudades que no son la nuestra.

❖ **Distribuidores autorizados:**

Empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan nuestra línea de productos o servicios, en áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

❖ **Comerciantes mayoristas:**

Se refiere a supermercados, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas, etc. Los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

3.3.- Objetivos de la comercialización

- ❖ Lo que se busca es tener un trato directo con los actores involucrados para realizar la comercialización y de esa manera obtener mejores ingresos para los productores y estos sigan trabajando sus tierras.
- ❖ Bajar apoyos por parte del gobierno para los productores, para que sigan cosechando y así poder trabajar con ellos.
- ❖ Sustentar la comercialización con apoyos del gobierno, para poder trabajar con los actores involucrados.
- ❖ Obtener recursos que sustenten la comercialización del grano del maíz.
- ❖ Aumento en determinado tanto por ciento del volumen de venta.

3.4.- Tipos de Comercialización

- ❖ **Comercialización directa:** Constituye un canal de distribución dinámica, vibrante y de crecimiento rápido de comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores. El propósito de este documento es describir la venta directa y las ventajas que trae al mercado.

La comercialización de productos y servicios se realiza directamente al consumidor, cara a cara, generalmente en sus hogares o los hogares de otros, en el lugar de trabajo y otros lugares fuera de locales minoristas

permanentes, normalmente mediante la explicación o demostración personal de un vendedor directo independiente.

- ❖ **Comercialización boca a boca**: la publicidad de persona a persona ocurre como resultado de la experiencia positiva de un cliente. Enfócate en superar las expectativas de tus clientes y muy pronto podrás hacer uso de las estrategias de publicidad de persona a persona.

- ❖ **Comercialización Estratégica**: analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es, orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa. .

- ❖ **Comercialización Operativo o táctico**: Consiste en "el análisis y comprensión del mercado, la identificación de las oportunidades y formas de desarrollo de las habilidades y recursos de la empresa que permitan satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mejor que la competencia". El Marketing táctico u operativo desciende al plano de la acción para hacer frente a la puesta en marcha de las estrategias. Toda acción táctica debe ir precedida de un profundo análisis del mercado y de una rigurosa reflexión estratégica, sin los cuales el mejor de los planes tiene pocas posibilidades de éxito.

Estrategia:Un conjunto de acciones que son planificadas de manera tal que contribuyan a lograr un fin u objetivo que nos hemos determinado previamente.

Canal de distribución: Se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible.

La estrategia de diferenciación:Persigue que la empresa en general, o alguno de sus elementos en particular (por ejemplo, productos, atención al cliente, tecnología, calidad...), sean percibidos como únicos, tanto por parte de los clientes como por parte, incluso, de los proveedores.

CAPÍTULO 4.- La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA

4.1.- Introducción a la SAGARPA

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, es una Dependencia del Poder Ejecutivo Federal, que tiene entre sus objetivos propiciar el ejercicio de una política de apoyo que permita producir mejor, aprovechar mejor las ventajas comparativas de nuestro sector agropecuario, integrar las actividades del medio rural a las cadenas productivas del resto de la economía, y estimular la colaboración de las organizaciones de productores con programas y proyectos propios, así como con las metas y objetivos propuestos, para el sector agropecuario, en el Plan Nacional de Desarrollo.

4.2.- Objetivos de SAGARPA

- 1.- Elevar el nivel de desarrollo humano y patrimonial de los mexicanos que viven en las zonas rurales y costera.
- 2.- Abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, sanos y accesibles provenientes de nuestros campos y mares.
- 3.- Mejorar los ingresos de los productores incrementando nuestra presencia en los mercados globales, promoviendo los procesos de agregación de valor y la producción de energéticos.
- 4.- Revertir el deterioro de los ecosistemas, a través de acciones para preservar el agua, el suelo y la biodiversidad.
- 5.- Conducir el desarrollo armónico del medio rural mediante acciones concertadas, tomando acuerdos con todos los actores de la sociedad rural. Además de promover acciones que propicien la certidumbre legal en el medio rural.

4.3.- Apoyos Gubernamentales en México

PROGRAMAS DE APOYO DE LA SAGARPA 2014

Objetivo Específico del Programa:

Incentivar a los productores agropecuarios y pesqueros a comercializar su producción con certidumbre en los mercados.

Población Objetivo:

Personas físicas y morales, productores agropecuarios, pesqueros y/o agentes económicos participantes en el proceso de producción-comercialización de los productos elegibles de acuerdo a cada componente.

Cobertura,Nacional.

A continuación se hace mención en la Tabla No. 2 sobre los apoyos de la SAGARPA, para la comercialización a compradores y los productores de maíz criollo en el Municipio de Ayapango, Estado de México.

Tabla No. 2.- Programas de apoyo de la SAGARPA

PROGRAMAS DE APOYO DE LA SAGARPA 2014		
Población Objetivo	Personas físicas o morales que intervengan en la comercialización de los productos elegibles conforme a los criterios que defina la Secretaría.	<ul style="list-style-type: none"> • apoyos a productores • apoyos a compradores • apoyos al productor y/o al comprador con coberturas
APOYOS A PRODUCTO- RES	Para el caso de que la documentación legal haya sido entregada con anterioridad y que la misma no haya sufrido modificación alguna, sólo deberán presentar una comunicación suscrita por la persona física o por el apoderado legal acreditado, en la que se señale el concepto de apoyo de su interés, ratificando “bajo protesta de decir verdad”, que la documentación obra en poder de ASERCA, que la misma no ha registrado cambios o modificación alguna y, en su caso, que el poder otorgado al apoderado legal se encuentra vigente, por lo que no ha sido limitado, revocado o modificado.	<p>Registrar ante ASERCA Contrato de Compraventa.</p> <p>Entregar relación de productores integrantes de la persona moral, conforme al ANEXO XII y en medio magnético.</p> <p>Llenar, firmar y entregar Solicitud ANEXO XI.</p> <p>La documentación señalada en el Artículo 3, fracciones I o II de las Reglas de Operación.</p>
	Registrar ante ASERCA Contrato de Compraventa y la relación de productores integrantes de la persona moral conforme al ANEXO XII y en medio magnético. En caso de que alguno de los productores integrantes sea	<ul style="list-style-type: none"> • Suscripción de Carta de Adhesión (Anexo X). • Solicitud de pago del Apoyo (ANEXO XII);

<p style="text-align: center;">APOYOS</p> <p style="text-align: center;">A</p> <p style="text-align: center;">COMPRADO- RES</p>	<p>persona moral, también deberá presentar su relación de productores integrantes en dicho formato y en medio magnético</p> <p>Llenar, firmar y entregar Solicitud de Inscripción ANEXO XII</p> <p>Para el caso de que el Reporte de Auditor Externo haya sido previamente entregado a ASERCA, sólo deberá presentar una comunicación suscrita por la persona física o por el apoderado legal, en la que manifieste “bajo protesta de decir verdad”, que la documentación obra en poder de ASERCA.</p> <p>Para el caso de que la documentación legal haya sido entregada con anterioridad y que la misma no haya sufrido modificación alguna, sólo deberán presentar una comunicación suscrita por la persona física o por el apoderado legal acreditado, en la que se señale el concepto de apoyo de su interés, ratificando “bajo protesta de decir verdad”, que la documentación obra en poder de ASERCA, que la misma no ha registrado cambios o modificación alguna y, en su caso, que el poder otorgado al apoderado legal se encuentra vigente, por lo que no ha sido limitado, revocado o modificado.</p>	<p>Dictamen contable de auditor externo (ANEXO XII) mediante el cual se acredite la compra al productor, y en su caso la movilización del producto a apoyar, el cual deberá contener:</p> <p>Acreditación de compra.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del productor a quien se le pagó el producto directamente o a través de sus organizaciones. 2. Folio del productor, folio del predio PROCAMPO o Registro Alterno. 3. Folio del Contrato de Compraventa registrado. 4. Folio, fecha, y volumen en peso neto analizado de la Boleta o “tickets” de báscula de entrada en almacén. 5. Folio, fecha, RFC y volumen en peso neto analizado del comprobante fiscal de venta del producto que cumpla con los requisitos fiscales vigentes y en su caso, la declaración del Impuesto Sobre la Renta. 6. Precio e importe total pagado al productor. 7. Folio y fecha de uno de los siguientes documentos: pólizas de cheque, cheque de pago, recibos de liquidación al productor, o pago electrónico. 8. Nombre del banco que los expidió y fecha de pago al productor, en su caso.
---	---	---

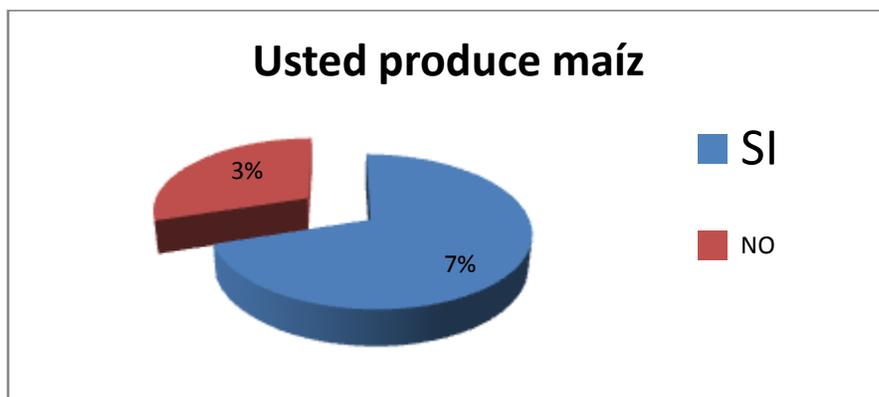
		9. Certificados de depósito que señalen el folio, fecha de expedición y de vigencia, domicilio del centro de acopio, razón social del Almacén General de Depósito (AGD) que los expide, volumen que ampara en peso neto analizado
APOYOS AL PRODUCTOR Y/O AL COMPRADOR CON COBERTURAS	<p>Los interesados de nuevo ingreso deberán llenar, firmar y entregar la Solicitud ANEXO XII.</p> <p>La documentación señalada en el Artículo 3, fracciones I o II de las Reglas de Operación.</p> <p>Para el caso de que la documentación legal para la acreditación jurídica haya sido entregada con anterioridad y que la misma no haya sufrido modificación alguna, sólo deberán presentar una comunicación suscrita por la persona física o por el apoderado legal acreditado, en la que se señale el concepto de apoyo de su interés, ratificando “bajo protesta de decir verdad”, que la documentación obra en poder de ASERCA, que la misma no ha registrado cambios o modificación alguna y, en su caso, que el poder otorgado al apoderado legal se encuentra vigente, por lo que no ha sido limitado, revocado o modificado.</p>	<p>9. Certificados de depósito que señalen el folio, fecha de expedición y de vigencia, domicilio del centro de acopio, razón social del Almacén General de Depósito (AGD) que los expide, volumen que ampara en peso neto analizado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los ya registrados sólo entregarán la Solicitud ANEXO XII. • En coberturas básicas adicionalmente se registrará ante ASERCA el contrato de compraventa (aplica para Agricultura por Contrato, Ganadería por Contrato y esquemas contractuales). • Entregar relación de productores integrantes de la persona moral conforme al ANEXO XII y en medio magnético. • Folio del predio PROCAMPO o Registro Alternativo, <p>Las Coordinadas de Posicionamiento Geográfico del predio, y la legal posesión del predio (por ejemplo, de propiedad: escritura de propiedad o certificado parcelario; en posesión derivada: Contrato de arrendamiento o contrato en comodato).</p>

Fuente: <http://www.sagarpa.gob.mx/programassagarpa/Paginas/default.aspx>

CAPÍTULO 5.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se presenta la encuesta que se realizó a los productores y actores involucrados para saber cómo se lleva a cabo la comercialización del maíz en el municipio de Ayapango, Estado de México.

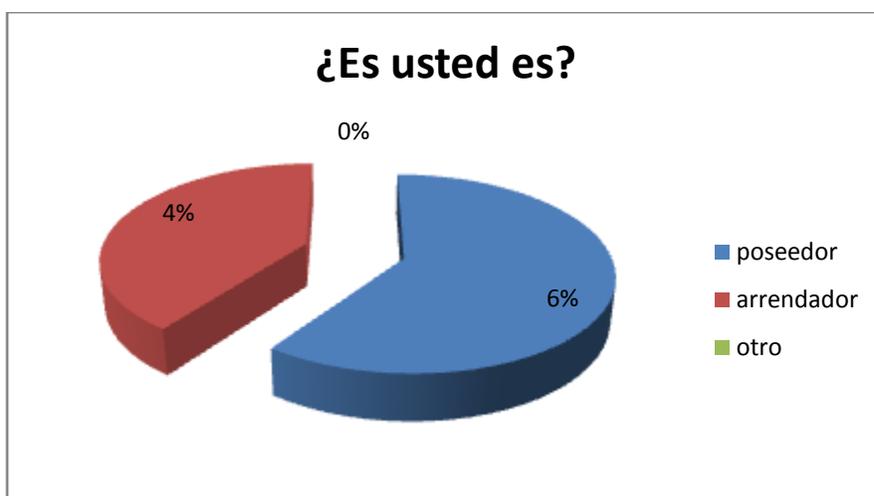
1.- Usted produce maíz SI _____ NO _____



El 7% de los encuestados producen maíz criollo año con año, mientras que el otro 3% también siembra, pero de manera parcial.

2.- ¿Es usted es?

Poseedor _____ Arrendador _____ Otro _____ Cuál? _____



El 6% de los productores de maíz cuentan con terrenos propios para sembrar maíz criollo, mientras que el 4% trabaja por medio de arrendamientos.

3.- ¿Cuánto tiempo lleva como productor?

a) 1 a 5 años

b) 5 a 10 años

c) 10 o más



De los productores encuestados, tienen experiencia en la siembra del maíz, ya que solo el 3% ha sembrado de 1 a 5 años, el 5% de 5 a 10 años y el 2% de 10 o más años cosechando maíz criollo.

4.- ¿Cómo es que comercializa el maíz?

Lo vendemos por cuartillo con algunos vecinos o lo vendemos en mercados o plazas a menudeo.

Lo utilizamos para forraje y de esa manera también lo comercializamos, pero su precio es aún más bajo.

5.- ¿Con quién comercializa su maíz y a qué precio?

El que nos compra el maíz es el maicero llega a nuestra casa

En temporadas cuando es abundante el maíz la carga de maíz 150Kg solo lo pagan a \$400

En temporadas cuando empieza a escasear que es en los meses Febrero-Junio que es cuando se empieza el ciclo nuevamente de las labores para sembrar lo pagan entre \$600 y \$700 por carga de maíz 150 Kg.

6.- ¿Qué dificultades enfrenta al vender el maíz?

A las dificultades que nos enfrentamos, es en el traslado del maíz, no tenemos transporte

Al tiempo para poder venderlo, no contamos con el suficiente ya que hay que empezar labores nuevamente para la siembra del maíz

A que no nos paguen el maíz en el tiempo acordado con el maicero

En la mayoría de las veces hay que estarlo esperando hasta quince días para que se lo podamos vender, pero no lo liquida de inmediato

Tenemos que malbaratar el maíz ya que cuando es abundante, el maicero nos lo paga a un precio muy bajo, y aceptamos ya que debemos cubrir gastos de la cosecha y solventar nuestro nivel de vida

7.- ¿En qué gramaje vende con regularidad el maíz criollo?

a) cuartillo

b) carga de maíz



De los encuestados el 6% es la forma más usual de comercializar el maíz criollo es como carga de maíz que equivale a 700 kg

8.- ¿Qué pasos realizó para vender el grano de maíz anteriormente?

En la mayoría de los entrevistados siguen esta serie de pasos para comercializar el grano de maíz

- Trasladar su propio maíz hacia una harinera o un intermediario que se dedica a venderlo
- El comprador llega a comprar el maíz
- Dejan el grano de maíz a crédito a un mes o más tiempo
- Lo venden por cuartillos a vecinos, amigos etc.
- Lo comercializan en fondas donde realizan antojitos mexicanos

9.- ¿Tuvo problemas anteriormente con la venta y cobranza del grano de maíz?

a) si b) no ¿Por qué?

En la mayoría de los encuestados tuvieron problemas en la cobranza del grano de maíz, ya que el que se las compra no les se los paga en tiempo y forma, comentan que hay ocasiones en que se tardan hasta más de 2 años para poder pagarles, no es solo el grano de maíz el que tardan en pagarlo si no también otros cultivos como frijol, tomate, avena etc.

En poder venderlo se tardan hasta quince días para poder vender el grano, en muchas de las situaciones es por el espacio, la humedad, el gorgojo que le pega directamente al grano de maíz en su calidad.



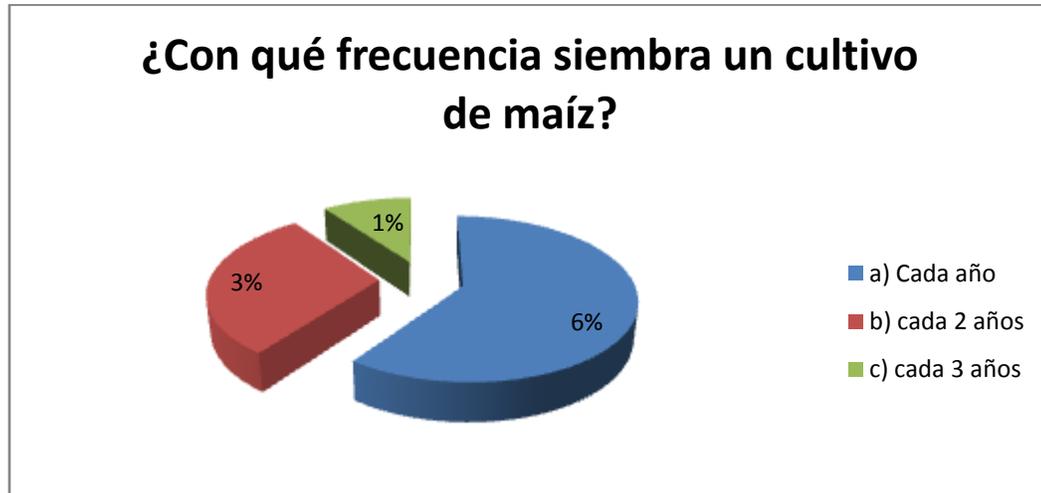
El 7% de los encuestados tiene problemas para poder comercializar el grano de maíz criollo en el municipio de Ayapango, Estado de México.

10.- ¿Con qué frecuencia siembra un cultivo de maíz?

a) Cada año

b) cada 2 años

c) cada 3 años



La frecuencia en que se siembra maíz criollo en el Municipio de Ayapango, Estado de México, es de 6% cada año, el 3% cada 2 años y solo el 1% cada 3 años.

11.- ¿Cuántas hectáreas cultiva en 1 año?

a) 1 a 5

b) 5 a 10

c) 10 o más



En hectáreas cultivadas cada año en el municipio de Ayapango, Estado de México es de 4% de 10 o más hectáreas cultivadas, 3% de 1 a 5 hectáreas cultivadas y el 3% de 5 a 10 hectáreas cultivadas por año.

12.- Valore de una serie de aspectos relacionados es decir, de los productos agrícolas cultivados o producidos en Ayapango Estado de México.

1. Calidad de los productos _____
2. Variedad de oferta de productos _____
3. Precio de los productos _____



En relación con los productos relacionados a los productos agrícolas que se cultivan en el municipio de Ayapango, Estado de México de los encuestados el 7% valora que es sobre precio de los productos, el 2% sobre calidad de los productos y el 1% sobre la variedad de oferta de productos.

Diagnostico de la encuesta

Se entrevistaron a 7 productores más significativos y 3 actores involucrados en la comercialización de maíz del municipio de Ayapango, en lo cual podemos dar a conocer cómo es que ellos están comercializando el maíz criollo.

De acuerdo a la entrevista que se realizó con los productores de maíz, existe una serie de problemas para poder comercializar el grano de maíz, ya que cuando ellos necesitan véndelo, no hay quien se los compre y no se los liquidan de inmediato.

En la mayoría de los casos, los productores venden el grano de maíz a crédito, pero además de eso ellos tienen que trasladar el propio maíz para poder venderlo este caso sucede con el que vende en los molinos, ya que este no cuenta con este tipo de servicio y además sale de sus presupuestos.

Lo que también dicen de acuerdo a sus respuestas en la encuestas según los productores, es que hay ocasiones que tienen que proceder jurídicamente para que les paguen el grano de maíz, ya que se tardan hasta más de dos años para poder pagarles, y esto hace que tengan pérdidas significativamente para seguir sembrando en siguiente periodo.

El maíz es uno de los granos que sigue prevaleciendo en el municipio de Ayapango, porque en su mayoría de los productores siembran entre 1 a 5 hectáreas de maíz, aunque nos son terrenos propios pero trabajan bajo un contrato de arrendamiento para poder trabajar las tierras y sembrar maíz.

Lo que les importa a los actores involucrados en la comercialización del maíz es el precio, y no tanto la calidad del grano ya que la gente busca de acuerdo a su economía.

No se lleva una comercialización adecuada en el municipio de Ayapango, Estado de México, por diversas situaciones que se suscitan al hacer la venta de este grano tan importante

4.1.- Diagnostico

La comercialización que se lleva a cabo en el municipio de Ayapango, es de forma que los productores buscan vender el grano de maíz para poder pagar lo que invirtieron durante la cosecha, el que compra el maíz (maicero), es el que impone el precio por carga de maíz y la paga a un precio muy bajo.

Por otro lado el productor ocupa el maíz para forraje de sus animales, ya que no lo pagan a un precio justo, estos prefieren aprovecharlos también para su propio autoconsumo.

Los apoyos que se otorgan por medio de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario SEDAGRO, los que tienen oportunidad de adquirir este apoyo son los que siembran en grandes cantidades como 50 hectáreas, esta es una clara desventaja para los que siembran de 1 a 5 hectáreas, no pudiendo adquirir algún tipo de apoyo.

Algunas empresas como MASECA les ponen muchas barreras para poderles pagar a un precio más justo a los productores de maíz, las empresas necesitan que sea expedido mediante una factura, y esto hace que los productores tengan

que vender el grano a un precio más bajo, para que los productores puedan expedir factura, necesitan estar dados de alta como una asociación ante el SAT y les resulta difícil porque no saben cómo crear dicha asociación, se enfrentan a muchos obstáculos ya que hay productores no quieren participar en la formación de una asociación, porque desconfían de que se le haga algún fraude al negociar el grano de maíz y este no se les pague.

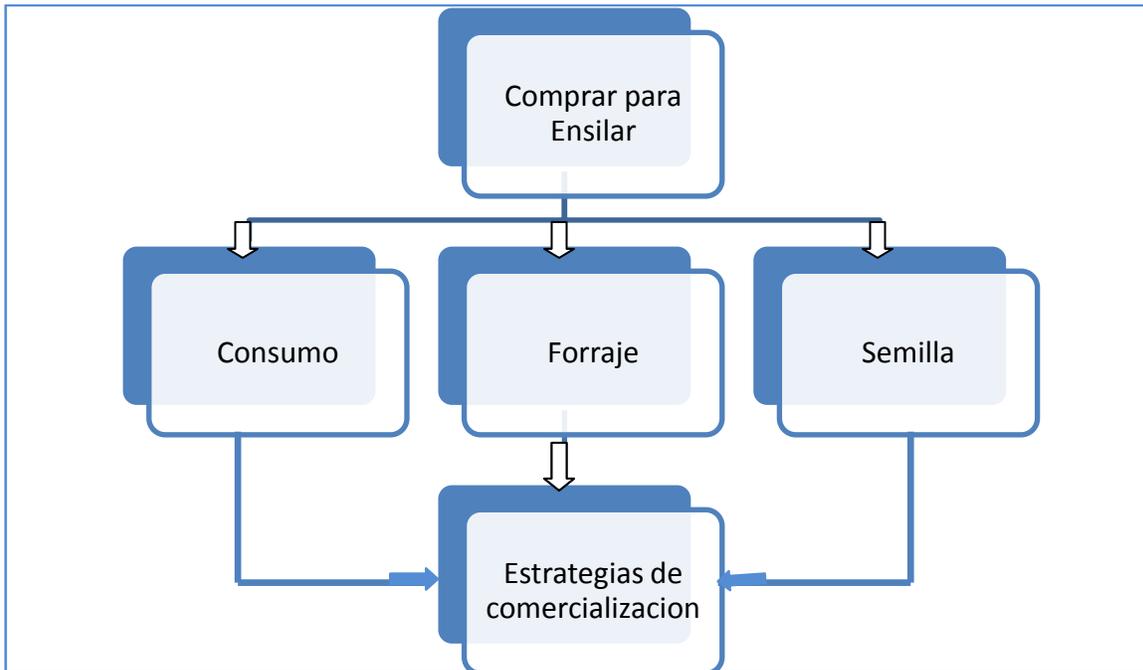
Cuando los productores compran las semillas de maíz para sembrar, los comerciantes lo venden mucho más caro de lo normal y ellos prefieren sembrar Trigo, Avena, Cebada, Haba o Tomate y dejan al lado el maíz para obtener un poco más de ingresos para ellos y sus familias.

Mucha de las veces los productores de maíz les dejan a consignar la producción a el que les compra su maíz (maicero), porque ya lo conocen, pero lo que explican ellos es que tardan más de quince días para poder pagárselos.

4.2.- Estructura y explicación de la propuesta de comercialización para los productores de maíz criollo.

A continuación se muestra la estructura de la propuesta de comercialización que se debe realizar con los productores de maíz en el municipio de Ayapango, Estado de México.

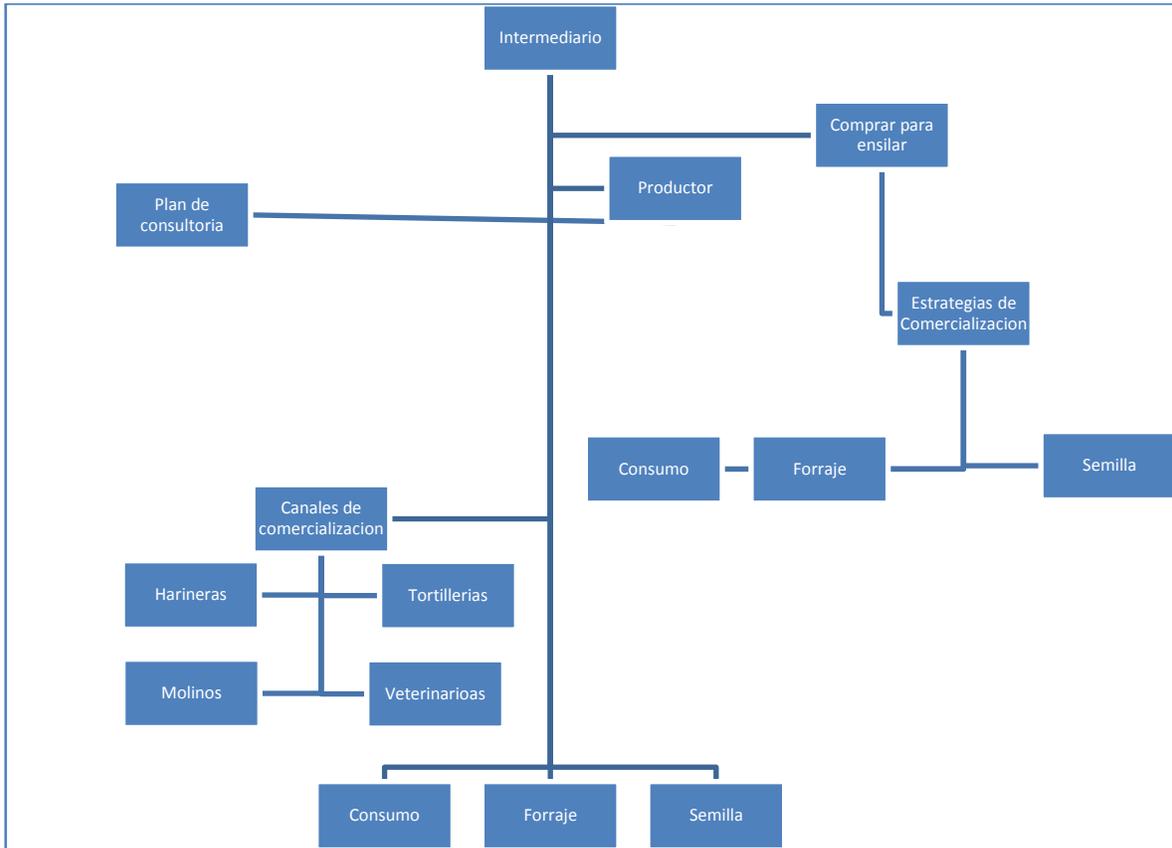
Figura No. 5 Estructura de la Propuesta



Fuente: Elaboración Propia

Se comprara directamente el grano de maíz con los campesinos, para posteriormente resguardarlo en un silo de maíz para su conservación, protegiéndolo del gorgojo y otro tipo de animales e insectos que afectan directamente al grano de maíz manteniéndolo en buen estado para posteriormente comercializarlo para consumo, forraje o para semilla, esto a través de las estrategias de precios, estrategia de promoción, mostrar el producto, planificación de ventas, estrategia de la diferenciación y canales de distribución, para llevar de una manera más correcta la comercialización para beneficio de los productores del municipio de Ayapango, Estado de México.

Diagrama del proceso de comercialización del maíz criollo en el Municipio de Ayapango, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia

5.2.1.-Comprar para ensilar

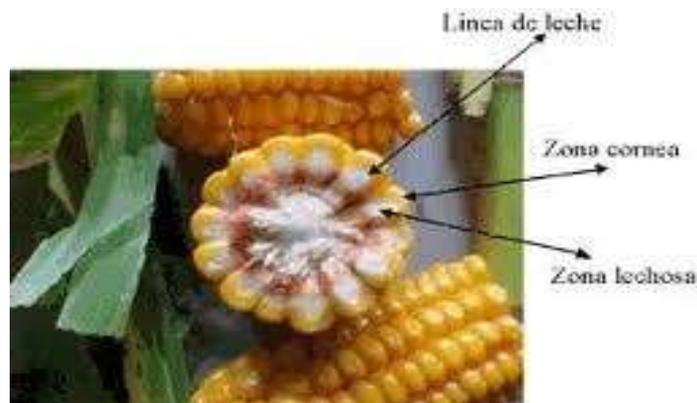
Los actores que participan en el sistema producto de maíz son:

- Los productores (tanto del sector privado como del social)
- Comercializadores (se integran por acopiadores locales y nacionales, así como, organizaciones para realizar en forma grupal el acopio y la comercialización del grano)
- Proveedores de insumos y servicios (son quienes abastecen durante todo el año a los productores de maquinaria y equipo agrícola)

- Transportistas (participan productores, propietarios de vehículos de carga y organizaciones empresariales del transporte federal)
- Tiendas oficiales, de abarrotes, de autoservicio y supermercados (las cuales se encargan de ofrecer el producto procesado) y Finalmente los Consumidores (consumo humano y forrajes.)

La planta se debe cortar después de la formación de la espiga, cuando la semilla se encuentre en estado masoso-lechoso, es decir, cuando mediante la presión del grano con la uña libera una sustancia blanquecina que mezclada con el mismo grano forma una masa, cuando el maíz presenta su máxima concentración de carbohidratos solubles como se muestra en las siguientes imágenes.

Imagen 1.- Maíz en estado masoso-lechoso



Fuente: Mario A. Cobos Peralta

Imagen 2.- Maíz listo para cortar después de la espiga



Fuente: Mario A. Cobos Peralta

La selección de maíz criollo para su comercialización permite desarrollar variedades adaptadas a las condiciones naturales y socioeconómicas de los productores, prácticamente con los mismos recursos de una explotación comercial, pero con la ventaja de obtener un rendimiento gradualmente mayor en una relación al de la variedad original, sin perder la diversidad genética en este importante cultivo.

5.2.2.-Consumo

El maíz criollo se compra a los productores de maíz en el municipio de Ayapango donde el maíz producido para ensilar, es uno de los alimentos cosechados más importantes, en donde las tierras cultivables son limitadas. La cosecha provee a los productores pecuarios una fuente con altos rendimientos, fuente consistente de forraje como alimento para los animales, altamente digestible y alta gustosidad.

El maíz que es junto con el trigo y el arroz uno de los cereales más importantes del mundo, suministra elementos nutritivos a los seres humanos y a los animales y es una materia prima básica de la industria de transformación, con la que se producen almidón, aceite y proteínas, bebidas alcohólicas, edulcorantes alimenticios y, desde hace poco, combustible.

La presente Norma se aplica al maíz para el consumo humano, es decir, listo para ser utilizado como alimento humano, vendido suelto directamente al consumidor. En esta Norma se especifican los requisitos para el maíz en grano entero desgranado de tipo dentado, *Zea mays indentata* L., y/o el maíz desgranado de grano duro, *Zea mays indurata* pueda comercializarse.

Factores de calidad – generales

- El maíz deberá ser inocuo y apropiado para el consumo humano.
- El maíz deberá estar exento de sabores y olores extraños y de insectos vivos.

- El maíz deberá estar exento de suciedad en cantidades que puedan representar un peligro para la salud humana.

- Contenido de humedad

Para determinados destinos, por razones de clima, duración del transporte y almacenamiento, deberían requerirse límites de humedad más bajos.

- Materias extrañas son los componentes orgánicos e inorgánicos que no sean maíz; granos rotos, otros granos y suciedad.
- Suciedad son las impurezas de origen animal (incluidos insectos muertos)
- Otras materias orgánicas extrañas que se definen como componentes orgánicos que no sean granos de cereales comestibles (semillas extrañas, tallos, etc.)
- Materias inorgánicas extrañas que se definen como componentes inorgánicos (piedras, polvo, etc.)

5.2.3.- Forraje

El ensilaje de maíz sirve como un forraje de alta energía, para el ganado lechero. Esto es lo más importante para hatos (cabezas de ganado) de alta producción. El ensilaje de maíz, con su relativo alto contenido de energía, también se adapta para ser usado en raciones de bajo costo para ganado de engorda. El ensilaje de maíz requiere menos trabajo para producir una tonelada de forraje que muchos otros cultivos forrajeros.

Preparación de suelo.

Debe realizar un barbecho profundo, con uno o dos rastreos, realizar análisis de suelo antes del barbecho, para saber su fertilidad y problemas de plagas del suelo. Realizar trazos de riego, y dar el riego unos 15 a 20 días antes de la siembra.

Como se destinará para consumo animal, la cosecha del maíz forrajero incluye toda la planta. Se utiliza el tallo, las hojas y las otras partes. Puede cosecharse verde o deshidratarse para venderse seco y en pacas; también puede ensilarse,

que significa guardar en silos para que se fermente. El ensilaje, que puede efectuarse aproximadamente tres meses después de la siembra, aumenta su nivel nutritivo en cuanto a valor energético, proteínas y sales minerales. Finalmente, también se hace maíz molido al que se agregan nutrientes para la alimentación integral de los animales.

Tabla No. 3 Pasos para el ensilaje de maíz FORRAJERO

1.	Elegir la variedad correcta
2.	Definir el silo adecuado a la necesidad de la explotación
3.	Cortar el forraje en el momento óptimo (grano masoso)
4.	Realizar afilado de navajas en cada jornada de trabajo
5.	Tamaño de corte adecuado (trozos 1 – 2 cm)
6.	Llenar rápidamente el silo sin interrupciones
7.	Compactación en diferentes direcciones para expulsar aire
8.	Uso de aditivos cuando este algo verde o un poco seco
9.	Cierre o tapado del silo con plástico calibre 600
10.	Utilizar el ensilaje a los 21 a 30 días

Fuente: infoaserca.gob.mx

El ensilaje es, en la actualidad, la forma mayoritaria de aprovechar el maíz forrajero, ensilándose cerca del 75% del total producido. El momento óptimo de corte del maíz para su ensilaje, se sitúa entre el 30 y el 35% de contenido en materia seca, tanto desde el punto de vista productivo como de la calidad del forraje. En el primer caso, un contenido más elevado en materia seca conlleva una planta cada vez más seca, donde el incremento en el peso de la espiga y grano se contrarresta con la senescencia de las partes vegetativas de la planta, por lo que la producción se estabiliza para luego empezar a disminuir. En cuanto a la calidad, es indudable que con la madurez disminuye la digestibilidad de la MS de la fracción vegetativa y de la propia pared celular, pero esta disminución se ve compensada por el incremento en almidón de la fracción de la espiga y, por lo tanto, merece la pena esperar hasta ese momento.

La aptitud al ensilaje del maíz es buena debido a que no le faltan carbohidratos para ser transformados en ácido láctico, presenta un bajo poder tampón que permite que el pH baje rápidamente y porque al ensilar el contenido en materia seca es elevado. Los ensilados de maíz deben poseer un pH bajo, cercano o por debajo de 4 y los contenidos en nitrógeno amoniacal y en nitrógeno soluble deben ser inferiores al 10% y al 50% del nitrógeno total, respectivamente.

Desde el punto de vista nutritivo el ensilado de maíz es un alimento de un elevado valor energético, bajo valor proteico y bajo contenido en minerales. El contenido en almidón es elevado, no siendo un forraje que aporte un alto contenido en carbohidratos estructurales.

5.2.4.- Semilla

De los insumos que se utilizan para la producción del maíz, la semilla de buena calidad representa una parte muy importante del rendimiento que se espera obtener. Además de que una buena selección de semilla ayuda al productor, con el tiempo a mejorar poco a poco las características de planta, mazorca y grano de su maíz criollo.

De esta manera también se estará contribuyendo al rescate y conservación de estos maíces, ya que a través de una adecuada selección de semilla se evita que sigan perdiendo las características particulares que distinguen a los maíces criollos y que los hacen diferentes a los demás maíces, sean criollos o mejorados.

Procedimiento

El proceso que se recomienda para realizar la selección de semilla se basa en la “Selección Masal Estratificada”, que es un método sencillo de mejoramiento de las plantas de polinización libre como el maíz. A través de este método, año con año pueden ir favoreciendo las características de los maíces criollos, tales como aumentar el rendimiento, bajar la altura de la planta, que la mazorca pudra menos, que el color, tamaño y forma del grano sea más parejo.

Para lograr reunir estas características agronómicas, deberán reunirse las siguientes recomendaciones:

1.- sembrar la parcela con la semilla del maíz criollo seleccionado ya de un año anterior, sembrando tres semillas cada medio metro,

2.- Se deberá estar muy pendiente del momento en que las plantas de la parcela vayan a espigar, para quitarles la espiga antes de que suelten el polen o polvo a las plantas indeseables para no dañar a la planta, para que la mazorca se desarrolle de una manera más óptima, y esto no perjudica el llenado de la mazorca.

3.- Se deberá seleccionar las mejores mazorcas con el grano grande para semilla, una vez seleccionado, el resto del maíz se juntara con el demás separando la semilla del grano de maíz, de preferencia en las puntas y colas para su selección de semillas.

4.- Con la finalidad de que la semilla que vaya a guardarse se conserve en buenas condiciones de sanidad y germinación el siguiente ciclo de siembra, esta se deberá secar muy bien al aire libre pero evitando que le dé el sol de forma directa. Unavez que la semilla este bien seca, se deberá almacenar en un lugar fresco, seco y limpio

Para mejor el maíz criollo año con año, tanto en rendimiento de grano por hectárea, como en el tipo de planta, mazorca y grano, conservando las características particulares que distinguen al maíz criollo.

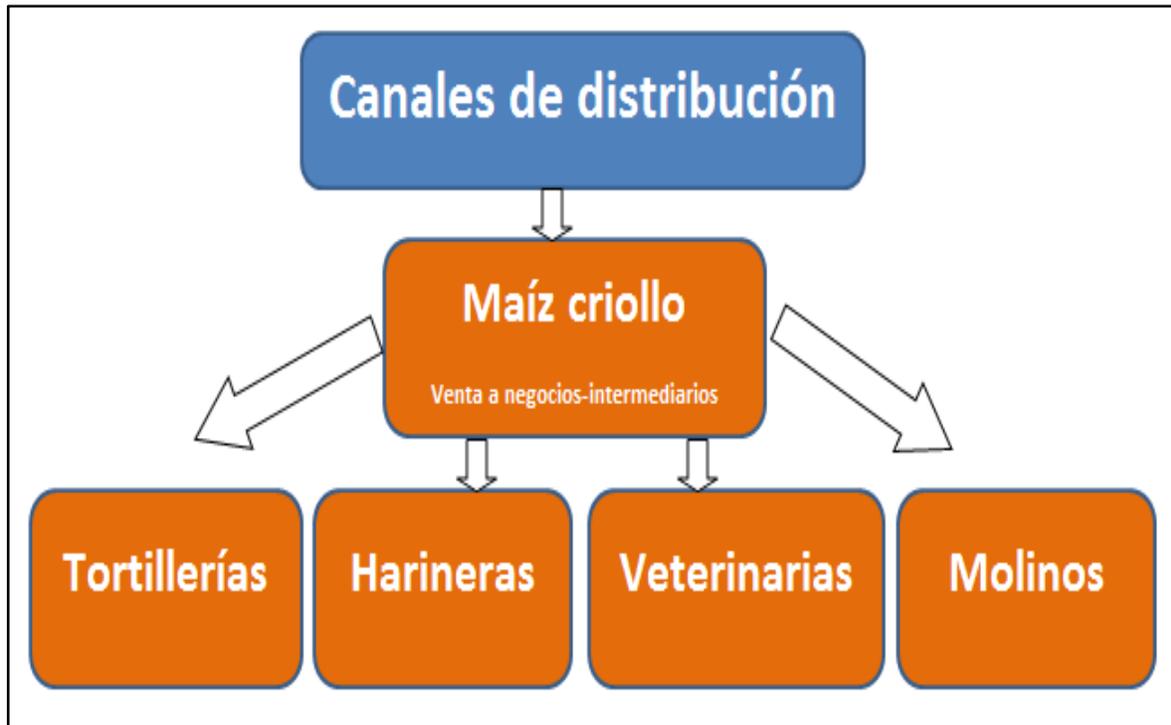
Imagen 3.- Maíz para semilla



Fuente: Mario A. Cobos Peralta

Estrategias de comercialización.

Figura No.6 Canales de Distribución



Fuente: Elaboración propia

Es la forma en cómo se estará trabajando, y se escogió este canal de distribución ya que se adecua a las necesidades que en este caso es la compra-venta de maíz criollo.

La compra del maíz criollo se realizara directamente con los productores, para posteriormente venderlo a intermediarios como los son las tortillerías, harineras, veterinarias y molinos, quienes se encargaran de hacerlo llegar al consumidor final, ya transformado para su consumo, forraje o semillas seleccionadas para la siembra.

Tabla No. 4 Tipos de estrategias para comercialización del maíz criollo en el Municipio de Ayapango Estado de México

TIPOS DE ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	ACCIÓN O RECURSO
<p>Estrategias De Precios</p>	<p>Se diseña para alcanzar los objetivos de venta. El material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, la información a proporcionar a los clientes slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mejora en el precio del maíz criollo, para que de ese modo, podamos atraer una mayor clientela. ❖ Venta directa con actores involucrados ❖ Líneas de crédito ❖ Publicar anuncios en diarios, revistas o Internet. ❖ Crear letreros, carteles, folletos, volantes o tarjetas de presentación.
<p>Estrategia De Promoción</p>	<p>Reforzar la intención de compra dentro del establecimiento atraída quizá por la publicidad de una oferta especial</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Políticas de promoción de ventas ❖ Premios ❖ Promociones en el punto de venta ❖ Concursos, rifas y juegos ❖ Paquetes promocionales (o descuentos adicionales): ❖ Devolución de efectivo (o rebajas) ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas

<p>Mostrar El Producto</p>	<p>Mostrar la semilla de maíz se destaque el beneficio puede dar al cliente, más que sus características técnicas o nutricionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dar muestras gratis a los actores involucrados ❖ Dar a conocer los beneficios que aporta el maíz criollo
<p>Planificación de ventas</p>	<p>Dar una estructura lógica a todo lo relacionado con las ventas. Objetivos, pensar en lograr esos objetivos , objetivos comerciales, fuerza de ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Objetivos comerciales, en relación al tiempo ❖ Fuerza de ventas con los actores involucrados
<p>Estrategia de la diferenciación</p>	<p>Los factores que suelen ser necesarios para buscar o crear, lo que hace o hará diferente una estrategia para esto usamos las siguientes:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bajar apoyos gubernamentales para los productores de maíz ❖ Negociar con los productores para que nos vendan su producción de maíz a crédito mejorando el precio en el grano de maíz criollo ❖ Fuerte potencial de comercialización en semillas ❖ Comprar a grupos de clientes con mayor poder de producción de maíz criollo
<p>Canales de distribución</p>	<p>El canal de distribución es toda nuestra estructura organizativa que nos permite comercializar el grano de maíz criollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Venta a través de mayoristas. ❖ Venta a través de minoristas. ❖ Venta a través de distribuidores.

Fuente: Elaboración propia

Conclusión

Con base en lo investigado y que está respaldado en el contenido de la tesis, no se está llevando un sistema de comercialización por parte de los productores del maíz en el Municipio de Ayapango, Estado de México por lo que se ha determinado que es viable llevar a cabo las estrategias para la comercialización de semillas de maíz criollo dentro de este municipio, generando una figura llamada intermediarios.

La comercialización de semillas de maíz criollo, pretende se realice de forma directa con los Productores, Harineras, Tortillerías, Veterinarias e Intermediarios quienes son los actores involucrados, se darán muestras sobre el maíz criollo para que verifiquen la características, según estándares de calidad del grano de maíz que se produce en el Municipio de Ayapango, Estado de México, se realizará mediante los canales de distribución a través de mayoristas, minoristas y los mismos distribuidores.

Se fijaran objetivos comerciales a corto plazo, realizando una planificación de ventas para obtener recursos monetarios a través de las estrategias de promoción en diferentes periodos como los son premios, promociones en el punto de venta, concursos, rifas, paquetes promocionales (o descuentos adicionales) devolución de efectivo, ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas, para obtener mayores utilidades comercializando el maíz criollo, esto se aplicara directamente con los actores y productores de maíz.

El intermediario de maíz criollo que comercializara con actores involucrados y que estará trabajando de manera formal para obtener un mejor precio al venderlo con alguna empresa o con cualquier otra persona, haciendo así que el productor siga cosechando año con año, aprovechando las temporadas en que se escasea y así poder venderlo a un precio mucho mejor para poder seguir solventando la comercialización.

Una estrategia es crear un área de consultoría para orientar a los productores de maíz, para obtener recursos del sector gobierno como lo serían, maquinaria, infraestructura y recursos económicos para trabajar sus tierras y generar más empleos a través de los programas Apoyo a productores y apoyo a compradores.

Crear una sociedad mercantil con el grupo de productores de maíz más significativos, para que puedan empezar a facturar y comercializar el grano con empresas como MASECA, para llevar a cabo tal actividad se requiere de la facturación electrónica.

Comercializar el grano de maíz aplicando estrategias directamente en el precio, para que de esa manera podamos seducirlos a crear relaciones comerciales por periodos indefinidos.

De esta manera se podrá hacer más sencilla la comercialización en el Municipio de Ayapango Estado de México, y llegar a crear un auto sustento en dicho municipio entre los productores, actores involucrados e intermediarios.

Referencias Bibliográficas

Libros

- Beltrán,R, 2001. “Publicidad en medios impresos. Mexico: editorial trillas”
fecha de consulta: 4- marzo-2014
Referencia: (Beltrán R.,2001 pp. 302)
- Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de Allan Reid, Editorial Diana, Págs. 137 al 139 y del 221 al 228.
- Hitt, Ireland y Robert H. (2000), AdminstracionEstrategica, competitividad y conceptos de globalización, 4ª edición, Mexico, Thomson editores pp 125-154
- Michael R. 2005. “Administración mercadotecnia” Editoriasl, Thomson pags. 301- 322, fecha de consulta, 7-marzo-2014
Referencia: (Michael R, 2005. PP 601)
- Reyes, Agustin, (2000), Administracion de empresas teoría y practica, MexicoLimusa, Tomsom, pp 45-67
- Stanton, Etzel y Walker Fundamentos de Marketing, 2007 13va Edición, Págs. 604 al 607.
Referencia: (Stanton, etzel y Walker. 2007, pp 607)

Artículos PDF

- Acosta Rosa, , 2009 “El cultivo del maíz, su origen y clasificación. El maíz en cuba” en cultivos tropicales, vol. 2, fecha de consulta 20 febrero, pp 211
[<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=193215047017>]
Referencia: (acosta, 2009, p.116)
- F. Segovia Víctor y J. Alfaro Yanelly, 2009 “EL MAÍZ: UN RUBRO ESTRATÉGICO PARA LA SOBERANÍA AGROALIMENTARIA DE LOS VENEZOLANOS” en Agronomía Trop, vol. 59, julio, pp- 37-39, fecha de consulta: 26-marzo-2013.

[http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_ci/Agronomia%20Tropical/at5903/pdf/segovia_v.pdf]. Referencia: (F. Segovia y Alfaro- 2009, p237)

- Rodríguez Montalvo. 2005. “Progreso del mejoramiento genético de maíz (*Zea mays* L.) en el Trópico Húmedo de México”, en Agricultura técnica en México, vol. 31, núm. 1, pp. 21-32.
- Rodríguez Rojas Alavaro, 2009 “EMPRESA DE APOYO A LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS” en plan estratégico institucional, pp. 11-12, fecha de consulta: 26- febrero-2013
[<http://www.unmsm.edu.pe/archivos/plan-estrategico-2012-04.pdf>]
Referencia: (Rodríguez, 2009, p 29)
- Rosillo Solano, Fernando Eliseo, 2009”estudio de la cadena de comercialización del maíz blanco (*zeamayscultivarguagal*) en la provincia de Bolívar, en escuela de ingeniería agronómica, facultad de recursos naturales, pp.1-89, Fecha de consulta:27-febrero-2013
[<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/359/1/13T0654%20ROSILLO%20FERNANDO.pdf>]
Referencia: (Rosillo, 2009, p.8-9)
- “Semillas para Siembra de Maíz, Trigo, Sorgo y Frijol”, 2011 en Financiera rural Dirección General Adjunta de Planeación Estratégica y Análisis Sectorial Dirección Ejecutiva de Análisis Sectorial. Fecha de consulta 26-marzo-2013
[[http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaSemillas\(oct11\)vf.pdf](http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaSemillas(oct11)vf.pdf)].
Referencia:(financiera rural, 2009, p13)

Internet

- Alexander, D.E. 1988. Breeding special nutritional and industrial maize types. In G.F. Sprague & J.W. Dudley, eds. Corn and corn improvement, 3rd ed., p. 869-880. Madison, WI, USA, American Society of Agronomy, 9-enero-2014
- Bjarnason, M. & Vasal, S.K. 1992. Breeding of quality protein maize (QPM). Plant Breed. Res., 9: 181-216, 15-enero-2014
- Brewbaker, J.L. 1971. Breeding tropical supersweetcorn. Hawaii Farm Sci., 20: 7-10,

- “Monografía del Maíz Grano”, 2011 en Financiera rural Dirección General Adjunta de Planeación Estratégica y Análisis Sectorial Dirección Ejecutiva de Análisis Sectorial. Fecha de consulta 26-marzo-2013
[[http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaMa%C3%ADz\(jun11\).pdf](http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Monografias/Monograf%C3%ADaMa%C3%ADz(jun11).pdf)]
Referencia:(financiera rural, 2009, p10)

- “PLAN RECTOR DEL SISTEMA PRODUCTO MAÍZ “, 2004 en Amsda. Fecha de consulta 26-marzo-2013.
[<http://www.amsda.com.mx/prestatales/estatales/hidalgo/premaiz.pdf>]
Referencia: (“amsda”,2004)

- Secretaria de economía, 2012. “análisis de la cadena de valor maíz-tortilla: situación actual y factores de competencia local” fecha de consulta: 21-febrero-2013 [<http://materias.fi.uba.ar/analisidelaCADENADEVltortilla.com>]

Anexos

Encuesta N ° 1-10 Encuestador: Carlos Mauricio López Rodríguez

Fecha: 28-03-14

A. Datos generales

Comunidad: Ayapango, Estado de México Proyecto: tesis de estrategias para la comercialización del Maíz criollo

B. Datos de los productores de maíz

N°	B.1. Nombres	B.2. Edad	B.3. Sexo	B.4. Ocupación Principal	B.5. Ocupación Secundaria
1	Lucas Aguilar Aguilar	45	Masculino	Campesino	Carpintero
2	Juan Carlos López Olivera	65	Masculino	Campesino	Campesino
3	Juan David Ortiz Trejo	31	Masculino	Campesino	Electricista
4	Jesús Ramírez Riojas	55	Masculino	Campesino	Comerciante
5	Raymundo Aguilar Ríos	35	Masculino	Campesino	Campesino
6	Alfredo Galicia Rosas	43	Masculino	Campesino	Granjero
7	Ángel Reyes Ramos	47	Masculino	Campesino	Policía
8	Armando López Gómez	42	Masculino	Molino de maíz	Campesino
9	Gustavo Fernández Bermúdez	33	Masculino	Tortillería	Chofer
10	Mateo Espinoza López	63	Masculino	Molino de maíz	chofer

Encuesta con los productores de maíz y los actores involucrados para saber cómo se comercializa el maíz criollo en el municipio de Ayapango Estado de México

1.- Usted produce maíz SI _____ NO _____

2.- ¿Es usted es?

Poseedor _____ Arrendador _____ Otro____ Cuál? _____

3.- ¿Cuánto tiempo lleva como productor?

a) 1 a 5 años

b) 5 a 10 años

c) 10 o más

4.- ¿Cómo es que comercializa el maíz?

5.- ¿En dónde vende o con quien comercializa su maíz?

6.- ¿Qué dificultades enfrenta al vender el maíz?

7.- ¿En qué gramaje fue la última vez que vendió maíz criollo?

- a) cuartillo b) carga de maíz

8.- ¿Qué pasos realizó para vender el grano de maíz anteriormente?

9.- ¿Tuvo problemas anteriormente con la venta del grano de maíz?

- a) si b) no ¿Por qué?

10.- ¿Con qué frecuencia siembra un cultivo de maíz?

- a) cada año b) cada 2 años c) cada 3 años

11.- ¿Cuántas hectáreas cultiva en 1 año?

- a) 1 a 5 b) 5 a 10 c) 10 o más

12.- Valore de 5 a 10 una serie de aspectos relacionados es decir, de los productos agrícolas cultivados o producidos en Ayapango.

Productos locales Puntuación de 0 a 10

1. Calidad de los productos _____
 2. Variedad de oferta de productos _____
 3. Precio de los productos _____

Los anexos son para apoyos a productores, apoyos a compradores y apoyos al productor y/o al comprador con coberturas

ANEXO XII

	SOLICITUD PARA LOS COMPONENTES APOYO AL INGRESO OBJETIVO Y A LA COMERCIALIZACIÓN	Logotipo
---	---	-----------------

*/ Se deberá requisitar e imprimir únicamente la sección correspondiente a la etapa operativa y concepto de apoyo que requiera el interesado en términos de las secciones que aparecen en el portal institucional de la SAGARPA (<http://sagarpa.gob.mx>)

I. DATOS VENTANILLA

EDO	DDR	MUNICIPIO	CADER	VENTANILLA	DÍA	MES	AÑO	CONSECUTIVO

II. REGISTRO DE INSCRIPCIÓN PARA APOYOS

Fecha de Registro (DD/MM/AAAA) <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/>	Folio de Cobertura <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/>	Digito <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/>
Estado de Registro de <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>	Tipo de apoyo: Adquisición de <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>	Ciclo <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>

II.a DATOS DEL SOLICITANTE (PERSONA FÍSICA O MORAL)

*Folio de Productor/No. de Participante

*Nombre de vialidad:

*Numero exterior 1:	Numero exterior 2:	Numero interior:	*Código postal:
----------------------------	---------------------------	-------------------------	------------------------

*Referencia 1(entre vialidades): _____
Referencia 2 (vialidad posterior): _____ Referencia 3 (descripción de ubicación): _____

*Localidad:	*Municipio:	*Estado:
--------------------	--------------------	-----------------

II.c DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL 1

*Fecha de Nacimiento (DD/MM/AAAA)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

RFE: _____ Documento acredita _____ Vigencia del poder _____

II. d DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL 1

*Tipo de asentamiento humano: () Colonia () Fraccionamiento () Manzana () Pueblo () Rancho () Granja () Ejido
() Hacienda () otro () Norma INEGI

*Nombre del asentamiento humano: _____

*Tipo de vialidad: () Avenida () Boulevard () Calle () Callejón () Calzada () Periférico () Privada () Carretera () Camino
() Otro () Norma INEGI

*Nombre de vialidad:

*Numero exterior 1:	Numero exterior 2:	Numero interior:	*Código postal:
----------------------------	---------------------------	-------------------------	------------------------

*Referencia 1(entre vialidades): _____
Referencia 2 (vialidad posterior): _____ Referencia 3 (descripción de ubicación): _____

*Localidad:	*Municipio:	*Estado:
--------------------	--------------------	-----------------

(*) Número de Testimonio Notarial del Poder: _____

(*) Número de Testimonio del Acta Constitutiva: _____

II.e DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL 2 *Fecha de Nacimiento (DD/MM/AAAA)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

RFE: _____ Documento acredita _____ Vigencia del poder _____

II. f DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL 2

*Tipo de asentamiento humano: () Colonia () Fraccionamiento () Manzana () Pueblo () Rancho () Granja () Ejido
() Hacienda () otro () Norma INEGI

*Nombre del asentamiento humano: _____

*Tipo de vialidad: () Avenida () Boulevard () Calle () Callejón () Calzada () Periférico () Privada () Carretera () Camino
() Otro () Norma INEGI

*Nombre de vialidad:

*Numero exterior 1:	Numero exterior 2:	Numero interior:	*Código postal:
----------------------------	---------------------------	-------------------------	------------------------

*Referencia 1(entre vialidades): _____
Referencia 2 (vialidad posterior): _____ Referencia 3 (descripción de ubicación): _____

*Localidad:	*Municipio:	*Estado:
--------------------	--------------------	-----------------

(*) Número de Testimonio Notarial del Poder: _____

(*) Número de Testimonio del Acta Constitutiva: _____

II.g DATOS EN CASO DE ORGANIZACIÓN

En caso de Organización especificar número de participantes ó integrantes ó participantes de la cobertura: _____

II.h DATOS DE LA CUENTA BANCARIA

No.	Banco	Cuenta Clabe	Tipo de moneda
1			
2			
3			

Nota: Datos de la cuenta obligatorios para la solicitud de apoyo de coberturas.

Nota (*) campos obligatorios

III. SOLICITUD DE COBERTURA:

III.a DATOS DE COMPRA:

*Fecha de compra (DD/MM/AAAA)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Folio de cobertura

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Digito

--	--	--	--

Tipo de operación:

Compra de cobertura

Liquidación de cobertura

Ciclo:

--	--	--	--	--	--

Tipo de Operación: Put ___ Call ___

Producto: _____

Mes de vencimiento: _____

Toneladas a cubrir: _____

Precio de Ejercicio seleccionado:

Modalidad de cobertura: _____

Esquema de cobertura: _____

Equivalente a: _____ Contratos

ASERCA Mayor Menor Costo por contrato: _____ Dólares
 Precio de Cts/Dls por: _____ Costo total: _____ Dólares
 Ejercicio: _____

Tipo de cambio: _____ Pesos/Dls
 Costo total: _____ Pesos

Prima tabla: _____ Aportación Unidad Responsable: _____ %

Deposito del participante a la cuenta de ASERCA: _____ Pesos Dólares

¿Desea elegir la correduría que tomará su cobertura? **NO**, que ASERCA elija por mi **SI** quiero elegir

Si contestó **SI** a la pregunta anterior elija una de las siguientes corredurías: **BNP Paribas** **FC Stone** **JP Morgan**

Otro: _____

III.b DATOS DE PRODUCCIÓN

Producción estimada: _____ toneladas

Para el mes: _____

IV. SOLICITUD DE ROLADO/SERVICIOS

Fecha de compra (DD/MM/AAAA)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Folio de Cobertura

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dígito

--	--

Dígito

--	--

Folio de Rolados/Servicios

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

IV.a DATOS DE COMPRA DE ROLADO/SERVICIOS

Tipo de Operación: **Put**

Call

Producto: _____

Mes de vencimiento: _____

Modalidad de cobertura: _____

Toneladas a cubrir: _____

Esquema de cobertura: _____

Precio de Ejercicio seleccionado: _____

Equivalente a: _____ Contratos

ASERCA Mayor Menor Costo total: _____ Dólares
 Precio de Cts/Dls por: _____ Costo total: _____ Pesos
 Ejercicio: _____

No. de Contratos	Prima de Compra	Tipo de Cambio

¿Desea elegir la correduría que tomará su cobertura? **NO**, que ASERCA elija por mi **SI** quiero elegir

Si contestó **SI** a la pregunta anterior elija una de las siguientes corredurías: **BNP Paribas** **FC Stone** **JP Morgan**

Otro: _____

V. DATOS DE LIQUIDACIÓN

Fecha de Solicitud (DD/MM/AAAA)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Liquidación: **Total** **Parcial** Numero de parcialidad: _____

Número de contrato a liquidar: _____ Tipo de moneda: **Dólares** **Pesos**

VI. SOLICITUD DE INSCRIPCIONES (COMPRADORES)

UNIDAD RESPONSABLE:

Por medio del presente y de conformidad con lo señalado en el Aviso (anotar nombre completo del Aviso publicado en el Diario de la Federación). _____

Fecha: (día/mes/año) _____, el que suscribe (anotar nombre completo del que firma) _____

en mi carácter de Representante Legal y, en su caso a nombre de la empresa (anotar nombre completo de la empresa que representa)

_____, me permito solicitar la inscripción al apoyo establecido en dicho Aviso, para lo cual

proporciono la siguiente información:

Volumen solicitado: _____ Tons. de (Anotar producto, variedad y entidad federativa productora) _____

Numero de contrato registrado en ASERCA (en su caso)	Clave de la Bodega	Domicilio de la Bodega	Volumen (TON)
Total solicitado			

Volumen solicitado por entidad federativa de origen y destino nacional y uso del grano

Entidad Federativa de Origen del Producto	Volumen (TON)	Entidad federativa de Destino del producto	Volumen (TON)	Consumo Humano (TON)		Consumo Pecuario (TON)		OTRO */ (TON)	
				Propio	Venta	Propio	venta	Propio	Venta

Folio del predio o registro alterno	Tipo de posesión	Tenencia	Documento que acredita	variedad	Régimen hídrico (riego/temperal)	Documento que acredita	Fecha de vencimiento	Superficie estimada (Has)		Volumen estimado (Tons)	Rendimiento (tons/has)
								Siembra	cosecha		

1/ APLICA PARA EL CASO DE APOYOS SUJETOS A REGISTRO DE CONTRATO

Relación de productores individuales que presenta el vendedor y que se adhieren al contrato de compra venta a término señalado, quienes convienen que en caso de incumplimiento total o parcial de este contrato por causas imputables a los mismos, el incumplido renuncia a todos los apoyos establecidos en el "Programa de Prevención y Manejo de Riesgos"

Con mi firma autorizo que los predios referidos sean inscritos en el concepto de apoyo objeto del presente formato y me obligo a proporcionar la información y/o documentación que me sea requerida por la SAGARPA-ASERCA y a notificar cualquier cambio que sufra la información o documentación proporcionada, a la vez, manifiesto bajo protesta de decir la verdad que los datos contenidos en este documento son ciertos y reales, por lo que acepto mi responsabilidad tanto en lo individual como de la organización, en la veracidad de la información y documentación proporcionada ante ASERCA, por lo que en caso de incumplimiento total o parcial a las obligaciones contraídas, me comprometo a devolver sin reserva alguna los apoyos recibidos y a aceptar la sanción administrativa y/o judicial que conforme a derecho proceda".

X. Esta solicitud la realizo en apego al Programa de Prevención y Manejo de Riesgos en el Componente Apoyo al Ingreso Objetivo y a la Comercialización.

X. a Con fundamento en el artículo 35 de la Ley federal de Procedimientos Administrativos acepto la recepción de notificaciones relacionadas con la presente solicitud a través de la página electrónica de la Secretaría (www.sagarpa.gob.mx) y/o de la página electrónica de la Instancia Ejecutora. Conforme a lo establecido en el artículo 2 fracción III de las Reglas de Operación de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, manifiesto bajo protesta de decir verdad que no he recibido apoyos o subsidios que impliquen duplicidad para el mismo concepto de este programa.

X. b Declaro bajo protesta de decir verdad, que soy participante y/o representante legal de la organización y que los datos asentados en este documento son reales, así también declaro que conozco las Reglas de Operación que rigen este tipo de apoyos para el Programa de Prevención y Manejo de Riesgos en el Componente Apoyo al Ingreso Objetivo y a la Comercialización, y me adhiero al mismo por voluntad propia y que actué de buena fe haciendo constar que todas las operaciones de cobertura que solicite y realice se registrarán con apego a los lineamientos del anexo XXXI y este Registro de Inscripción.

X. c En caso de existir cambios en los datos originales de inscripción, deberán actualizarse en el Registro de Inscripción.

X. d En caso de existir cambios en los datos originales de inscripción, deberán actualizarse en el Registro de Inscripción. Conforme a lo establecido en el artículo 2 fracción III de las Reglas de Operación de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, manifiesto bajo protesta de decir verdad que no he recibido apoyos o subsidios que impliquen duplicidad para el mismo concepto de este programa.

Con fundamento en el artículo 35 de la Ley federal de Procedimientos Administrativos acepto la recepción de notificaciones relacionadas con la presente solicitud a través de la página electrónica de la Secretaría (www.sagarpa.gob.mx) y/o de la página electrónica de la Instancia Ejecutora.

X. e "Los datos personales recabados serán protegidos, incorporados y tratados en el Sistema de Datos Personales de los Apoyos para la Adquisición de Coberturas de Precios de productos y especies elegibles (AACPE), con fundamento en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Art. 18 Frac. I y II, cuya finalidad es el control y seguimiento en la operación del AACPE, el cual se registrará en el Listado de Sistema de datos Personales ante el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (www.ifai.org.mx), y sólo podrán ser transmitidos en aquellos casos previstos por la Ley. La Unidad Administrativa responsable en este Sistema de Datos Personales es la Dirección General de Operaciones Financieras, y la dirección donde el interesado podrá ejercer los derechos de acceso y corrección ante la misma es, Av. Municipio Libre 377, 9° piso ala "A", Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310, México, D.F. Lo anterior se informa en cumplimiento de lo señalado en el Capítulo III, numeral Decimoséptimo de los Lineamientos de Protección de Datos Personales publicados en el Diario Oficial de la Federación el 30 de septiembre de 2005".

X.f Nombre y firma del participante o representante legal Nombre y firma del Director Regional y/o Estatal

Declaro bajo protesta de decir verdad

X.g Nombre completo, cargo y firma

X.h ATENTAMENTE
REPRESENTANTE LEGAL
Nombre y firma

X. i ATENTAMENTE
Auditor Externo
Registrado ante la SHCP
Nombre y firma

X.j POR EL COMPRADOR POR EL VENDEDOR / PRODUCTOR RECIBIDO

Nombre y firma del participante o representante legal

Nombre y firma del Productor o Representante

Acuse de recibido DIR. REG. / CADR / Ventanilla

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

**INSTRUCTIVO DE LLENADO ANEXO
I. DATOS VENTANILLA**

ESTADO (nombre): Denominación de la Entidad Federativa.
DDR (nombre): Denominación del Distrito de Desarrollo Rural (DDR)
MUNICIPIO (nombre): Denominación del Municipio donde se encuentra el domicilio del productor, conforme al catálogo de Municipios que se puede consultar en la dirección electrónica: <http://mapserver.inegi.org.mx/mgn2k/?c=646&s=est>
CADER (nombre): Denominación del Centro de Apoyo al Desarrollo Rural (CADER)
VENTANILLA AUTORIZADA (nombre): Denominación de la Ventanilla Autorizada a través de la cual se realizó el trámite.
FECHA DE REGISTRO (DD/MM/AAAA): Fecha de registro ante la Ventanilla Autorizada, en la que se presenta la solicitud.
CONSECUTIVO: Número que se da en ventanilla para control interno.

II. REGISTRO DE INSCRIPCIÓN DE APOYOS

FECHA DE REGISTRO (DD/MM/AAAA): Fecha de registro ante la Ventanilla Autorizada, en la que se presenta la solicitud.
FOLIO DE COBERTURA/DIGITO.- Que asigna el sistema a la solicitud.
ESTADO DE REGISTRO: Clave de la Entidad Federativa donde fue registrado el apoyo solicitado por ejemplo: 003 BAJA CALIFORNIA SUR, 028 TAMAULIPAS, etc.
TIPO DE APOYO: Dependiendo de la Solicitud (Adquisición de Coberturas o Costos Financieros de Factoraje)
CICLO: Ciclo Agrícola del Esquema

II.a DATOS DEL SOLICITANTE (PERSONA FÍSICA O MORAL)

Persona física

NOMBRE: corresponde al nombre o nombres del productor o solicitante.
PRIMER APELLIDO: Corresponde al apellido paterno de la identificación oficial del productor o solicitante.
SEGUNDO APELLIDO: Corresponde al apellido materno de la identificación oficial del productor o solicitante.
FECHA DE NACIMIENTO: Fecha de nacimiento del beneficiario, de acuerdo al Día/Mes/Año. Este dato es obligatorio si se declaró beneficiario.
CURP: Clave Única de Registro de Población del beneficiario.
NACIONALIDAD: Se refiere al país de origen del productor o, en el caso de extranjeros, lo señalado en el documento de naturalización.
ESTADO DE NACIMIENTO: Clave del estado de nacimiento del beneficiario directo o indirecto, de acuerdo al catálogo de Entidades Federativas de RENAPO. En caso de que el beneficiario haya nacido en el extranjero, se deberá capturar la clave NE (nacido en el extranjero)
SEXO: Sexo o género del beneficiario directo o indirecto, de acuerdo al catálogo de RENAPO. (H para hombre y M para mujer).
ESTADO CIVIL (CLAVE):

Estado Civil Clave
Soltero (a) 01
Casado (a) 02
Viudo (a) 03
Divorciado (a) 04
Unión Libre 05
Concubinato 06
Otro 07

DEPENDENCIA: Es la clave del ramo en que se ubica el Programa, conforme al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), de acuerdo al catálogo de la SHCP. Ejemplo: 20
PROGRAMA: Es la clave del Programa al que está inscrito el beneficiario, de acuerdo al catálogo de la SHCP. Ejemplo: S072.
ENTIDAD FEDERATIVA: Es la clave de la entidad federativa donde se entrega el subsidio o apoyo al beneficiario directo o indirecto, de acuerdo al catálogo del INEGI.

MUNICIPIO: Es la clave del municipio donde se entrega el subsidio o apoyo al beneficiario directo o indirecto, de acuerdo al catálogo del INEGI.

LOCALIDAD: Es la clave de la localidad donde se entrega el subsidio o apoyo al beneficiario directo o indirecto, de acuerdo al catálogo del INEGI.

RFC: Clave de Registro Federal de Contribuyentes

HOMOCLAVE: tres últimos dígitos de la clave de Registro Federal de Contribuyentes

TELÉFONO (LADA): Número telefónico del domicilio del beneficiario o productor, iniciando con la clave lada. Ejemplo: 01(55)10 14 21 22

FAX: Número telefónico del fax, en caso de contar con este medio de comunicación.

CORREO ELECTRÓNICO: Dirección de correo electrónico del productor o representante legal. Ejemplo: elproductordemaiz@yahoo.com.mx

FECHA DE BENEFICIO: Es la fecha en la que se otorgó el subsidio o apoyo al beneficiario directo o indirecto y se integra al padrón del Programa en el sistema. La fecha es de 8 posiciones numéricas, asignando: cuatro posiciones para el año. Dos posiciones para el mes, del 1 al 12, y dos posiciones para el día, del 1 al 28, 30 o 31, según aplique. Ejemplo: 4 de marzo de 1959, queda: 19590304.

TIPO DE IDENTIFICACIÓN (CREDENCIAL DEL IFE O PASAPORTE): Corresponde a la especificación del documento utilizado para identificarse por parte del solicitante.
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN: Corresponde al número del instrumento con el que se ésta identificando el beneficiario.
TIPO DE BENEFICIARIO: Es la clave del tipo de beneficiario dentro del Programa. Catálogo SIIPP-G.
TIPO DE BENEFICIO: Es la clave del tipo de beneficio que otorga el Programa al beneficiario. Catálogo SIIPP-G.
CANTIDAD DE APOYO: Es la cantidad autorizada del subsidio o apoyo que puede recibir el beneficiario directo e indirecto en el Programa, no se aceptarán datos nulos ni en 0. Ejemplo: 1205.50 o 3000.00.

Persona moral

RAZÓN SOCIAL: Corresponde al nombre completo de la persona moral.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL 1: Corresponde al nombre (s) del representante legal de la persona moral.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL 2: Corresponde al nombre (s) del representante legal de la persona moral.
PRIMER APELLIDO: Corresponde al apellido paterno de la identificación oficial del representante legal.
SEGUNDO APELLIDO: Corresponde al apellido materno de la identificación oficial del representante legal
FECHA DE CONSTITUCIÓN:
CURP DEL REPRESENTANTE LEGAL 1: Clave Única de Registro de población del representante legal.
CURP DEL REPRESENTANTE LEGAL 2: Clave Única de Registro de población del representante legal.
NACIONALIDAD: Se refiere al país de origen del productor o, en el caso de extranjeros, lo señalado en el documento de naturalización.
DEPENDENCIA: Es la clave del ramo en que se ubica el Programa, conforme al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), de acuerdo al catálogo de la SHCP. Ejemplo: 20
INSTITUCIÓN: Es la clave de la unidad administrativa responsable de la operación del Programa, de acuerdo al catálogo de la SHCP, que se forma con las claves del ramo y unidad responsable conforme al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF). Ejemplo: 20G00
PROGRAMA: Es la clave del Programa al que está inscrito el beneficiario, de acuerdo al catálogo de la SHCP. Ejemplo: S072.
ACTIVIDAD ECONÓMICA: clave catálogo SIIPP-G.
ENTIDAD ECONÓMICA: clave catálogo SIIPP-G.
RFC: Clave de Registro Federal de Contribuyentes.
HOMOClave: Tres últimos dígitos de la clave de Registro Federal de Contribuyentes.
TELÉFONO (LADA): Número telefónico del domicilio del beneficiario o productor, iniciando con la clave lada. Ejemplo: 01(55)10 14 21 22.
FAX: Número telefónico del fax, en caso de contar con este medio de comunicación.
CORREO ELECTRÓNICO: Dirección de correo electrónico del productor o representante legal. Ejemplo: elproductordemai@yahoo.com.mx.
FECHA DE BENEFICIO Es la fecha en la que se otorgó el subsidio o apoyo al beneficiario directo o indirecto y se integra al padrón del Programa en el sistema. La fecha es de 8 posiciones numéricas, asignando: cuatro posiciones para el año. Dos posiciones para el mes, del 1 al 12, y dos posiciones para el día, del 1 al 28, 30 o 31, según aplique. Ejemplo: 4 de marzo de 1959, queda: 19590304.
TIPO DE IDENTIFICACIÓN (CREDENCIAL DEL IFE O PASAPORTE) 1: Corresponde a la especificación del documento utilizado para identificarse por parte del solicitante.
TIPO DE IDENTIFICACIÓN (CREDENCIAL DEL IFE O PASAPORTE) 2: Corresponde a la especificación del documento utilizado para identificarse por parte del solicitante.
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN: Corresponde al número del instrumento con el que se ésta identificando el beneficiario.
TIPO DE BENEFICIARIO: Es la clave del tipo de beneficiario dentro del Programa. Catálogo SIIPP-G.
TIPO DE BENEFICIO: Es la clave del tipo de beneficio que otorga el Programa al beneficiario. Catálogo SIIPP-G.
DOCUMENTO DE ACREDITACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL: instrumento por el cual el representante legal es acreditado por la persona moral, ejemplo: acta constitutiva, poder general para pleitos y cobranzas, etc.
CANTIDAD DE APOYO: Es la cantidad autorizada del subsidio o apoyo que puede recibir el beneficiario directo e indirecto en el Programa, no se aceptarán datos nulos ni en 0. Ejemplo: 1205.50 o 3000.00.
FECHA DE REGISTRO AL RFC: Fecha en la cual se realizó el Registro Federal de Contribuyentes.

II.b DOMICILIO DEL SOLICITANTE

TIPO ASENT. HUMANO: Nombre del tipo de asentamiento humano, conforme a la Norma Técnica sobre Domicilios Geográficos publicada en el Diario Oficial de la Federación del 12 de noviembre de 2010. Consultar en la dirección electrónica: <http://www.inegi.org.mx/>
NOMBRE ASENT. HUMANO: Nombre completo del asentamiento humano de acuerdo al tipo de asentamiento anterior. Ejemplo: COLONIA CENTRO; HACIENDA LA PRIMAVERA; etc.
TIPO VIALIDAD: Nombre del tipo de vialidad donde está el domicilio del productor, conforme a la Norma Técnica sobre Domicilios Geográficos publicada en el Diario Oficial de la Federación del 12 de noviembre de 2010. Consultar en la dirección electrónica: <http://www.inegi.org.mx/>
NOMBRE VIALIDAD: Nombre completo de la vialidad donde habita el productor persona física o domicilio fiscal si se trata de persona moral. Ejemplo: CALLE LOS FRESNOS; BOULEVARD BENITO JUAREZ; CALLEJON LAS BRUJAS, etc.
NUMERO EXT 1/- Número exterior del domicilio donde habita el productor y que tiene como frente la vialidad, en casos de doble numeración indicar el de mayor reconocimiento. Ejemplo: MANZANA 15 LOTE 23
NUMERO EXT 2/- Número exterior cuando la vivienda se ubique en unidad privada, el número de la vivienda y el número interior cuando se trate de Condominio Horizontal, Unidad Habitacional, Vecindad, Multifamiliar, etc.
NUMERO INT.- Se refiere a los caracteres alfanuméricos y símbolos que identifican uno o más inmuebles pertenecientes a un número exterior, en su caso.
C.P.: Clave del Código Postal que corresponda al domicilio del productor.
REFERENCIA 1.- Nombre de las vialidades entre las que se encuentra el domicilio del productor.
Ejemplo: Entre CALLE BENITO JUAREZ Y CALLE LAZARO CARDENAS
REFERENCIA 2.- Nombre de la vialidad más próxima ubicada en la parte posterior del domicilio del productor. Ejemplo: AVENIDA LAS TORRES
REFERENCIA 3.- Breve descripción de la ubicación del domicilio del productor, en caso de existir. Ejemplo: FRENTE AL CANAL INDEPENDENCIA

LOCALIDAD (cve/nombre): Clave y nombre completo de la localidad a la que pertenece el domicilio geográfico del productor conforme al catálogo de claves geo estadísticas del INEGI. Ejemplo: 0025 EL SALITRE, 0001
MUNICIPIO (cve/nombre): Clave y Denominación del Municipio donde se encuentra el domicilio del productor, conforme al catálogo de Municipios que se puede consultar en la dirección electrónica: <http://mapserver.inegi.org.mx/mgn2k/?c=646&s=est>
ESTADO (cve/nombre): Clave y nombre de la Entidad Federativa donde se encuentra el domicilio geográfico del productor, o del domicilio fiscal si es persona moral ejemplo: 003 BAJA CALIFORNIA SUR, 028 TAMAULIPAS, etc.

II.c DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL 1

NOMBRE/PRIMER APELLIDO/SEGUNDO APELLIDO: Solo cuando se trate de persona moral, nombre completo del representante legal, de acuerdo con su identificación oficial.

TIPO DE IDENTIFICACIÓN: Tipo de identificación oficial presentada por el representante legal para acreditar su personalidad.

No. De Identificación: Número del documento oficial que presenta el representante legal para acreditar su personalidad

Documento que acredita: Documento poder notarial o acta de asamblea que acredita la representación legal.

Vigencia del poder: Documento poder notarial o acta de asamblea que acredita la vigencia de poder.

II. d DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL 1

Lenar conforme a la descripción en el inciso I.b Domicilio del solicitante (norma INEGI)

II.e DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL 2

Lenar conforme a la descripción en el inciso I.c Datos del representante legal 1 (norma INEGI)

II. f DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL 2

Lenar conforme a la descripción en el inciso I.b Domicilio del solicitante (norma INEGI)

DATOS TÉCNICOS

NÚMERO DE TESTIMONIO NOTARIAL DEL PODER: Número de acta notariada

NÚMERO DE TESTIMONIO DEL ACTA CONSTITUTIVA O SIMILAR: Número de acta notariada

II.g DATOS EN CASO DE ORGANIZACIÓN

Con la finalidad de evitar duplicidad en la estadística de productores beneficiados, en el caso de que una misma persona moral solicite coberturas en más de una ocasión y los productores beneficiados sean los mismos (respecto a un ciclo agrícola), estos solo reportarán en la primera colocación. Para las coberturas subsecuentes el participante deberá señalar que este dato ya fue reportado, debiendo indicar el folio de la cobertura a través del cual se reportó dicha información.

II.h DATOS DE LA CUENTA BANCARIA

BANCO.- Institución financiera donde se encuentra abierta la cuenta del participante o Beneficiario

CUENTA CLABE.- Clave Bancaria Estandarizada, que deberá de proporcionar el productor o representante legal para el pago de la cobertura.

TIPO DE MONEDA.- Divisa en la que se encuentra abierta la cuenta del participante o Beneficiario

III. COBERTURA DE COMPRA / LIQUIDACIÓN

III.a DATOS DE COMPRA

FECHA DE COMPRA: De la cobertura

FOLIO DE COBERTURA/DIGITO: Que asigna el sistema de Cobertura de Precios

PRODUCTO: Producto elegible del programa vigente de coberturas

TIPO DO OPCION: según la operación PUT o CALL

MES DE VENCIMIENTO: de la Cobertura conforme a REGLAS

MODALIDAD DE COBERTURA: de acuerdo al aviso de apertura de ventanilla, poner el elegido

ESQUEMA DE COBERTURA: de acuerdo al aviso de apertura de ventanilla, poner el elegido

PRECIO DEL EJERCICIO SELECCIONADO: Precio seleccionado para la cobertura, según el vencimiento.

PRIMA TABLA: valor publicado en la tabla de precios de Primas, del producto y tipo de opción elegido y precio de ejercicio seleccionado.

PRIMA REAL: Valor que la entidad financiera (correduría) reporta el mismo día en que realiza la operación de compra y/o liquidación en la bolsa commodities.

IV. COBERTURA DE TIPO ROLADO / SERVICIOS

FECHA DE COMPRA: fecha de la nueva compra

FOLIO DE COBERTURA/DIGITO: Que asigna el sistema de cobertura de precios

FOLIO DE ROLADO/SERVICIO/DIGITO: Que asigna el sistema de cobertura de precios

TIPO DE OPERACIÓN: Según se requiera: De Servicio o Rolado.

CICLO: Ciclo Agrícola del Esquema

IX. RELACIÓN DE PRODUCTORES INTEGRANTES DE LA PERSONA MORAL / QUE SE ADHIEREN AL CONTRATO

Fecha: Fecha en que se presenta la solicitud de registro ante la Ventanilla autorizada, de acuerdo al formato (DD/MM/AAAA).

Página: Número de página (1 de 1, de 2, 2 de 2, etc.).

Folio.- Consecutivo que identifica al documento.

Relacionado al Contrato: Número de contrato asignado por la Dirección Regional para el esquema que corresponda

Nombre del Concepto de Apoyo: Nombre del esquema de apoyo en que se solicita participar

Producto (cve/nombre): Clave y nombre del cultivo o, en su caso, variedad para el que se solicita apoyo
 Ciclo: Ciclo agrícola en el que se cosechó el volumen del producto para el que se solicita apoyo
 Estado (cve/nombre): Clave y denominación de la Entidad Federativa
 ORG. de Productores (cve/nombre): Clave y nombre completo de la organización de productores a la que pertenece el producto
 Ventanilla autorizada (Cve/Nombre): Clave y nombre de la ventanilla autorizada
 Comprador (nombre): Nombre completo de la persona registrada en el contrato como comprador
 Vendedor (nombre): Nombre completo de la persona registrada en el contrato como vendedor
 Primer apellido: Apellido paterno o primer apellido del productor, solo aplica en persona física
 Segundo apellido: Apellido Materno o segundo apellido del productor, solo aplica en persona física
 Nombre (s) ó Razón social persona moral: Nombre completo del productor, aplica tanto en persona física como en persona moral
 Folio del Productor: Número de folio asignado al productor
 RFC(con homoclave): Clave del Registro Federal de Contribuyentes del productor, con su Homoclave
 CURP: Clave Única de Registro de Población (CURP) del productor
 Tipo de identificación: Credencial del IFE, Pasaporte, Cédula Profesional, etc.
 Folio de Identificación: Número del documento oficial presentado en el numeral 93
 Folio del predio o registro: Número de folio del predio o en su caso Registro Alterno
 Tipo de posesión: Se refiere al tipo de posesión del predio, sea propia (P) o posesión
 Tenencia: Clave que corresponda al Régimen de Propiedad del predio, conforme al siguiente cuadro:

Régimen de Propiedad	Clave
Pequeña Propiedad	01
Ejido	02
Comunidad Agraria	03
Colonia Agrícola	04
Colonia Ganadera	05
Terrenos Nacionales	06
Terreno Baldío	07
Otros	08

Documento que acredita: Clave para acreditar la tenencia conforme al catálogo de tenencias
 Variedad: Clave de la variedad del cultivo elegible que el productor manifestó que sembró, de acuerdo a las claves del catálogo de cultivo
 Régimen Hídrico (riego/temporal): Se refiere a la modalidad o régimen hídrico del cultivo, R para riego o T para temporal
 Documento que acredita: Documento que acredita la modalidad o régimen hídrico
 Fecha de vencimiento: Vigencia del documento que acredita la modalidad o régimen hídrico en el formato (DD/MM/AAAA)
 Superficie Estimada (siembra): Número de hectáreas que corresponden a la superficie que se sembrará señalando en el caso de fracciones de hectárea hasta tres decimales. En el caso de ser metros cuadrados se manejará el equivalente a hectáreas. Ejemplo 34,000 m² = 3.4 has = 3.400
 Superficie Estimada (cosecha): Número de hectáreas que corresponden a la superficie que se espera cosechar señalando en el caso de fracciones de hectárea hasta tres decimales. En el caso de ser metros cuadrados se manejará el equivalente a hectáreas. Ejemplo 34,000 m² = 3.4 has = 3.400
 Volumen Estimado: Volumen total en toneladas que se espera obtener en la Superficie Estimada (cosecha)
 Rendimiento: Volumen en toneladas por hectárea que resulta del Volumen Estimado entre la Superficie Estimada (cosecha)
 Nota: Se podrá utilizar indistintamente para su llenado el archivo en formato Excel o en Word.
 Nota.- Los datos que no correspondan al productor deberán ser llenados por la ventanilla.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

ANEXO XI

		SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN Y DE PAGO DEL APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN	Logotipo
---	---	---	-----------------

1.- DATOS DE VENTANILLA

EDO	DDR	MUNICIPIO	CADER	VENTANILLA	DIA	MES	AÑO	CONSECUTIVO
-----	-----	-----------	-------	------------	-----	-----	-----	-------------

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

*Folio de Contrato

--	--	--	--	--	--	--	--

*Folio de solicitud

--	--	--	--	--	--	--	--

1.a DATOS DEL SOLICITANTE (PERSONA FÍSICA O MORAL)

Persona física

*Nombre: _____ *Fecha de nacimiento: _____
 *Primer apellido: _____
 *Segundo apellido: _____ d d m m a a a a
 *CURP: _____
 *Nacionalidad: _____ *Estado de nacimiento: _____
 *Sexo: _____ *Estado civil (clave): _____
 *Dependencia: _____
 *Programa: _____

*RFC: _____ *Homoclave: _____
 Teléfono (lada): _____ Fax: _____
 Correo electrónico: _____
 Fecha del beneficio: _____
 d d m m a a a a
 *Tipo de identificación (credencial IFE o pasaporte): _____ *Número de identificación: _____
 Tipo de beneficiario: _____ Tipo de beneficio: _____
 Cantidad de apoyo: _____

Persona moral o Grupo u Organización

Persona moral Grupo u Organización *Fecha de constitución _____

*Nombre del grupo u Organización: _____
 *Nombre del representante legal: _____
 *Primer apellido: _____
 *Segundo Apellido: _____
 *CURP: _____
 *Nacionalidad: _____ *Institución: _____
 *Dependencia: _____ *Entidad económica: _____
 *Programa: _____ *Actividad económica: _____

*RFC: _____ *Homoclave: _____
 Teléfono (lada): _____ Fax: _____
 Correo electrónico: _____
 Fecha del beneficio: _____
 d d m m a a a a
 *Tipo de identificación del representante legal (credencial IFE o pasaporte): _____ *Número de identificación: _____
 Tipo de beneficiario: _____ Tipo de beneficio: _____
 Documento de acreditación del representante legal: _____ Cantidad de apoyo: _____

Producto (cve/nombre): _____ Ciclo: _____

(cve/nombre): _____ (cve/INEGI): _____

1.b DOMICILIO DEL SOLICITANTE

*Tipo de asentamiento humano: () Colonia () Fraccionamiento () Manzana () Pueblo () Rancho () Granja () Ejido () Hacienda () Otro () Especifique norma INEGI

*Nombre del asentamiento humano: _____

*Tipo de vialidad: () Avenida () Boulevard () Calle () Callejón () Calzada () Periférico () Privada () Carretera () Camino () Otro Especifique norma INEGI

*Nombre de Vialidad: _____

Variedad	Volumen P.N.A. (TONS)	Precio (\$) Unitario	Importe (\$) Comp. Fiscal	Clave Bodega	Nombre Bodega

Medio Pago	Banco	Cuenta Origen	Folio Pago	Folio Gpo. Póliza	Fecha Pago	Importe (\$)	RFC Emisor	Nombre Emisor

Señale si aplica () "solicito que el pago se efectúe mediante depósito a mi cuenta bancaria conforme a los siguientes datos"

BANCO: _____

No. CLABE: _____

"El pago vía depósito solo se efectuará si dicha cuenta pertenece a las instituciones bancarias con las que ASERCA opera sus recursos"

"Si por causas diversas ASERCA no efectuara el depósito bancario correspondiente, el suscrito acepta recibir el pago del apoyo mediante cheque nominativo".

5

Con fundamento en el artículo 35 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo acepto la recepción de notificaciones relacionadas con la presente solicitud a través de la página electrónica de la Secretaría (www.sagarpa.gob.mx) y/o de la página electrónica de la instancia ejecutora.

Conforme a lo establecido en el Artículo 2 Fracción III de las Reglas de Operación de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, manifiesto bajo protesta de decir verdad que no he recibido apoyos o subsidios que impliquen duplicidad para el mismo concepto de este Programa:

 NOMBRE Y FIRMA DEL PRODUCTOR

 NOMBRE Y FIRMA DIR. REGIONAL/

ANEXO XXVI BIS

OCTAVA.- LAS PARTES CON MOTIVO DEL PRESENTE CONTRATO, SE AUTORIZA A LA SAGARPA PARA QUE A TRAVÉS DE ASERCA, INCLUYA EN SU CATÁLOGO DE CUENTAS BANCARIAS, LAS CUENTAS CUYOS DATOS SE SEÑALAN EN EL PRESENTE DOCUMENTO.

NOVENA.-“LAS PARTES” SE OBLIGAN A REINTEGRAR TOTAL O PARCIALMENTE, LOS MONTOS QUE HAYAN SIDO DEPOSITADOS COMO PAGO DE LOS APOYOS POR ERROR O EN DEMASÍA, A LA CUENTA BANCARIA QUE ASERCA DETERMINE, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS FINANCIEROS GENERADOS EN TÉRMINOS DE LA NORMATIVIDAD APLICABLE.

DÉCIMA.- “LAS PARTES” ACEPTAN QUE SE TENDRÁN POR PAGADOS LOS APOYOS UNA VEZ QUE LA SAGARPA-ASERCA EFECTÚE EL O LOS DEPÓSITOS POR EL IMPORTE QUE CORRESPONDA, POR LO QUE EN CASO DE RECLAMACIÓN DEL DEPÓSITO SE COMPROMETEN A PROPORCIONAR LOS ESTADOS DE CUENTA EMITIDOS POR LA RESPECTIVA INSTITUCIÓN BANCARIA.

DÉCIMA PRIMERA.-“LAS PARTES” EXIMEN A LA SAGARPA A TRAVÉS DE ASERCA, DE TODA RESPONSABILIDAD EN CASO DE QUE NO SE CONFIGURE LA CESIÓN DE DERECHOS AL COBRO DE LOS APOYOS; ASÍ COMO DEL DEPÓSITO EN LA CUENTA SEÑALADA POR "EL CESIONARIO", TODA VEZ QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS SON VIGENTES Y CORRECTOS, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD POR "LAS PARTES".

DÉCIMA SEGUNDA.- PARA LA INTERPRETACIÓN Y CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO, "LAS PARTES" SE SOMETEN A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES COMPETENTES, CORRESPONDIENTES A LA DEL ESTADO DE _____.

ENTERADAS DEL ALCANCE Y CONTENIDO LEGAL DEL CONTRATO, "LAS PARTES" LO FIRMAN POR TRIPLICADO, EN LA CIUDAD/ESTADO/MUNICIPIO _____, A LOS _____ DÍAS DEL MES DE _____ DE _____.

"EL CEDENTE"

"EL CESIONARIO"

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

ANEXO XXV

 <p>SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PECUARIA Y ALIMENTACIÓN</p>	<p>REPORTE DE AUDITOR EXTERNO DE VENTAS (PARA COMERCIALIZADORES)</p>
--	---

El Auditor Externo registrado ante la SHCP, dirigirá el Reporte escrito a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación a través de la Unidad Responsable, al domicilio siguiente:

Municipio Libre No. 377, piso 10 Ala "B"
Col. Santa Cruz Atoyac
C.P. 03310, Benito Juárez, México, D.F.

El Auditor Externo certificará lo siguiente:

- a. Domicilio fiscal de la empresa.
- b. La ubicación de las bodegas y/o centros de almacenaje, así como la capacidad de almacenamiento de grano de cada una de ellas. (los valores serán expresados en toneladas métricas).
- c. Que se encuentra en operación.
- d. La venta mensual y lugar de destino por tipo de grano (maíz blanco, maíz amarillo, maíz quebrado, sorgo, trigo, cebada, avena, etc.) y por origen (nacional o importado) de cualquiera de los siguientes periodos previos al año en cuestión: enero-diciembre o desde el inicio de operación cuando éste sea menor a los periodos anteriormente señalados, o de los últimos doce meses, según corresponda (Los valores serán expresados en toneladas métricas).
d1.- Sector al que se destinan los granos (pecuario, industrial, humano entre otros).
- e. El inventario inicial y final del periodo en el que se presenta del dictamen (Los valores serán expresados en toneladas métricas).

El auditor externo deberá firmar el reporte, e indicar su número de registro vigente y documento de actualización expedido por la SHCP, así como rubricar cada una de las hojas y anexos que integren su reporte.

"Este Programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

ANEXO X

 SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN	CARTA DE ADHESIÓN
---	--------------------------

Carta de adhesión a:

DATOS DEL COMPRADOR:

Vo. Bo. (Jurídico ASERCA)

--

DATOS DE OPERACIÓN:

--

NOTAS:

--

REPRESENTANTE LEGAL

Vo. Bo. (Área de Comercialización de ASERCA)

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

ANEXO XXVI

 <p>SAGARPA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN</p>	 <p>CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA ADQUISICIÓN DE COBERTURAS</p>
--	---

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS QUE CELEBRAN POR UNA PARTE COMO CESIONARIO

_____ REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR _____ Y, POR LA OTRA COMO CEDENTE, EL PARTICIPANTE _____, (SI ES PERSONA MORAL) REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR _____, A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARÁ RESPECTIVAMENTE COMO "EL CESIONARIO" Y "EL PARTICIPANTE", O CONJUNTAMENTE COMO "LAS PARTES", DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

I. DE "EL CESIONARIO":

1.- Que es (tipo de sociedad) _____ constituida de conformidad con las leyes mexicanas, según consta en la escritura pública número, _____, de fecha _____, pasada ante la Fe del Lic. _____, Notario Público número, _____ de la Ciudad de _____.

2.- Que el C. _____, en su carácter de apoderado está facultado para celebrar el presente contrato, como se acredita con la escritura pública del poder notarial número _____, de fecha _____ otorgada ante la fe del Lic. _____ Notario Público número _____ de la ciudad de _____, cuyas facultades no le han sido modificadas, limitadas, o revocadas a la fecha.

3.- Que su Registro Federal de Contribuyentes es: _____.

4.- Que señala como domicilio para los fines y efectos a que haya lugar, derivados del presente contrato, el ubicado en:

II. DE "EL PARTICIPANTE":

1.- Que es participante agropecuario:

a) Persona física y que acredita con Registro Federal de Contribuyentes _____.

b) Persona moral, constituida de conformidad con las leyes mexicanas como (Anotar el tipo de sociedad) _____, y que se acredita con la escritura pública número _____ de fecha _____, otorgada ante la fe del Lic. _____ Notario Público número _____ de la ciudad de _____; con Registro Federal de Contribuyentes: _____; y, que el C. _____ en su carácter de apoderado está facultado para celebrar este contrato, según se acredita con la escritura pública del poder notarial número _____ de fecha _____ otorgado ante la fe del Lic. _____ Notario Público número _____ de la ciudad de _____, cuyas facultades no le han sido modificadas, limitadas, o revocadas a la fecha.

2.- Que es el titular de (cantidad) _____ contratos de cobertura de precios que corresponden al folio _____ para la comercialización de sus productos agropecuarios, modalidad de Cobertura _____, dentro del Programa de Prevención y Manejo de Riesgos operado por el Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), denominado Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA).

3.- Que señala como domicilio para los fines y efectos derivados del presente Contrato, el ubicado en:

III. DE "LAS PARTES":

1.- Que es su voluntad celebrar el presente contrato de Cesión de Derechos, con motivo de (anotar justificación) _____ por lo que de conformidad proceden a otorgar las siguientes:

CLÁUSULAS

Primera.- Convienen "LAS PARTES" en que, con sujeción a la condición suspensiva de que existan utilidades derivadas de los Contratos de Cobertura mencionados en la Declaración II.2., "EL PARTICIPANTE" cede sus derechos sobre dichas utilidades a "EL CESIONARIO".

Segunda.- "LAS PARTES" acuerdan que la presente Cesión de Derechos se realiza con carácter de dudosa.

Tercera.- "EL PARTICIPANTE" está de acuerdo en que al suscribir y entregar este contrato por conducto de "EL CESIONARIO" a (SAGARPA) ASERCA, manifiesta su consentimiento para que en caso de que se generen utilidades a su favor derivadas de sus operaciones de coberturas a que se refiere la cláusula primera, dichas utilidades se entreguen a "EL CESIONARIO".

Cuarta.- En todo lo no previsto en este contrato "LAS PARTES" convienen en someterse a lo establecido en el Título Segundo, Capítulo I y Título Tercero, Capítulo I del Libro Cuarto del Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal.

Quinta.- Para la interpretación y cumplimiento del presente Contrato, "LAS PARTES" se someten a la jurisdicción de los tribunales competentes en razón del domicilio de "EL PARTICIPANTE".

Enteradas "LAS PARTES" del contenido y alcance legal de todas y cada una de las cláusulas del presente contrato, lo firman de conformidad en 3 (tres) ejemplares del mismo, en la ciudad de _____ a los ___ días del mes de ____ de ____.

POR "EL CESIONARIO"

(En su caso, nombre de quien lo representa)

POR "EL PARTICIPANTE"

(Nombre del participante o de quien lo represente)

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".