

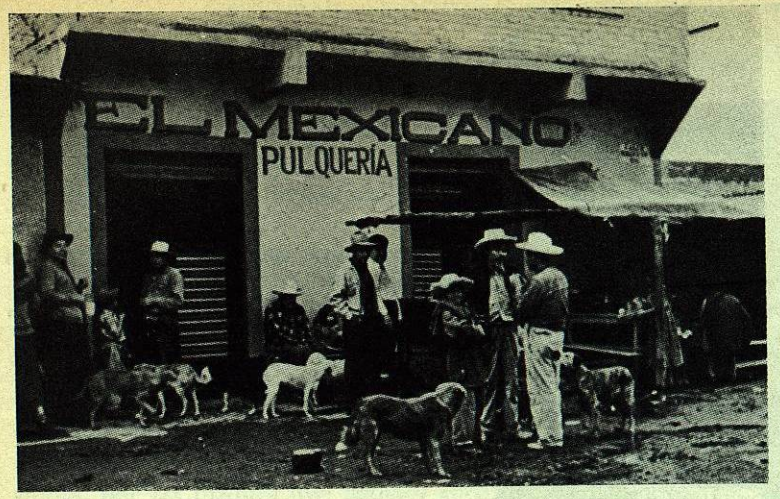
ORGANIZACION FAMILIAR		ORGANIZACION FAMILIAR	
N. DE FAMILIAS EN CADA UNA	62	JEFE DE FAMILIA	52
TOTAL DE MIEMBROS	352	HOMBRE	10
MASCULINOS	186	MUJERES	16
FAMILIA CON PADRE Y MADRE	52	INGRESO ADICIONAL O EVENTUAL	95
FAMILIA CON MADRE UNICAMENTE	9	INGRESO FAMILIAR	847.15
FAMILIA CON PADRE UNICAMENTE	53	EGRESO TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	11.50
FAM. SIN PADRE Y SIN MADRE	24	EGRESO TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	510.84
FAM. SIN PADRE Y SIN MADRE	15	EGRESO DIARIO PERCAPITA	67.38
FAM. SIN OTROS PERSONAS	47	CONCEPTOS	
EDAD		ALIMENTACION TOTAL (MENSUAL)	10,050.00
DE 0 A 5 AÑOS	80	ALIMENTACION PERCAPITA DIARIO	3,188.84
DE 6 A 12 AÑOS	74	VESTIDO TOTAL (MENSUAL)	32.02
DE 13 A 20 AÑOS	71	VESTIDO PERCAPITA	1.20
DE 21 A 30 AÑOS	131	LUZ TOTAL (MENSUAL)	470.30
DE 31 A 40 AÑOS	26	LUZ TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	7.58
DE 41 A 50 AÑOS	74	TRANSPORTE TOTAL (MENSUAL)	70.00
DE 51 A 60 AÑOS	180	TRANSPORTE PERCAPITA	1.00
DE 61 A 70 AÑOS	5	COMBUSTIBLE TOTAL (MENSUAL)	749.78
DE 71 A 80 AÑOS	5	COMBUSTIBLE PERCAPITA	10.28
DE 81 A 90 AÑOS	37	DIVERSION TOTAL (MENSUAL)	327.40
DE 91 A 100 AÑOS	10	DIVERSION PERCAPITA	0.28
GRADO DE ESCOLARIDAD		DEUDAS TOTAL POR FAM. (MENSUAL)	210.00
PRE-ESCOLAR	4	INGRESO DIARIO PERCAPITA	\$ 2.98
EDUCACION PRIMARIA	185		
EDUCACION SECUNDARIA	5		
ESTUDIOS PROFESIONALES O TECNICOS	5		
SE INDICA MIEMBROS QUE DAN APORTACION AL HOGAR			
DE 1	37		
DE 2	10		
DE 3	4		
DE 4	4		
DE 5	1		

CONCENTRACION DE DATOS: VALLEJO

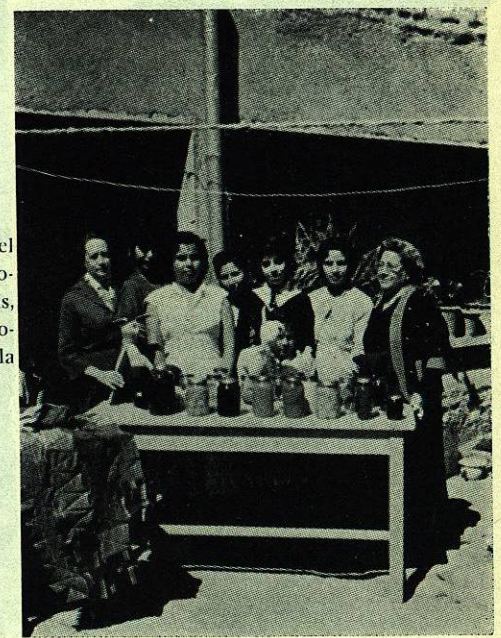
MEDIO AMBIENTE		MEDIO AMBIENTE	
FAM. QUE COMEN 3 VECES POR SEMANA	31	RECREACIONES PREFDS. DE LA FAMILIA	16
FAM. CON ALGUN ALCOHOLICO	5	QUE PRACTICAN DEPORTE	10
FAM. CON LIBRARIOS	1	ESTUDIAN MANDRILES	0
		CINE	0
		NO SABEN	0
		MATR. DE CASA Y SUS CARACTERISTICAS	16
		CASA DE ALDRE O JACAL	16
		CASA DE MADERA	30
		CASA DE MAMPORTEERIA	48
		SE ALUMBRAN CON LUZ ELECTRICA	78.00%
		SE ALUMBRAN CON VELA O PETRUCLO	21.00%
		QUISEAN CON GAS	17.74%
		QUISEAN CON LEÑA	14.49%
		CASA CON UNA HABITACION	45.18%
		CASA CON DOS HABITACIONES	3.53%
		PROBLEMA DE INSTALACIONES POR CAMA	1.90%
		MARTEJO DE CAMAS QUE RESEMBEN EN CABA CAMA	41.17%
		QUE TIENEN CORTINAS	41.83%
		QUE TIENEN CORTINAS Y COLCHONES	28%
		QUE VIVEN EN PALCO	0
		TIENEN BAÑO	0
		QUE TIENEN BAÑO	28%
		TIENEN ANIA DE PAZO	41.83%
		CANTINAS	12
		PELUQUERIAS	1
		MEDICO EN LA COMUNIDAD	1
		BOTICAS	1
		CARACTERISTICAS DE SU CALLE	0
		CALLE CON LUZ	100.00%
		ESPESORADA	0
		DE TIENEN BAQUETA	0
		DE TIENEN BAQUETA	0
		FAMILIAS QUE NO CONTENDIAN	0

INTERESES, SENTIDOS PARA MI		INTERESES, SENTIDOS PARA MI	
NECESIDADES DOMINANTES		PARA LA FAMILIA	54.68%
1. SALARIO INSUFICIENTE	16.15%	PARA LA FAMILIA	8.08%
2. URBANIZACION Y SALUBRIDAD	9.44%	PARA LA FAMILIA	0.46%
3. TRABAJO FIJO CON VOCACIONAL	8.79%	PARA LA FAMILIA	0.46%
4. MADRE SOLITERA	8.79%	PARA LA FAMILIA	0.46%
5. ORGANIZACION DE TIEMPO LIBRE	8.79%	PARA LA FAMILIA	0.46%
6. ORGANIZACION DE TIEMPO LIBRE	8.79%	PARA LA FAMILIA	0.46%

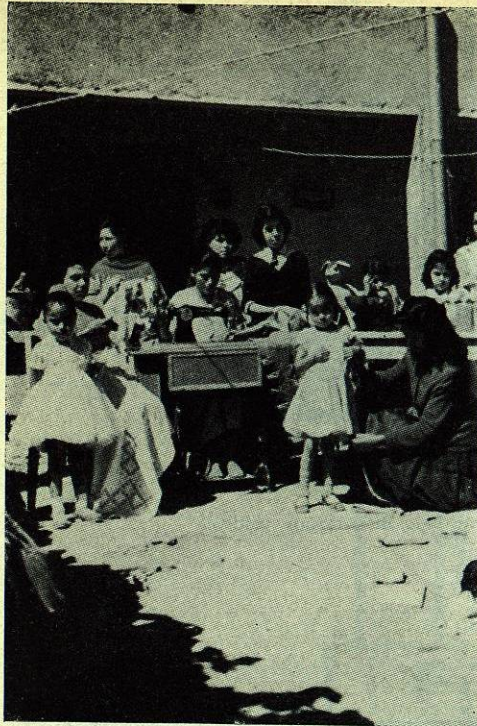
JEFE DE FAMILIA		JEFE DE FAMILIA	
HOMBRE	52	MUJERES	16
INGRESO ADICIONAL O EVENTUAL	95	INGRESO FAMILIAR	847.15
INGRESO FAMILIAR	847.15	EGRESO TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	11.50
EGRESO TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	11.50	EGRESO TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	510.84
EGRESO DIARIO PERCAPITA	67.38	CONCEPTOS	
CONCEPTOS		ALIMENTACION TOTAL (MENSUAL)	10,050.00
ALIMENTACION TOTAL (MENSUAL)	10,050.00	ALIMENTACION PERCAPITA DIARIO	3,188.84
ALIMENTACION PERCAPITA DIARIO	3,188.84	VESTIDO TOTAL (MENSUAL)	32.02
VESTIDO TOTAL (MENSUAL)	32.02	VESTIDO PERCAPITA	1.20
VESTIDO PERCAPITA	1.20	LUZ TOTAL (MENSUAL)	470.30
LUZ TOTAL (MENSUAL)	470.30	LUZ TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	7.58
LUZ TOTAL POR FAMILIA (MENSUAL)	7.58	TRANSPORTE TOTAL (MENSUAL)	70.00
TRANSPORTE TOTAL (MENSUAL)	70.00	TRANSPORTE PERCAPITA	1.00
TRANSPORTE PERCAPITA	1.00	COMBUSTIBLE TOTAL (MENSUAL)	749.78
COMBUSTIBLE TOTAL (MENSUAL)	749.78	COMBUSTIBLE PERCAPITA	10.28
COMBUSTIBLE PERCAPITA	10.28	DIVERSION TOTAL (MENSUAL)	327.40
DIVERSION TOTAL (MENSUAL)	327.40	DIVERSION PERCAPITA	0.28
DIVERSION PERCAPITA	0.28	DEUDAS TOTAL POR FAM. (MENSUAL)	210.00
DEUDAS TOTAL POR FAM. (MENSUAL)	210.00	INGRESO DIARIO PERCAPITA	\$ 2.98



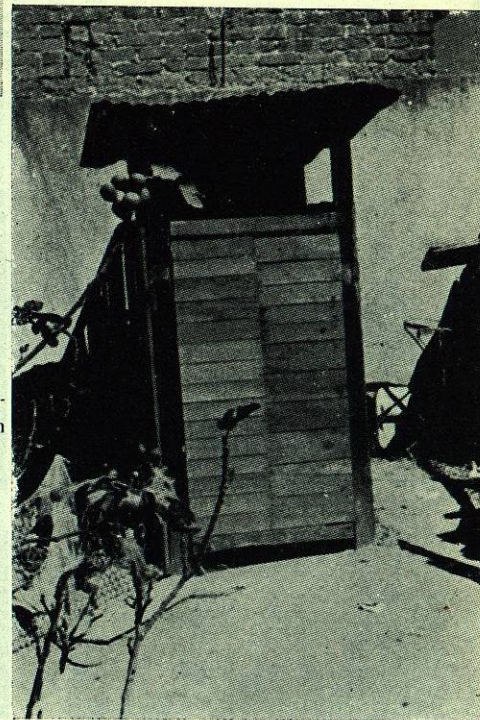
Se iniciaron las promociones que con la comunidad, intentarían resolver los problemas de la colonia.



En los hogares mismos de la colonia se unió el esfuerzo de los promotores auxiliares al de la Promotora, la Trabajadora Social y las Maestras, para empezar un programa de utilización racional de recursos, en este caso, para mejorar la alimentación.



El equipo trabajó también en las casas para el mejoramiento del hogar, del vestido y así la máquina de coser fue a las casas para mejorar la economía de sus habitantes.



También se promovió la solución a los problemas de avenamiento, instalando letrinas. Un intento de solución al gran problema.

3ª De Programación: Enteramente específica para cada una de las áreas de trabajo, y por último la

4ª De Evaluación: Periódica del proceso de trabajo, proyectada a períodos no menores de un año.

La primera, INVESTIGACIÓN, es la etapa que nos enmarca en el tema de nuestra presentación.

Toda investigación requiere personal capacitado, de altos costos en tiempo e inversiones; además es costumbre y hasta necesidad que las investigaciones sean exhaustivas, interdisciplinarias o antropológicas, etc.

Aun conociendo las generalidades asentadas sobre el tipo de investigación y el personal especializado necesario, nosotros teníamos que romper las normas tradicionales y casi invertirlas para nuestros fines, a base de personal auxiliar bajo la dirección de un profesional y de reducir los costos de tiempo e inversiones, por las razones que ustedes encontrarán adelante:

Nosotros para Bienestar Urbano necesitábamos un estudio que nos proporcionara:

- a) Un conocimiento general y suficientemente sólido de las áreas.
- b) Una utilización práctica para nuestro Programa.
- c) Costos bajos.

Para el capítulo a) nos propusimos orientarlo hacia el conocimiento de:

- A) HOGAR.
- B) MEDIO AMBIENTE.

A) INVESTIGACIÓN DEL HOGAR: De donde se obtuviera el conocimiento de:

I. INTEGRACIÓN ECONÓMICA:

1. Ingreso mensual familiar.
2. Contribuyentes al ingreso.
3. Distribución del ingreso.
 - a) Alimentos.
 - b) Renta de casa.
 - c) Vestido.
 - d) Luz.
 - e) Transportes.
 - f) Combustibles.
 - g) Diversión.
 - h) Deudas.
 - i) Otros gastos sobresalientes.

II. INTEGRACIÓN SOCIAL:

1. Jefe de familia (padre, madre, hermano mayor, tío, etc.).
2. Distribución de la población por edades.
3. Escolaridad.
4. Número de miembros en la familia.
5. Estado civil.
6. Actividad del jefe de la familia.

III. HABITACIÓN:

1. Número de piezas y su utilización.
2. Servicios sanitarios con que cuenta.
3. Tenencia de la tierra; habitación; rentada, propia, cedida.
4. Apreciación sobresaliente: Insalubre, insuficiente, sin servicios, húmeda, desarreglada, arreglada con gusto, etc.

IV. PROBLEMAS GENERALES:

En este inciso y en el siguiente se dio autoiniciativa de apreciación a los ejecutantes del estudio para observar y especificar.

Ejemplos:

- a) Polio.
- b) Accidente de trabajo.
- c) Ceguera.
- d) Sordera, etc.

Otros no anotados pero que se consideren necesarios.

B) INVESTIGACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE:

Que nos presentará:

I. FUERZA DE TRABAJO:

II. COSTO DE VIDA:

1. Por persona (base de cálculo, la dieta mínima del Dr. Olascoaga).
2. Costo de productos básicos en la Comunidad.
 - litro de leche,
 - pieza de pan,
 - kilo de tortillas,
 - kilo de carne,
 - kilo de jitomate,
 - kilo de frijol, etc.

III. TIPO DE HABITACIÓN:

jacal,
tugurio,
nueva,
residencial.

IV. CENTROS EXISTENTES Y SU APRECIACIÓN:

cantinas,
cabarets,
fábricas,
escuelas,
jardines,
otros.

V. CARACTERÍSTICAS DE URBANIZACIÓN:

Tipo de calles: asfaltada, en concreto, en piedra, etc.

Tipo de banquetas: piedra, tierra, etc.

Características del sistema de agua y drenaje.

Obras de ornato.

VI. FIESTAS O ACTOS QUE SE CELEBRAN CON MAYOR RELIEVE:

MOTIVO	FECHA	TIPO
Ejemplos:		
Día de la Independencia	15-IX	Feria y baile con elección de reina.

Para nuestro propósito B (utilización práctica), quisimos conocer dos situaciones fundamentales:

I. IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DOMINANTES:

De nuestras áreas investigadas, interpretando los datos del capítulo A.

II. LOS INTERESES SENTIDOS:

Es decir, lo que la gente quiere.

Si el PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL como medio fundamental para alcanzar su objetivo, promueve a la comunidad, para que con su participación y sus recursos resuelva sus necesidades reales, es necesario conocer lo que la comunidad quiere, es decir, sus intereses, para servirla en alguno o algunos de los renglones más sentidos, para identificarse con ella e interesarla en la resolución de sus necesidades dominantes, mediante el convencimiento y la confianza y así jerarquizarlas; lo que como ustedes verán adelante, casi nunca concuerda, excepción de un renglón: mejores salarios.

Como ejemplo les anticiparemos situaciones de una zona estudiada, ELLOS QUIEREN PARA SU COMUNIDAD: Una tienda CEIMSA, médico y mejores transportes; sin embargo, ellos no sienten lo apremiante de resolver SUS NECESIDADES DOMINANTES, que son: 86.2 personas por inodoro, 10 familias por 1 foco, 3 personas durmiendo en cada cama, el 76.3 % de las familias sin recreación, etc.

Se promovió que los vecinos obtuvieran la tienda de la CEIMSA, que mediante cuotas de restitución ayudaran a pagar al médico y que lograrán que los camiones mejoraran su horario, ahora ellos cooperan en el mejoramiento de su hogar y la resolución de sus problemas, el primero, la instalación de letrinas.

La investigación zonal nos allanó el camino para lograr nuestro objetivo, además, en cada encuesta nuestra Trabajadora Social tiene un caso al que orientar y ayudar en la solución de su problema. Una adecuada orientación a nuestro personal de promoción y una marcha sin titubeos nos permitirá la UTILIZACIÓN AL MÁXIMO DE LOS RECURSOS HUMANOS Y NATURALES en la solución de PROBLEMAS ZONALES específicos.

En relación con el capítulo C, costos bajos en dinero y tiempo, decidimos que una campaña que diera a conocer el PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL permitiría apreciar su benevolencia y al sentirlo el pueblo mediante servicios iniciales, como la alimentación, se obtuvo su participación en la etapa inicial de INVESTIGACIÓN y más tarde en las siguientes ya realizadas o en proceso, PROMOCIÓN y PROGRAMACIÓN.

Esto nos permitió identificarnos al principio con líderes naturales prominentes de la comunidad, siempre de 1 a 4, en ninguna ocasión más y al través de ellos formar una organización de líderes naturales a los que llamamos PROMOTORES AUXILIARES y que técnicamente en Servicio Social, son personal auxiliar; que nos ayudaran en la ENCUESTA para el ESTUDIO ZONAL, responsabilizando a cada uno de ellos de un sector del área, en la que se entregó un cuestionario, lo más sencillo y claro que fue posible elaborar para que las familias mismas pudieran contestarlo, dos días después volvieron a recogerlos y a ayudar a resolverlo cuando no lo hubiera hecho la familia; después de concentrados y cuando al revisarlos se encontraron con fallas, la Trabajadora Social regresó a integrarlos correctamente. No siempre fue posible este proceso, en la zona de más grandes problemas, necesitamos que las Maestras de Clubes acompañaran a los PROMOTORES AUXILIARES y ellas realizaran la encuesta, como en el caso de Hornos de Ticomán, la razón se encontrará en el resultado de la encuesta misma que adelante mostraremos.

En esta forma logramos nuestro propósito de bajar costos; aún sabiendo que no habíamos contado con la habilidad del encuestador profesional ni de un personal de campo especializado, creemos en cambio haber ganado:

- a) La confianza de la comunidad, para la encuesta y el Programa.
- b) La utilización de los recursos de la comunidad.

- c) Rapidez en el levantamiento de la encuesta. (En ningún caso más de 8 días.)
- d) Economía OSTENSIBLE en personal.
- e) Por el muestreo de comprobación, datos más fidedignos.

Y TRAS DE TODO, LO MÁS RELEVANTE, EL INTERÉS DE LOS LÍDERES PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS DE SU COMUNIDAD, que a fuerza de sentirlos, verlos y convivirlos diariamente, había logrado insensibilizarlos y despreocuparlos.

De esta experiencia elaboramos las concentraciones, de las cuales presentamos 4 zonas de la ciudad de México que tipifican a las 11 que hemos estudiado: "Hornos de Ticomán", que representa la miseria extrema; la segunda que corresponde a un área de tipo popular proletario, la colonia "Casas Alemán"; la tercera, la colonia "Vallejo", en la tradicional zona de Peralvillo enclavada en el corazón de la ancestral ciudad de México; la cuarta, "Zacatenco", que corresponde a una zona ejidal, suburbana, pequeña y añosa.

Con las visitas a las zonas, los datos estadísticos ya elaborados por Instituciones especializadas como los de la Sría. de Economía (Censo de 1950) y el estudio de nuestras propias investigaciones hacemos nuestra interpretación, quizá equivocada, pero al fin nuestra verdad sobre lo que hemos llamado dinámica de la miseria y en ella mencionaremos datos representativos. (Presentación gráfica con flanelógrafo.)

En el Plan Beveridge de Seguridad Social, hace destacar el autor los 5 males gigantes, de la Dinámica de la patología social: "La indigencia, la enfermedad, la ignorancia, la suciedad y la ociosidad".

De estos 5 grandes gigantes, el factor económico y el cultural, son como las estrellas directrices para el núcleo de la miseria y entre ellas, concomitante, a manera de huso cromático, encontramos 15 genes anti-sociales de la célula familiar que son UNIVERSALES:

1. Salario insuficiente.
2. Incapacidad ocupacional.
3. Analfabetismo.
4. Escolaridad insuficiente.
5. Delincuencia.
6. Prostitución.
7. Vagancia.
8. Irresponsabilidad del hogar.
9. Desorganización del tiempo libre.
10. Pensamiento mágico.