

COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA  
COMITE DE COOPERACION ECONOMICA  
DEL ISTMO CENTROAMERICANO  
SUBCOMITE CENTROAMERICANO DE ELECTRIFICACION  
Y RECURSOS HIDRAULICOS

LIMITADO  
CCE/SC.5/GRTE/II/DI.7  
9 de octubre de 1970

Grupo Regional sobre Tarifas Eléctricas  
Segunda reunión  
Panamá, 26 a 31 de octubre de 1970

LA CAMPAÑA DE INSTALACIONES DOMICILIARIAS DEL DEPARTAMENTO  
DE JUNTAS DE ELECTRIFICACION DE LA CFE

(Ponencia presentada por el Ingeniero  
Rodolfo J. Solares Islas)

Documento presentado originalmente a la Tercera Conferencia Latinoamericana  
de Electrificación Rural, celebrada en la ciudad de México del 21 al 26 de  
abril de 1969.



**INDICE**

	<u>Página</u>
Introducción	1
La Campaña de instalaciones domiciliarias del Departamento de Juntas de Electrificación de la CFE	3
I. Generalidades	3
a) Las juntas de electrificación	3
b) Su organización y funcionamiento	3
II. La campaña	5
a) Los tipos de instalaciones	6
b) El abastecimiento de materiales	7
c) Los centros de armado y distribución	8
III. La aplicación de la campaña	10
a) La promoción directa	11
b) Ventas realizadas entre noviembre de 1967 y septiembre de 1968	13
La campaña de instalaciones y la nueva campaña	17
Conclusiones	19



## INTRODUCCION

El presente informe sobre uno de los aspectos de la electrificación rural, contiene más que una metodología de análisis, trata de una descripción de cómo la CFE, a la medida de sus posibilidades acude, por una parte al auxilio de la población de escasos recursos para proporcionarle las instalaciones domiciliarias para sus hogares, y por otra parte, cómo la CFE, con este procedimiento adquiere nuevos consumidores en las obras que han sido construidas y que no han tenido el aprovechamiento debido.

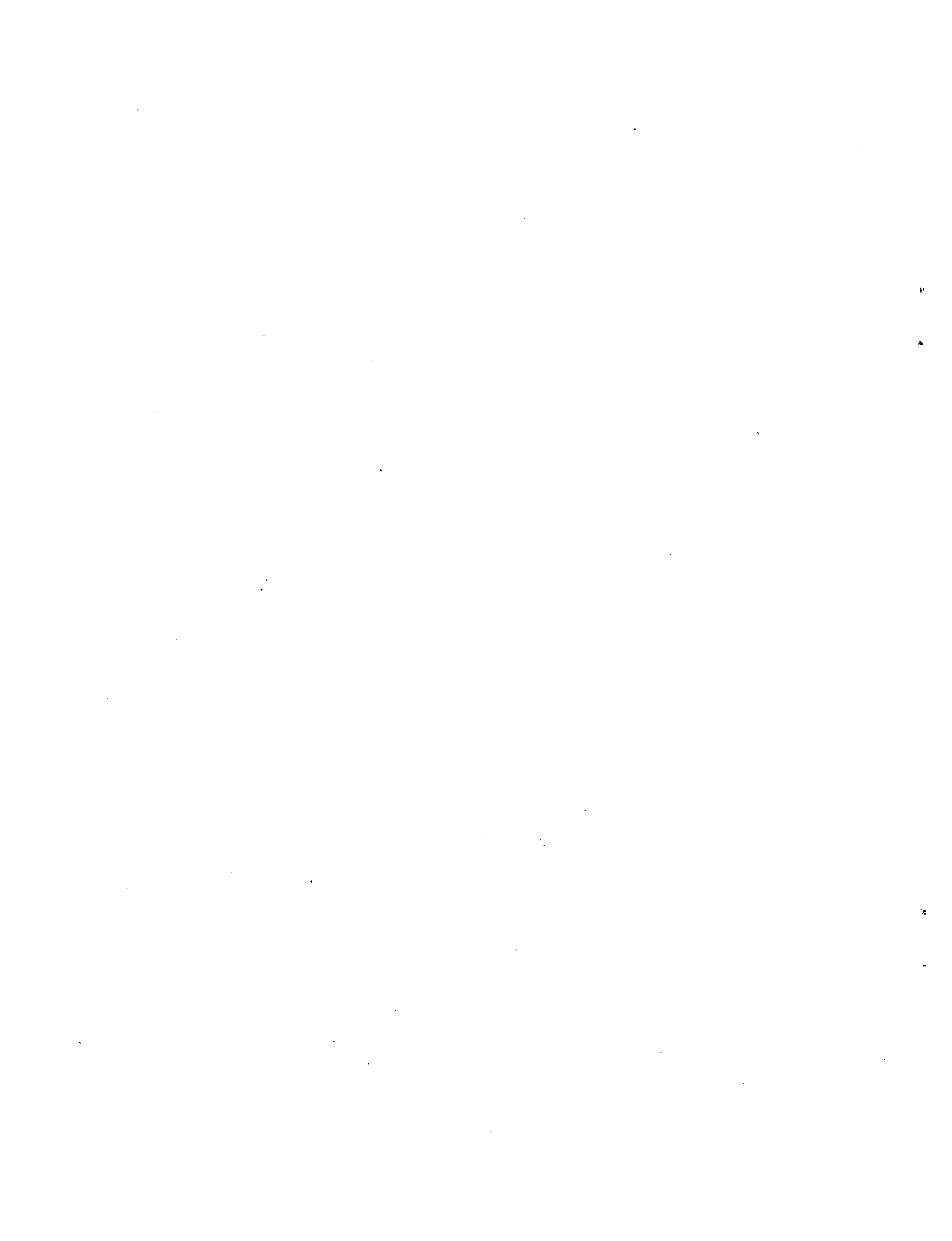
Se observó que las inversiones realizadas por la CFE, a través de las Juntas de Electrificación, para dotar del servicio eléctrico a las poblaciones del país, no eran aprovechadas íntegramente por sus habitantes debido a que entre otras razones el costo de los materiales y mano de obra de la instalación domiciliaría eran elevados en proporción a los ingresos de los vecinos de las localidades con servicio.

Para eliminar esta situación la CFE pone en práctica la campaña cuya finalidad sería permitir a los probables usuarios contar con el servicio eléctrico, a un costo acorde con su nivel de ingresos.

Al implantar esta campaña se tuvieron que realizar modificaciones en los procesos normales de trabajo y a la vez destinar personal que se abocara a encauzar la campaña y llegar a implantarla a nivel nacional.

Estamos convencidos que dentro de la electrificación rural la campaña que realiza la CFE, lleva un objetivo de desarrollo socioeconómico. Estos programas están integrados por etapas que sobre la marcha se van ajustando, ya que no se tiene experiencia al respecto, debido a que son actividades nuevas en las metas, no solamente de generación, transmisión y distribución de la energía, sino en el aprovechamiento para producir más y mejor y también para vivir con más comodidad y bienestar.

La CFE participa en el desarrollo del país, y acude dentro de sus funciones a las zonas y a sus habitantes proporcionando dentro de su campo de acción, los elementos que coadyuvan en el futuro a integrar las zonas de menor desarrollo a la senda del progreso.



LA CAMPAÑA DE INSTALACIONES DOMICILIARIAS DEL DEPARTAMENTO  
DE JUNTAS DE ELECTRIFICACION DE LA CFE

El grado de electrificación es factor determinante para la promoción económica y social de un país. México, al alcance de sus posibilidades, avanza a pasos agigantados en la generación, transmisión y distribución de la energía eléctrica, pero algo más caracteriza esta acción: su promoción y fomento.

I. GENERALIDADES

El problema de la electrificación rural en México, es decir, la electrificación del campo, jamás fue resuelto por las empresas extranjeras ni siquiera intentaron atacarlo.

Como consecuencia de esta situación, el Gobierno Federal se vio en la necesidad de crear en 1937, la Comisión Federal de Electricidad; posteriormente, en 1959, se creó el Departamento de Juntas de Electrificación, órgano que se encarga de la electrificación rural y más adelante, en 1960 fueron nacionalizadas las empresas eléctricas que tenían concesiones, iniciándose la integración de la Industria Eléctrica Nacionalizada.

a) Las Juntas de Electrificación

Como se ha dicho anteriormente el Departamento de Juntas se creó en 1959, su antecedente más remoto lo encontramos en el Estado de México, cuando se firmó el primer convenio entre el Gobierno del Estado y la CFE, en 1952 y un mes después, otro, con el Gobierno de Tamaulipas, a partir de ese momento se han creado 31 juntas que cubren los 29 estados y 2 territorios que integran la división política del país.

b) Su organización y funcionamiento

En los convenios que suscribe la CFE con los Gobiernos Estatales, quedan establecidas las normas sobre las cuales deben actuar las juntas y cómo deben operar la realización y formulación de los programas anuales, que son:

/i) Determinación

- i) Determinación de la participación que corresponde al gobierno para el ejercicio del programa;
- ii) La cooperación que corresponde a las distintas localidades por su obra de electrificación;
- iii) Poblaciones y número de habitantes beneficiados en el programa del año;
- iv) La jerarquización de las zonas o poblaciones de acuerdo con la potencialidad económica de las mismas en su aspecto agrícola, industrial, artesanal y social.

El área de trabajo de las Juntas está determinada por las zonas rurales del país, entendiéndose éstas dónde se encuentran poblaciones que salen de la influencia de las ciudades, es decir, de los grandes centros de población.

Cada junta cuenta con un Presidente Honorario en cada estado; un Presidente Ejecutivo que depende de la CFE; un Secretario propuesto por el Gobernador Estatal y el personal técnico y administrativo necesario.

Las Juntas entre sus funciones principales tienen la de construir redes y líneas, ya sea promoviéndolas o que los vecinos de la localidad soliciten su electrificación.

Independientemente del conducto que los habitantes utilicen al solicitar la introducción del servicio de energía eléctrica, éstas son canalizadas en última instancia a la Junta, que se convierte en asesor de los solicitantes.

A la vez se plantea la necesidad de la creación de un Comité Pro-Electrificación que representa a los habitantes del pueblo y que sea elegido en una asamblea, nombrando a la vez, un Presidente, un Secretario, un Tesorero y dos Vocales.

A partir de ese momento la Junta realiza el estudio respectivo para determinar las posibilidades reales de ejecución de la obra, tomando en consideración los elementos que intervienen en este tipo de obras, tales como situación geográfica, población, posibilidades de desarrollo, etc.

Una vez determinado el proyecto se fija la cooperación que generalmente es en forma tripartita, correspondiendo el 50 por ciento para CFE, 25 por ciento para el Gobierno del Estado y 25 por ciento para los particulares.

/Sobre este



Sobre este particular existen variantes. Muchas veces la CFE, tiene que aportar un 75 por ciento o más del costo total de la obra, debido a que algunas poblaciones no pueden cubrir su aportación fijada, ni tampoco los gobiernos de los estados cumplen con el porcentaje correspondiente. Asimismo, la CFE sostiene el criterio de dar las mayores facilidades a las localidades para pagar en abonos su cooperación para no lesionar su economía familiar.

## II. LA CAMPAÑA

La campaña de instalaciones domiciliarias nació como un producto de la necesidad para el aprovechamiento de las obras ya construidas, se observó que las inversiones realizadas por la Comisión Federal de Electricidad a través de las Juntas de Electrificación para dotar del servicio eléctrico, no eran completamente aprovechadas, se pensó entonces en crear un instrumento que coadyuvara a aprovechar y facilitar que los habitantes de las poblaciones ya electrificadas tuviesen energía eléctrica en sus casas.

Partiendo de este hecho, a fines del año de 1966, en la región Mixteco-Tlapaneca en el Estado de Oaxaca, se inició un plan piloto para experimentar en primer lugar los materiales necesarios para una instalación y en segundo lugar, la aceptación por parte de los habitantes para adquirirlas. El rasgo característico de esta región, es que sus habitantes tienen escasos recursos económicos y no era posible que compraran de contado las instalaciones que se les ofrecían. Así, se aplicó un sistema de pagos en abonos hasta en 12 meses incluyendo la mano de obra por un solo precio.

En el plan piloto se armaron 2 350 bolsas básicas y 925 adicionales, que tuvieron una aceptación inmediata y que se obtuvieron resultados que animaron a implantar la campaña a nivel nacional.

a) Los tipos de instalaciones (elementos)

- i) Tablero integral rural;
- ii) Bolsa básica; y
- iii) Bolsa adicional.

1) El tablero integral rural

Fue diseñado por la Gerencia General de Abastecimientos. Contiene un socket con foco de 60 watts, apagador, contacto e interruptor de un polo con tapón fusible de 30 amperes. El precio de venta es de \$ 45.00 y se utiliza en aquellas casas que tienen un solo cuarto.

2) Bolsa básica

Se emplea en los hogares que cuentan con dos cuartos y contiene los siguientes materiales:

- 14 m alambre Duplex No. 12, forrado
- 2 m alambre Duplex No. 14, forrado
- 1 pza. interruptor de un polo con puña-fusible
- 1 pza. tapón fusible de 30 amperes
- 2 pzas. socket de baquelita con cadena
- 2 pzas. focos de 60 watts
- 2 pzas. cajas de registro octagonal
- 2 pzas. tapas para las cajas de registro
- 1 pza. tablero para medidor de 40 x 30 cm. aproximadamente
- 1 pza. zócalo para contacto
- 1 pza. contacto visible de porcelana
- 60 pzas. grapas del No. 2 para clavo
- 6 pzas. tornillo de 1 1/2 para madera
- 4 pzas. tornillo de 1 1/4 x 5.32 pulgadas
- 4 pzas clavo de 4 pulgadas
- 1 kg. clavo de 1 1/2 pulgadas
- 1 pza. cinta aislante del No. 2
- 1 kg yeso

### 3) La bolsa adicional

Se utiliza como complemento de la anterior en casas que tengan más de 2 cuartos y contiene los siguientes materiales:

- 4 m de alambre Duplex No. 12, forrado
- 1 m de alambre Duplex No. 14, forrado
- 1 pza. socket de baquelita con cadena
- 1 pza. foco de 60 watts
- 1 pza. caja de registro octagonal
- 1 pza. tapa para la caja de registro
- 30 pzas. de grapas del No. 2 para clavo
- 1/2 kg de clavos de 1 1/2 pulgada
- 1/2 kg de yeso
- 2 pzas. tornillo 1 1/4 x 5.32 pulgada

### b) El abastecimiento de materiales

Los materiales que se utilizan en las instalaciones son adquiridos a través de la Gerencia General de Abastecimientos y por los centros de armado y distribución, para tal efecto la Gerencia de Abastecimientos compra en grandes cantidades y a los mejores precios del mercado los materiales que son enviados a los centros de armado y distribución y que consisten en lo siguiente:

Alambre Duplex del No. 12, forrado, en rollos de 14 m y cajas de 100 m.

Alambre Duplex del No. 14, forrado, en cajas de 100 m.

Interruptor de un polo con portafusible.

Socket de baquelita con cadena.

Foco de 60 watts.

Bolsas de polietileno.

/Los centros

Los centros por su parte, adquieren los materiales que a continuación se citan, procurando que sean a los mejores precios del comercio local:

Cajas de registro octagonal

Tapas para las cajas de registro

Tableros para medidores

Zócalos para contacto

Contacto visible

Tapón fusible de 30 amperes

Grapas del No. 2 para clavo

Tornillos de 1 1/2 pulgadas para madera

Tornillos de 1/4 x 5.32 pulgadas

Clavos de 4 pulgadas

Clavos de 1 1/2 pulgadas

Cinta aislante del No. 2

Yeso

c) Los centros de armado y distribución

La República Mexicana cuenta con 29 estados y 2 territorios, mismo número de Juntas de Electrificación existen.

Debido a las grandes distancias y a la dificultad que implicaba enviar materiales a cada una de las juntas en los estados, fue necesario crear 6 centros de armado estratégicamente localizados en el país que distribuyeran las instalaciones de acuerdo con las instrucciones giradas por las oficinas nacionales en la ciudad de México, y así tenemos la siguiente distribución: La Junta Centro de Coahuila distribuye a los estados de Chihuahua, Nuevo León, Tamaulipas y San Luis Potosí. La Junta Centro de Oaxaca distribuye a la Junta del Estado de Chiapas. La Junta Centro de Veracruz distribuye a las Juntas de los Estados de Hidalgo, Tlaxcala, Puebla, Morelos y Guerrero. La Junta Centro de Guanajuato distribuye a las Juntas de los Estados de Querétaro, Jalisco, Colima, Michoacán y México. La Junta Centro de Yucatán

/distribuye

distribuye a las Juntas de los Estados de Quintana Roo, Tabasco y Campeche. La Junta Centro de Durango distribuye a las Juntas de los Estados de Sonora y Territorio de Baja California; Sinaloa, Nayarit, Zacatecas y Aguascalientes. Asimismo, los Centros distribuyen a 14 Divisiones de Operación que trabajan mancomunadamente con el Departamento de Juntas en la campaña de instalaciones domiciliarias de la siguiente manera:

<u>Junta Centro distribuye a:</u>	<u>Divisiones de operación</u>
Durango	Noroeste Centro Norte Occidente
Yucatán	Peninsular
Guanajuato	Centro Occidente Centro Estatad Colima
Veracruz	Huasteca Centro Sur Oriente Centro Oriente
Oaxaca	Sureste
Coahuila	Golfo Norte Norte

Para el presente año las Divisiones recibirán de los Centros un total de 104 000 bolsas básicas y 13 900 adicionales. Una vez que los Centros reciben y adquieren todos los materiales para el ensamble de las bolsas, se procede al llenado de las mismas. En muchos casos es el personal de CFE el encargado de esta actividad, pero otras veces se solicita la ayuda de las escuelas para el armado, como es el caso del Centro Coahuila, en que los alumnos de una escuela trabajaron para la Comisión Federal de Electricidad y los ingresos que se obtuvieron por ese concepto se utilizaron para una excursión que ellos habían planeado conjuntamente.

/La distribución

La distribución de las instalaciones se realiza de acuerdo con instrucciones giradas por oficinas nacionales que previamente han indicado el número de instalaciones que deben armarse y la cantidad que debe enviarse a cada Junta de Electrificación o División que le corresponde.

### III. LA APLICACION DE LA CAMPAÑA

Desde el momento en que las juntas reciben las instalaciones armadas, es de su conocimiento los costos y el precio a que deben venderse al público; se incluyen para determinar costos los materiales recibidos por los Centros, los materiales adquiridos localmente, el armado, el transporte, los gastos administrativos y otros que se originan.

Como hemos dicho anteriormente, los materiales varían según son utilizados en las distintas regiones; esta situación produce que no exista un precio uniforme. En los seis Centros de armado varían los precios de venta y los costos; de la misma manera, el promedio de venta para la bolsa básica es de \$ 90.00, la bolsa adicional de \$30.00 y el tablero integral tiene un precio de \$ 45.00, general para toda la República.

La campaña, por lo que respecta a su financiamiento es cubierta totalmente por la CFE. Las recuperaciones sobre los abonos van incluidos junto con el recibo del consumo de energía eléctrica que tiene el cliente o que recibe mensualmente.

Dentro de la política de construcción del Departamento de Juntas al electrificar una población, no solamente se construye la red sino que se realizan acometidas, instalaciones domiciliarias, contrataciones y queda pendiente por parte de las Divisiones de Operación la conexión; quiere decir esto que la electrificación tiende a ser integral, aprovechando y utilizando los elementos a nuestro alcance y, sobre todo, desde antes de que se energice la red tenemos consumidores a los cuales hemos llegado hasta la puerta de su casa, aprovecharemos de una manera total toda la inversión que se ha realizado en la obra eléctrica.

a) La promoción directa

En el período comprendido del mes de octubre de 1967 al mes de febrero de 1968, el Departamento de Juntas en una modalidad para encontrar más aceleradamente la campaña de instalaciones, comisionó 24 promotores y un supervisor de su personal, para realizar "promoción directa". Se partió de las siguientes bases:

i) La coordinación. Se realizó entre el Departamento de Juntas, las Juntas de Electrificación y Las Gerencias y Superintendencias de ocho Divisiones de Operación.

ii) Planeación. Las tres partes involucradas establecieron el programa de trabajo señalando su alcance en cuanto a localidades por trabajar, y modalidad de los trabajos (visita domiciliaria, solicitud de instalación, solicitud de servicio, venta de instalación, etc.), por lo que se refiere al grupo de promotores, trazaron su plan sobre cada una de las localidades organizando el trabajo del personal por calles y manzanas. El supervisor coordinó los trabajos de campo.

iii) Ejecución. Los promotores del Departamento de Juntas se presentaron en los domicilios ubicados bajo las redes de distribución que aún no utilizaban el servicio eléctrico. Después de presentar un saludo de la CFE y explicar el motivo de su visita inquirieron sobre las causas por qué no usaban el servicio. Conocidas las razones que existían, sugerían alguna solución, inicialmente se ofrecía la venta de instalación domiciliaria al precio y condiciones de pago señaladas por el Presidente de la Junta. En algunos casos el mismo acercamiento personal se aprovechaba para estimular el pago de las aportaciones por cooperación de la obra eléctrica.

iv) Resultados obtenidos. Cada visita domiciliaria permitió el contacto directo con las personas, cuya reacción en lo general fue de simpatía por interés que manifestó la CFE en resolver su problema. Este sistema de trabajo permitió interesar en él a otros empleados de la Comisión, cuya área de trabajo es afín (administradores, oficinistas, celadores y linieros). Anexamos un cuadro al presente estudio en el que se sintetizan los siguientes puntos:

## ADQUISICION Y DISTRIBUCION DE 150 000 BOLSAS BASICAS Y 20 000 BOLSAS ADICIONALES

No.	Estado	Programa 1969			Reservas Centros	
		Bolsas básicas	Bolsas adicionales	Tablas inte- grales	Bolsas básicas	Bolsas adicionales
1	Aguascalientes	862	86	86		
2	Baja California					
3	Terr.Baja California	883	87	87		
4	Campeche	330	33	33		
5	Coahuila	6 556	655	655	11 300	2 000
6	Colima	840	84	84		
7	Chiapas	3 795	379	379		
8	Chihuahua	2 864	286	286		
9	Durango	4 135	413	413	10 000	2 000
10	Guanaajuato	5 810	581	581	10 000	2 000
11	Guerrero	3 490	349	349		
12	Hidalgo	3 327	332	332		
13	Jalisco	5 490	549	549		
14	México	5 158	515	515		
15	Michoacán	3 990	399	399		
16	Morelos	1 820	182	182		
17	Nayarit	1 220	122	122		
18	Nuevo León	1 590	159	159		
19	Oaxaca	7 490	749	749	10 000	2 000
20	Puebla	3 600	360	360		
21	Querétaro	1 813	181	181		
22	Terr.Quintana Roo	270	27	27		
23	San Luis Potosí	2 670	267	267		
24	Sinaloa	4 910	491	491		
25	Sonora	2 400	240	240		
26	Tabasco	2 160	216	216		
27	Tamaulipas	3 560	356	356		
28	Tlaxcala	3 020	302	302		
29	Veracruz	6 535	653	653	10 000	2 000
30	Yucatán	2 220	222	222	3 042	442
31	Zacatecas	2 830	283	283		
<b>Total</b>		<b>95 638</b>	<b>9 558</b>	<b>9 558</b>	<b>54 362</b>	<b>10 442</b>

**Observaciones:** Las reservas quedarán depositadas en los Centros de Armado, a disposición de las juntas que las soliciten.



- 1) Se visitaron 21 zonas tomadas en 8 Divisiones de Operación;
- 2) Se realizaron 19 000 visitas domiciliarias;
- 3) Se vendieron 14 000 instalaciones;
- 4) Se erogaron \$ 243 340.00 que comprenden sueldos y viáticos de 24 promotores y 2 supervisores;
- 5) Se obtuvo un costo por venta de instalación de \$ 25.00 como promedio, y con un rango que varía de \$ 2.00 hasta \$ 30.00 por instalación vendida, y
- 6) El tiempo de trabajo efectivo empleado fue de 148 días.

b) Ventas realizadas entre noviembre de 1967 y septiembre de 1968

A continuación mostramos las ventas realizadas por las Juntas en la República, en el período comprendido entre noviembre de 1967 y septiembre de 1968. Se incluyen únicamente bolsas básicas y tableros integrales, que bien pueden ser valorados como consumidores. A la vez se clasifican los 17 lugares que obtuvieron las Juntas por sus ventas.

<u>Número de orden</u>	<u>Instalaciones</u>	<u>Junta del estado de:</u>
1	12 084	Coahuila
2	8 258	Veracruz
3	7 609	Oaxaca
4	7 193	Yucatán
5	6 959	Jalisco
6	5 090	Durango
7	4 380	Guanajuato
8	4 123	Nuevo León
9	3 769	San Luis Potosí
10	3 686	Tamaulipas
11	3 345	Hidalgo
12	2 526	Michoacán
13	2 288	Chihuahua
14	2 023	Sinaloa
15	1 500	Tlaxcala
16	1 439	Chiapas
17	1 032	Colima
18	6 211	Resto

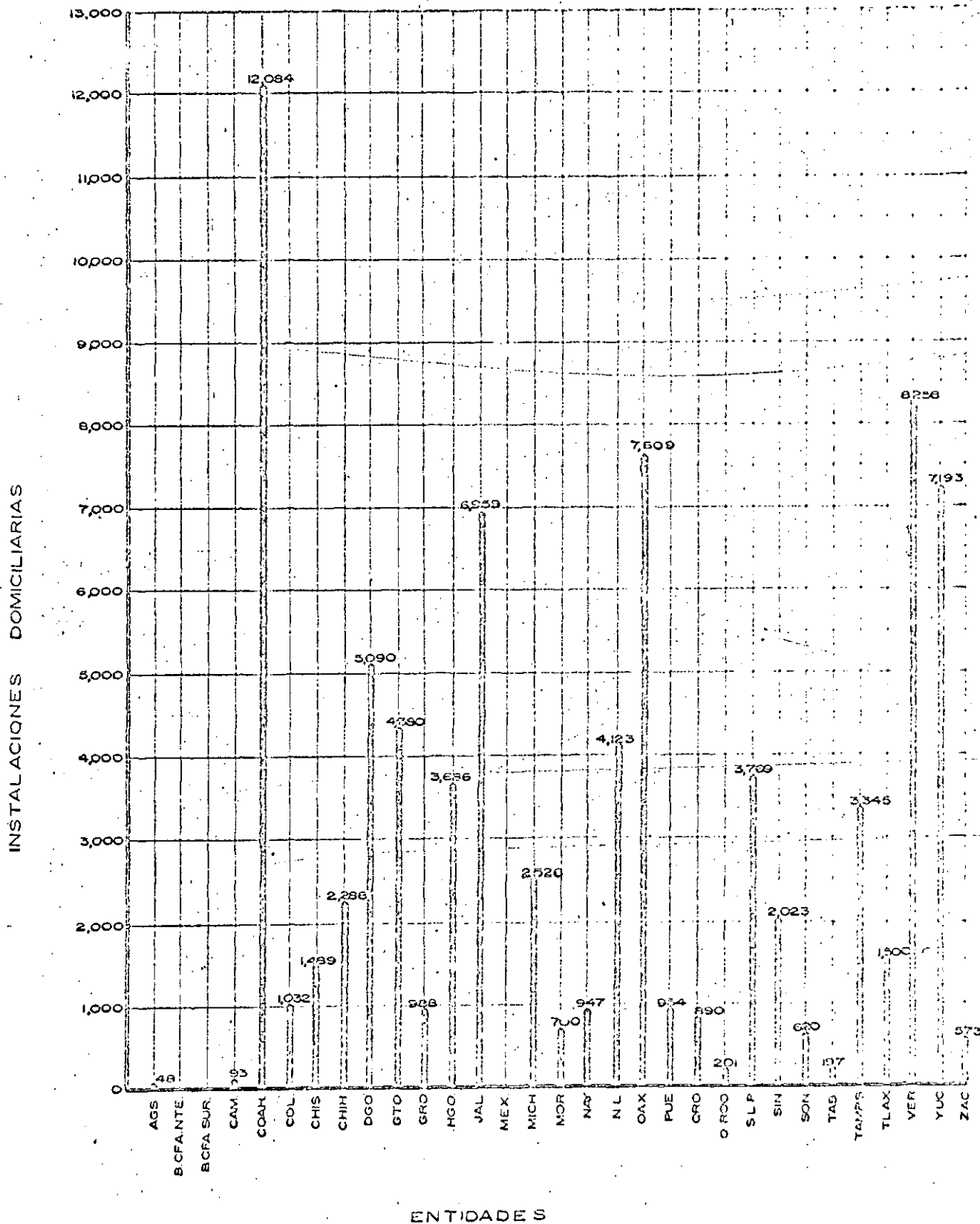
Como podemos observar, si partimos del hecho de que las ventas sean iguales a consumidores, por parte de las Juntas se obtuvieron nuevos consumidores, sin contar la acción ejercida por las Divisiones de Operación que han obtenido de igual manera magníficos resultados.

Entre el inicio de la campaña a fines de 1966 a 1968 se han realizado ventas por más de 200 000 instalaciones incluyendo bolsas básicas, adiciones y tableros integrales.

Para el presente año la campaña tiene como meta 150 000 básicas; 20 000 adicionales y 9 558 tableros integrales, únicamente para las Juntas de Electrificación. Por lo que se refiere a las Divisiones, 104 000 básicas y 13 900 adicionales.

Se anexa gráfica de ventas y cuadros de distribución para Juntas y Divisiones, 1969.

VENTAS DE INSTALACIONES DOMICILIARIAS  
 (BOLSAS BASICAS Y TABLEROS INTEGRALES)  
 REALIZADAS POR LAS JUNTAS DE ELECTRIFICACION  
 NOVIEMBRE DE 1967 A SEPTIEMBRE DE 1968





## LA CAMPAÑA DE INSTALACIONES Y LA NUEVA CAMPAÑA

En la promoción del uso de la energía eléctrica la campaña de instalaciones domiciliarias ha tenido un papel importante desde el momento en que se realiza un acercamiento hacia los habitantes de las localidades, con servicio para adquirir un consumidor más.

Dentro de las administraciones de la CFE, la actual ha impulsado vigorosamente la electrificación rural, del 10. de enero de 1965 al 31 de diciembre de 1968, se han energizado 3 842 poblados, y para el programa del presente año 1 152 localidades.

Aunado con este impulso, la electrificación rural da un paso más al poner en práctica un programa para proporcionar bienestar en el hogar y fomentar el consumo de la energía.

Con motivo del 31 aniversario de la CFE el 14 de agosto de 1968, el Director General de la misma, Lic. Guillermo Martínez Domínguez declaró que se pondría en marcha un programa en el cual la CFE llevaría a la venta aparatos eléctricos, con un plazo hasta de 18 meses y por \$ 1.00 de abono diario.

Más tarde el 20 de noviembre se inauguró oficialmente la campaña de "paquetes", comenzando con la plancha y la licuadora. Posteriormente se seguiría con el televisor, la lavadora, el ventilador, la máquina de coser y otros aparatos para el hogar. A la vez se están estudiando otro tipo de "paquetes" para el comercio y la pequeña industria.

Existen combinaciones de elementos que forman el "paquete" No. 1, de la siguiente manera:

Paquete CFE No. 1-A, con instalación domiciliaria, plancha y licuadora, incluyendo la energía.

Paquete No. 1-B con instalación domiciliaria, incluyendo la energía.

Paquete CFE 1-C con instalación domiciliaria y plancha, incluyendo la energía.

Paquete No. 1-D con instalación domiciliaria y licuadora, incluyendo energía.

Paquete No. 1-E con plancha, incluyendo energía.

Paquete No. 1-F con licuadora, incluyendo energía.

Paquete No. 1-G con licuadora y plancha, incluyendo energía.

Como se observa, los paquetes llevan incluida la energía; quiere decir esto que en el abono lleva incluido el consumo para una casa de una habitación con baño y cocina en el período de pagos.

Por lo que se refiere a los plazos, son de cuatro categorías: de 3, 6, 12 y 18 meses y los abonos pueden ser diarios, semanales, quincenales o mensuales. Para adquirir cualquier tipo de paquete, es necesario un pequeño enganche.

La Campaña de Instalaciones Domiciliarias y la de Paquetes, tienen los mismos objetivos, se complementan una a otra y podemos decir, que dentro de la acción integrada se van perfeccionando los sistemas, los procedimientos y las facilidades para servir al consumidor.

Los programas en este sentido y dentro de la electrificación rural son a largo plazo, las inversiones son cuantiosas y hay que adaptar la organización y superar los esfuerzos. Se desea llegar a nuestros compatriotas más pobres, y en palabras del Lic. Martínez Domínguez, Director General, lo haremos porque es nuestra obligación y la cumplimos con entusiasmo, con el que inspira la madura juventud de nuestra CFE a sus 31 años de servir a México.

### CONCLUSIONES

1. La Campaña de Instalaciones es un medio para aprovechar las inversiones realizadas por la CFE.
2. Ayuda a los habitantes de las localidades electrificadas a tener energía eléctrica en su hogar.
3. Se llega hasta la puerta del futuro consumidor donde se le instala, se le conecta y se le contrata.
4. La venta e instalación de los materiales son pagaderos en abonos y a plazos que no signifiquen una carga en la economía familiar.
5. El consumidor en sus abonos lleva incluido el servicio de energía eléctrica.
6. La muestra que se presenta de un año de actividad en la venta de instalaciones, arroja resultados alentadores: 83 515 consumidores por las Juntas de Electrificación.
7. La campaña de instalaciones y la de paquetes son complementarias, persiguen las mismas metas: aumento de consumidores y facilidades para que los habitantes de las zonas pobres gocen de los aparatos eléctricos que no están a su alcance.

