



**EDUCACIÓN**  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO



# **TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO**

## **INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA**

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

**TESIS**

**ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA BASADA EN EL  
MODELO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: EL CASO DE LA  
HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO; OAX, 2020- 2022**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:**

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

**PRESENTA:**

SAYURI MAGDALENA ROJAS CARTAS

**DIRIGIDA POR:**

MTRO. OTHÓN CESÁREO RÍOS Y VÁZQUEZ

**ASESORES:**

MTRA. RUTH MARÍA ORTIZ LÓPEZ  
DRA. MARICELA CASTILLO LEAL

OAXACA DE JUÁREZ, OAXACA, JUNIO DE 2023



Oaxaca de Juárez, Oax., 18/mayo/2023

OFICIO: DEPI-CMA/ 358/2023

ASUNTO: Autorización de impresión de Tesis

**C. SAYURI MAGDALENA ROJAS CARTAS  
ESTUDIANTE DE LA MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN  
P R E S E N T E.**

De acuerdo con las disposiciones para la Operación de Estudios de Posgrado e Investigación del Tecnológico Nacional de México, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, y habiendo cumplido con todas las indicaciones que la Comisión Revisora le hizo con respecto a su Tesis para obtener el grado de Maestra en Administración, cuyo título es:

**ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA BASADA EN EL MODELO DE LA ECONOMÍA  
SOCIAL Y SOLIDARIA: EL CASO DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO; OAX,  
2020-2022.**

La División a mi cargo le concede la Autorización para que proceda a la impresión de la misma.

**ATENTAMENTE**  **EDUCACIÓN**  **TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO**  
Excelencia en Educación Tecnológica  
Tecnología Propia e Independencia Económica  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA**  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
E INVESTIGACIÓN

**MARCÓ ANTONIO SÁNCHEZ MEDINA  
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS  
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

MSM' kpc



www.oaxaca.tecnm.mx



Oaxaca de Juárez, Oax., 18/mayo/2023

OFICIO: DEPI-CMA/ 359/2023

ASUNTO: Autorización de impresión de Tesis

**C. SAYURI MAGDALENA ROJAS CARTAS**  
**ESTUDIANTE DE LA MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN**  
**P R E S E N T E.**

De acuerdo con las disposiciones para la Operación de Estudios de Posgrado e Investigación del Tecnológico Nacional de México, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, y habiendo cumplido con todas las indicaciones que la Comisión Revisora le hizo con respecto a su Tesis para obtener el grado de Maestra en Administración, cuyo título es:

**ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA BASADA EN EL MODELO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: EL CASO DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO; OAX, 2020-2022.**

Los abajo firmantes integrantes de la Comisión Revisora le concedemos la autorización para que proceda a la Impresión de la misma.

**ATENTAMENTE**

*Excelencia en Educación Tecnológica*  
*"Tecnología Propia e Independencia Económica"*



**MTR. OTHÓN CESÁREO RÍOS Y VÁZQUEZ**  
**DIRECTOR**



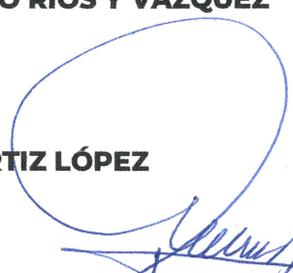
**DRA. MARICELA CASTILLO LEAL**  
**ASESORA**



**MTRA. RUTH MARIA ORTIZ LÓPEZ**  
**ASESORA**



EDUCACIÓN  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
E INVESTIGACIÓN



**DR. MARCO ANTONIO SÁNCHEZ MEDINA**  
**JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

MSM' kpc



## Índice

<b>RESUMÉN</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	6
<b>ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA BASADA EN EL MODELO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: EL CASO DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO, OAX, 2020- 2022</b> .....	7
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>CAPITULO I CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	10
<b>I. ANTECEDENTES</b> .....	10
I.I.-FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
I.II. PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	11
<b>II. JUSTIFICACIÓN</b> .....	12
<b>III. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	12
III.I. PREGUNTA GENERAL .....	13
III.II. PREGUNTAS ESPECÍFICAS .....	13
<b>IV. OBJETIVOS</b> .....	13
IV.I.OBJETIVO GENERAL.....	14
IV.II. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	14
<b>CAPITULO II MARCO CONTEXTUAL</b> .....	15
<b>I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO, OAXACA</b> .....	15
<b>II.- ENTORNO EXTERNO</b> .....	18
II.I AMENAZAS .....	18
II.I.I <i>PERSISTENCIA DE LA CRISIS E INFLACIÓN Y SUS EFECTOS NEGATIVOS EN LA ECONOMÍA POPULAR</i> .....	18
II.II. <i>EFECTO NEGATIVO DEL DESEMPLEO, LA DISMINUCIÓN DEL INGRESO DE LA POBLACIÓN</i> .....	21
II.II.III <i>AVANCE DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y MODERNIDAD ECONÓMICA</i> .....	23
II.II.IV <i>CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS NEGATIVOS EN LA AGRICULTURA Y COMERCIO</i> .....	24
II.II.V. <i>ALTA COMPETENCIA REGIONAL EN PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y COMERCIO</i> ....	26
II.II. OPORTUNIDADES .....	27
II.II.I. <i>RED DE INTERNET PARA MEJORAR LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DEL MERCADO</i> . .....	27
II.II.II. <i>EL APOYO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO</i> .....	29
II.II.III. <i>POTENCIAL APOYO DEL SECTOR PÚBLICO PARA LA CAPACITACIÓN DE EMPRENDEDORES Y MIPYMES</i> .....	31
II.II.IV. <i>POTENCIAL APOYO DEL SECTOR PÚBLICO DE TIPO FISCAL Y FINANCIERO PARA LAS MIPYMES</i> .....	32
II.II.V. <i>APOYO DEL GOBIERNO DE TIPO SOCIAL (EDUCACIÓN, SALUD) PARA EL DESARROLLO LOCAL</i> .....	34
<b>III. ENTORNO INTERNO</b> .....	36
III.I. DEBILIDADES.....	36

III.I.I. INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA TRADICIONAL EN EL SECTOR POPULAR.....	36
III.I.II. ADMINISTRACIÓN TRADICIONAL-INDIVIDUAL EN LA MAYORÍA DEL SECTOR POPULAR.....	38
III.I.III. INSUFICIENTE APOYO FISCAL Y FINANCIERO DEL SECTOR POPULAR.....	39
III.I.IV. NULAS FACILIDADES ADMINISTRATIVAS PARA DAR DE ALTA EMPRESAS DEL SECTOR POPULAR.....	41
III.I.V. DEFICIENTE INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO .....	42
III.II. FORTALEZAS.....	44
III.II.I.POTENCIAL DE RECURSOS (TRABAJO, RECURSOS NATURALES, CAPITAL, TECNOLOGIA) PARA DESARROLLAR EL SECTOR POPULAR.....	44
III.II.II. POTENCIAL DE MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL EN CRECIMIENTO ....	45
III.II.III. MODERNA INFRAESTRUCTURA VIAL QUE COMUNICA A LA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO CON LA CAPITAL DEL ESTADO DE OAXACA .....	47
III.II.IV. POTENCIAL APROVECHAMIENTO DEL MERCADO REGIONAL .....	48
III.II.V. DISPOSICIÓN DE LAS AUTORIDADES MUNICIPALES POR IMPULSAR LAS MIPYMES DEL SECTOR POPULAR.....	50
<b>CAPITULO III MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>52</b>
III.I. LA PANDEMIA COVID-19 Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA EN MÉXICO (CRISIS ECONÓMICA, INFLACIÓN) .....	52
III.II. EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL BIENESTAR SOCIAL .....	54
III.II.I. TIPOS DE DESARROLLO.....	57
III.III. LAS CONDICIONES GENERALES PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EMPRESARIAL .....	61
III.III.I. ERRORES AL EMPRENDER UN NEGOCIO.....	63
III.III.II. EL EMPRENDEDURISMO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS.....	65
III.III.III. CAPACIDADES EMPRESARIALES .....	66
III.III.IV. CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR.....	66
III.III.V. TIPOS DE EMPRENDEDORES.....	66
III.III.VI. EMPRESA .....	67
III.IV. LA ADMINISTRACIÓN MODERNA Y LA TRADICIONAL .....	68
III.IV.I.PROCESO ADMINISTRATIVO APLICADO A MICROEMPRESAS .....	69
III.IV.II. MARKETING PARA UNA MICROEMPRESA .....	70
III.IV.III. LA INNOVACIÓN: EL SECRETO DE LAS MICROEMPRESAS EN MÉXICO.....	71
III.IV.IV. CREAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO .....	72
III.IV.V. MARKETING DIGITAL .....	73
III.V EL SISTEMA ECONÓMICO MIXTO: SECTOR PRIVADO, SECTOR PÚBLICO Y SECTOR POPULAR .....	76
III.V.I. TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR.....	76
III.V.II. UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES.....	77
<b>CAPITULO IV METODOLOGÍA.....</b>	<b>78</b>
IV.I. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA .....	78
IV.I.I. MODELO DE ANÁLISIS .....	78
IV.II. TIPO DE INVESTIGACION.....	78
IV.II.I. TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN EL MÉTODO CIENTIFICO.....	79
IV.II.I.I El Método De Investigación-Lógico Inductivo.....	79
IV.II.II TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN EL OBJETO DE ESTUDIO .....	79
IV.II.III. TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN LA METODOLOGÍA .....	80
IV.II.IV. TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN SU ENFOQUE.....	82
IV.II.V. TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SUS FUENTES DE INFORMACIÓN.....	82
IV.III. POBLACION Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN .....	83
IV.III.I. POBLACIÓN.....	83

IV.III.II. MUESTRA .....	83
IV.IV. INVESTIGACION SEGÚN SUS FUENTES DE INFORMACIÓN .....	85
IV.IV.I. INVESTIGACION DOCUMENTAL.....	85
IV.IV.II. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	85
IV.V. INSTRUMENTO Y TECNICA DE RECOLECCION DE INFORMACION .....	86
IV.V.I. UN INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	86
IV.V.II. LAS TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	86
IV.V.III. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	89
<b>CAPITULO V.- RESULTADOS.....</b>	<b>91</b>
V.I. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	91
V.II. ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	91
V.II.I. EL ANÁLISIS FODA .....	91
V.III. FORMULACIÓN ESTRATEGICA .....	94
V.III.I. ESTRATÉGIAS PARA FORTALECER A LAS MIPYMES DEL SECTOR POPULAR... 94	
V.III.II. IMPULSO Y FORTALECIMIENTO A LAS MIPYMES.....	94
V.IV. OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	95
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>98</b>

## Índice de Figuras

FIGURA 1 INFRAESTRUCTURA CARRETERA.....	17
FIGURA 2 ESTIMACIONES EN VENTAS PORCENTUALES.....	20
FIGURA 3 EFECTOS DEL EMPLEO.....	22
FIGURA 4 MEDIOS DE VENTAS.....	24
FIGURA 5 PORCENTAJE DE LOS EFECTOS NEGATIVOS EN LA AGRICULTURA.....	26
FIGURA 6 STANDING DE LA REGIÓN VALLES CENTRALES-SUR.....	27
FIGURA 7 FACTORES QUE IMPIDEN TRANSACCIONES CON APOYO DE LAS TIC'S.....	28
FIGURA 8 ACTIVIDADES PARA LAS CUALES SE UTILIZA LA RED DE INTERNET.....	30
FIGURA 9 FACTORES QUE IMPIDEN LAS CAPACITACIONES.....	32
FIGURA 10 ¿HAN RECIBIDO ALGÚN TIPO DE APOYO FISCAL O FINANCIERO POR PARTE DE LA ADMÓN. PÚBLICA?.....	33
FIGURA 11 INFORMACIÓN GENERAL DE LA POBLACIÓN, CONDICIONES DE POBREZA, MARGINACIÓN Y REZAGO SOCIAL.....	34
FIGURA 12 INDICADORES DE CARENCIAS SOCIALES EN EL MUNICIPIO EN COMPARACIÓN CON EL ESTADO DE OAXACA.....	35
FIGURA 13 FACTORES QUE CONSIDERAN PARA PRACTICAR LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA.....	39
FIGURA 14 UNIDADES ECONÓMICAS SEGÚN SECTOR ECONÓMICO.....	40
FIGURA 15 INFRAESTRUCTURA SOCIAL QUE HACE FALTA EN EJUTLA.....	44
FIGURA 16 GUELAGUETZA INFANTIL EJUTLA.....	46
FIGURA 17 FACTORES QUE ATRAEN TURISTAS.....	47
FIGURA 18 CARRETERA OAXACA-EJUTLA.....	48
FIGURA 19 MERCADO MUNICIPAL DÍAZ ORDAZ FUENTE: SMRC.....	49
FIGURA 20 MERCADO MUNICIPAL MANUEL J. CLOUTHIER.....	49
FIGURA 21 TERMINAL DE TAXIS Y CAMIONETAS DE ALQUILER.....	50
FIGURA 22 EQUIPO DE TRABAJO DEL MUNICIPIO.....	51
FIGURA 23 ESTIMACIONES DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA SOBRE LA POBREZA EN MÉXICO.....	53
FIGURA 24 IMPACTO ESPERADO DE LA PANDEMIA EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA, 2020.....	54
FIGURA 25 OBSTÁCULOS Y PROBLEMAS QUE DETIENEN A LAS MICROEMPRESAS.....	63
FIGURA 26 ASIGNACIÓN DE TAMAÑO A EMPRESAS DE ACUERDO A SUS INGRESOS Y TRABAJADORES.....	68
FIGURA 27 ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SUS PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE APLICACIÓN.....	70
FIGURA 28 MODELO DE ANÁLISIS.....	78
FIGURA 29 MONUMENTO DE EJUTLA DE CRESPO.....	79
FIGURA 30 MATRIZ FODA.....	92
FIGURA 31 MATRIZ DE ESTRATEGIAS.....	94
FIGURA 32 ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO.....	95

## RESUMÉN

En esta investigación se plasma las propuestas de estrategias para la reactivación económica del municipio de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oaxaca, planteadas para la administración pública municipal, los emprendedores y las microempresas, fomentando el capitalismo en las microempresas privadas formales, de igual manera se fomenta a las microempresas informales de nueva creación propiciando en ellas la agrupación para ser parte de la economía social y solidaria. Se realizó el análisis del entorno externo e interno mediante el análisis FODA destacando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y las Amenazas de las microempresas y del municipio en cuestión para poder plantear la Matriz de estrategias y en base a estos datos dar cumplimiento a los objetivos estrategicos a corto, mediano y largo plazo.

## ABSTRACT

This research reflects the proposals for strategies for the economic reactivation of the municipality of the Heroic City of Ejutla de Crespo, Oaxaca, raised for the municipal public administration, entrepreneurs and micro-enterprises, promoting capitalism in formal private micro-enterprises, equally In this way, newly created informal micro-enterprises are encouraged, promoting grouping in them to be part of the social and solidarity economy. The analysis of the external and internal environment was carried out through the SWOT analysis, highlighting the Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats of the microenterprises and the municipality in question in order to propose the Matrix of strategies and based on these data to comply with the strategic objectives. in the short, medium and long term.

# ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA BASADA EN EL MODELO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: EL CASO DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO, OAX, 2020- 2022.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos momentos de interrogantes profundas y respuestas inmediatas. El mundo esta cambiando exponencialmente. Hasta 2019 parecía estable, común, mucha de la vida social se desarrollaba en formas organizacionales relativamente comunes que se cambiaban de acuerdo con el ritmo establecido por el mercado, la tecnología, o a partir de ajustes en la localidad, por ejemplo, en lo político y social. No existían grandes movimientos que marcaran una gran diferencia.

Y para el año 2021 lo que conocíamos como la manera normal de hacer las cosas se vieron alteradas, surgieron cambios para los que nadie estaba preparado y con ellos interrogantes interminables y el miedo aniquilador de no saber que nos esperaba en todos los ámbitos de nuestra vida. Las economías familiares sufrieron modificaciones debido al comportamiento de su alrededor, ninguna persona que habita hoy en día había estado inmersa en una contingencia sanitaria de esta magnitud y esto coadyuvo a una disminución del desarrollo local de muchos países, estados y ciudades; como es el caso de Ejutla de Crespo, Oaxaca que es el municipio donde se centra esta investigación.

Después de la pandemia y a consecuencia de la Guerra entre Ucrania y Rusia la inflación se disparó, la vida y los productos necesarios se encarecieron, el poder adquisitivo bajo para la gran mayoría de los ciudadanos, y se llegó a la conclusión que es el momento de cambiar paradigmas y fortalecer el sector popular al que pertenece la gran mayoría de los ciudadanos Ejutecos del que dependen muchas familias, en esta investigación se pretende dar la importancia que merece al sector popular y propiciar la economía social y solidaria para un beneficio común.

En este interés, el presente trabajo presenta el Capítulo I Consideraciones Generales, tiene el propósito fundamental de proporcionar un panorama general del sector popular y quienes lo conforman así como la situación de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo; en dicho capítulo se plasma el planteamiento del problema compuesto de los antecedentes, la formulación del problema y la hipótesis así como la propuesta de solución que nos adentran al municipio y sus principales características así como a las microempresas que en él se localizan, también se puede notar la justificación que nos proporciona las bases en las que se fundamenta la importancia de dicha investigación y los objetivos segmentados en general y específicos que pretendemos alcanzar gracias a esta investigación.

En el Capítulo II hablamos acerca del marco contextual, en este apartado se da a conocer las características generales del Municipio de Ejutla de Crespo, así como los factores que integran el entorno externo y el entorno interno en el que se desenvuelve nuestro tema de investigación, así como las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que lo conforman. Este capítulo expresa las perspectivas de la ciudadanía y la administración pública municipal desde su particular punto de vista.

Por consiguiente en el Capítulo III que enmarca el Marco teórico brinda los fundamentos teóricos en el que nos basamos para entender y transmitir esta investigación, el material documental que nos servirá de guía para estudiar un caso práctico de la realidad que nos ayude a dar respuesta a un panorama de las interrogantes que buscamos contestar así como nuestra finalidad con dicha investigación.

La metodología la podemos encontrar en el Capítulo IV, en este segmento se identifica el diseño metodológico de la planeación estratégica, los tipos de investigación que se utilizarán en esta investigación, la población de nuestra investigación, la muestra en la que nos basamos para nuestro estudio, la investigación según sus fuentes de información y por último pero no menos importante el instrumento y técnica de recolección de información que se utilizó.

Por último en el capítulo V expresa los Resultados de la Investigación, dicho capítulo comprueba si el objetivo general de la investigación, el análisis estratégico, la formulación estratégica y los objetivos estratégicos da respuesta al planteamiento del problema establecido en el capítulo I.

Se debe hacer conciencia que todos los recursos son necesarios para subsistir en un medio de crisis inéditas y estar concientes de buscar sacar el mayor provecho de los cambios para el futuro cambiante que vivimos. Los análisis efectuados abarcan el panorama actual del sector popular, la capacidad de liderazgo de los empresarios o emprendedores y las estrategias que recomiendan los especialistas, las innovaciones, específicamente las relacionadas con la administración moderna y la capacitación integral de todos los colaboradores en la empresa.

La finalidad de esta investigación es plantear las estrategias para reactivar la economía mediante el modelo de economía social y solidaria del Municipio de la “Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo”, considerando que así se podrá evaluar el impacto real en el cual los empresarios están parados actualmente, fortaleciendo la capacidad de emprendimiento para poner en práctica proyectos de resistencia personal y empresarial, porque su beneficio en lo particular se hará proporcionalmente al desarrollo que se sostenga en la localidad.

# CAPITULO I CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

## I. ANTECEDENTES

### I.I.-FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por la crisis económica a raíz de la pandemia las mipymes han sido el sector mas vulnerable por la perdida de empleos, ventas, ingresos y el flujo de efectivo debido al cierre de las mipymes, todo ello vino a contribuir niveles de pobreza que se pudieron percibir en el periodo 2020-2021.

En el periodo 2022 con la disminución de las medidas sanitarias por Covid-19 se esperaba el inicio de la reactivación económica, el regreso a clases, el regreso a la dinamicas laborales sin embargo esta reactivación económica no ha pasado, por lo que enfrentamos el principal problema de la INSUFICIENTE REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Se considera que este problema se debe entre múltiples factores a los siguientes como principales:

- a) La disminución de la inversión del sector privado debido a la crisis del capitalismo global y nacional, que detono la pandemia Covid-19 y agravó la inflación económica.
- b) El insuficiente apoyo del sector público en la creación de condiciones generales para el desarrollo de la actividad económica del sector privado y sector popular.
- c) La falta de aprovechamiento del potencial de las microempresas para reactivar la economía.

## I.II. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Se contempla que este problema ha sido causado entre otros factores, a la pandemia Covid-19 y la crisis económica en el periodo 2020-2022, que ha impactado en la reducción o desaparición de empleos, por la quiebra o disminución de actividades de económicas del sector popular, que son la mayoría de los negocios que prevalecen en la localidad, a las deficientes condiciones generales y la desconfianza para el desarrollo económico local que ofrece el gobierno federal, estatal y municipal y a la ineficiente administración de los negocios que impiden hacerle frente a las amenazas del entorno competitivo.

Así mismo se observa que la mayoría de los negocios sufrió de una u otra manera una crisis, tuvieron pérdidas desde colaboradores, clientes, proveedores hasta ingresos por mencionar algunos, destacando que hubo casos donde las pérdidas fueron irreparables y dieron pauta a cierres temporales o definitivos de negocios, sin embargo hubo oportunidades para cierto número de empresarios que aprovecharon el desequilibrio y abrieron nuevos negocios que son necesarios en la nueva normalidad, así mismo se marco la diferencia de nuevas estrategias de comercio digital y las entregas a domicilio por mencionar algunas que hoy en día son acciones básicas en una alta competencia de comercialización.

Es necesario hacer énfasis que lo que se haga o deje de hacer en los próximos meses, en materia de reactivación económica determinará el destino de nuestra Ciudad por un largo periodo histórico.

Es por ello que se estima que para dinamizar el desarrollo local de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oax. es necesario realizar un análisis estratégico de la situación económica y social en el periodo 2020-2022 con la finalidad de evaluar los datos para proponer estrategias de reactivación y crecimiento de desarrollo económico local en el municipio, dándole la importancia que merece el sector popular.

En la inteligencia de que los negocios generarán rápidamente empleos e ingresos para las familias y son la semilla para el desarrollo de pequeñas, medianas y grandes empresas; considerando que haciendo comunidad entre los Ciudadanos se pueden obtener mejores resultados buscando el desarrollo local.

En la medida que las empresas puedan y quieran desarrollarse, estas podrán proveer mayores beneficios a la economía y al bienestar social de esta sociedad.

## II. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se justifica porque:

- Se pretende contribuir al sector popular de la economía para impulsar el crecimiento económico local y por ende el bienestar social de la población de Ejutla de Crespo, Oaxaca.
- Se busca contribuir al emprendimiento, modernización de las microempresas y fomentar la ESS.
- Se pretende poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos en un caso práctico de la realidad en busca de un beneficio para toda la sociedad de este Municipio.
- Se justifica porque se contribuye a la vinculación del sector educativo y al sector productivo; ya que son sectores que forman parte de las vertientes del bienestar social.
- Se procura que los empresarios estén preparados administrativamente para futuras contingencias, para prevenir futuras crisis económicas.

## III. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Esta sección tiene como propósito delimitar el tema de investigación, planteado a través de uno o varios cuestionamientos, el problema que se analizará de manera directa, de igual forma nos marca los pasos a seguir dentro de la investigación y como dice Hernández (2021) "No siempre en la *pregunta* o las *preguntas* se comunica el problema en su totalidad, con toda su riqueza y contenido. A veces se

formula solamente el propósito del estudio, aunque las preguntas deben resumir lo que habrá de ser la investigación.” .(p.38) De esta manera se plantearon las siguientes preguntas que nos facilitarán el objeto de estudio brindando así un panorama de acción e investigación más claro, preciso y conciso.

### III.I. PREGUNTA GENERAL

¿Qué acciones hay que impulsar en el sector popular de Ejutla de Crespo, Oaxaca para fomentar el crecimiento económico local?

### III.II. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1. ¿Cuál es la situación actual del sector popular y la situación de la administración de este sector en Ejutla de Crespo, Oaxaca, en el periodo 2020-2022?
2. ¿Cómo se explica la disminución del desarrollo económico local por el impacto del sector popular y la situación administrativa de este sector?
3. ¿Cómo se lleva a cabo un análisis estratégico y un plan de acciones para el desarrollo económico local?
4. ¿Cuál sería el plan para impulsar el sector popular y dinamizar el desarrollo económico local del Municipio de Ejutla de Crespo?

## IV. OBJETIVOS

Este segmento tiene como finalidad señalar que es lo que quiere lograr la investigación, puesto que funcionan como guías que determinarán el rumbo a investigar ya que esta presente en todo el proceso de la misma. *“Los objetivos*

*deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas es decir, susceptibles de alcanzarse” (Tucker, 2004)*

#### IV.I.OBJETIVO GENERAL

Se enmarca el objetivo general que guiará esta investigación, el cual propone formular estrategias de reactivación económica basadas en el aprovechamiento de las microempresas mediante el modelo de la economía social y solidaria (ESS) en la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oax.

#### IV.II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un análisis estratégico de la situación de las microempresas y del impacto económico del sector popular.
- Explicar el desarrollo local, el impacto de la crisis económica Covid-19, y la situación económica del sector popular y la ESS como alternativa al desarrollo capitalista.
- Describir la metodología para formular un plan estratégico para la reactivación de la economía del sector popular (microempresas).
- Proponer estrategias para impulsar el desarrollo de las microempresas formales y fomentar en las microempresas informales el modelo de la ESS.

## CAPITULO II MARCO CONTEXTUAL

### I.- CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO, OAXACA

El objeto de estudio de esta investigación es conocer el impacto que tiene el sector popular de la Ciudad de Ejutla de Crespo, principalmente en las microempresas localizadas en dicha ciudad y en los emprendedores, con la finalidad de generar acciones que ayuden a estas en su desarrollo propiciando así un desarrollo económico local en Ejutla.

Ejutla de Crespo se encuentra localizada en la zona Centro-Sur de los Valles Centrales de Oaxaca, casi al pie de la Sierra Madre del Sur. Pertenece y es cabecera del Distrito de Ejutla; sus coordenadas geográficas son 16°33'47"N, 96°43'57"O, a unos 60 kilómetros al sur de la capital del estado, la ciudad de Oaxaca de Juárez, con la que se comunica por la Carretera Federal 175 que es la principal vía de comunicación de la ciudad y que la une hacia el sur a 40 kilómetros con Miahuatlán de Porfirio Díaz y posteriormente con San Pedro Pochutla y Puerto Ángel. El municipio tiene una superficie total de 283.23 km<sup>2</sup>, representa el 0.32% de la superficie del estado.

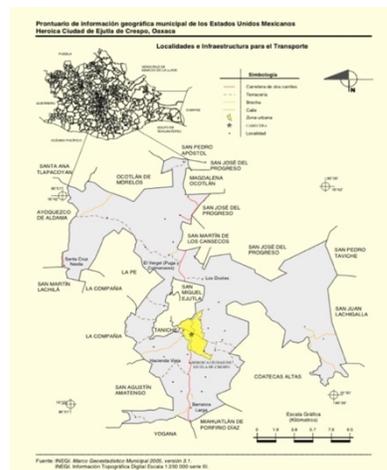
Ejutla tiene las siguientes colindancias: al Norte con Ayoquesco de Aldama, Santa Anna Tlapacoyán, Santa Cruz Mixtepec, Santa Gertrudis, Ocotlán de Morelos, Magdalena Ocotlán, Los Cansecos, San José del Progreso y San Miguel Ejutla; al Sur con Yogana, Miahuatlán de Porfirio Díaz y San Nicolás; al Oriente Coatecas Altas; al Poniente con la Pe, San Martín Lachilá, San Andrés Zabache, La Compañía, Taniche, y San Agustín Amatengo.

De acuerdo con los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2020 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Ejutla de Crespo tiene una población total de 23 148 personas de las que 11 079 son hombres y 12 069 son

mujeres; en comparación al Censo de Población y Vivienda de 2010, la población creció un 17.6%.

El Índice de Marginación (IM) de Ejutla de Crespo desarrollado por el Consejo Nacional de Población (Conapo) (2020) categoriza a esta ciudad con un índice de rezago social de 0.52%, con un grado medio de rezago social, lo cual la sitúa el lugar número 598 en el contexto Nacional.

Figura 1 Localidades e Infraestructura para el Transporte



Nota: Se puede apreciar la localidad de Ejutla de Crespo y sus respectivas colindancias.

Fuente: INEGI (2005)

Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en la Ciudad de Ejutla de Crespo fueron Comercio al por Menor (461 unidades), Industrias Manufactureras (173 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (141 unidades); los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica fueron Comercio al por Menor (842 empleados), Industrias Manufactureras (368 empleados) y Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (285 empleados).

La población económicamente activa es de 40.42%, de los cuales 62.98% son hombres y 20.84% representa a las mujeres, en base a los datos de la Encuesta Inter Censal 2015.

En este contexto, a partir del mes de abril de 2020 los habitantes de este Municipio como todos los municipios de este país vieron limitadas sus actividades económicas y el empleo por la medida oficial del confinamiento en sus hogares de la población por la pandemia Covid-19, que empezó a incrementar el número de contagios y muertes en la población por el SARS-CoV-2.

Figura 1 Infraestructura carretera



Fuente: SMRC

El sector económico más afectado del Municipio de Ejutla de Crespo, Oaxaca por las limitaciones de sus actividades fueron las microempresas que representan alrededor del 95% de los negocios localizados en ese municipio.

Esta situación trajo una disminución de los ingresos de gran parte de las microempresas de la población y por consiguiente de su bienestar económico, social y del desarrollo local en general.

## II.- ENTORNO EXTERNO

### II.I AMENAZAS

#### II.I.I PERSISTENCIA DE LA CRISIS E INFLACIÓN Y SUS EFECTOS NEGATIVOS EN LA ECONOMÍA POPULAR

La economía en el mundo, en México, en Oaxaca y por supuesto en la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, vive la mayor contracción de la actividad económica que consiste en la producción, empleo, consumo y comercio en comparación con siete u ocho décadas atrás. Las generaciones adultas y jóvenes que ahora integran la población económicamente activa, así como quienes toman las decisiones en materia política y económica en los diversos niveles de la administración pública, no habían tenido en su existencia un desafío colectivo de la magnitud que el que se deriva de la crisis en curso.

La crisis mundial y la inflación ha representado un choque severo para la economía Ejuteca. A nivel sectorial dicho choque tuvo impactos negativos de distinta magnitud en su etapa inicial y, también, ha implicado ciertos ritmos de recuperación. En particular, en tanto que sectores como el de los comercios de productos de la canasta básica, venta de frutas, verduras, abarrotes, panaderías, carnicerías, pollerías, tortillerías, granos y semillas expresan haber mostrado una reactivación más clara expresada en un 82% aproximadamente que las microempresas de este giro han recuperado su nivel de ventas contemplado dentro de lo normal en el mes de Mayo de 2022 apoyados por la recuperación por ser productos de consumo inmediato y necesarios para el consumo humano, sin embargo el 89% de estos mismos negocios expresan su preocupación por el incremento en todos los precios de los productos que ofrecen y se considera el aumento de precios respecto al año anterior alrededor de un 50%; los expertos ya nos habían advertido que la alta demanda y la baja producción nos llevarían a la inflación, sin embargo no lo habíamos visto tan real.

En cambio microempresas dedicadas sobre todo a productos y/o servicios más independientes a las necesidades básicas como la belleza, construcción, productos

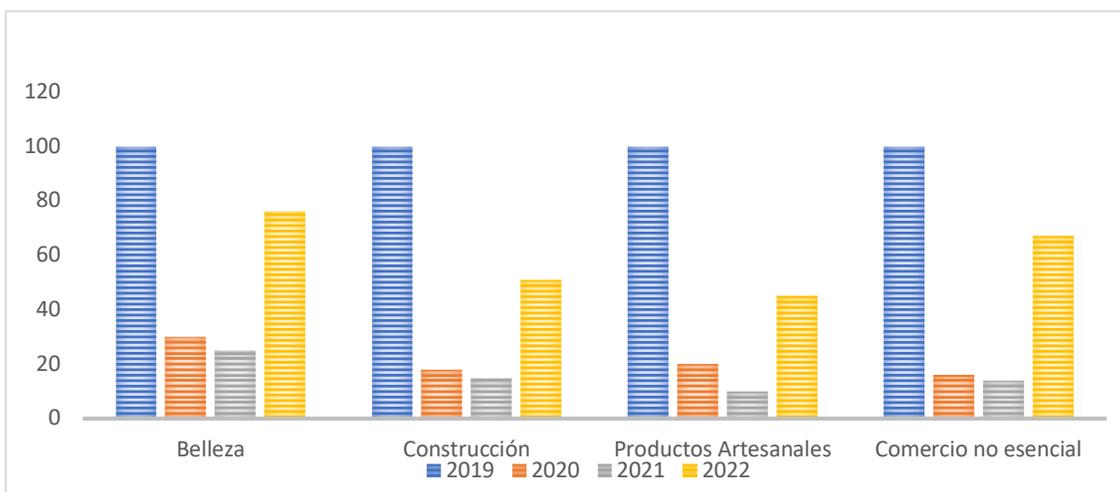
artesanales, comercio no esencial, aún se mantienen con afectaciones importantes, sobre todo por el lado de la demanda ya que estas empresas manifiestan que al mes de mayo de 2022 han sufrido variaciones teniendo al año 2019 como base considerándolas como ventas normales antes de la pandemia, las microempresas dedicadas a la belleza (uñas, estéticas, spa); Microempresas dedicadas a la Construcción (Herrerías, Vidrierías, Ferreteras, tabiquerías, carpinterías); Microempresas de productos Artesanales (talabarterías, ropa típica); Comercio no esencial (deportes, ropa, calzado) consideran que los años de operaciones más bajos los tuvieron en los años 2020 y 2021, al no ser actividades esenciales y al tener restricciones en horarios como medidas para contener el COVID por parte del Municipio; las personas no salían y por ende no compraban este tipo de productos y/o servicios, de igual manera hoy en día los productos de los giros antes mencionados tienen una baja demanda por el precio en el que se ostentan sus productos y servicios ya que la inflación ha encarecido el nivel de vida

Lo único que mantenía a flote los negocios del área de belleza eran las ventas para llevar de productos como aceites para cabello, mascarillas faciales, venta de barnices para uñas o todo este tipo de productos que las personas podían auto aplicarse desde sus domicilios leyendo los instructivos o tutoriales en YouTube; a las microempresas del área de la construcción lo que las ayudo fueron las ventas o los servicios que por estar las personas en sus domicilios se deban cuenta que tenían averías y tenían el tiempo para ver las reparaciones o los que ya traían alguna construcción desde 2019 y decidieron terminar la modificación o la obra; en las empresas de productos artesanales sus ventas en los años complicados se mantuvieron gracias a los productos que les pedían los paisanos en Estados Unidos; los comercios de productos no esenciales como productos deportivos pudieron mantenerse gracias a la tendencia que surgió de ejercicio en casa, alrededor del 90% de esas ventas se realizaron por medio de las páginas de Facebook en grupos de compra y venta en Ejutla con servicio a domicilio y lo que más se vendían eran mancuernas, ligas, artículos deportivos de bajo precio; en ropa lo tenía interacción era ropa interior, ropa deportiva y la ropa con grandes

descuentos ya que muchas personas que no tenían el tiempo para realizar ejercicio dieron inicios a esta tendencia o aprovechaban las ofertas, en el calzado las únicas ventas eran sandalias y de igual forma calzado en oferta.

En la siguiente figura podemos apreciar las variaciones en ventas aproximadas que se han alcanzado tomando como base el año 2019 y las modificaciones que han tenido para los años 2020, 2021, hasta diciembre de 2022, sin embargo aun no es suficiente para alcanzar lo esperado, las ventas han crecido pero aún hay muchas personas que tienen miedo a los contagios, prefieren no acudir a realizarse ningún tipo de servicios de esta índole, y con la alza de precios prefieren consumir productos de primera necesidad que productos consumidos por gustos.

Figura 2 Estimaciones en ventas porcentuales



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Microempresas en Ejutla

La pandemia vino a cambiar el consumo y disfrute de muchos productos y servicios, en ese tiempo las prioridades de la vida cambiaron, la guerra entre Ucrania y Rusia disparo los precios en productos importados de esos países o de otros países que tuvieron impactos desfavorables por la guerra; estos factores impactaron en la inflación en México y todo el país y el único sector que se ha mantenido por necesidad de subsistencia es el sector popular, donde muchas familias se sitúan; en este sector se ubica el 88% de las familias Ejutecas, es por ello que queremos

impulsar este sector que el gobierno y sector privado no le ha dado la importancia que merece.

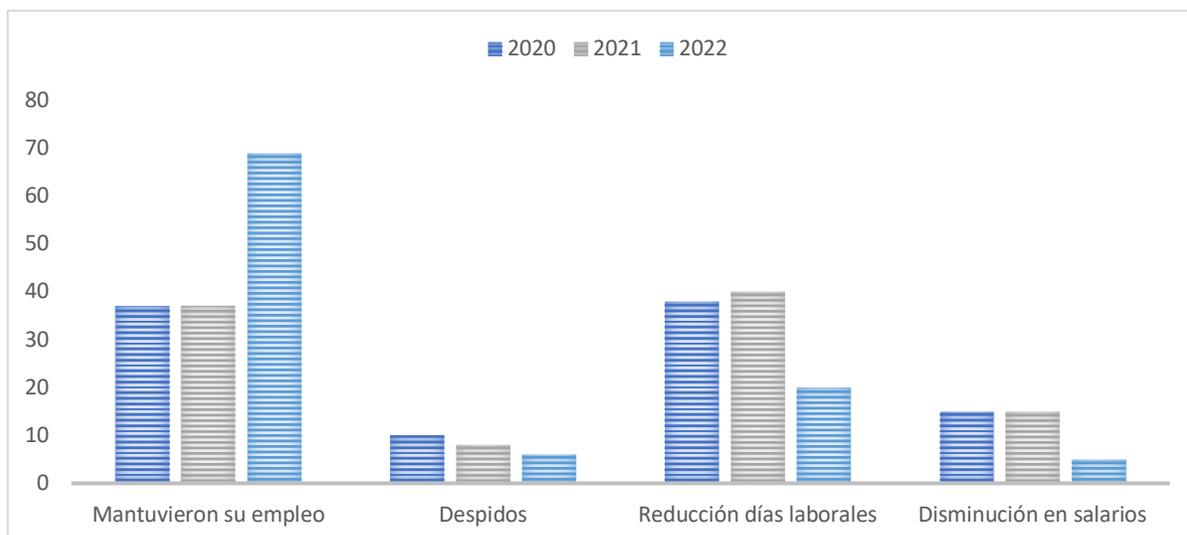
## II.II. II. EFECTO NEGATIVO DEL DESEMPLEO, LA DISMINUCIÓN DEL INGRESO DE LA POBLACIÓN

En Ejutla de Crespo cientos de personas trabajadoras se tuvieron que quedar en sus casas, bajo el modelo de Home Office o bien tuvieron que afrontar consecuencias de la crisis como bajas de sueldo, reducción en días laborales o despidos desde finales de marzo de 2020, cuando se estableció como una emergencia sanitaria la pandemia por COVID-19. Las consecuencias de la crisis se sintieron sobre todo a partir del mes de abril y el shock sobre la actividad económica ejuteca afectó un mercado laboral ya debilitado por brechas en materia de acceso y calidad del empleo.

En el primer año de la pandemia se observó una salida de personas de la fuerza laboral y la pérdida de empleos formales e informales. La tasa de desempleo subió a en los años 2020, 2021 y en el 2022 aun no logran recuperarse al estándar manejado en el 2019.

Los datos de los efectos del empleo durante la pandemia se pueden visualizar en la siguiente figura, se puede observar en porcentaje aproximado el comportamiento de algunas medidas que tuvieron que tomar los dueños de las microempresas para seguir operando sin embargo también se puede notar que el porcentaje de personal constante en operaciones se debía a que en Ejutla de Crespo viven personas que su empleo no interfiere con el ejercicio de las microempresas tal es el caso de los maestros, doctores, enfermeras, servidores públicos y otro tipo de personal que se puede considerar como personas que tienen un empleo seguro.

Figura 3 Efectos del Empleo



Fuente: Elaboración Propia con datos de Ciudadanos en Ejutla de Crespo.

Algunos sectores de la población son más vulnerables ante los efectos de la crisis económica. Si bien la Federación a ha tomado algunas medidas para contener el impacto de la pandemia en el mercado laboral, dichas estrategias no han llegado directamente a los trabajadores de Ejutla de Crespo, la crisis que se experimenta tiene consecuencias y efectos sin precedentes. El diálogo social es un componente indispensable para poder garantizar una recuperación sólida y sostenible cuando no se espera nada de la Administración Pública en cualquier nivel.

El aislamiento, la cuarentena y el distanciamiento social son las principales medidas que están siendo utilizadas para contrarrestar la COVID-19 a nivel global. Si bien estas medidas permiten aplanar la curva de contagio, también afectan la actividad económica, al desacelerar e incluso interrumpir la producción, lo que disminuye las horas de trabajo y los salarios y da lugar a la reducción de la demanda agregada de bienes y servicios.

### II.II.III AVANCE DEL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y MODERNIDAD ECONÓMICA

Una de las ventajas del confinamiento dentro del periodo que comprende la pandemia de COVID-19, es la implementación en un margen más amplio, de la tecnología en las actividades que conforman nuestro día a día, la escuela, el trabajo y el desarrollo de las microempresas principalmente; hoy por hoy internet es una herramienta tecnológica cuyo cambio y crecimiento son exponenciales, además de ser el recurso más valioso con que cuenta la sociedad en toda circunstancia, especialmente en una situación de contingencia como la pandemia.

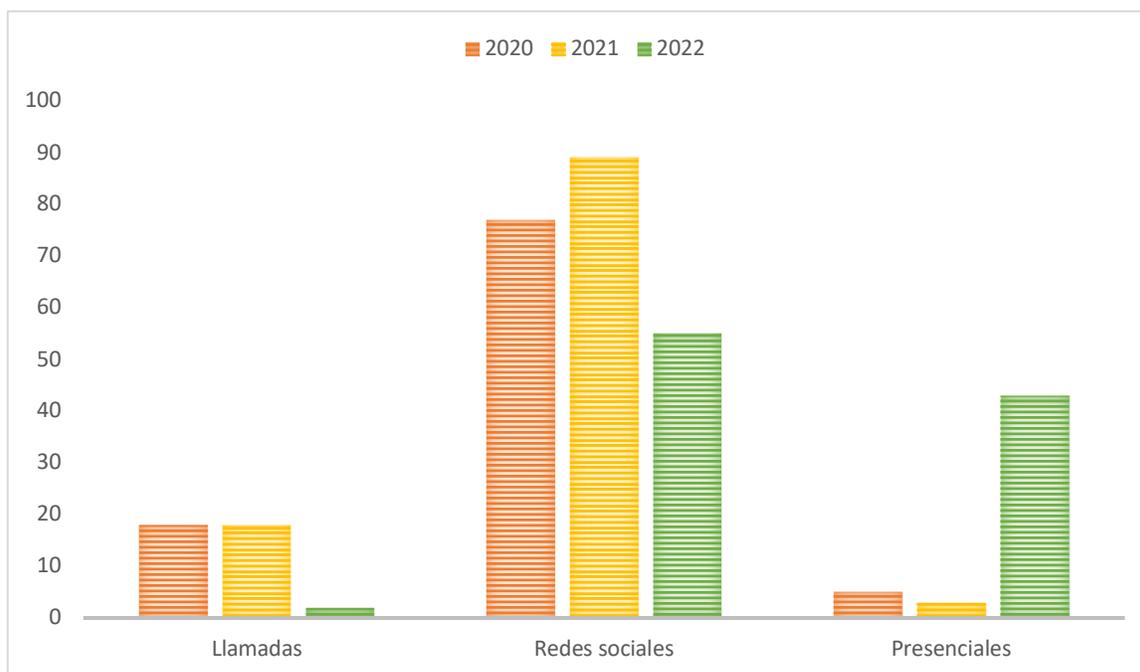
A manera de reflexión y según los expertos, la emergencia sanitaria nos permitió avanzar diez años en términos de habituarnos al uso de la tecnología; lo mismo ocurrió con las universidades, profesores, alumnos y colaboradores quienes tuvieron que adaptarse a las clases en línea y al home office que no fue opcional sino necesario.

En términos económicos y recapitulando sobre la tecnología, uno de los sectores que se ha visto mayormente impulsado en estos tiempos es el de comercio electrónico o en línea, lo cual ha sido aprovechado en su mayoría, por las microempresas comerciantes y emprendedores. A raíz de las restricciones por horarios impartidas por las autoridades Municipales de Ejutla de Crespo los empresarios y emprendedores se vieron en la necesidad de ofertar sus productos a través del Facebook, Instagram y WhatsApp que son las redes sociales gratuitas y de mayor impacto en la localidad, gracias a estos medios muchas empresas pudieron mantenerse a flote con las ventas en redes sociales y los servicios a domicilio estos ya sea por la misma empresa o por el surgimiento de las moto mandados que surgieron en esta temporalidad y aprovecharon estos tiempos para emprender esta acción.

En la siguiente figura podemos visualizar a manera de porcentaje aproximado el medio en el que se efectuaron las ventas, es notorio que muchas empresas

persistieron porque ofertaban sus productos en redes sociales, es por ello que esta estrategia debe ser considerada en tiempos actuales y futuros en un mundo tan competitivo como en el vivimos actualmente.

Figura 4 Medios de Ventas



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de microempresas y emprendedores de Ejutla de Crespo.

#### II.II.IV CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS NEGATIVOS EN LA AGRICULTURA Y COMERCIO

Para todos es bien sabido que en Oaxaca las actividades agropecuarias tienen una gran importancia en el medio rural como fuente de ingresos y proveedor de alimentos, en nuestro caso la Ciudad de Ejutla de Crespo no es la excepción. El sector agropecuario desarrolla sus actividades en gran parte en las agencias que conforman al municipio y aprovecha los recursos naturales, constituyéndose en uno de los principales medios de empleo para la población que reside en el medio rural.

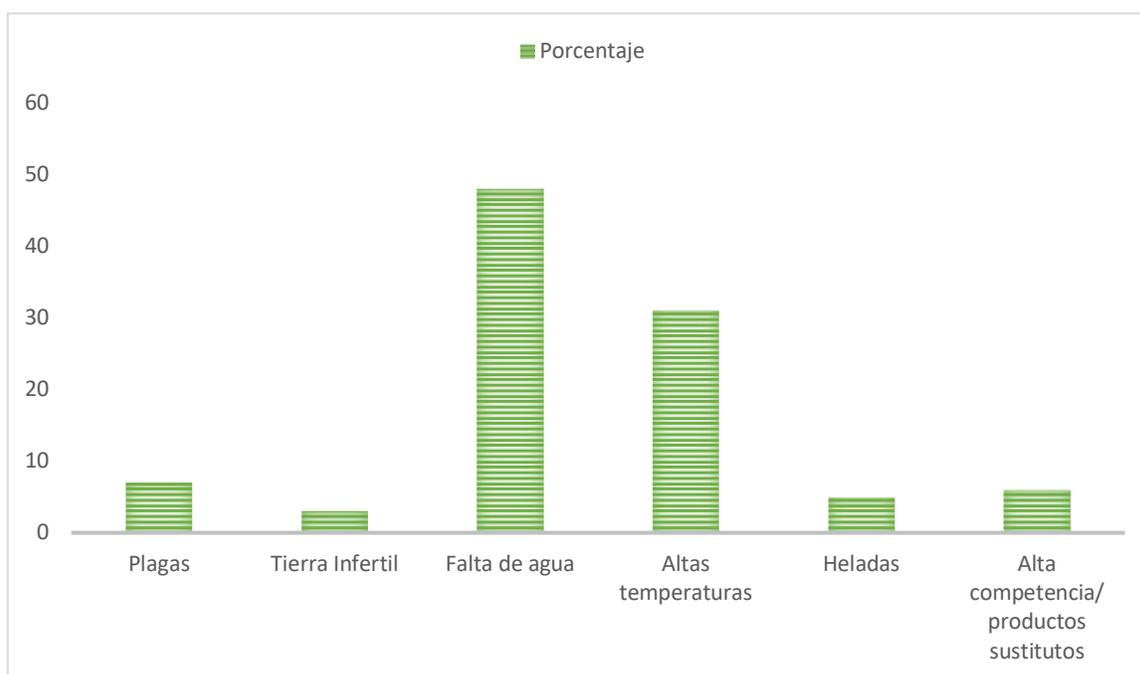
Según expertos y en base a nuestro análisis existen predominantemente impactos negativos del cambio climático sobre los ingresos y la producción agrícola. En

cuanto a los ingresos netos agropecuarios, se encontró que en la mayoría de las agencias consideran que el aumento en la temperatura tiene efectos negativos sobre el valor de la tierra al afectar adversamente al ingreso neto obtenido por la unidad de producción en su conjunto de actividades agropecuarias. Lo anterior, como consecuencia de la reducción en las precipitaciones y el aumento en la temperatura derivado del calentamiento global. En relación con los impactos del cambio climático a nivel de la producción municipal, las estimaciones indican que hacia el 2050 existirán mayores pérdidas en el valor de la producción no solo en este Municipio sino en todo el país

En la actualidad, el sector agropecuario en Ejutla ha sufrido una serie de cambios y adaptaciones a lo largo de los años, tanto por modificaciones en las condiciones de la tierra, las variaciones en el clima, los cambios en las demandas de la sociedad, el consumo de productos sustitutos y la alta competencia. En ocasiones esto se ha hecho al modificar las prácticas de manejo de las unidades agropecuarias y por la sustitución de cultivos o razas, entre otras causas. El cambio climático revive este reto y las medidas analizadas en este trabajo dejan claro que existen los elementos para afrontarlo.

El cambio climático repercute principalmente en el ciclo hidrológico, notoriamente en las precipitaciones, lo cual impacta en la demanda de sistemas de riego mayormente; otro de los efectos del cambio climático es la modificación en la distribución de las plagas, la tierra infértil, altas temperaturas, heladas y como mencionamos anteriormente la alta competencia; todos estos factores podemos visualizarlos en la siguiente figura, se puede apreciar de una manera simple el porcentaje que repercute estos factores en la agricultura desde la propia experiencia de los agricultores de la Ciudad de Ejutla de Crespo.

Figura 5 Porcentaje de los efectos negativos en la agricultura



Fuente: Elaboración Propia con datos de los agricultores de Ejutla de Crespo.

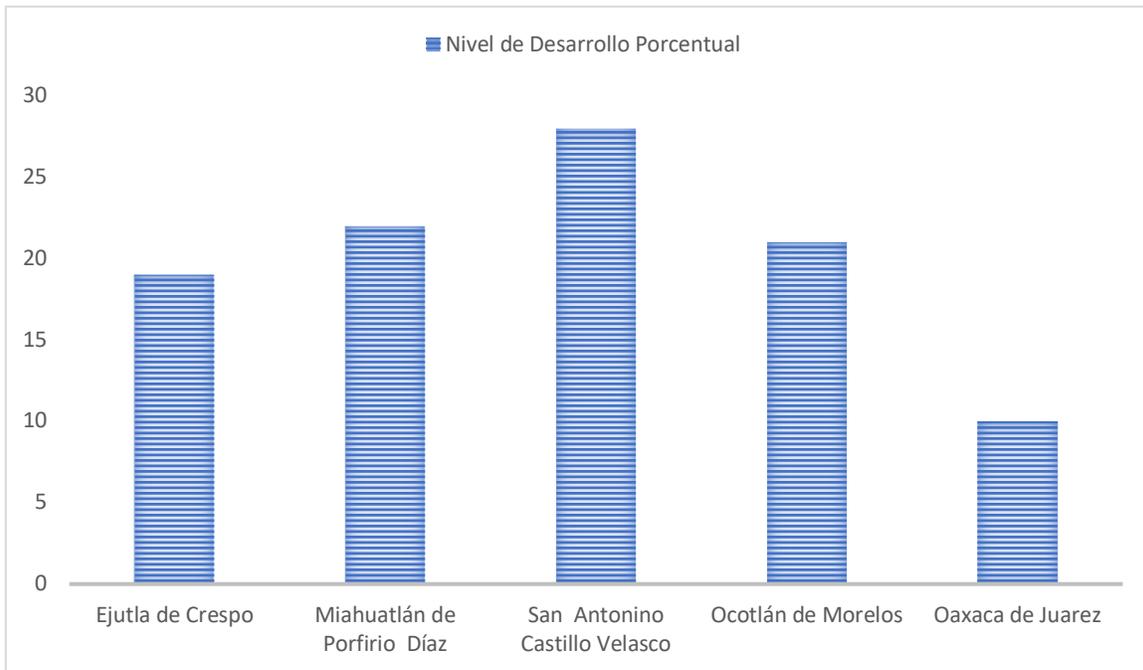
#### II.II.V. ALTA COMPETENCIA REGIONAL EN PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y COMERCIO

En el Estado de Oaxaca y en todas sus regiones se concentra gran producción agrícola y sin duda grandes interacciones comerciales distribuidos a lo largo del territorio estatal muestra la diversidad de suelos y climas que determinan sus condiciones para el cultivo. Es por ello que existe una gran competencia de dichos productos con nuestros vecinos que resultan ser nuestra competencia para un desarrollo comercial potencial tal es el caso de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Ocotlán de Morelos, San Antonino Castillo Velasco y la Propia Ciudad de Oaxaca por la corta distancia que nos separa.

En base a los testimonios de Ejutecos se puede connotar que Ejutla de Crespo, Oaxaca se posiciona en el tercer sitio respecto a que Municipio se puede considerar como el mayor exponente comercial y agrícola considerando así el mayor desarrollo

local como lo podemos apreciar en la siguiente figura tomando como referencia el porcentaje aproximado de esa región sumando entre estos un 100%.

Figura 6 Standing de la Región Valles Centrales-Sur



Fuente: Elaboración propia

## II.II. OPORTUNIDADES

En este apartado se puede apreciar los factores positivos que tiene el entorno en el que se desenvuelve esta investigación para poder identificar dichos factores y a su vez que esas oportunidades se conviertan en fortalezas.

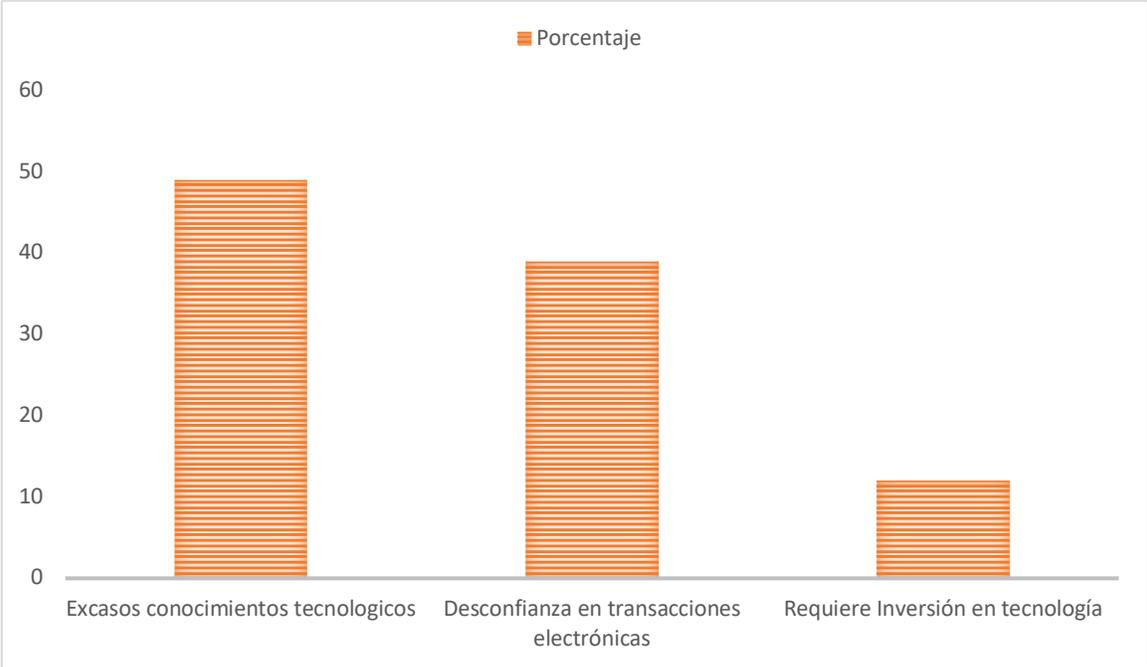
### II.II.I. RED DE INTERNET PARA MEJORAR LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DEL MERCADO.

El mercado de bienes y servicios es donde se compran y venden todo tipo de bienes como ropa, alimentos, electrodomésticos, etc. y servicios como servicios de salud, educativos, estéticos, etc.; cuando hablamos de mejorar las actividades comerciales

estamos hablando de expandir nuestras maneras para comprar y vender con el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación; hoy en día a raíz de la pandemia por Covid-19 muchos empresarios y emprendedores tuvieron la iniciativa de buscar alternativas para vender y comprar por las limitaciones en desplazamientos, dichas estrategias consistieron en ofertar sus productos a través de las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) que son las redes sociales gratis y más conocidas por la población, sin embargo la mayoría de estas ventas solo se limitaron a esta región, alrededor del 65% aproximadamente ofertaron sus productos para el Municipio de Ejutla de Crespo, Ocotlán de Morelos, San Antonino Castillo Velasco y la Cd de Oaxaca, pero les interesaría expandir a nivel estado o país sus transacciones, sin embargo todavía existe un porcentaje considerable que no atreve.

En la siguiente figura podemos apreciar los factores que impiden a los empresarios y emprendedores ampliar su mercado de bienes y servicio con apoyo de las Tic's, básicamente se debe ampliar nuestra mentalidad al momento de hacer negocios y buscar el apoyo de facilitadores expertos en temas digitales e-commerce.

Figura 7 Factores que Impiden Transacciones con apoyo de las Tic's



Fuente: Elaboración propia con datos de Ciudadanos de Ejutla de Crespo

Actualmente en todo el mundo, se puede observar una transformación en el modo de producción de las empresas (independientemente de su tamaño y del sector al que pertenezcan); gracias a la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tic's), y con esto se da también un cambio en el mercado de trabajo, en lo referente a conocimientos y habilidades de la fuerza laboral.

### II.II.II. EL APOYO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Toda la tecnología tiende a crear un nuevo entorno humano, los entornos tecnológicos no son meramente pasivos externos a las personas, por el contrario, son procesos activos que reconfiguran a las personas y otras tecnologías similares.

No se debe olvidar que las Tic's están en permanente evolución, por lo que el concepto de longlife learning, o educación continua, se reproduce permanentemente. Aunque este estudio se enfoca principalmente en el sector de las microempresas, la tecnología y el desarrollo local también abarca el sector educativo, laboral, social y de recreación; todos los sectores han tenido una gran incursión para la continuidad de las actividades personales, comerciales y empresariales a raíz de la pandemia, la mayoría se vio en la necesidad de implementar la tecnología en la vida diaria para solventar las actividades que se hacían de manera presencial.

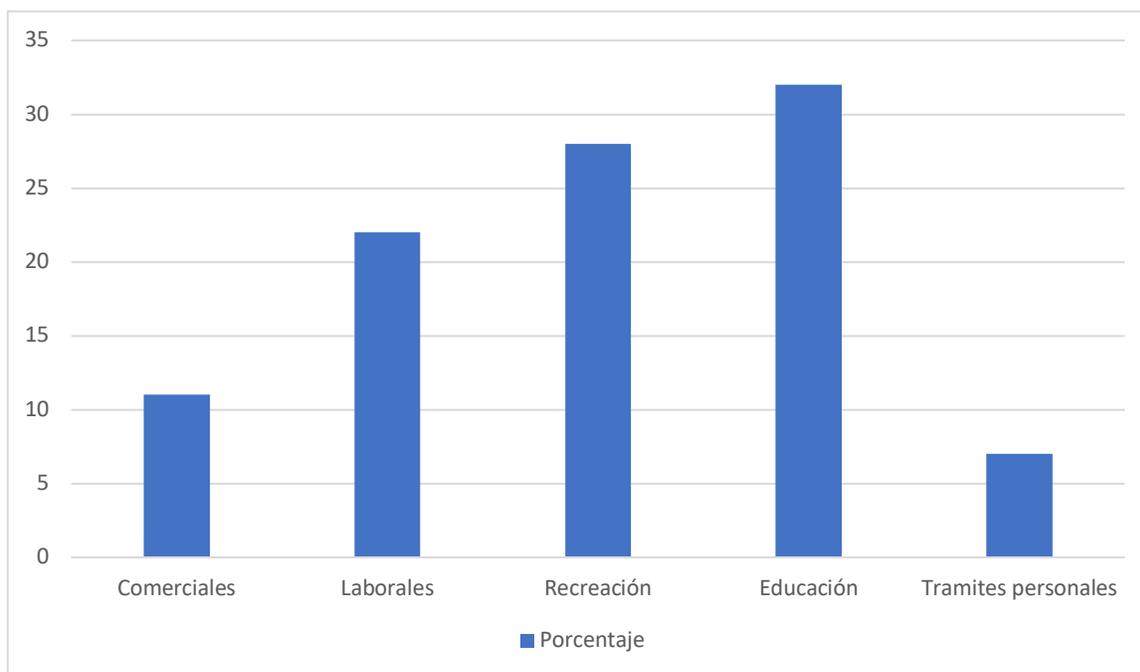
Esa cualidad propia de las Tic's permite como trabajadores, colaboradores, estudiantes y ciudadanos desarrollarse en un contexto diferente cada día, y mantenerse en un constante aprendizaje, la educación formal e informal, el trabajo y los servicios públicos se tornan en desafíos que se presentan a veces de forma inconsciente, por lo inmerso en el uso de la tecnología.

Aunque pareciera algo difícil de enfrentar, es tal la manera en que nos hemos involucrado ya con las Tic's que incluso es parte de nuestra cotidianidad para la

mayoría de los pobladores de esta localidad; sin embargo en la Ciudad de Ejutla de Crespo alrededor del 41% de los pobladores no cuenta con servicios de Internet y necesitan acudir a negocios de renta de computadoras o consumen tarjetas de prepago en celulares para poder realizar sus actividades, otro factor que encontramos como amenaza es que aproximadamente 1 de cada 15 días la señal tiene problemas de conexión no solo de internet, también de señal de teléfono y el tiempo que tarda en retornar una estabilidad es aproximadamente de 3 a 5 horas, lo que llega entorpecer todas las actividades que se desarrollan en la Ciudad de Ejutla de Crespo.

En la siguiente figura se puede visualizar las principales actividades para las cuales las y los pobladores de la Ciudad de Ejutla de Crespo utilizan la red de Internet

*Figura 8 Actividades para las cuales se utiliza la Red de Internet*



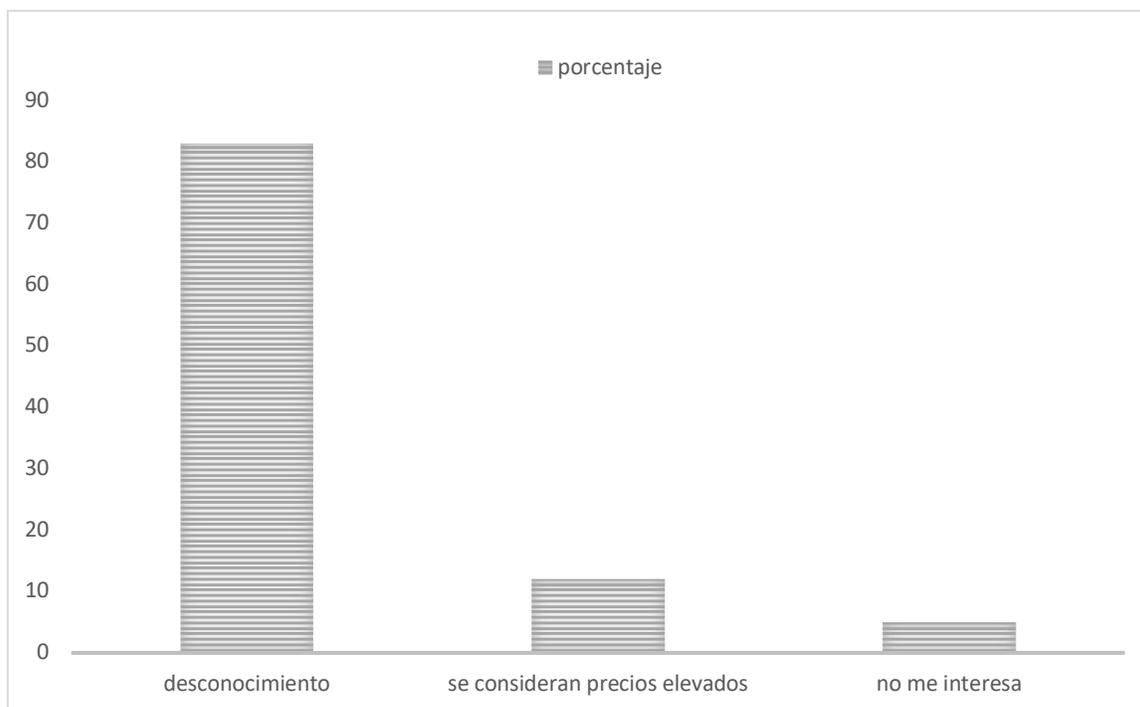
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los pobladores de Ejutla de Crespo.

### II.II.III. POTENCIAL APOYO DEL SECTOR PÚBLICO PARA LA CAPACITACIÓN DE EMPRENDEDORES Y MIPYMES

En el estado de Oaxaca y las diversas universidades públicas y privadas brindan apoyo a los empresarios y emprendedores en diversos temas de capacitación. En el Gobierno del Estado de Oaxaca existen algunas dependencias que brindan estas facilidades dentro de sus funciones sustantivas, por mencionar algunas encontramos la Secretaría de Economía, la Secretaría de Turismo, el Instituto de Capacitación y productividad para el Trabajo, el Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y la Competitividad, la Coordinación del Servicio Nacional de Empleo entre otras; así mismo encontramos instituciones educativas que pueden brindarnos ciertas capacitaciones tal es el caso del Instituto tecnológico de Oaxaca, La Universidad Autónoma Benito Juárez, Lasalle, ANAHUAC, Mesoamericana, URSE, el sistema de las Universidades del SUNEО por mencionar algunas.

Con dichas capacitaciones se promueve el fortalecimiento y desarrollo de los conocimientos, habilidades y destrezas de las microempresas y emprendedores de la Ciudad de Ejutla de Crespo, porque hoy en día, aunque diversas instituciones nos pueden brindar esas facilidades no se efectúan en Ejutla de Crespo; el 83% de los pobladores ubicados en estos giros manifiestan que desconocen los procesos a seguir para obtener estos beneficios como se puede visualizar en la siguiente figura.

Figura 9 Factores que impiden las capacitaciones



Fuente: Elaboración Propia con datos de la Población de Ejutla de Crespo

#### II.II.IV. POTENCIAL APOYO DEL SECTOR PÚBLICO DE TIPO FISCAL Y FINANCIERO PARA LAS MIPYMES

Un estudio del Banco de México (2019) señala que las tasas de interés en el crédito MIPyME son variadas; sin embargo, en promedio el crédito a MIPyME es considerablemente más caro que el crédito a empresas grandes. Las empresas micro y pequeñas pagan tasas en promedio tres puntos porcentuales más elevadas que las medianas. Por otro lado, una fracción importante del crédito a empresas micro y pequeñas se provee a través de una fuente relativamente cara de financiamiento, la tarjeta empresarial. Esto refleja que las restricciones al acceso al crédito de las empresas micro y pequeñas son mayores que las que enfrentan las medianas.

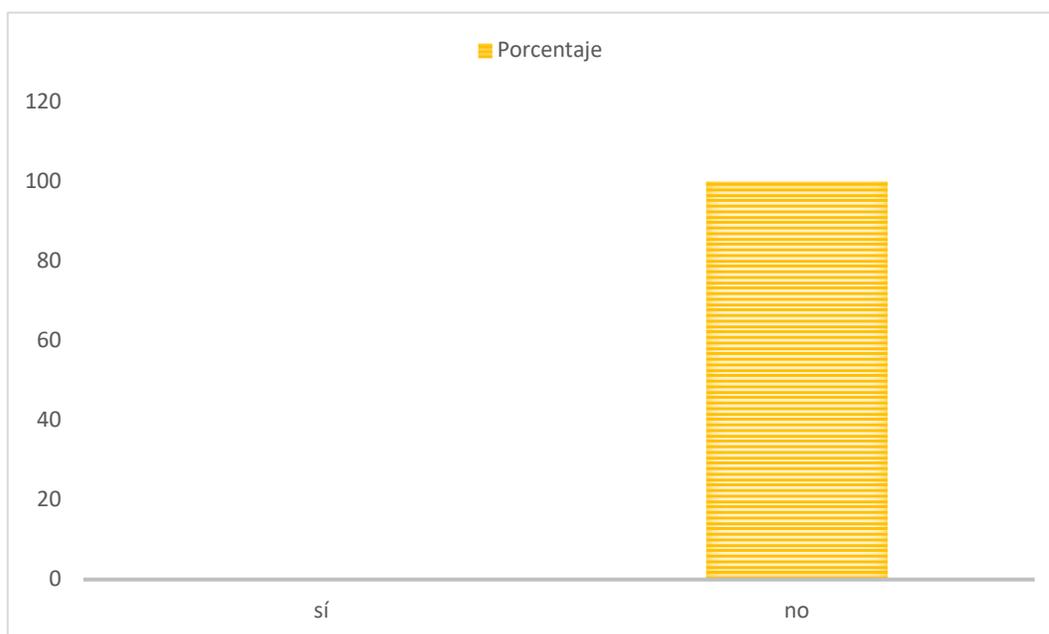
El papel que idealmente puede jugar la garantía es la de lograr que los bancos, sin renunciar a su metodología de evaluación, incorporen como clientes de crédito a pequeñas empresas que de otra forma no lo serían. Esta función genérica es llevada

a cabo por los sistemas de garantía. Estos sistemas existen en prácticamente todos los países europeos y están experimentando un gran desarrollo en los países latinoamericanos en los últimos años (En México se apoyaron con garantías a través de Nacional Financiera (NAFIN)).

El Financiamiento es la aportación de fondos y recursos económicos necesarios para el desarrollo de una actividad productiva, así como, para poder emprender, y también invertir en actividades innovadoras, tecnológicas y de comunicación, cuyo costo está representado por los intereses que deban pagarse por su utilización.

Sin embargo en Ejutla de Crespo los empresarios y los emprendedores manifiestan no hacer uso de fuentes de financiamiento Bancarias porque son excesivamente elevados los intereses y a raíz de la pandemia por Covid-19 no han recibido hasta mayo de 2022 ningún tipo de apoyo fiscal y/o financiero ya sea de administración pública federal, estatal y municipal como se muestra en la siguiente figura; todos los encuestados manifiestan rascarse con sus propias uñas para poder salir adelante con sus negocios y por el bienestar de su familia.

Figura 10 ¿Han recibido algún tipo de apoyo fiscal o financiero por parte de la Admón. Pública?



Fuente: Elaboración propia con datos de la población de Ejutla de Crespo

## II.II.V. APOYO DEL GOBIERNO DE TIPO SOCIAL (EDUCACIÓN, SALUD) PARA EL DESARROLLO LOCAL

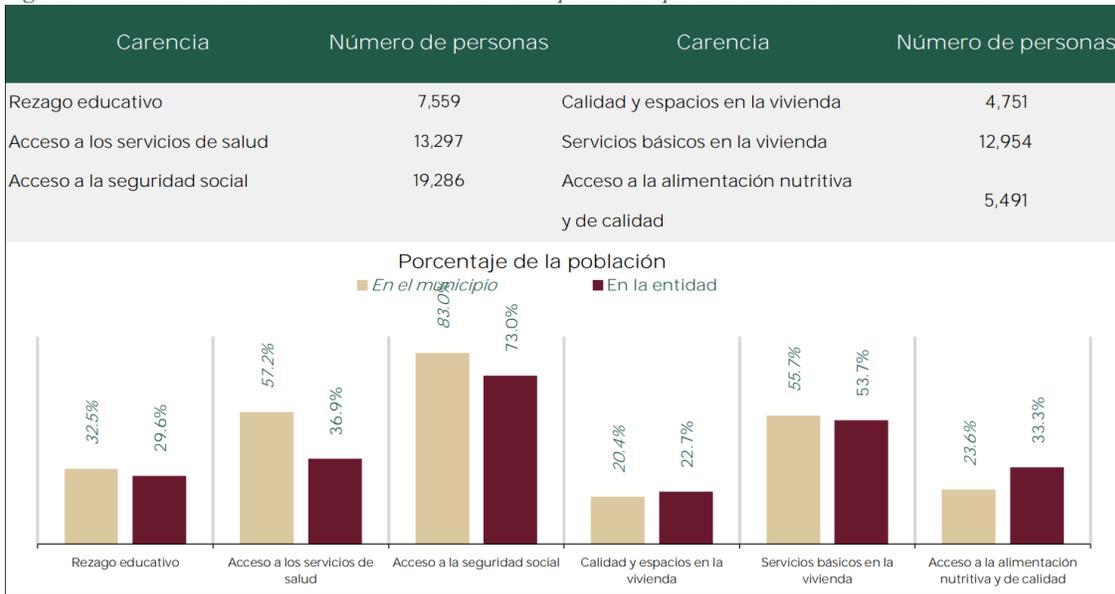
En materia de desarrollo social, Ejutla de Crespo se sitúa en base al Informe Anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2022 emitido por la Unidad de Planeación y Evaluación de Programas para el desarrollo de la secretaria de Bienestar con un grado de rezago social medio, así como se puede visualizar en la siguiente figura, se puede contemplar un cuadro comparativo entre datos del Municipio de Ejutla de Crespo y el Estado de Oaxaca

Figura 11 Información general de la Población, condiciones de pobreza, marginación y rezago social

Indicador	En el municipio	En la entidad
Población (número de personas), 2020 <sup>1</sup>	23,148	4,132,148
Población de mujeres	12,069	2,157,305
Población de hombres	11,079	1,974,843
Población con discapacidad	1,989	273,876
Población indígena	1,039	1,780,303
Población afroamericana	876	194,474
Población adulta mayor (65 años y más)	2,678	394,797
Grado de Marginación, 2020 <sup>2</sup>	Alto	Muy alto
Grado de Rezago Social, 2020 <sup>3</sup>	Medio	Muy alto
Zonas de Atención Prioritaria, 2022 <sup>4</sup>		
Rurales	0	0
Urbanas	1	523

Fuente: elaborado por la Dirección General de Planeación y Análisis (DGPA), Secretaría de Bienestar, con datos de la Medición Multidimensional de la Pobreza 2020 de CONEVAL, con información de INEGI 2020.

Figura 12 Indicadores de Carencias sociales en el Municipio en comparación con el Estado de Oaxaca



Fuente: elaborado por la Dirección General de Planeación y Análisis (DGPA), Secretaría de Bienestar, con datos de la Medición Multidimensional de la Pobreza 2020 de CONEVAL, con información de INEGI 2020.

Para lograr un desarrollo local en la Ciudad de Ejutla de Crespo la Administración pública deberá generar igualdad de oportunidades para los grupos más pobres y vulnerables, apoyar el desarrollo de las capacidades de las personas en condición de pobreza y fortalecer el tejido social a través del fomento de la participación y el desarrollo social, por medio de la mejora educativa, productividad, superación de carencias sociales, ciencia, tecnología, mejora en salud, mejora laboral, bienestar social, desarrollo cultural, medio ambiente, desarrollo deportivo y por ende el bienestar económico; ya que los datos que percibe la población son críticos.

El 96% de las personas encuestadas en esta ciudad manifiestan no contar con infraestructura para esparcimiento sociales (Cívicos, deportivos, culturales) viables que cumplan estándares de calidad, el 100% emite que no se cuenta con infraestructura y servicios públicos en salud en el municipio aptos, este mismo porcentaje considera que hace falta una Institución Pública de nivel superior para todos los estudiantes egresados del COBAO que desean seguir con sus estudios ya que este tipo de instituciones ayudarían a elevar nuestro grado de personal

especializado y el nivel de vida para diversos sectores. Porque para elevar el nivel de desarrollo local en esta localidad es fundamental coordinar y cooperar como ciudadanos haciendo comunidad fomentando el desarrollo humano integral siempre en busca del beneficio común.

### III. ENTORNO INTERNO

El entorno interno hace referencia a todos los componentes que integran a una organización con la finalidad de identificar fallas y aprovechar áreas de oportunidad.

#### III.I. DEBILIDADES

Se refiere a todos los factores que conforman una barrera para el óptimo funcionamiento de las organizaciones, es decir, se refieren a los problemas internos que una vez identificados, se podrán establecer estrategias para mejorarlas y eliminarlas buscando siempre una mejora.

##### III.I.I. INFLUENCIA DE LA ECONOMÍA TRADICIONAL EN EL SECTOR POPULAR

El sector popular es importante para la economía Ejuteca, no solo porque aportan al PIB y empleo, sino porque son empresas que se pueden fortalecer con el apoyo del sector público y privado para que dichas empresas puedan obtener inversión, implementar tecnología, aumentar su calidad e ingresos que beneficien a la economía no solo de la localidad sino también del Estado de Oaxaca, ya que en un mundo tan competitivo se focaliza ser empresas con innovación que necesitan impulso para crecer y ser competitivas.

Son un excelente medio para impulsar el desarrollo económico en la Ciudad de Ejutla y lograr una mejor distribución de la riqueza. Sin embargo, se presentan con retos difíciles que tienen que combatir día a día para competir en un mercado global, ya que muchas de ellas no logran competir con grandes empresas en cuanto a sueldos e infraestructura, siendo estos aspectos importantes que las debilita.

Se puede encontrar que las microempresas en Ejutla surgieron a partir de dos formas: Por una parte encontramos un 12% que son empresas que se generaron como tal, en las que se establece una organización, planeación y estructura, y pertenecen a la economía formal; y por otra encontramos a las empresas que representan el 88% que nacieron de una necesidad y tiene un origen familiar, puesto que únicamente se preocuparon por la supervivencia sin considerar la planeación y organización correcta de dicha empresa operando empíricamente.

Los ingresos que normalmente perciben no son muy elevados, pero, al unir cada uno de ellos, se puede observar el aporte tan significativo que le dan a la Ciudad de Ejutla en temas de impuestos, tributos y generan el 72% del empleo aproximadamente. Cabe destacar que estas empresas se ven afectadas en su crecimiento por su manera de operar administrativamente ya que la gran mayoría solo opera por supervivencia y no piensan más allá en su desarrollo.

Estas cifras demuestran que uno de los objetivos principales del gobierno debería ser establecer cada vez más medidas de apoyo que logren impulsar y motivar a este tipo de iniciativas, para así ir mejorando poco a poco la economía. El paralizar parcial o totalmente las actividades a raíz de la pandemia por Covid-19 ha sido el mayor obstáculo que han enfrentado las empresas desde el año 2020, teniendo pérdidas considerables para sus emprendimientos. Normalmente solo el 8% de las empresas de esta índole cuentan con un respaldo económico que las ayude frente a las crisis por lo que se les hace más difícil superarlas.

En base a los datos anteriores debemos ayudar a las microempresas con capacitación y ayudarlas a ir cambiando poco a poco los paradigmas al momento de hacer negocios motivando a los empresarios y emprendedores a cambiar la manera de administrar sus proyectos dándoles a conocer sus ventajas competitivas para hacer una transición de una administración tradicional a una administración moderna.

### III.I.II. ADMINISTRACIÓN TRADICIONAL-INDIVIDUAL EN LA MAYORÍA DEL SECTOR POPULAR

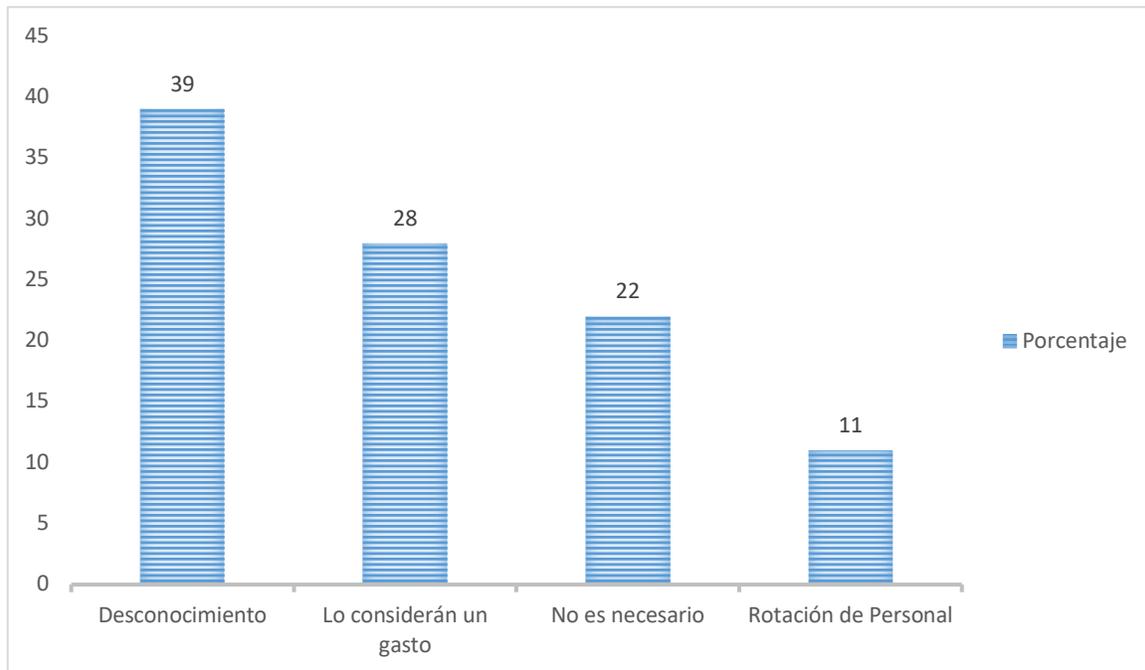
La administración moderna es una necesidad para cualquier ámbito de nuestra vida que queramos desarrollar y las empresas o emprendedores que pertenecen al sector popular no son la excepción. Sin ella, los colaboradores no tienen un entendimiento claro sobre sus responsabilidades y/o deberes. Una empresa que carece de una administración adecuada, no puede tener un modelo de negocio para trabajar, ya que es probable que esté llena de empleados que tienen solo una ligera idea de cómo llevar a cabo su trabajo.

Cuando una empresa no dimensiona las ventajas en las que puede incursionar por ser miembro de una economía social y solidaria y solo quedarse en la individualidad de la economía privada esta limitando sus áreas de oportunidad para desarrollarse, es por ello que se pretende poder darles una conferencia charla para que puedan entender las diferencias y ventajas que cada vertiente ofrece (sector privado- sector popular).

Una empresa de economía social y solidaria, esta más propensa a recibir apoyos por parte del sector público, podría tener más ventajas por precios reducidos al realizar compras solidarias, ventas solidarias, capacitaciones ya que los trabajadores que no están debidamente preparados pueden frustrarse por su incapacidad para poder subir de nivel en la empresa, lo que los lleva a buscar otro empleo o simplemente conformarse con un rendimiento menor. El 100% de los empleados Ejutecos que laboran en microempresas, han asegurado que desde la pandemia por Covid-19 no han sido capacitados por sus empleadores, y este mismo porcentaje refleja que antes de la pandemia tampoco han tenido ese beneficio, que de manera practica solo ejecutan sus actividades por las instrucciones que les da el empresario al inicio de sus operaciones o sus compañeros de trabajo que tienen mayor experiencia en el centro de trabajo.

En la siguiente figura se puede expresar en manera de porcentajes aproximados las razones por las cuales los empresarios o emprendedores no han participado en la economía social y solidaria, sin embargo el 98 % comunica que estaría dispuesto a recibir una capacitación de ESS y consideraría ser parte activa de ESS.

Figura 13 Factores que consideran para practicar la economía social y solidaria



Fuente: Elaboración propia con datos de la población de Ejutla

Debemos hacer de conocimiento a los empresarios y emprendedores que la capacitación en varias áreas fortalece a una empresa para poder compensar el desempeño de los colaboradores y que a mayor productividad de los colaboradores significa mayor productividad de la empresa. De igual forma deben cambiar la manera de pensar que la capacitación es un gasto y deben verlo como una inversión que se hace para tener colaboradores altamente capacitados.

### III.I.III. INSUFICIENTE APOYO FISCAL Y FINANCIERO DEL SECTOR POPULAR.

La pandemia por Covid-19 ha causado fuertes estragos en la mayoría de los integrantes del sector popular en el estado de Oaxaca según datos del Censo Económico 2019 del INEGI en Ejutla de Crespo existían 760 microempresas de las

cuales el 98% sobrevivieron, mientras que aproximadamente 15 empresas cerraron sus puertas definitivamente, 9 empresas aproximadamente surgieron en plena crisis de acuerdo con datos proporcionados por la Autoridad Municipal de Ejutla de Crespo, pero el 100% manifiesta haber tenido perdidas monetarias alrededor del 83% de sus ventas diarias, y de igual forma manifiestan no haber recibido ningún apoyo fiscal o financiero que las ayude a salir de esa declive monetario por el cual atraviesan.

En la siguiente figura se puede observar la distribución por giros de las unidades económicas en Ejutla de Crespo, siendo muy notorio que lo que más se expresa es el giro comercial representado por el 44.3%.

Figura 14 Unidades Económicas según Sector Económico



Fuente: Censo Económico 2019 INEGI

El escenario es desalentador ya que la Reforma fiscal 2021 no contempla estímulos para las microempresas, ni reducciones de impuestos, de tasas o diferimientos de pagos. En pocas palabras, no hay un esquema de apoyo para estas empresas, explicó Jaime Espinosa de los Monteros, socio de Hogan Lovells y experto en Derecho Fiscal.

Ante la falta de incentivos fiscales, una recomendación es tratar de aprovechar todas las herramientas que vienen en la legislación fiscal. Un ejemplo es la

reducción de pagos provisionales que pueden pedirse a partir del segundo semestre, además del tema del IVA, que, al ser flujo de efectivo, debe cuidarse.

En el 2020, el presidente López Obrador respondió las dudas del porque el gobierno no apoya a las empresas de cualquier tamaño porque considera que si una empresa entra en crisis los dueños tendrán que asumir las consecuencias porque la administración pública no se encargara de asumir riesgos que no le competen. México es uno de los países que menos colaboro con el personal y unidades económicas durante la contingencia, en mención a lo anterior se sugiere que si la administración pública no proporciona apoyos para estas empresas se busque la forma en que el Municipio pueda procurar estrategias en estos apartados para poder sustentar el desarrollo de las microempresas en esta localidad.

#### III.I.IV. NULAS FACILIDADES ADMINISTRATIVAS PARA DAR DE ALTA EMPRESAS DEL SECTOR POPULAR

La gran mayoría de las microempresas en Ejutla de Crespo subsisten en medio de un mercado agresivo, demandante, con insuficiente acceso para actualizar su tecnología, trámites administrativos complejos, pocas facilidades para obtener créditos entre otros, de tal forma que podría pensarse que sólo es responsabilidad de la administración pública en cualquier nivel impulsarlos, no obstante debería ser un trabajo conjunto, para conceptualizarlo de forma diferente que propicie un aparato productivo integral en el que se conserven entre otros factores modelos de empresas sustentables a largo plazo, con creación o mantenimiento de empleos, aumentando el ahorro de capital propio que favorezca su crecimiento. Razón por la cual estudiar a las microempresas que forman parte del motor económico de esta localidad, así como su supervivencia como unidades económicas, e identificar cuáles son los motivos por los que no crecen y en ocasiones tiendan a desaparecer.

Las Microempresas enfrentan una competencia difícil de igualar, ya que en ocasiones no se consideran con las herramientas suficientes para hacer frente a este hecho, incluso la suficiente capacidad económica para poder sobresalir dentro

de su ramo, o estas se mantienen gracias a que durante varios años se han especializado o adoptado de sus abuelos o padres, sistemas caducos de administrar sus negocios. Ya sean negocios como una tienda o una pequeña productora de bienes o que prestan algún tipo de servicio.

Y si todo lo anterior suelen ser desventajas en el desarrollo de las microempresas, pensar también que el proceso para dar de alta empresas de manera formal es largo y muy agotador suele ser uno de los factores que impulsa a los empresarios o emprendedores a mantenerse en la informalidad, hacer trámites ante instancias como el SAT suele generar hasta cierto punto temor y a la vez dar de alta empresas en el municipio y que estos procesos tarden demasiados días hace un contexto desalentador; es por ello que una sugerencia para este Municipio es que consideren crear procesos fáciles y rápidos para inicio de operaciones empresariales y realicen la Certificación en SARE(Sistema de Apertura Rápida de Empresas) para el Municipio dicha certificación es expedida por la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria sienta el enlace directo la Secretaria de Economía del Gobierno del Estado de Oaxaca.

#### III.I.V. DEFICIENTE INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO

La inversión en infraestructura en Ejutla tiene un rol fundamental y estratégico para su modernización y su desarrollo local. Aunque en los últimos dos años, cuando nuestro país ha estado en crisis por la pandemia por Covid-19 su senda esperada de crecimiento ha disminuido, se ha observado una disminución marcada en sus niveles de inversión en infraestructura, lo que ha devenido en una deficiencia en su calidad. Estos desafíos deben superarse mediante la expansión y modernización de infraestructura que aumenten la productividad de los agentes económicos.

Uno de los principales determinantes del crecimiento económico es la inversión en infraestructura. La infraestructura contribuye a reducir los costos logísticos y genera externalidades positivas que elevan la rentabilidad de la inversión, la competitividad

y la productividad de la economía. Además, también favorece los flujos de comercio doméstico.

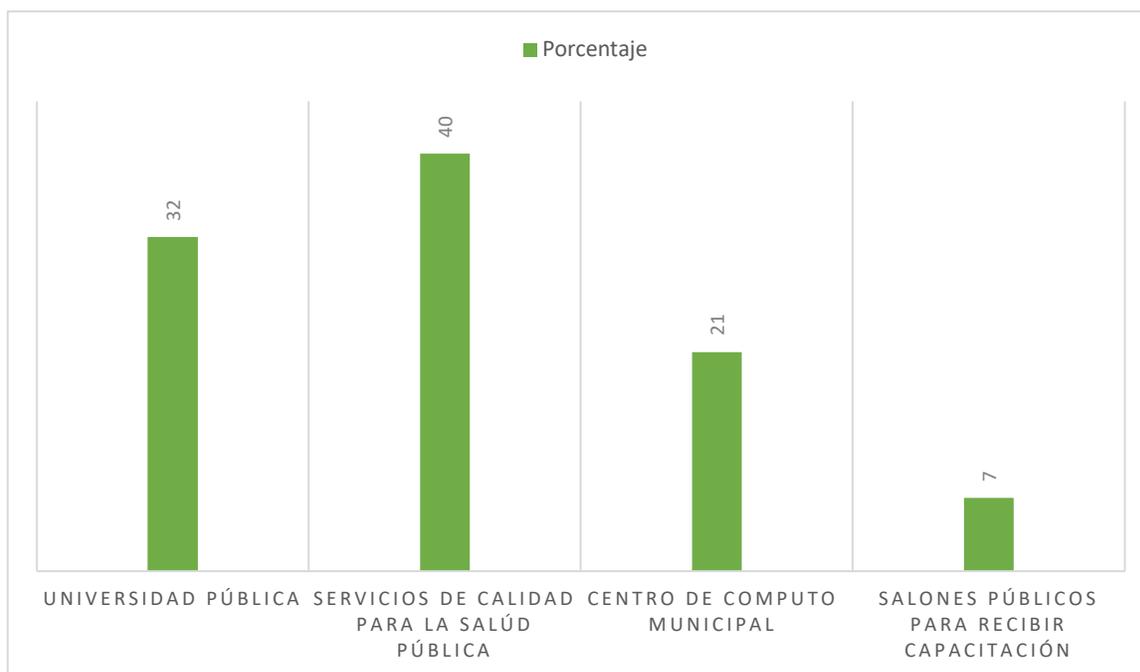
Los bajos niveles de inversión se vuelven aún más preocupantes si se considera que los indicadores antes mencionados toman en cuenta la inversión en recursos públicos para vivienda, obras educativas, obras sociales, entre otros rubros que si bien generan importantes beneficios sociales, no forman parte de la infraestructura que promueve directamente el crecimiento económico, pero si dinamiza el desarrollo local, es por ello que a continuación se mencionan algunos ejemplos de infraestructura necesaria para el desarrollo de Ejutla de Crespo.

En el rubro de Infraestructura económica podemos referirnos al acervo físico y material representado por vías de comunicación y por obras que promueven el desarrollo urbano y rural, tales como: carreteras, caminos, puentes, presas, sistemas de riego, suministro de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, etc. Se puede definir como un insumo de capital fundamental para la producción y generación de riqueza, además de ser un elemento necesario en todas las etapas de desarrollo de las economías cuyo impacto puede ser transformador, favoreciendo la productividad y la competitividad en los mercados y con ello, el crecimiento y el desarrollo económico y social, en este ámbito podemos situar la remodelación del Mercado Municipal en el año 2019 que propicia un desarrollo económico, sin embargo los pobladores de esta Ciudad manifiestan tener la necesidad de tener mejores calles en las principales avenidas así como la inquietud que se desprende de los servicios de telefonía e internet que suelen tener problemas de conectividad.

En la Infraestructura social que son las obras que tienen como objeto contribuir a satisfacer las necesidades de la población. Por lo general atienden a grupos vulnerables tales como la población rural, comunidades indígenas, o a personas en situación de pobreza. Engloban obras tales como infraestructura en educación, salud, desarrollo urbano y vivienda; en base a lo expuesto por la población se

manifiesta en la siguiente figura las obras sociales que ellos consideran necesarias y que en base a sus vivencias serian factores detonadores de desarrollo local del municipio.

Figura 15 Infraestructura Social que hace falta en Ejutla



Fuente: Elaboración propia con datos de la población de Ejutla de Crespo.

### III.II. FORTALEZAS

Se puede identificar como los atributos que le generan a la organización una ventaja competitiva y que pueden marcar la diferencia sobre sus competidores.

#### III.II.I.POTENCIAL DE RECURSOS (TRABAJO, RECURSOS NATURALES, CAPITAL, TECNOLOGIA) PARA DESARROLLAR EL SECTOR POPULAR

La Ciudad de Ejutla de Crespo cuenta con áreas para trabajo, alrededor del 88% de las empresas necesitan colaboradores para efectuar sus ejercicios, de igual forma cuenta con recursos naturales como es el caso de la tierra, agua y buen clima para realizar actividades empresariales; a la vez se estima que el 76% de la población ubicada en la cabecera de Ejutla de Crespo cuenta con capital necesario para la

creación de microempresas, es por ello que este porcentaje se ve reflejado en que casi la mayoría de los habitantes venden o brindan algún servicio, de la misma manera la localidad maneja todos los servicios públicos (drenaje, luz eléctrica, recolección de residuos, pavimentación) y servicio de internet para operar empresas de cualquier giro. Todos estos elementos nos pueden facilitar la creación de empresas y el emprendimiento en cualquier sector, mediante este entendido se manifiesta que a través de las microempresas Ejutla podrá elevar su competitividad empresarial regionalmente y a la vez dinamizar el desarrollo local como municipio. Con la aplicación de políticas coherentes y coordinadas, las microempresas podrán ser agentes del cambio estructural a través de su contribución al aumento de la productividad, es por ello que debemos de tomar ventaja de todos estos elementos y procurar desarrollarlos para crear un ambiente ideal para cualquier proyecto.

### III.II.II. POTENCIAL DE MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL EN CRECIMIENTO

Ejutla de Crespo pertenece a un estado conocido por su biodiversidad biológica y cultural. Las prácticas de conservación y la contribución al desarrollo sustentable de este territorio tan complejo y extenso, requiere de la unión de conocimientos, fuerzas y recursos de los diferentes niveles de gobierno y sociedad.

Además de sus tesoros artísticos y naturales, la mayor riqueza de Ejutla reside en su gente, que mantiene vivas innumerables tradiciones y una de las más importantes producciones de arte popular, por mencionar algunos tenemos la danza con reconocimiento “El Jarabe Ejuteco”, las celebraciones de todos santos, la fiesta patronal dedicada a la Virgen de la Natividad el 08 de Septiembre, la Semana Santa y todas las festividades religiosas; a su vez, la gastronomía es un verdadero placer, los moles típicos, el chocolate, las guías con elote, los diferentes tipos de pan, leche, queso de vaca, los dulces típicos, el vinagre de frutas, los dulces de licor y la emblemática salchicha ejuteca por mencionar algunos. De la misma manera Ejutla cuenta con gente de tradición dedicadas a la producción de mezcal artesanal, ropa típica, elaboración de monos de calenda, productos de talabartería (huaraches, cinturones, bolsas) entre otras cosas.

Figura 16 Guelaguetza Infantil Ejutla

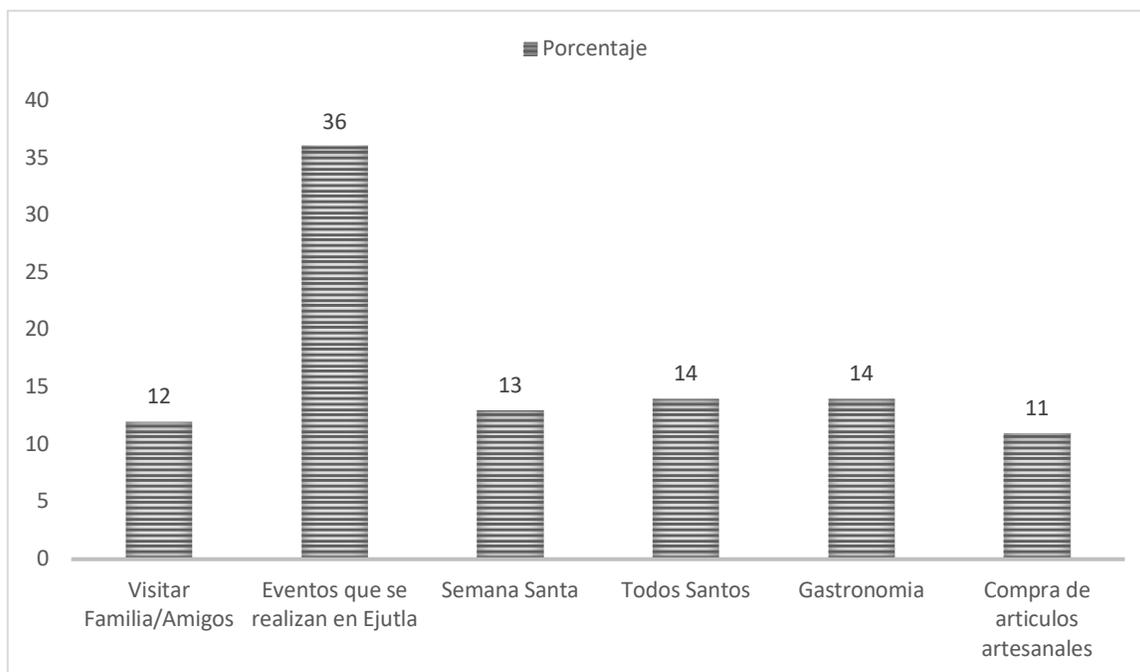


Fuente: SMRC

De igual forma Ejutla esta rodeada de belleza natural, encontramos entre lo más conocidos el Cerro el Mexicano, el Labrador y las diversas presas, sin mencionar la extensa variedad de plantas de ornato; en contexto con todo lo anterior podemos señalar que Ejutla de Crespo cuenta con un rico patrimonio, cultural, natural y gastronómico favorable para la creación y desarrollo de microempresas; además debemos hacer uso de toda esta riqueza para la atracción y retención de turistas de quienes se espera una derrama económica por la compra de productos o servicios que llega a dquir de la localidad.

En la siguiente figura se puede observar los eventos con mayor demanda que atraen turistas estatales y en base a las experiencias de los empresarios, emprendedores e informantes calificados de la Ciudad de Ejutla de Crespo consideran que las personas que llegan son considerados turistas eventuales, alrededor del 88% solo asisten un día aproximadamente de 6-8 horas; como sociedad y con ayuda de la administración pública municipal se debe trabajar en conjunto para hacer de Ejutla un lugar con mayor afluencia turística que impulse el desarrollo económico.

Figura 17 Factores que Atraen Turistas



Fuente: Elaboración propia con datos de la población de Ejutla de Crespo

### III.II.III. MODERNA INFRAESTRUCTURA VIAL QUE COMUNICA A LA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO CON LA CAPITAL DEL ESTADO DE OAXACA

Gracias a la infraestructura carretera que conecta a la Ciudad de Oaxaca con la región de la Costa y al ser la supercarretera un compromiso de la administración pública federal y estatal hace que la conectividad vía terrestre que tiene la Ciudad de Ejutla de Crespo con la capital del Estado este en optimas condiciones, sin embargo al ser una supercarretera tiene una desviación para las personas que viajan a la región de la Costa y viceversa que buscan reducir el tiempo de viaje ya que esta transita a las afuera de la población evitando conocer el centro de la Ciudad de Ejutla, es por ello que la ciudadanía y la administración municipal deberán crear estrategias en conjunto para que todos los viajeros se brinden la oportunidad de conocer a Ejutla de Crespo y todo lo que la caracteriza.

*Figura 18 Carretera Oaxaca-Ejutla*



Fuente: SMRC

El 100% de la población encuestada manifiesta que los 60 km de distancia que separa la Ciudad de Ejutla de Crespo con el Centro de la capital del Estado de Oaxaca se encuentran en condiciones favorables para efectuar sus transacciones empresariales necesarias para la actividad económica de Ejutla de Crespo.

#### III.II.IV. POTENCIAL APROVECHAMIENTO DEL MERCADO REGIONAL

La Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo es un punto importante para el desarrollo en el ámbito comercial en la región de los Valles Centrales, ya que al ser un punto clave por la cercanía a la capital del estado de Oaxaca, reúne las características geográficas adecuadas para el flujo y desarrollo de las actividades comerciales dentro de la región.

Los empresarios y los emprendedores utilizan la ubicación geográfica para tener ingresos importantes y un mejor desarrollo de sus actividades ya que se encuentran en las inmediaciones de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Ocotlán de Morelos y San antonino Castillo Veslasco quienes son los Municipios con los que tenemos mayores actividades empresariales. Los puntos claves de la Ciudad de Ejutla por su alto flujo de actividades empresariales son los siguientes:

Mercados Municipales (Díaz Ordaz y Manuel J. Clouthier): Son de los puntos más importantes que potencializan el desarrollo empresarial, ya que aquí es donde se reúnen alrededor de 254 locatarios que ofrecen su gran variedad de productos a los consumidores, desde granos, semillas, frutas, verduras, abarrotes, pan, productos artesanales, queso, quesillo, nieve, jugos, variedad en carnes (pollo, res, cerdo, chivo, borrego), flores, etc.

*Figura 19 Mercado Municipal Díaz Ordaz Fuente: SMRC*



*Figura 20 Mercado Municipal Manuel J. Clouthier*



Fuente: SMRC

Terminales de vehículos: Existe en Ejutla diversas terminales de servicios de transporte público dentro de las cuales se encuentran la terminal de los taxis (Ejutla-Oaxaca y viceversa), mototaxis ( Existen dos sitios formalizados Juan Pablo II y la Natividad; estos dos sitios tienen operaciones en todo el Municipio de Ejutla), terminales de camionetas de alquiler ( Ejutla-Ocotlan y viceversa) (Ejutla-Miahuatlán de Porfirio Díaz y viceversa) y la terminal de Urban (Ejutla-Ocotlan-Oaxaca) (Ejutla-Miahuatlán de Porfirio Díaz y viceversa) todos estos sitios se encuentran ubicados en el centro de la Ciudad de Ejutla de Crespo ya que la movilidad en el Municipio representa una fuente de ingreso de pobladores, turistas empresarios y emprendedores, los cuales al hacer su arribo al municipio aumentan la derrama económica y por ende eleva el desarrollo local.

*Figura 21 Terminal de Taxis y Camionetas de Alquiler*



Fuente:SMRC

#### III.II.V. DISPOSICIÓN DE LAS AUTORIDADES MUNICIPALES POR IMPULSAR LAS MIPYMES DEL SECTOR POPULAR

Por todos es bien sabido que la economía a nivel nacional, estatal y municipal ha sufrido un impacto considerable dentro de la economía familiar a raíz de la pandemia por Covid-19, es por eso que actualmente la Administración Pública Municipal esta en toda la disposición para fomentar el impulso a los empresarios y emprendedores en la creación y desarrollo de microempresas que a parte de

generar ingresos familiares son la semilla de una sociedad e impacta en el desarrollo local.

En base a los datos de la Secretaria de Desarrollo Económico, el gobierno del Estado de Oaxaca ha hecho y está haciendo su parte en materia de apoyo a las Mipymes, por ejemplo: la dispersión de más de 104 millones de pesos en créditos a micro, pequeñas y medianas empresas a través de BanOaxaca, beneficiando a más de mil 466 oaxaqueñas y oaxaqueños; no es del todo suficiente ya que en muchas ocasiones se apoyan a los amigos y conocidos, siendo las microempresas familiares de los diversos municipios las que más lo necesitan y quedan fuera de estos beneficios.

Es trabajo también del gobierno municipal hacer lo propio en la misma materia, ya que es necesario que ambos niveles de gobierno trabajen en conjunto para la obtención de resultados favorables para la economía y el desarrollo local. El municipio se encuentra en la disposición para que en meses posteriores puedan hacer alianzas estratégicas con dependencias públicas, instituciones educativas de nivel superior y bancos que puedan ofertar cursos, capacitaciones, programas, proyectos, financiamiento y estrategias que convoquen a los empresarios y emprendedores que busquen impulsar sus empresas, a participar logrando así el impulso a la competitividad de las Microempresas.

*Figura 22 Equipo de Trabajo del Municipio*



Fuente: SMRC

Estas convocatorias tendrán como objetivo incentivar, apoyar y fortalecer a través del apoyo en consultoría empresarial destinada en el mejoramiento de las capacidades administrativas y operativas de la empresa, así como apoyo fiscal o financiero que este dentro de las funcionalidades de la administración pública municipal. Ya que en base a la experiencia de la población de esta Ciudad el 100% de los encuestados manifiestan no haber recibido ningún tipo de apoyo de ninguna índole ni antes ni después de pandemia por Covid-19.

## CAPITULO III MARCO TEÓRICO

### III.I. LA PANDEMIA COVID-19 Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA EN MÉXICO (CRISIS ECONÓMICA, INFLACIÓN)

El impacto de la pandemia y con ello la crisis económica detono adversidades en las pequeñas y grandes economías; y México no ha sido la excepción; con el transcurso de los años sumergidos en esta pandemia podemos focalizar tres etapas puntuales: la primera en el primer trimestre del año 2020 resultado de las estrategias de diversos países por cerrar sus fronteras y la cancelación de vuelos internacionales; y esto a su vez dio respuestas negativas a los estados que su economía radica en el turismo como el caso de Quintana Roo, Baja California, Oaxaca por mencionar algunos.

En la segunda etapa se puede situar el estancamiento de la actividad económica, como resultado del confinamiento y la limitación de actividades categorizadas como no esenciales; algunos de los sectores con mayor impacto son las empresas de índole manufacturero o las empresas de servicios ya que se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas temporalmente sin embargo sus gastos y costos siguieron corriendo, lo que las hizo ponerse en situación económica desfavorable, dicha etapa se puede comprender en los meses de abril, mayo y junio de 2020.

La tercera fase comenzó a partir del mes de julio estará definida por un proceso de reapertura que será más lento y gradual de lo que originalmente se anticipaba. Esto

se debe a que los contagios continúan en niveles relativamente elevados y que los temores de un rebrote de la enfermedad aún están presentes. Esto implica que la nueva normalidad será una en la que varias actividades económicas seguirán estando afectadas y que no podrán regresar a sus condiciones previas en tanto no se cuente con una solución más definitiva al tema de la pandemia. En ese sentido, esta tercera fase no sólo será mucho más prolongada que las anteriores, sino que su duración es, hasta este momento, bastante incierta.

De igual forma con datos de diversas fuentes se puede conocer que la clase media alta bajó a clase media y los de la media bajaron a pobreza, así mismo los que ya se encontraban en pobreza bajaron a pobreza extrema, debido al aumento del desempleo y a la alza de precios de todos los productos de consumo.

*Figura 23 Estimaciones del Impacto de la Pandemia sobre la Pobreza en México*

(millones de personas)

<b>Fuente</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Aumento en Pobreza Total</b>	<b>Aumento en Pobreza Extrema</b>	<b>Supuestos</b>
Coneval (2020a)	Mayo	8.9-9.8	6.1-10.7	Caída generalizada del ingreso de 5%
EQUIDE (2020)	Junio	Hasta 42.8	Hasta 16.6	Estimaciones basadas en la encuesta ENCOVID -19 a 800 personas
PUED-UNAM Nájera-Huffman (2020)	Julio	n.d.	6-10	Ingreso laboral se ajusta por inflación de canasta alimentaria
PUED-UNAM Nájera-Huffman (2020)	Julio	n.d.	13-16	Ingreso laboral se ajusta por inflación general
CEPAL (2020)	Julio	9.5	7.9	Caída del PIB en 2020 de 9%

Nota: El impacto se presenta en millones de personas y se desagrega en dos posibles indicadores: aumento en pobreza total y aumento en pobreza extrema

Figura 24 Impacto Esperado de la Pandemia en Países de América Latina, 2020

País	Esfuerzo Fiscal para enfrentar la pandemia (% del PIB)	Aumento Esperado en Pobreza Extrema	Aumento Esperado en Pobreza Total	Contracción Esperada del PIB (%)
Argentina	3.9	10.8	3.1	10.5
Bolivia	4.9	3.8	2.5	5.2
Brasil	7.5	7.7	4.3	9.2
Chile	5.7	5.7	2.0	7.9
Colombia	2.5	5.1	4.0	5.6
Costa Rica	0.8	4.0	1.7	5.5
Ecuador	3.5	7.0	5.1	9.0
El Salvador	11.1	6.5	4.5	8.6
Guatemala	2.5	3.0	2.9	4.1
Honduras	4.3	4.2	3.5	6.1
México	1.1	7.6	6.3	9.0
Panamá	3.7	2.9	2.0	6.5
Paraguay	4.2	1.5	0.4	2.3
Perú	4.8	9.3	3.9	13.0
Rep. Dom.	0.8	4.4	2.2	5.3
Uruguay	0.7	2.4	0.2	5.0

Fuente: Elaboración propia con cifras de CEPAL (2020).

### III.II. EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL BIENESTAR SOCIAL

#### CONCEPTO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

El desarrollo económico local se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, nos encontramos ante un proceso de desarrollo local endógeno. La hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de

trabajo, una capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, y una tradición y cultura, sobre los cuales se articulan los procesos de desarrollo económico local. En un momento histórico concreto y por iniciativa propia, una ciudad, comunidad o región puede emprender nuevos proyectos que le permitirán iniciar la senda del desarrollo competitivo o continuar en ella. La condición necesaria para que aumente el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la utilización de los recursos disponibles y la introducción de innovaciones. Este concepto de desarrollo reúne un conjunto de rasgos y características que le dan una configuración específica. Ante todo, hay que decir que el desarrollo local hace referencia a procesos de acumulación de capital en ciudades, comarcas y regiones concretas. Una oferta de mano de obra ocupada en la localidad y suficientemente calificada para las tareas que desempeña, unida a una capacidad empresarial y organizativa fuertemente articulada a la tradición productiva local y a una cultura atenta a las innovaciones y al cambio, favorecen la acumulación de capital en los sistemas productivos locales. Se trata de procesos de desarrollo económico que se caracterizan por la organización sistémica de las unidades de producción, con el fin de favorecer la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales e internacionales. La organización del sistema productivo local en forma de redes de empresas propicia la generación de economías de escala y la reducción de los costes de transacción y, por lo tanto, permite rendimientos crecientes y crecimiento económico.

El desarrollo es un término no solo económico, en la actualidad es muy usado por autores de índole social, ambiental y territorial. Este concepto ha estado inmerso en sucesos contemporáneos como los temas relacionados a la globalización y sus complicaciones en el territorio. Según Becerra y Pino (2005) hay cuatro premisas importantes respecto al concepto de desarrollo.

*Premisa uno:* crecimiento no es igual a desarrollo; puede haber, excepcionalmente crecimiento en ausencia de desarrollo; pero no puede haber desarrollo con ausencia

de crecimiento. Más aún, la acumulación meramente cuantitativa de sucesivos crecimientos produce la transición cualitativa al desarrollo y lleva en sí al desarrollo.

*Premisa dos:* desarrollo no es un término medible en términos absolutos, su análisis estará siempre atrapado en dimensiones espacio-temporales que le otorguen relatividad a su expresión. Esto ocasiona que se exprese en términos de niveles de desarrollo que encierran una relatividad, bien en el tiempo, bien en la dimensión geoespacial.

*Premisa tres:* desarrollo es un fenómeno social e histórico, tanto porque su contenido es exclusivamente social, en tanto fenómeno, como porque por sus formas, expresiones y percepciones se manifiestan en una dimensión espacio-temporal determinada, que es reflejada por la conciencia social.

*Premisa cuatro:* desarrollo se refiere a niveles en el avance ascendente del individuo social, genéricamente considerado en sus relaciones sociales.

Las premisas anteriores suelen ser aun un tanto abstractas, sin embargo, hacen del concepto de desarrollo algo entendible, que a lo largo de esta investigación servirá para comprenderlo.

Sin embargo, en los años 90's se consolida el concepto multidimensional de desarrollo, como ya se había mencionado anteriormente, con un peso más económico. Así, tomando en cuenta el concepto del Banco Mundial, el desarrollo es: "el mejoramiento sostenible del nivel de vida, el cual comprende consumo material, educación, salud, y protección al medio ambiente. Por consiguiente, el objetivo global de desarrollo es el dotar de mayores derechos económicos políticos y civiles a todos los seres humanos, sin distinción de sexo, grupo étnico, religión, raza, región o país (Banco Mundial, 2005)

### III.II.I. TIPOS DE DESARROLLO

En el apartado anterior se aprecia como el concepto de desarrollo ha evolucionado; del mismo modo sucede al analizarlo en su dimensión espacial, surgiendo términos como desarrollo territorial, desarrollo regional, desarrollo endógeno, desarrollo local, entre otros, relacionados entre sí mismos y donde cada uno tiene su propia identidad.

#### DESARROLLO TERRITORIAL

Surgió como concepto asociado a la noción del territorio, entendido como superficie terrestre donde se asienta una población. Se vincula esencialmente con escalas geográficas de diferentes cortes: país, región, provincia, y municipio; incluyendo también la acción de los gestores locales y/o regionales, así como la de los actores privados empresariales y el conjunto de la sociedad civil. (Solari y Martínez 2005).

Para Boisier (2006), la acepción de desarrollo es el desarrollo territorial. Territorio es todo recorte de la superficie terrestre, pero no cualquier territorio interesa desde el punto de vista del desarrollo. Como recorte de la superficie terrestre el territorio puede mostrar al menos tres características de complejidad creciente.

#### DESARROLLO REGIONAL

Este término es más completo, ha sido definido por autores como Boisier (2004), consiste en un proceso de cambio estructural localizado (en un ámbito territorial denominado "región") que se asocia a un permanente proceso de progreso de la propia región, de la comunidad o sociedad que habita en ella y de cada individuo miembro de tal comunidad y habitante de tal territorio

La complejidad de esta definición al combinar tres dimensiones: una dimensión espacial, una dimensión social y una dimensión individual. El "progreso" de la región debe entenderse como la transformación sistemática del territorio regional en un sujeto colectivo; el "progreso" de la comunidad debe entenderse como el proceso de fortalecimiento de la sociedad civil y el logro de una percepción de pertenencia regional y el "progreso" de cada individuo debe interpretarse como la remoción de toda

clase de barreras que impiden a una persona determinada, miembro de la comunidad en cuestión y habitante de la región, alcanzar su plena realización como persona humana.

## DESARROLLO ENDÓGENO

El concepto de desarrollo endógeno resulta un tanto controvertido y aparece asociado al de crecimiento endógeno. Podría entenderse como un proceso en que se interceptan cuatro planos: el político, como creciente capacidad regional para tomar decisiones propias y definir su estilo de desarrollo propio; el plano de la endogeneidad económica, referido a la apropiación regional de parte del excedente económico para dotar de sostenibilidad el crecimiento y ampliar su base productiva; el plano científico y tecnológico, referido a la capacidad interna para realizar modificaciones cualitativas en el sistema, y finalmente la endogeneidad en el plano de la cultura como un factor de identidad socio territorial (Boisier 2001).

En este sentido el desarrollo endógeno precisa la necesidad de aprovechar los recursos locales, renovando los sistemas de la base productiva, con decisiones encaminadas a un beneficio de impacto regional.

## DESARROLLO LOCAL

El término desarrollo local es utilizado y entendido, a menudo, de forma ambigua, lo cual obliga a un esfuerzo previo de conceptualización, a fin de poder precisar, posteriormente, la utilidad del enfoque del desarrollo local en la práctica. A veces el desarrollo local se entiende exclusivamente en desarrollo de un nivel territorial inferior, como puede ser el desarrollo de un municipio o de una comarca (microregión) (Alburquerque 2007).

Mientras tanto Vázquez-Barquero (2000), define desarrollo local como “Un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local”, en el que se pueden identificar tres dimensiones:

Económica; los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados.

Sociocultural; en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo.

Político-administrativa; en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local.

De esta forma para cumplir con el objetivo de este trabajo nos centraremos más en el concepto de Desarrollo local, asumiendo que posteriormente abordaremos el concepto de Desarrollo Económico Local (DEL), no con ello se quiere decir que los otros tipos de desarrollo son menos importantes, sino al contrario contribuyen al concepto de DEL.

Siguiendo con la idea de Albuquerque (2007), al presentar el desarrollo local se requiere matizaciones importantes: Desarrollo local no es desarrollo municipal. El sistema productivo local, que incluye entre otros elementos, el conjunto de relaciones y eslabonamientos productivos y comerciales relevantes para explicar la eficiencia productiva y competitividad de la base económica de un determinado territorio, no tiene por qué coincidir con las fronteras o delimitaciones administrativas de un municipio o provincia.

El desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico local, sin embargo, cabe destacar que para efectos de este trabajo nos enfocaremos al desarrollo económico local, integrando los aspectos territoriales y sociales. Con la creación de un entorno de desarrollo nos vemos inmersos en una fase de reestructuración económica que se ha venido dando desde las últimas décadas y que trae consigo un cambio en las políticas de desarrollo.

Las instituciones responsables del Desarrollo Económico Local (DEL) permanentemente buscan implementar medidas viables y factibles que incorporen a la economía regional el impulso a los territorios que han sido afectados por la política globalizadora, que ha propiciado su fragmentación, a fin de fortalecer las actividades artesanales productivas, que no sólo forman parte de los intereses de los inversionistas, pero también satisfacen las necesidades de la población.

Sin embargo, en la actualidad los municipios son las Instituciones encargadas del DEL, como se mencionó anteriormente deben buscar medidas viables que permitan incorporarse en el desarrollo regional, lo anterior radica en la importancia del desarrollo de los factores del Desarrollo Económico Local, haciendo mención que si se desarrollan mediante la coordinación de acciones entre los actores locales, estos impactan de manera favorable creando las condiciones necesarias para un desarrollo económico local.

Por otro lado la participación del gobierno federal actualmente, no influye mucho en el desarrollo de los municipios y en el fortalecimiento de la actividad económica, debilitando la función de proporcionar las condiciones óptimas para el desarrollo de los municipios y en nuestra particularidad el municipio de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oaxaca, implicando un retroceso en el mismo, a raíz de las variables que estamos estudiando en esta investigación como factores del problema.

A nivel mundial como localmente se enfrentan diversas situaciones en el proceso de desarrollo económico local, que determinan el desarrollo municipal, generando un efecto negativo en la competitividad y en el fortalecimiento de las actividades económicas de los municipios, por ello es importante enfatizar procesos que intervengan de forma directa a mejorar el desarrollo de los municipios. A esto el municipio de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oaxaca, requiere la intervención de dichos factores DEL, mediante el consenso de actores locales, mediante el gobierno, sociedad y las mipymes, favoreciendo así el desarrollo local.

Por otro lado los factores del DEL no solo deben ser vistos como una alternativa en el proceso del desarrollo, sino que deben consolidarse y reincorporarse a las tareas del gobierno local como principal promotor del Desarrollo Económico Local ya que sus efectos son positivos, de esta forma generamos iniciativas para crear políticas públicas en beneficio de la población Ejuteca en este caso y disminuir las condiciones de desempleo y marginación que se viven en el municipio, reduciendo también la desigualdad que se enfrenta.

### III.III. LAS CONDICIONES GENERALES PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EMPRESARIAL

El 98% de la gente que inicia una empresa, empieza sin saber cómo hacerlo y va aprendiendo una vez iniciado su proyecto, por ello más del 80% de los negocios cierran en los primeros 3 años y quiebran por la falta de Administración y contabilidad, ya que operan de forma empírica.

Las micro y pequeñas empresas en México desempeñan un papel relevante en la economía nacional. Las microempresas representan el 95.2% y generan el 45.6% del empleo y representan el 15% del valor agregado de la economía nacional. Se estima que las micro, pequeñas y medianas empresas ocupan 50.3% del personal y general 23% de la producción. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2020)

Las microempresas en México proporcionan más de la mitad de todos los empleos del país, en el sector servicios el 97.6% son microempresas, el 2.1% pequeña y mediana empresa y el 0.4% grande.

Cifras de los últimos años, que dan a las pequeñas y medianas empresas la denominación de “motor de la economía mexicana”, gracias a que generan 7 de cada

10 nuevos empleos y gran parte del PIB.

La pequeña empresa ofrece el campo experimental para generar los nuevos productos, ideas y técnicas.

La importancia económica que tienen las microempresas se puede medir con el número de establecimientos, por el capital invertido que representan, el valor de su producción, el valor agregado, las materias primas que consumen, la formación de capital fijo, los empleos que generan y la capacidad de compra que dan a la población trabajadora mediante los sueldos y salarios. (Valencia, 2007)

La situación actual de crisis económica y desempleo propicia una actitud activa hacia la creación y consolidación de empresas participadas por trabajadores, el emprendedurismo juega un papel muy importante, las micro, pequeñas y medianas empresas surgen en el ámbito de la Nueva Economía Social. (Melián Navarro & Climent Campos, 2010).

El establecimiento y operación de las microempresas son el resultado del deseo humano de poder satisfacer necesidades de carácter material, el propietario de una empresa, busca lograr una utilidad mediante la fabricación o distribución de productos o realizar algún servicio, a su vez la persona que compra busca satisfacer una necesidad o deseo. (Valencia, 2007)

Según Joaquín Valencia el éxito de una empresa depende, en gran medida, del conocimiento que tenga de las técnicas administrativas modernas y su capacidad para ponerlas en práctica.

Las empresas son resultados de las necesidades económicas y sociales de la humanidad.

Figura 25 OBSTÁCULOS Y PROBLEMAS QUE DETIENEN A LAS MICROEMPRESAS

Tabla Cuadro comparativo de obstáculos que detienen a las microempresas según Münch y Valencia	
Münch	Valencia
Personal: se requiere constancia y perseverancia	Negligencia (1.6%) Rapidez en las transformaciones, ya sea moda, hábitos, alimentos, tecnología, que si no se aprovechan como oportunidades serán Problemas
Financiero: Carecen de capital y fuentes de financiamiento son escasas	Fraude (1.3%) por falta de administración y financieros
Técnico y administrativo: carencia de conocimientos y técnicas, falta de capacitación y experiencia para visualizar amenazas y Oportunidades	Falta de experiencia en el ramo (16.4%) Falta de administración (14.1%), sin capacitación adecuada del que maneja la empresa
Se requiere asesoría en las áreas relacionadas con toda la empresa: legal, producción, finanzas y Personal	Experiencia desbalanceada (21.6%), el dueño debe poseer habilidades técnicas y ver la empresa de manera global
Falta de plan de negocios	Dan la prioridad a algunos departamentos y descubriendo otros
Burocrático: trámites en el sector público	Desastres (0.6%) imprevistos como incendios, robos, desastres naturales y problemas laborales
Económico: Las pymes se tienen que enfrentar a las grandes empresas y competencia desleal	Incompetencia del gerente (41%), falta de capacidad de liderazgo adecuada

Fuente: Münch, L. (2007). Administración y Valencia, J.R. (2007) Administración de pequeñas y medianas empresa

### III.III.I. ERRORES AL EMPRENDER UN NEGOCIO

Algunos errores que se tienen al momento de emprender un negocio se enlistan a continuación, de ahí surge la importancia de tenerlos claros y presentes para poder erradicarlos en bien del emprendimiento o de la empresa.

### III.III.I.I. FALTA DE CAPACITACIÓN PREVIA

Es importante capacitarse sobre aspectos de administración y contabilidad para no hacerlo de forma empírica y que de esta forma el negocio tenga un control y rumbo desde un inicio, asesorarse con los programas de apoyos que ofrecen las fundaciones o secretarías de economía, del trabajo, etc. De forma gratuita o a bajo costo.

### III.III.I.II. NULO PLAN DE NEGOCIOS

Este documento es muy importante ya que se estipulan los aspectos generales, análisis FODA, objetivos y metas del negocio, estrategias de venta, de precio, de producto, estudio de mercado como perfil de cliente y análisis de la competencia, forma de comercialización, plan de inversión, cálculo de costos y la organización del negocio.

### III.III.I.III. INCUMPLIMIENTO DE NORMAS FISCALES

Por falta de información, algunas microempresas no se dan de alta en Hacienda, o porque existen mitos de que es un proceso muy complicado, se sugiere pedir una asesoría en el SAT, para analizar a qué régimen se deben de inscribir, y pagar sus impuestos y así evitar multas o clausuras, ante una auditoria por parte de hacienda.

### III.III.I.IV. FALTA DE FLUJO DE EFECTIVO

Al no llevar un control de entradas y salidas de dinero, pueden quedarse sin efectivo para comprar más mercancía o pagar el financiamiento, es importante tener por escrito todos los movimientos y así poder analizar los saldos diarios, semanales y mensuales que van teniendo.

### III.III.I.V. DEMORAS EN PRÉSTAMOS

Se debe llevar una contabilidad básica, y recordar que de 6 meses a un año, las ganancias que el negocio vaya dando se deberán de reinvertir, se comprará más mercancía y se pagará el préstamo en la fecha pactada, para evitar que la deuda se eleve por los intereses y en el peor de los casos pierdan bienes.

### III.III.II. EL EMPRENDEDURISMO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS

La OECD realizó un estudio para América Latina y Asia relacionado con emprendimiento, se identifica que el modelo a seguir tiene cierta influencia en las personas que tienen la intención de crear una empresa.

Para los países de América Latina (Argentina, México, Brasil, Perú y Costa Rica) contenidos en la muestra se notó que el promedio entre el seis y quince por ciento de los encuestados son influenciados por los padres, amigos empresarios; en México el 34% de las personas que van a crear una empresa es por influencia de sus padres, abuelos, amigos o familiares que han tenido empresas. (Bolaños, 2006)

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur que surge en el siglo VIII, en el capitalismo, en particular en el mercantilismo y se le atribuye al economista francés Cantillon para referirse a la persona que emprende una actividad mercantil asumiendo riesgos al comprar y vender productos a un precio que fuese demandado. El emprendedor lleva ideas en acciones y tareas que se materializan en bienes o servicios tangibles o intangibles. (J. Villazul, Emprendedor y emprendedurismo, 2011)

El emprendedor es la persona que tiene la capacidad de propiciar ideas de negocio y llevarlas a cabo rompiendo barreras psicosociales como el miedo y la pena de forma creativa e innovadora y lucha para llevarlo a cabo valiéndose de sus habilidades, identificando una oportunidad en el mercado y comportándose con valentía para asumir y superar los retos que se le vayan presentando.

Schumpeter, definió al emprendedor como una persona innovadora, quien propone y aprovecha los cambios, básicamente en cuatro ámbitos: La introducción de nuevos o mejores productos, nuevos o mejores métodos para producir, la apertura de nuevos mercados y la reorganización del proceso administrativo.(Seymour, 2008)

### III.III.III. CAPACIDADES EMPRESARIALES

Son las habilidades, experiencias y conocimientos para identificar, expandir y explotar oportunidades de negocios, para elegir y mejorar mercados, productos, tecnologías y la estructura organizacional.

### III.III.IV. CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

Liderazgo: Es el guía que encamina al negocio a cumplir los objetivos

Innovador: Persona que es capaz de inventar algo diferente

Creativo: Se deriva del latín *creare* que significa “crear algo nuevo” Todo el tiempo está ideando nuevas formas de hacer algo

Constante: Perseverancia para lograr sus metas

Arriesgado: Toma riesgos y se comporta con valentía para asumirlos

Visionario: Tiene la habilidad para plantear un futuro deseado y posee una idea clara de que es lo que quiere lograr y siempre está analizando nuevas oportunidades de hacer negocio.

Paciente: No quererse comer al negocio en el primer mes, se debe de mantener la calma para ver ganancias de 6 meses a 1 año.

Responsable: Asumir y ejecutar las acciones en tiempo y forma

Apasionado: Tiene que amar lo que hace, pasión por sus productos o servicios, para de esta forma pueda venderlos y convencer a sus posibles clientes.

Orientación hacia los resultados: Se orientan hacia la acción

Actitud positiva

### III.III.V. TIPOS DE EMPRENDEDORES

Intuitivo: Aquella persona que sigue su primer impulso, desborda pasión en lo que emprende, asume los riesgos que se le presenten y sabe escuchar.

Por necesidad: Es el emprendedor que predomina en México basándonos en datos de la secretaria de economía, es aquella persona que emprende por necesidad o huida de las circunstancias actuales, ya que no está satisfecho con sus ingresos económicos o carrera profesional.

Inversor: Busca la rentabilidad y las oportunidades en cualquier circunstancia.

Especialista: Ubica dónde se están cometiendo errores y encuentran la forma de hacer algo diferente, se enfocan en coordinar un solo departamento, por ejemplo si es especialista en producción se olvida del departamento de ventas o mercadotecnia.

Por azar: Se adaptan a los cambios y aprovechan contratiempos; surge en mercados en crecimiento con altas deficiencias.

Persuasivo: Tienen la capacidad de influencia ya que son capaces de convencer a socios, inversores, financieras y empujarles hacia su objetivo, pueden caer en el abuso de poder y manipulación de grupo.

### III.III.VI. EMPRESA

La empresa es la unidad económico-social en la cual a través del capital, el trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad. (Münch, Administración; Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor, 2007)

Una empresa es una entidad que realiza actividades encaminadas a un fin socioeconómico. Por lo tanto, aquellas que logren una mayor armonía y coordinación de los factores y recursos productivos disfrutarán de una mejor posición económica financiera. (Ortega, 2008)

Organismo social integrado por elementos humanos, técnicos, materiales, cuyos objetivos naturales son ofrecer bienes y o servicios y obtener utilidades. (Ortega, 2008)

### III.III.VI.I. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Según la Secretaría de economía tenemos el tamaño de la empresa, de acuerdo, al número de trabajadores y el rango de ventas anuales.

Figura 26 ASIGNACIÓN DE TAMAÑO A EMPRESAS DE ACUERDO A SUS INGRESOS Y TRABAJADORES

Tamaño	Sector	Cantidad de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales(mdp)
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta 4.00
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde 4.01 hasta 100
	Industria y De servicios	Desde 11 hasta 50	
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde 100.01 hasta 250
	Servicios	Desde 51 hasta 100	
	Industria	Desde 51 hasta 250	
Grande	Comercio	Más de 100	Más de 250.01
	Servicios	Más de 100	
	Industria	Más de 250	

Nota: Según el diario oficial de la federación de 30 de junio del 2009, el tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa= (número de trabajadores) X10% + (monto de ventas anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al tope máximo combinado de su categoría

Fuente: Manual del emprendedor, de la Secretaría de economía p. 70

### III.IV. LA ADMINISTRACIÓN MODERNA Y LA TRADICIONAL

La administración (término en castellano que deriva del latín administratio ,onis). Según Corominas, comienza a usarse hacia el año 1300, lo primero que se administra es la comida, el lugar en donde uno vive y los deberes de la vivienda. (Camarena, 2003)

La administración es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad y productividad en la consecución de sus objetivos. (Münch, Administración; Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor, 2007)

Según Idalberto Chiavenato la Administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales.

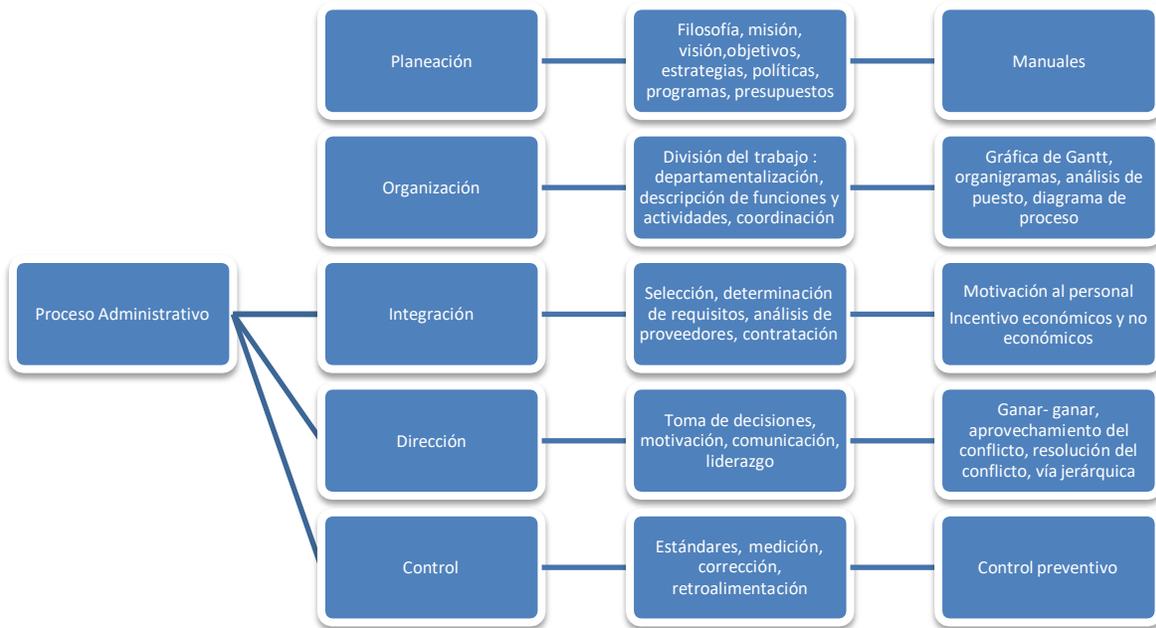
Para Fernández Arena la administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. (Ponce, 2007)

### III.IV.I.PROCESO ADMINISTRATIVO APLICADO A MICROEMPRESAS

El proceso administrativo es el conjunto de pasos o etapas necesarios para la realización de una actividad, es una metodología que permite manejar eficaz y eficientemente una organización.

De acuerdo con Agustín Reyes Ponce el proceso administrativo se conforma por: Prevención, Planear, Organizar, Integrar, Dirigir y Control.

Figura 27 ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SUS PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE APLICACIÓN



Fuente: L. Münch, Administración; Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor

### III.IV.II. MARKETING PARA UNA MICROEMPRESA

Si bien es cierto que cada negocio tiene una necesidad distinta que influye a la hora de marcar sus objetivos a corto, medio y largo plazo, en general, el plan de marketing de una microempresa se caracteriza por la incorporación de estrategias que puedan ayudar a aumentar ventas, ingresos, clientes, y a mejorar la opinión de los usuarios respecto a sus productos y servicios.

Es por ello que en este documento analizaremos las estrategias de marketing que podemos emplear en una microempresa adaptando cada estrategia a las necesidades y características que cada organización conlleva.

El marketing en las microempresas, permite: generar oportunidades, relacionadas con incremento de ventas, gracias al acercamiento que hace con sus clientes, fortalecer canal de distribución, dar a conocer mejor la organización. En cuanto a la competencia, permite que los empresarios de las microempresas, puedan conocer

fortalezas y debilidades de la competencia, frente a variables como: estrategias, manejo de clientes, políticas de fidelización y valor agregado.

Así mismo el marketing utilizado de manera eficiente, contribuye a la política de fidelización, por medio de actividades que permitan acercar la empresa al cliente, conocer mejor las necesidades y expectativas del cliente, generando de esta manera relaciones más estrechas con los clientes, que se pueden transformar en lealtad hacia la marca o la empresa como tal. Por último, se puede hablar acerca de fortalecer relaciones con los aliados estratégicos como proveedores, agremiaciones, entre otros, con el propósito de estar mejor informados frente a acciones propias de la actividad comercial a la cual se dedica la empresa.

El marketing está presente en todas las acciones sociales y económicas de la cultura actual. Su importancia se hace evidente cuando se aprecia que las personas, aún sin saberlo, usan leyes de marketing en muchos actos cotidianos.

Para mantenerse vigentes, las Microempresas en todo México deben innovar e implementar nuevas estrategias. En un entorno cada vez más complejo y cambiante, es indispensable que las microempresas se mantengan preparadas para enfrentar los retos que plantea un mercado global dinámico e inestable. Incluso muchas veces estas no pueden hacer frente a la competencia de manera adecuada debido a que carecen de estrategias de marketing, diseño, innovación y desarrollo.

### III.IV.III. LA INNOVACIÓN: EL SECRETO DE LAS MICROEMPRESAS EN MÉXICO

Para tener éxito en diversos entornos y con alto nivel de competitividad, las empresas requieren desarrollar nuevas ideas que se traduzcan en conocimientos útiles, transmisibles y aplicables en el marco de sus estrategias comerciales.

La innovación y el diseño estratégico permiten a las Microempresas identificar nuevas oportunidades de negocios, anticiparse en el desarrollo de nuevos productos o servicios y adaptarse a los cambios continuos que se presentan en el entorno, con una visión preventiva de los riesgos que pueden enfrentar en el futuro.

Del lado del marketing, la innovación impulsa el desarrollo de mejores productos, servicios y procesos, los cuales permiten a las microempresas responder de forma óptima a las necesidades de sus clientes, adaptarse mejor a los cambios en el mercado e identificar las oportunidades para hacer crecer su negocio.

Además, la innovación permite a las empresas mejorar sus capacidades para ofrecer productos, servicios y experiencias valiosas, resaltando la importancia de las tendencias y estilos de vida, el conocimiento aplicado en el cambio de procesos, así como la aplicación de nuevas tecnologías.

#### III.IV.IV. CREAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

La transformación de ideas en nuevos modelos de negocios y soluciones de valor se sustenta en la comprensión de las necesidades sociales, de las sinergias e interacciones entre tecnología, medios, productos, servicios, procesos y conocimientos de la empresa.

Hoy en día vivimos en un mundo en el que la tecnología nos ha sobrepasado, obligando a las empresas a orientar sus objetivos de manera digital. Como resultado, el marketing digital para Microempresas se ha vuelto una acción de negocio indispensable para cualquier empresa que quiera destacar.

Esto significa que las microempresas deben crear estrategias digitales que les ayuden a comunicar sus ventajas competitivas dentro del mercado en Internet a través del marketing digital: una herramienta que usa la tecnología online para crear estrategias de marca efectivas y personalizadas.

### III.IV.V. MARKETING DIGITAL

El marketing digital o mercadotecnia digital se basa en propiciar acciones “en línea” muy bien planificadas y estructuradas por una empresa o persona. Estas acciones tienen la finalidad de desarrollar una identidad de marca en Internet para ser posicionada y atraída por nuevos clientes.

Ya sea a través de productos o servicios, el marketing digital busca comercializar un negocio de manera electrónica a través de una comunicación cercana y personalizada con sus clientes o clientes potenciales.

### III.IV.V.I. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

Para que las empresas puedan lograr una presencia de marca a través de Internet es necesario crear promociones por canales electrónicos. Una estrategia de marketing digital es un conjunto de acciones que tienen la finalidad de alcanzar los objetivos de marketing —planteados inicialmente por un negocio—. Dichas acciones son vitales para lograr que una marca destaque y perdure con el avance tan acelerado de la tecnología.

Actualmente existen distintos tipos de estrategias digitales, sin embargo, cada estrategia está encaminada a generar ciertos resultados específicos. Para esto es necesario que las empresas se hagan las siguientes preguntas:

- ¿Qué queremos lograr?
- ¿De qué manera lo vamos a obtener?
- ¿Cómo lo vamos a medir?

Una vez definido lo anterior, es momento de comenzar a planificar y ejecutar las acciones necesarias. Para ello, a continuación presentamos 6 estrategias de marketing digital para microempresas que se pueden poner en práctica en las empresas:

## ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA

Las redes sociales son uno de los canales más poderosos de comunicación entre las empresas y usuarios en Internet. Además, está comprobado que estos medios atraen un gran número de visitantes al sitio web de las empresas y facilitan el proceso de ventas.

Por esta razón es muy importante tener una estrategia para canales como Facebook e Instagram que te permitan lograr una interacción y visibilidad de marca. Dicho esto, una de las acciones que puedes implementar para estas plataformas es la generación de sorteos y concursos orientados al producto o servicio que quieras promocionar. De igual manera, puedes generar publicidad pagada para lograr mayor alcance.

## ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

El content marketing o Marketing de Contenidos es una de las acciones más importantes dentro de una estrategia de marketing digital. Para generar este plan con efectividad lo más recomendable es la creación de un blog.

El blog es un canal que adicional a las redes sociales te permite darte a conocer de manera profesional y cercana, además de aumentar tu presencia de marca en Internet. Para ello, es necesario crear un plan de contenidos estratégico para tu blog. Estos materiales le ayudarán a tu negocio a mostrarse como autoridad dentro de su sector y generar visitas de lectores que con el paso del tiempo pueden convertirse en clientes potenciales para tu empresa.

## ESTRATEGIA SEO

Además de la creación de tu blog, es muy importante implementar una estrategia de SEO (Search Engine Optimization). Esta optimización consiste en lograr un posicionamiento orgánico (no pagado) de tu negocio en los buscadores de Google.

Esto significa que cuando un usuario escribe en Google algún término relacionado con tus productos o servicios, tu negocio será uno de los primeros en aparecer en

su lista de resultados. Para lograrlo, debes investigar cuáles son las palabras clave con las que los usuarios buscan algún producto o servicio relacionado con tu giro. Una vez identificadas, deberás posicionar tu sitio web con estas palabras: también es importante añadirlas a tu blog.

## ESTRATEGIA SEM

Como vimos anteriormente, la estrategia SEO consiste en posicionar tu negocio sin necesidad de invertir dinero. Por el contrario, una estrategia SEM (Search Engine Marketing) es aquella basada en el pago de anuncios para aparecer en las primeras posiciones de los buscadores de Google.

Esto quiere decir que debes comprar anuncios en Google para que las personas puedan encontrar tu negocio rápidamente en sus buscadores. Esto sirve para atraer a futuros clientes a tu sitio web y generar ventas. Para implementar esta estrategia existe la herramienta de Google Adwords, la cual te permite generar distintas campañas pagadas a través de palabras clave.

## ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING

El mailing o email marketing es una estrategia de marketing digital para mipymes basada en el envío de correos electrónicos con contenidos específicos a los clientes y clientes potenciales. Este contenido funciona para darle visibilidad a productos o servicios de manera directa y personalizada.

Sin embargo, para que este tipo de estrategia funcione, es muy importante crear correos que no solo tengan que ver con la venta directa, sino también con información educativa y de entretenimiento. Para ello, cada uno deberá seguir un proceso automatizado y estratégico marcado por el embudo de ventas previamente planificado.

## ESTRATEGIA DE STORYTELLING

Actualmente, el storytelling es una de las técnicas más populares y de mayor crecimiento en las estrategias de marketing digital. Esta herramienta tiene la

finalidad de conectar con los usuarios a través de historias que los hagan sentir identificados y cercanos con las marcas. Dichas historias tiene el poder de generar emociones que lleven a los usuarios a comprar ciertos productos o servicios siempre y cuando estas historias sean bien contadas.

Los vídeos son una manera practica de aplicar esta estrategia mostrando historias simples y cotidianas que muestren temas relacionados con la marca. Como te mostramos a lo largo de este artículo si quieres que tu negocio sea reconocido las estrategias de marketing digital para microempresas son la clave para lograrlo dentro de un mundo tecnológico competitivo.

Como parte de esta competencia, la innovación tecnológica juega un papel importante para el desarrollo de las empresas.

### III.V EL SISTEMA ECONÓMICO MIXTO: SECTOR PRIVADO, SECTOR PÚBLICO Y SECTOR POPULAR

La economía popular surge cuando los sectores excluidos del mercado laboral crean su propio trabajo. En algunos casos también crean sus propios circuitos de comercialización, como ferias o venta ambulante. No se trata de casos aislados, sino de un fenómeno que está presente en todos los países del mundo y abarca a una gran parte de la población. Si bien es producto de la exclusión que genera el desarrollo actual del capitalismo, la economía popular no está completamente separada de la economía global de mercado. Los puntos de conexión son múltiples, tanto al nivel de la producción como del consumo.

#### III.V.I. TRABAJADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR

Toda persona que de manera independiente, ya sea en forma individual y/o colectiva, realiza una actividad creadora y productiva por cuenta propia. El concepto de trabajador de la economía popular excluye expresamente cualquier individuo

bajo relación laboral de dependencia, sea ésta registrada o no registrada, del sector público o privado. Sin embargo, es importante entender que muchas conquistas de este sector laboral están vinculadas a programas sociales con financiamiento estatal, pero esto no implica que sean trabajadores del estado, y por ende, siguen siendo trabajadores de la economía popular.

### III.V.II. UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES

Las unidades económicas son el conjunto de los medios de trabajo necesarios para generar ingresos. En la economía popular encontramos unidades económicas con características muy diferentes. Puede ser una empresa recuperada, con una gran infraestructura y cientos de trabajadores agrupados, o un *cuidacoches*, que trabaja solo y usa un trapo como herramienta.

Son unidades económicas populares las siguientes entidades: cooperativas de trabajo, agrupaciones de microemprendedores, emprendimientos comunitarios, clubes del trueque, ferias y mercados asociativos populares, redes de comercio justo, organizaciones de microcrédito, empresas recuperadas, redes de consumo responsable, grupos comunitarios de base, medios de comunicación comunitarios, núcleos de agricultura familiar, comunidades de pueblos originarios u otras organizaciones libres del pueblo sin fines de lucro, cuyas actividades se encuadren dentro de este marco y sus trabajadores no revistan carácter dependiente.

Se diferencian según estos 4 puntos:

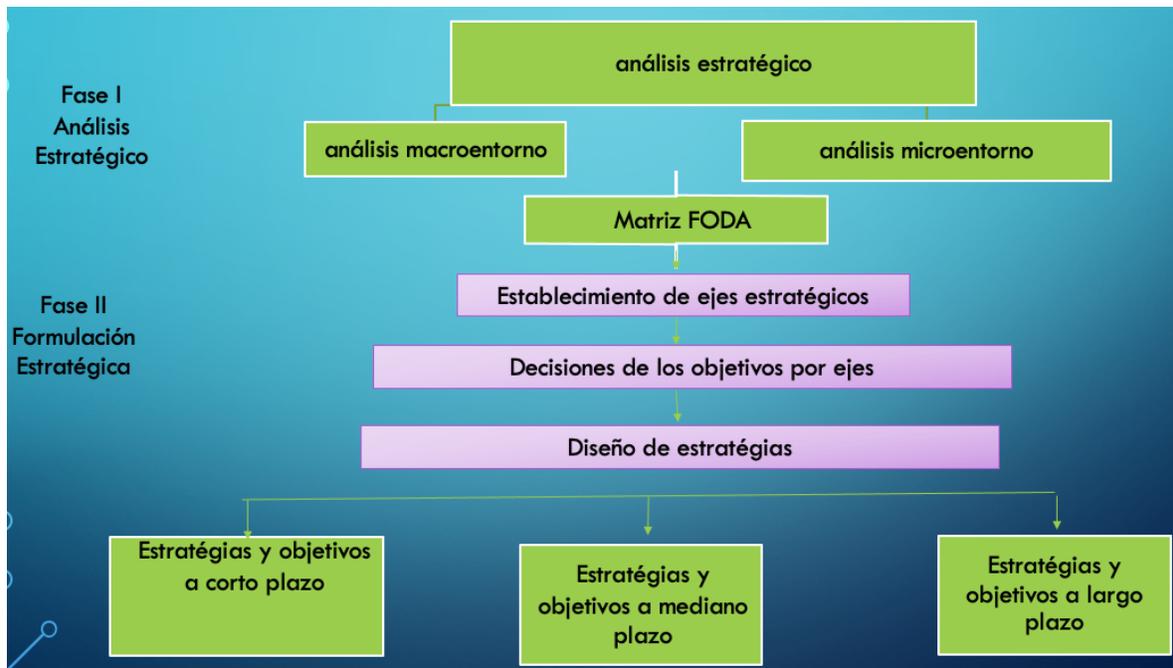
- Espacio de trabajo (rural, urbano, calle, domicilio, barrio, etcétera)
- Rama de actividad económica o sector (comercio, construcción, reciclado, rural)
- Relaciones Laborales (familiar, comunitaria, patronal)
- Forma Legal (informal o formal)

# CAPITULO IV METODOLOGÍA

## IV.I. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

### IV.I.I. MODELO DE ANÁLISIS

Figura 28 Modelo de Análisis



## IV.II. TIPO DE INVESTIGACION

La investigación es una actividad sumamente completa, que puede comprenderse y llevarse a cabo desde múltiples perfiles, atendiendo a diferentes aspectos de la misma.

Los diferentes tipos de investigación pueden involucrar tanto los sentidos y las experiencias humanas, como los conocimientos teóricos, la lógica, los lenguajes formales y la metodología (especialmente en el caso del método científico). Por ende, existen tantos tipos de investigación como enfoques específicos sobre el proceso de la investigación, es decir, que para clasificar la

investigación debemos atender aspectos distintos de la misma, como veremos a continuación.

#### IV.II.I. TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN EL MÉTODO CIENTIFICO

Generalmente en las investigaciones de una Maestría en Administración el Método que se aplica es:

##### IV.II.I.I El Método De Investigación-Lógico Inductivo

Este método propone a diferencia del método deductivo, el camino inverso: Es decir, a partir de premisas particulares, se infieren conclusiones universales o generales, es decir va de lo particular a lo general.

#### IV.II.II TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN EL OBJETO DE ESTUDIO

*Figura 29 Monumento de Ejutla de Crespo*



Fuente:SMRC

#### IV.II.I.I TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.

Este tipo de investigación a diferencia de la investigación básica, se centra en la utilización de los conocimientos y saberes para la resolución práctica de algún problema específico, la consideramos aplicada porque aplicamos todos los conocimientos teóricos en un caso práctico como son las mipymes en Ejutla de Crespo ya que en todas partes las mipymes son factores de desarrollo; se centra en la resolución del problema en un contexto determinado, es decir, busca la aplicación o utilización de conocimientos, desde una o varias áreas especializadas de manera práctica.

#### IV.II.III.TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN LA METODOLOGÍA

Según el mecanismo para procesar la información de una investigación administrativa puede ser en sus diferentes etapas:

##### IV.II.III.I. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

El estudio es descriptivo, porque se desea describir con todas sus variables, una realidad, pues hace un registro detallado del comportamiento específico de las variables dependiente e independientes de un problema administrativo que tiene su causa-efecto. Es decir, cuando se señala cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno o evento, cuando se busca especificar las propiedades importantes para medir y evaluar aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a estudiar. Es aquel estudio que intenta reseñar o especificar la realidad aplicando un lenguaje formal para levantar información, o sea, registrando el mundo mediante herramientas conceptuales, sin necesariamente obtener respuestas al porqué de las cosas, sino estudiar la proporción en la que se dan. Es lo que ocurre, por ejemplo, en esta investigación con los estudios de las Mipymes en Ejutla de Crespo, Oaxaca y con las encuestas a los empresarios y a los ciudadanos podemos conocer los factores han impedido una reactivación económica notable en el año 2022.

#### IV.II.III.II. INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA O TEÓRICA

Explicativa porque explica los factores que intervienen en las variables de la investigación administrativa, el claro ejemplo podemos notarlo en el capítulo del Marco contextual donde se explica a detalle la situación actual que viven las mipymes en Ejutla de Crespo.

Este tipo de investigación es dirigida a responder los factores de los eventos económicos administrativos, su interés se centra en explicar por qué y en qué condiciones ocurre un fenómeno, o por qué dos o más variables se relacionan, averigua el porqué de las cosas e intenta hallar razones, interpretaciones, argumentos y comprobaciones para las variables y el problema que estudia. En este caso, esta investigación pretende dar respuestas a nuestro problema de investigación, para tener como resultado estrategias para Fortalecer a las Mipymes en medio de la Reactivación Económica en el Municipio De Ejutla De Crespo.

#### IV.II.III.III. INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA

La investigación administrativa es propositiva porque propone una solución por cuanto se fundamenta en una necesidad o vacío dentro de la organización, que en esta investigación son las Mipymes, una vez que se tome la información descrita, se realiza un análisis estratégico, con la finalidad de generar propuestas de estrategias para superar la problemática actual y las deficiencias encontradas. La investigación propositiva se caracteriza por generar conocimiento. Se pretende generar desarrollo, fortalecimiento, mantenimiento y mejora continua en las Mipymes de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oaxaca.

#### IV.II.IV. TIPO DE INVESTIGACION SEGÚN SU ENFOQUE

##### IV.II.IV.I. INVESTIGACIÓN DE TIPO CUALITATIVA

El estudio es cualitativo porque no se hace referencia a procedimientos estadísticos, por el contrario se plantea el análisis de cualidades, atributos, características y / o peculiaridades de las variables, tanto externas como internas y de su interdependencia, es decir como el accionar del entorno tiene incidencia en el seguimiento de esta investigación y en la propuesta de estrategias para el Fortalecimiento de las Mipymes.

La investigación administrativa que se aplica a las empresas generalmente es cualitativa, cuando no hay magnitudes que medir, ni hipótesis que probar, sino que se aspira a interpretar o comprender mejor la realidad de algún elemento determinado, hallando las hipótesis y las conclusiones en el camino. Este es el caso de la mayoría de las investigaciones sociales o económico administrativas.

#### IV.II.V. TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SUS FUENTES DE INFORMACIÓN

##### IV.II.V.I. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Esta investigación se baso en libros y archivos teóricos para explicar la realidad de Ejutla de Crespo, lo podemos apreciar en el capítulo del Marco Teórico

##### IV.II.V.II. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo se realizó mediante entrevistas y encuestas realizadas a los empresarios, ciudadanos e informantes calificados.

## IV.III. POBLACION Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

### IV.III.I. POBLACIÓN

La población de la investigación, está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación. Entonces, una población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones.

En este caso, la población a estudiar de acuerdo con los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2020 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Ejutla de Crespo tiene una población total de 23 148 personas de las que 11 079 son hombres y 12 069 son mujeres; sin embargo, en esta investigación nuestra población son las Mipymes localizadas en el Municipio de Ejutla de Crespo según datos del Censo Económico 2019 del INEGI en Ejutla de Crespo y datos de la Autoridad Municipal de Ejutla de Crespo existen 760 Mipymes.

### IV.III.II. MUESTRA

Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total de la población o del universo que representa la conducta en su conjunto. Una muestra, es una parte del todo que se llama universo o población y que sirve para representarlo, en esta investigación nuestra muestra es representada por el 10% del total de la población; del cual el 30% es representada por el giro agrícola, el 30% al giro industrial y el 40% al giro de servicios y/o comercio.

#### IV.III.II.I. LAS VARIABLES

Se pueden definir como todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio. Por lo tanto, es importante, antes de iniciar una investigación, que se sepa cuáles son las variables que se desean medir y la manera en que se hará. Es decir, las variables deben ser susceptibles de medición. De este modo una variable es todo aquello que puede asumir diferentes valores, desde el punto de vista cuantitativo o cualitativo. En la investigación se considera que este problema se debe entre múltiples variables a las siguientes como principales, en el contexto externo podemos identificar:

- a) la persistencia de la crisis económica agudizandose por la inflación internacional, nacional y local;
- b) La incertidumbre y la falta de confianza para invertir por las políticas del Gobierno Federal, Estatal y Municipal así como el crimen organizado;
- c) Los daños a la producción agrícola y de materias primas debido a las sequías o inundaciones provocadas por el cambio climático;

Por otro lado en el contexto interno podemos destacar:

- d) La debilidad de las mipymes para invertir y hacer frente a las adversidades,
- e) Por último, pero no menos importante la falta de competitividad de las mipymes (capacitación, modernización administrativa).

Es necesario hacer énfasis que lo que se haga o deje de hacer en los próximos meses, en materia de reactivación económica determinará el destino de nuestra Ciudad por un largo periodo histórico. En la inteligencia de que las microempresas generan rápidamente empleos e ingresos para las familias y son la semilla para el desarrollo de pequeñas, medianas y grandes empresas; considerando que

haciendo comunidad entre los Ciudadanos se pueden obtener mejores resultados pretendiendo el bienestar social.

## IV.IV. INVESTIGACION SEGÚN SUS FUENTES DE INFORMACIÓN

### IV.IV.I. INVESTIGACION DOCUMENTAL

La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc. utiliza técnicas muy precisas, de la Documentación existente, que directa o indirectamente, aporta información.

La investigación documental es expresada en nuestro marco teórico que nos brinda conocimientos literarios necesarios para analizar nuestro tema de investigación, esta investigación nos ayuda a expresar todos nuestros conocimientos teóricos en un hecho de la realidad actual como lo son las mipymes de la Ciudad de Ejutla de Crespo.

### IV.IV.II. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural. Esta investigación también es considerada de campo porque nos trasladamos a la Ciudad de Ejutla de Crespo para poder comprender y analizar su situación mediante entrevistas a empresarios, emprendedores, informantes calificados y personas de la administración pública municipal; la investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a su problema.

## IV.V. INSTRUMENTO Y TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

### IV.V.I. UN INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento que se utilizó en esta investigación fue la observación, las entrevistas con empresarios, a los servidores públicos del municipio y a los informantes calificados, gracias a ellos obtuvimos un panorama más amplio y real de la situación pasada y actual de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, la información obtenida esta expresada en el capítulo del marco Contextual a través de porcentajes y gráficas para una mejor comprensión donde se conoce la realidad de los empresarios, emprendedores y de los ciudadanos de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo en busca de una reactivación económica para bien común de Ejutla.

### IV.V.II. LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de datos, son los procedimientos y actividades que le dan acceso al investigador a obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación. Además, la técnica señala cómo hacer, para lograr un fin o hechos propuestos; tiene un carácter práctico y operativo.

Entre las técnicas de recolección de información se refieren las siguientes:

- Observación: se capta de forma sistemática y a través de los actores de Ejutla de Crespo.
- Recopilación documental: recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios obtenidos de documentos teóricos de Ejutla de Crespo.
- Entrevista: diálogo entre entrevistador-entrevistado, en este caso: mi persona con empresarios, ciudadanos e informantes calificados.

- Encuesta: información que se extrae de una muestra ya seleccionada.

#### IV.V.II.I. LA OBSERVACIÓN

La observación consiste en la búsqueda sistemática, dirigida a estudiar los aspectos más predominantes de las mipymes en Ejutla de Crespo, hechos, situaciones sociales o personas en el contexto donde se desarrollan normalmente; permitiendo la comprensión de la legitim realidad. La observación se fundamenta en buscar el realismo y la interpretación del medio y que se debe planear cuidadosamente en. Etapas, Aspectos, Lugares, y Personas.

#### IV.V.II.II. RECOPIACIÓN DOCUMENTAL Y BIBLIOGRÁFICA

La técnica de recolección de información, consiste en ubicar, obtener y consultar información y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas de cualquier realidad, de modo que puedan ser utilizadas para los objetivos del estudio.

Esta modalidad de recolección de información parte de las fuentes secundarias de datos; es decir, aquella obtenida indirectamente a través de documentos que son testimonios de hechos pasados o históricos.

Existe una gran variedad de fuentes documentales, entre las que se destacan: hemerográfica, bibliográfica, escrita, audio gráfica, videográfica, iconográfica, cartográfica y de objetos (vestidos, instrumentos de trabajo, obras de arte o artesanía, construcciones, entre otras.

#### IV.V.II.III. ENTREVISTA

Es una técnica de recopilación de información mediante contacto directo con las personas, a través de una conversación interpersonal, preparada bajo una dinámica

de preguntas y respuestas, donde se dialoga sobre un t3pico relacionado con la problem3tica de investigaci3n. La interacci3n verbal es inmediata y personal, donde una parte es el entrevistador, quien formula las preguntas, y la otra persona es el entrevistado.

#### IV.V.II.III.I. TIPOS DE ENTREVISTA

Existen diferentes tipos de entrevista, entre las que se pueden citar: las de trabajo, de selecci3n de personal, las entrevistas period3sticas, por mencionar algunas. La entrevista, pensada como una t3cnica de investigaci3n ofrece informaci3n predominante para abordar un problema y lograr los objetivos de la investigaci3n. La clasificaci3n m3s com3n refiere las entrevistas estructuradas, semiestructuradas y las no estructuradas; en este caso utilizamos preguntas semiestructuradas.

- Entrevistas estructuradas: el entrevistador realiza una serie de preguntas al entrevistado, a partir de un cuestionario previamente preparado, bajo un guion de preguntas cerradas, elaborado de forma secuenciada y dirigida. Las respuestas del entrevistado deben ser concretas sobre lo que se le interroga.
- Entrevistas semiestructuradas: se llevan a cabo a partir de un guion de preguntas abiertas que se le formulan al entrevistado, sin obligar al entrevistado que siga un orden determinado; dejando as3 lugar para la libre expresi3n.
- Entrevistas no estructuradas: el entrevistado no afronta un listado establecido de preguntas y la entrevista se desenvuelve abiertamente con mayor flexibilidad y libertad.

#### IV.V.II.IV. LA ENCUESTA

La encuesta es una t3cnica de recopilaci3n de informaci3n donde el investigador interroga a los investigados los datos que desea obtener. Se trata de conseguir informaci3n, de manera sistem3tica y ordenada de una poblaci3n o muestra, sobre las variables consideradas en una investigaci3n.

La encuesta permite obtener información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con el problema de estudio; que posteriormente mediante un análisis cualitativo, generar las conclusiones que correspondan a los datos recogidos. En la encuesta el nivel de interacción del encuestador con la persona que posee la información es mínimo, pues dicha información es obtenida por preguntas realizadas con instrumentos como el cuestionario.

#### IV.V.II.IV.I. TIPOS DE ENCUESTA

Las encuestas varían ampliamente en su alcance, diseño y contenido. Por ello, la variada tipología de encuestas que existe, aunque todas ellas tienen aspectos en común.

Estas se puede clasificar atendiendo diferentes criterios:

- Por la forma que adquiere el cuestionario: Encuesta personal y Encuesta de lista.
- Respecto a la población encuestada: Censo y Encuesta.
- Según la naturaleza de la investigación: Encuesta sobre hechos y Encuestas de opinión.
- Por la forma de recolección: Encuesta por entrevista, Encuesta por correo y Encuesta por teléfono.
- Atendiendo el carácter de la investigación: Encuesta estructural y Encuesta coyuntural.

#### IV.V.III. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Sin el procesamiento de los datos, las organizaciones no tienen acceso a cantidades ingentes de datos que pueden ayudarles a ganar ventaja competitiva, ofrecerles información útil sobre sus ventas, estrategias de marketing y necesidades de los

consumidores. Es fundamental que las empresas de cualquier tamaño entiendan las necesidades de procesar sus datos.

El procesamiento de datos se produce cuando se recaban datos y se traducen a información utilizable. Suelen ocuparse los investigadores de datos, solos o en equipo, y es importante que el procesamiento se realice correctamente para no afectar negativamente al producto final o los resultados obtenidos a partir de los datos.

El procesamiento empieza con datos en su forma en bruto y los convierte a un formato más legible (gráficos, documentos, etc.), dándoles la forma y el contexto necesarios para que los ordenadores los interpreten y los empleados los utilicen en toda una organización. En el caso de la administración el Análisis FODA es un ejemplo para procesar los datos del análisis estratégico; Para esto se utilizó el análisis FODA.

## CAPITULO V.- RESULTADOS

### V.I. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Elaborar estrategias para la reactivación económica basada en el modelo de la economía social y solidaria en el municipio de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, Oaxaca.

### V.II. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Todas las Mipymes de Ejutla de Crespo, sin importar que pertenezcan al sector popular o al sector privado, así como las de todo el país deben incursionar su visión de desarrollo a una tendencia amigable al medio ambiente, trabajando sobre estrategias de sustentabilidad renovadas y transformadas que trabajen en tres pilares: Personas, Comunidad y medio ambiente. Con estas estrategias, concretaremos acciones que fortalezcan el propósito de todas las mipymes y emprendedores, al trabajar por los derechos de las personas, el desarrollo de las comunidades y apostar por un mundo más sostenible; procurando siempre fortalecer el desarrollo local y el bienestar social.

#### V.II.I. EL ANÁLISIS FODA

Los resultados son todo el apartado empírico de la tesis en el que vamos a plasmar aquella información nueva, que hemos obtenido en nuestra investigación. Los resultados de una investigación son una parte fundamental, ya que son los que le dan consistencia y peso a las hipótesis o preguntas y objetivos de la investigación con el fin de validarlas. Este debe ser un informe de datos claro e imparcial. Los resultados esperados se redactan teniendo en cuenta los objetivos de investigación, el problema que se quiere investigar, y las posibilidades factibles de producir los

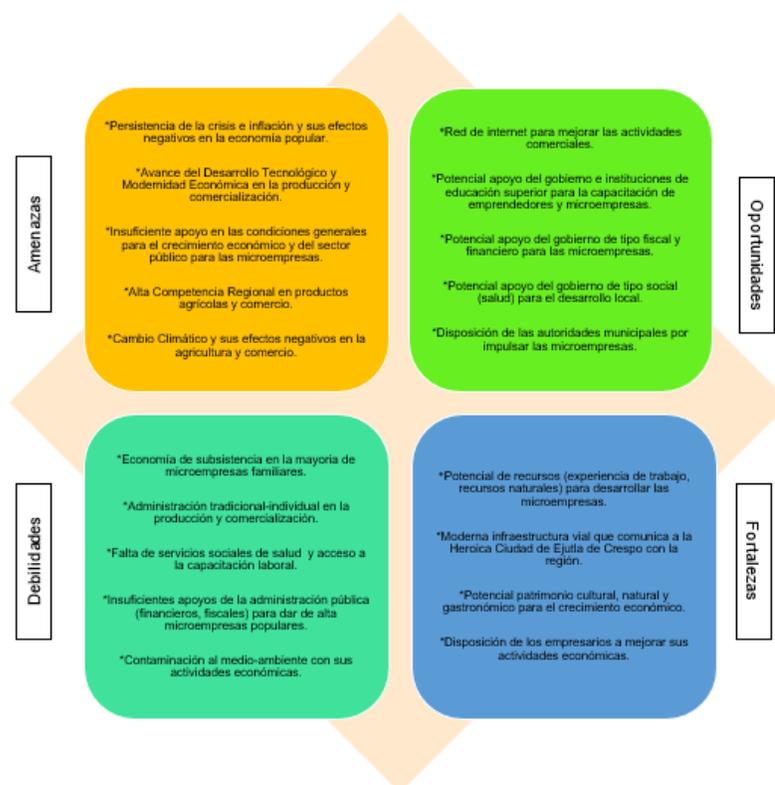
mismos reconociendo las condiciones en que puede operarse o ejecutarse el proyecto de investigación.

#### V.II.I.I. MATRIZ FODA

El objetivo de este apartado es procesar la información identificada en el análisis del entorno externo (de las amenazas y oportunidades) y del entorno interno (de las debilidades y fortalezas) de la unidad a estudiar.

El FODA, también identificado como análisis DAFO es una herramienta de análisis para unidades económicas, instituciones, proyectos y personas, que evalúa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. En la actualidad, esta herramienta es muy útil a nivel mundial por la practicidad en la que se pueden obtener resultados.

Figura 30 Matriz Foda



Fuente:SMRC

## V.II.I.II. MATRIZ DE ESTRATÉGIAS

Las estrategias empresariales son la manera en que una unidad económica define cómo añade valor. Se trata del qué hacer y cómo hacerlo. Define los objetivos y las acciones y recursos a ejecutar para cumplir con dichos objetivos. Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario.

Esta metodología ayuda a hacer conexiones entre cada segmento del análisis, las cuales se utilizan para combinar la información encontrada y crear estrategias FODA.

Estrategias FO de Éxito u Ofensivas. Procura usar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades.

Estrategias FA Defensivas o de Reacción. Su finalidad es encontrar la forma de utilizar las fortalezas para reducir las amenazas.

Estrategias DO de Reorientación o Adaptación. El objetivo es minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades.

Estrategias DA de Supervivencia. Se busca eliminar las debilidades, con el objeto de eliminar amenazas.

Figura 31 Matriz de Estrategias



Fuente: SMRC

## V.III. FORMULACIÓN ESTRATEGICA

### V.III.I. ESTRATÉGIAS PARA FORTALECER A LAS MIPYMES DEL SECTOR POPULAR

- Financiamiento (Economía Social y Solidaria)
- Tecnología (Producción y Comercialización)
- Condiciones Generales de Fomento (Gov. Municipal, Estatal y Federal)
- Modernización Administrativa (Fomento de Empresas Sustentables, Capacitación)
- Estrategias de Economía Social y Solidaria (Empresarios dispuestos a pertenecer a una Cooperativa)

### V.III.II. IMPULSO Y FORTALECIMIENTO A LAS MIPYMES

- Profesionalización de empresarios, colaboradores y emprendedores
- Campaña de posicionamiento

- Promoción de Ejutla De Crespo
- Mercado Artesanal
- Ventas Online
- Jóvenes Construyendo El Futuro
- Sare
- Rastro Tipo TIF

*Figura 32 Estrategias de Fortalecimiento*



Fuente: SMRC

## V.IV. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

### ESTRATEGIA GENERAL

- Fomentar el modelo de economía social y solidaria en las microempresas de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo

### OBJETIVO ESTRATEGICO A LARGO PLAZO (3 AÑOS).

- Reactivar la economía de la Heroica Ciudad de Ejutla de Crespo, en un plazo de 3 años.

## OBJETIVO ESTRATEGICO A MEDIANO PLAZO (2 AÑOS).

- Consolidación de cooperativas de ESS.
- Fortalecer mipymes formales.

## OBJETIVO ESTRATEGICO A CORTO PLAZO (1 AÑOS).

- Capacitación a los empresarios, emprendedores más interesados en la economía social y solidaria
- Proceso de formalización de la organización social (Cooperativa o sociedad)

## CONCLUSIONES

La finalidad de esta investigación es proporcionar estrategias para la reactivación de la economía basada en el modelo de la economía social y solidaria en el Municipio de Ejutla de Crespo, es por ello que nos dedicamos a estudiar preferentemente al sector popular, ya que es este sector el que no pertenece al sector privado pero tampoco el público y es este también donde recae la esperanza de salir adelante, el sector popular acapara a todas las familias que subsisten de su actividad comercial en la gran mayoría, y se considera que no le dan la importancia que realmente merece. Se pretende propiciar entre los empresarios y emprendedores de Ejutla los lazos de unidad, el cooperativismo, las capacitaciones, alianzas estratégicas, trabajando por el bien común sin perjudicar al medio ambiente; dándoles la opción de incursionar en la economía social y solidaria una vez que conozcan que es, sus beneficios, sus características y todos los apoyos que les pueden proporcionar por ser miembro activo. En todos los capítulos de esta investigación se brindaron las herramientas necesarias para implementar técnicas de mejora administrativa de las mipymes, como fortalecerlas y como fortalecer los conocimientos administrativos para cambiar de modelos tradicionales a modelos actuales y estratégicos. Ejutla de Crespo es un municipio con muchas fortalezas, áreas de oportunidad y ventajas para salir adelante, la gran mayoría de su población son personas que viven del comercio informal según datos del INEGI y datos de la administración municipal actual, son personas trabajadoras que mantienen a su familia, que tienen el interés por salir adelante y hacer de Ejutla un municipio polo de desarrollo, con infraestructura adecuada, servicios públicos (educación, salud, vivienda), que sea capaz de atraer inversiones de cualquier sector pero con ideales que busquen el bienestar de la población; es por ello que nuestro objetivo es poner en marcha estas estrategias plasmadas en este documento para que la ciudadanía y la administración pública trabajen en conjunto por un bienestar común desde cada una de la trinchera de su competencia.

## REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- CEPAL, Acerca de Microempresas y Pymes, recuperado de: <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- CEPAL, Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo, recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2717/S2001704.pdf?sequence=1>
- CONAPO (2020), Índice de Marginación
- Estrategias de crecimiento de un negocio recuperado de: <https://blog.sivale.mx/pymes/estrategias-de-crecimiento-de-un-negocio>
- INEGI (2020), Censo de Población y vivienda
- Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Hernández R, (2021), Metodología de la investigación, Mc Graw Hill.
- 4 estrategias de marketing recupero de: <https://aplazame.com/blog/estrategias-marketing/>
- Reforma Fiscal 2021, recuperado de: [https://www.diputados.gob.mx/PEF\\_2021/inicio.htm](https://www.diputados.gob.mx/PEF_2021/inicio.htm)
- Recuperado de : [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_policy/documents/publication/wcms\\_229866.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229866.pdf)
- Recuperado de : <https://www.gob.mx/firco/articulos/sabes-que-es-un-rastro-tipo-inspeccion-federal?idiom=es>
- Recuperado de : <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/documentos-de-investigacion-del-banco-de-mexico/%7BB0F28790-E971-06F2-D4D9-BA3D8F8A26AA%7D.pdf>
- Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-crecimiento.html>
- Recuperado de: <http://sistemas.coneval.org.mx/DATAMUN/dato-actualizado?e=20&m=20028&sg=5&q=28>
- Recuperado de: <https://datamexico.org/es/profile/geo/heroica-ciudad-de-ejutla-de-crespo>

- Recuperado de: <http://sisplade.oaxaca.gob.mx/sisplade/smUbicacionMunicipio.aspx?idMunicipio=28>
- Recuperado de: <http://sisplade.oaxaca.gob.mx/sisplade/smPriorizacionMunicipio.aspx?idMunicipio=28>
- Recuperado de: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-economia-social?idiom=es>
- Recuperado de: [https://www.ilo.org/global/topics/cooperatives/areas-of-work/WCMS\\_681357/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/topics/cooperatives/areas-of-work/WCMS_681357/lang--es/index.htm)
- Recuperado de: <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>
- Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/555/55500804.pdf>
- Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8759/capitulo1.pdf>
- Recuperado de: [https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3\\_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf](https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf)
- Recuperado de: [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=recursos\\_bibliograficos](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=recursos_bibliograficos)
- Rivas R, (2007), Manual de investigación documental, Editorial plaza y valdes.
- SE (2009), ACUERDO por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Secretaria de Bienestar ,2022, Informe Anual sobre la situación de pobreza y rezago social, Recuperado de: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/697242/20\\_028\\_OAX\\_Herica\\_Ciudad\\_de\\_Ejutla\\_de\\_Crespo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/697242/20_028_OAX_Herica_Ciudad_de_Ejutla_de_Crespo.pdf)
- Tamayo M, (2012), El proceso de la investigación científica. México D. F