



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



CONAHCYT
CONSEJO NACIONAL DE HUMANIDADES
CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS



TECNM
TECNOLOGICO NACIONAL DE
MEXICO



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO REGIONAL Y
TECNOLÓGICO

TESIS

**"Impacto de las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y la
economía del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula,
Oax."**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

Maestro en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico

PRESENTA

Noé Gamaliel Cruz Pérez

DIRIGIDA POR

Dr. Rafael Gabriel Reyes Morales
M. C. Joel Hernández Ruiz

ASESORES

Dra. Alicia Sylvia Gijón Cruz

No. 30

Oaxaca de Juárez, Oaxaca, octubre de 2023.

Oaxaca de Juárez, Oax., 09/octubre/2023

Oficio No. DEPI-865/2023

Asunto: Autorización de impresión de tesis.

ING. HUITZILÍ DÍAZ JAIMES
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESCOLARES.
P R E S E N T E

Por este medio comunico a usted, que de acuerdo con las disposiciones establecidas en los Lineamientos para la operación de estudios de Posgrado en el Tecnológico Nacional de México, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, el estudiante **Noé Gamaliel Cruz Pérez** con número de control M20161905, ha cumplido con todas las recomendaciones que el Comité Revisor hizo respecto a su tesis cuyo título es "Impacto de las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y la economía del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oax.", para obtener el Grado de Maestro en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico.

Por lo anterior, la División a mi cargo le concede la autorización para que proceda el trámite correspondiente y la impresión de la misma.

ATENTAMENTE

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



EDUCACIÓN | INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
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

MASM/FFA/*cmh

Oaxaca de Juárez, Oax., **09/octubre/2023**

Oficio No. DEPI-866/2023

ASUNTO: Autorización de impresión de tesis.

C. NOÉ GAMALIEL CRUZ PÉREZ
ESTUDIANTE DEL PROGRAMA DE MAestrÍA EN CIENCIAS
EN DESARROLLO REGIONAL Y TECNOLÓGICO
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 Maestro en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico, cuyo título es "Impacto de las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y la economía del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oax.", los abajo firmantes, integrantes de la Comisión Revisora le concedemos la autorización para que proceda a la Impresión de la misma.

A T E N T A M E N T E

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



DR. RAFAEL GABRIEL REYES MORALES

DIRECTOR



M.C. JOEL HERNÁNDEZ RUIZ

CO-DIRECTOR



DRA. ALICIA SYLVIA GIJÓN CRUZ

ASESORA

Vo.Bo.

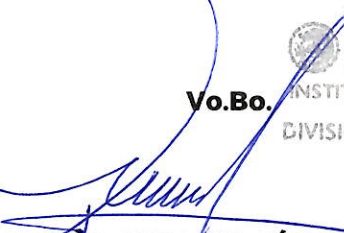


EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



**TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO**

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

MASM/FFA*cmh





Carta de cesión de derechos

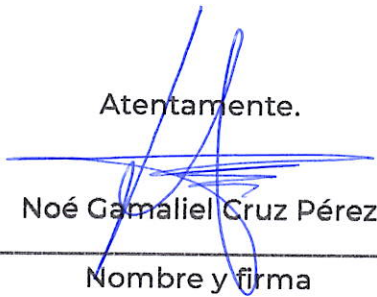
En la Ciudad de Oaxaca de Juárez, el día 15 del mes de noviembre del año 2023, el(la) que suscribe Noé Gamaliel Cruz Pérez estudiante del programa de Maestría en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico, con número de control M20161905, manifiesta que es autor(a) intelectual del presente trabajo de Tesis, que se desarrolló bajo la dirección de Dr. Rafael Gabriel Reyes Morales y M. C. Joel Hernández Ruiz y cede los derechos del trabajo titulado: "Impacto de las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y la economía del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oax.".

Al TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información del presente trabajo no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido solicitándolo a la siguiente dirección o contacto: fotenoga@gmail.com

Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Atentamente.


Noé Gamaliel Cruz Pérez

Nombre y firma



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Dedicatoria

Se que este trabajo no ocupo toda mi atención ni mi esfuerzo, se que puede ser mejorado en muchos sentidos por alguna persona que dediqué más tiempo del que yo pude haber dedicado. Pero a pesar de las limitantes que tuve en el camino y de las carencias intelectuales del presente. Es mi deseo dedicar este trabajo a las dos mujeres que en todo momento me acompañaron, a mi esposa Arissa del Carmen Oropeza Marín y a mi hija Lía Aitana Cruz Oropeza.

Las amo a las dos con todo mi ser y espero que este documento quede como testigo en el tiempo de la dedicación que las personas deben tener a los seres que aman.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitir que continúe con mi formación profesional.

Agradezco al Tecnológico Nacional de México por darme la oportunidad de formarme como maestro.

Agradezco a mi familia por su apoyo en este proceso.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

RESUMEN

La tesis presenta un análisis del impacto de las tiendas DICONSA en la economía familiar y la economía de la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca. Con ayuda de información primaria que se recabo mediante entrevistas guiadas a tenderos y administradores de tiendas DICONSA, así como encuestas rápidas a clientes y una encuesta final aplicada a habitantes del área de estudio, se construyeron bases de datos que permitieron hacer análisis de estadística descriptiva que arrojó información de interés.

De acuerdo a la información analizada se estima que el gasto diario promedio destinado a la compra de productos de consumo básico es de \$126.85. Los datos recabados indican que los precios más económicos los tienen las tiendas de la red DICONSA ya que el precio promedio de venta de las tiendas privadas es superior por un 12.27%. También se determinó que las personas prefieren complementar sus compras en el mercado y en las tiendas DICONSA antes de gastar completamente todo en una tienda privada o en un solo establecimiento.

Los datos permitieron hacer un cálculo del promedio de gastos mensual en general de una familia que es de \$6,324.57 y que los principales grupos de gastos son en primer lugar los abarrotes (tiendas misceláneas), seguido de carnicerías y fruterías, en tercer lugar, la ropa y zapatos. El principal lugar donde las personas de Teposcolula compran sus productos de uso personal y del hogar es en San Pedro y San Pablo Teposcolula con el 72.4% de los compradores, seguido de Oaxaca con 15.9% y Huajuapán de León con 3.8%.

En cuanto a las personas que tienen un negocio y tienen que salir a comprar sus mercancías, el 29% acude a la ciudad de Tlaxiaco, el 23% a la ciudad de Oaxaca y el 21% a la ciudad de Huajuapán de León, haciendo que estos tres lugares sean los principales para que los comerciantes de Teposcolula surtan sus negocios.

Con respecto a la demanda de servicios, se calculó que en promedio las familias gastan \$15,338.09 anualmente, el rubro de Alimentos preparados (Restaurantes, comedor, etc.) es el que mayor porcentaje obtuvo con 25.42%, seguido del dentista con 23.62%. En cuanto a la distribución geográfica de su satisfacción se determinó que el principal lugar al que acuden las personas de Teposcolula para satisfacer su demanda de servicios es la ciudad de Oaxaca, seguido de Villa de Tamazulápam y en tercer lugar en Santiago Yolomécatl.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

En un análisis final de la información se concluye que las tiendas DICONSA tienen un efecto positivo en el ahorro familiar por la venta de productos básicos ya que, en comparación, las tiendas privadas venden en promedio 12.27% mas caro que las tiendas DICONSA. Las familias satisfacen sus necesidades adquiriendo productos y servicios en el mercado interno de la localidad de interés, sin embargo, si existe un flujo hacia la zona de interés principalmente a la ciudad de Oaxaca.

Palabras clave: Bienestar familiar, desarrollo económico, modelo de equilibrio general computable, matriz de contabilidad social, productos de la canasta básica, oferta y demanda.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

ABSTRACT

With the information collected with the help of surveys, it was calculated that the average general expenses of a family is \$6,324.57 and that the main groups of expenses are groceries (miscellaneous stores), butchers and greengrocers, and clothing and shoes. The main place where people from Teposcolula buy their products for personal and household use is in San Pedro and San Pablo Teposcolula with 72.4% of buyers, followed by Oaxaca with 15.9% and Huajuapán de León with 3.8%.

According to the information analyzed, it is estimated that the average daily expense for the purchase of basic consumer products is \$126.85. The data collected indicates that the cheapest prices are found in the DICONSA network stores, since the average sale price of private stores is 12.27% higher. It was also determined that people prefer to complement their purchases in the market and in DICONSA stores before completely spending everything in a private store or in a single establishment.

Regarding people who have a business and have to go out to buy their merchandise, 29% go to the city of Tlaxiaco, 23% to the city of Oaxaca and 21% to the city of Huajuapán de León, making them These three places are the main ones for Teposcolula merchants to do their business.

Regarding the demand for services, it was calculated that on average families spend \$15,338.09 annually, the category of Prepared Food (Restaurants, dining room, etc.) is the one that obtained the highest percentage with 25.42%, followed by the dentist with 23.62%. Regarding the geographical distribution of their satisfaction, it was determined that the main place where the people of Teposcolula go to satisfy their demand for services is the city of Oaxaca, followed by Villa de Tamazulápam and in third place in Santiago Yolomécatl.

In a final analysis of the information, it is concluded that DICONSA stores have a positive effect on family savings through the sale of basic products since, in comparison, private stores sell on average 12.27% more expensive than DICONSA stores. Families satisfy their needs by acquiring products and services in the internal market of the locality of interest; however, there is a flow to the area of interest, mainly to the city of Oaxaca.

Keywords: Family well-being, economic development, computable general equilibrium model, social accounting matrix, basic basket products, supply and demand.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Índice general

RESUMEN.....	7
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO 1. Fundamentación del estudio	20
1.1. Planteamiento del problema	21
1.2. Justificación	22
1.3. Objetivos.....	23
1.3.1. Objetivo general	23
1.3.2. Objetivos específicos.....	23
1.4. Hipótesis	23
CAPITULO 2. Marco teórico.....	24
2.1. Desarrollo económico	25
2.1.1. Concepto de desarrollo económico	26
2.2. Economía del bienestar.....	28
2.2.1. Bienestar.....	28
2.2.2. Pobreza y desigualdad.....	29
2.3. Teoría económica de tiendas DICONSA.....	30
2.3.1. Antecedente histórico.....	30
2.3.2. Participación del Estado Mexicano en el abasto de la canasta básica a través del Programa DICONSA.....	32
CAPITULO 3. Metodología.....	34
3.1. Área de estudio y unidad de análisis	35
3.2. Fuentes de Información	36
3.2.1. Fuentes de información secundaria.....	36
3.2.2. Fuentes de información primaria.....	37
3.3. Determinación del tipo de muestreo y tamaño de la muestra.....	38
3.3.2. Análisis estadístico descriptivo	39
CAPITULO 4. Marco de referencia.....	41
4.1. Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula.....	42
4.1.1. Características demográficas.....	44
4.1.2. Características económicas	51
4.1.3. Características sociales.....	57



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

4.2.	Programa de abasto rural DICONSA	59
4.2.1.	Programa de abastecimiento rural de DICONSA	59
4.2.2.	Modelo de distribución espacial de DICONSA	59
4.3.	Líneas del bienestar	61
4.3.1.	Canasta alimentaria	61
4.4.	Análisis Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula	65
4.4.1.	Panorama demográfico (2000-2020).....	67
4.4.2.	Población indígena.	70
4.4.3.	Población económicamente activa	70
4.4.4.	Economía municipal y local.....	71
4.4.5.	Migración y movilidad laboral micro-regional	77
4.4.6.	Bienestar y pobreza	79
4.5.	Hallazgos del marco de referencia.....	84
CAPITULO 5. Análisis de la oferta y de demanda de productos de la canasta básica.....		87
5.1.	Análisis de la oferta de productos de la canasta básica	87
5.2.	Análisis de la demanda de productos de la canasta básica	93
5.3.	Hallazgos relevantes de oferta y demanda de productos de la canasta básica.	98
CAPÍTULO 6. Análisis de la interacción comercial y económica de la Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula		100
6.1.	Demanda y compra de productos	101
6.2.	Distribución de la demanda y compra de productos	103
6.3.	Demanda de mercancías e insumos.....	105
6.4.	Distribución de la demanda de mercancías e insumos	107
6.5.	Demanda y distribución espacial de servicios.....	109
6.6.	Transporte.....	114
6.7.	Hallazgos relevantes del análisis de la interacción comercial y económica de la Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula	115
CONCLUSIONES GENERALES		117
BIBLIOGRAFÍA.....		118
ANEXOS.....		121

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Índice de tablas	
Tabla 4.1. Población y parámetros de los municipios que componen el distrito de Teposcolula.	45
Tabla 4.2. Tamaño de la población y posición con respecto al estado.	46
Tabla 4.3. Relación de mujeres por cada hombre que vive en los municipios del distrito de Teposcolula.	48
Tabla 4.4. Distribución poblacional del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca.	49
Tabla 4.5. Distribución de la población de San Pedro y San Pablo Teposcolula en función de su desarrollo.	51
Tabla 4.6. Indicadores de pobreza para el periodo 2010 a 2015 en el municipio de interés.	52
Tabla 4.7. Indicadores de rezago social para el estado de Oaxaca en el periodo 2000 al 2015.	54
Tabla 4.8. Indicadores de rezago social para el municipio de interés en el periodo 2000 al 2015.	55
Tabla 4.9. Valor de cada uno de los parámetros para el municipio de Teposcolula.	55
Tabla 4.10. Población económicamente ocupada por tipo de sector.	55
Tabla 4.11. Distribución por sector económico de las unidades reportadas por el DENU.	56
Tabla 4.12. Indicadores de migración internacional para los municipios de interés, 2010.	58
Tabla 4.13. Unidad operativa de la Mixteca, almacenes y número de tiendas en Oaxaca.	60
Tabla 4.14. Características de las tiendas DICONSA que se encuentran en Teposcolula.	60
Tabla 4.15. Alimentos que integran la canasta alimentaria de la CONEVAL	61
Tabla 4.16. Componentes de la canasta no alimentaria.	62
Tabla 4.17. Valor mensual de cada una de las canastas respecto a cada zona.	63
Tabla 4.18. Valores promedio de las canastas para cada zona durante los últimos diez años.	63
Tabla 4.19. Población total por municipio	67
Tabla 4.20. Parámetros totales en relación a la población total estatal.	68
Tabla 4.21. Porcentaje de adultos mayores de 65 años.	69
Tabla 4.22. Porcentaje de población joven entre 15 y 29 años.	69
Tabla 4.23. Porcentaje de población indígena.	70
Tabla 4.24. Porcentaje de población económicamente activa de cada municipio de interés.	71
Tabla 4.25. Unidades económicas por municipio y sector económico.	72
Tabla 4.26. Superficie en hectáreas sembradas por año.	73
Tabla 4.27. Superficie agrícola en la zona de interés en función de su modalidad de cultivo.	73
Tabla 4.28. Principales cultivos, superficie de siembra y valor de producción.	74

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.29. Tipos de ganado y productos pecuarios.	75
Tabla 4.30. Principales actividades económicas del sector secundario en la región de interés.	76
Tabla 4.31. Distribución espacial e las unidades económicas del sector secundario.	76
Tabla 4.32. Principales actividades económicas del sector terciario en la región de interés.	77
Tabla 4.33. Grado de intensidad migratoria.	78
Tabla 4.34. Lugar a nivel estatal.	79
Tabla 4.35. Grado promedio escolar por municipio en tres censos.	80
Tabla 4.36. Grado promedio escolar por municipio en tres censos.	81
Tabla 4.37. Porcentaje de analfabetismo por cada municipio.	81
Tabla 4.38. Pobreza multidimensional.	82
Tabla 4.39. Pobreza multidimensional moderada.	83
Tabla 4.39. Pobreza multidimensional extrema.	84
Tabla 5.1. Fechas y meses de mayor venta en las localidades de estudio.	88
Tabla 5.2. Principales localidades y municipios que realizan compras en la zona de estudio.	89
Tabla 5.3. Precios y ganancia promedio de los 20 productos que comercialización todos los locales privados.	91
Tabla 5.4. Precios y ganancia promedio de los 20 productos que comercializan las tienda DICONSA.	92
Tabla 5.5. Comparación de precios entre tiendas DICONSA y tiendas privadas.	93
Tabla 5.6. Razones que motivan a las personas a buscar otra tienda o permanecer en donde compran actualmente.	95
Tabla 5.7. Numero de compras al día.	95
Tabla 5.8. Gasto promedio diario de compras en tiendas.	95
Tabla 5.9. Lugares donde los clientes complementan la adquisición de sus productos.	96
Tabla 5.10. Productos que los clientes buscan fuera de la localidad de estudio.	97
Tabla 5.11. Lugares a donde los clientes acuden a realizar las compras de los productos que no encuentran su localidad.	97
Tabla 5.12. Precio promedio y cantidad de compra de los productos que los clientes buscan fuera de su localidad.	98
Tabla 5.13. Servicios que los clientes utilizan.	98
Tabla 6.1. Numero de negocios en relación a su tipo.	106
Tabla 6.2. Razones por los negocios compran en otros lugares sus mercancías.	106
Tabla 6.3. Lugares de compra de mercancías y frecuencia de visita promedio mensual.	107
Tabla 6.4. Demanda de servicios.	109



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Índice de Graficas	
Gráfica 4.1. Población total de municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca.	47
Grafica 4.2. Distribución de la población por sexo y edad.	50
Grafica 4.3. Variación porcentual del valor de cada una de las canastas de la CONEVAL.	64
Grafica 5.1. Venta promedio mensual por tipo de establecimientos por localidad.	87
Grafica 5.2. Razones por las que los clientes compran en una tienda.	94
Grafica 6.1. Porcentaje de familias que destinan dinero cada mes a la compra del grupo de gasto.	102
Grafica 6.2. Gasto promedio mensual.	103
Grafica 6.3. Porcentaje del flujo de efectivo mensual calculado	104
Grafica 6.4. Promedio en frecuencia de uso anual	110
Grafica 6.5. Promedio de gasto anual.	111
Grafica 6.6. Distribución espacial de la demanda de servicios.	112
Grafica 6.7. Costo promedio de transporte público y privado a los diferentes lugares de interés	115



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Índice de Mapas	
Mapa 4.1. Mapa de macro localización de las localidades de estudio.	42
Mapa 4.2. Distribución espacial de las localidades que integran el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula.	43
Mapa4.3. Mapa de microlocalización de las localidades de interés para la investigación.	44
Mapa 4.4. Ubicación de las localidades de la micro-region de interés.	66
Mapa 6.2. flujo de efectivo calculado en porcentaje.	105
Mapa 6.3. compra de mercancías dentro de la micro región de influencia.	108
Mapa 6.4. demanda de servicios dentro de la micro región de interés.	113



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Índice de anexos	
Entrevista dirigida a ENCARGADOS DE TIENDAS COMUNITARIAS DICONSA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula.	121
Entrevista dirigida a DUEÑOS DE TIENDAS TIPO MICELANEA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula.	131
Encuesta rápida a clientes	138
Encuesta final	141
Tablas de graficas	145



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

INTRODUCCIÓN

Después del conflicto revolucionario que vivió nuestro país entre los años 1910 y 1921, los políticos publicas encaminadas al suministro de alimentos en nuestro país a formado parte importante de tanto de la agenda pública como de las estructuraras que el estado ha creado y transformado desde entonces. Dos tipos de políticas son las que agrupan los distintos esfuerzos que se han hecho, una tiene con la producción de alimentos y la segunda con el incentivo al consumo de alimentos en donde participo de manera protagonista la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) desde su creación en 1961 hasta su disolución en 1999 (Barquera et al., 2001).

Uno de los componentes principales de la hoy extinta CONASUPO era su "Distribuidora e Impulsora Comercial Conasupo, S. A. de C. V." que se creó en 1986 con los objetivos de regular y modernizar del mercado de los bienes de consumo necesario para la alimentación; la salud y el bienestar físico de la población, con el propósito de aumentar poder real de compra de los consumidores de escasos recursos y el aumento también del ingreso de los productores de bajos recursos (hacienda.gb.mx, 2014). A pesar de la desaparición de la CONASUPO, su componente DICONSA, ha permanecido dentro del aparato del estado a lo largo del tiempo incorporándose a distintas secretarias como SEDESOL y actualmente a SEGALMEX.

En la actualidad la red de tiendas DICONSA hoy en día es uno de los instrumentos de mayor impulso e impacto con las que cuenta el gobierno mexicano para motivar el consumo en las zonas rurales del país. El programa de abastecimiento rural de DICONSA es el instrumento que coordina la operación de una red de 24,923 tiendas que se extienden por todo el territorio nacional y que tienen como propósito la distribución, el suministro y la comercialización de productos básicos (segalemex.gob.mx, 2022).

En el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula se ubican dos tiendas DICONSA en la cabecera municipal, específicamente en el centro y en el barrio de Yodonocuito, su operación y funcionamiento es reconocido por los habitantes de dichas localidades y su participación en el consumo de productos que estos establecimientos ofrecen es muy común. Un ejemplo claro del trabajo de estas tiendas es que durante las primeras semanas de contingencia sanitaria por el COVID-19, las "compras de pánico" se realizaron en estos establecimientos, ya que en ningún momento cerraron su servicio.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

En la actualidad no se cuenta con información a nivel municipal del impacto económico que tienen las tiendas DICONSA en el económico familiar y local. Es por eso que el presente proyecto de investigación se encamina con el propósito fundamental de conocer cuáles son las características de la economía del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula a nivel familiar y local. Para lograr lo anterior se aplicaron diferentes instrumentos que permitieron recabar información puntual sobre el consumo y la dispersión del dinero al interior del municipio de interés y en una micro región integrada por aquellos lugares con mayor influencia económica en Teposcolula.

Este documento integra en su contenido general la revisión bibliográfica de autores que permitieron entender el fundamento teórico de la investigación al abordar teorías que se complementan entre si y que permitieron obtener una visión más amplia de los temas centrales y le dan en cierta manera un carácter interdisciplinario a la tesis. Se continua con una revisión y diseño del herramental metodológico de la investigación cuyos instrumentos de recolección de datos fueron dos guiones de entrevistas, una encuesta rápida y una encuesta final. Debido a que las autoridades municipales impusieron medidas sanitas derivadas de la contingencia sanitaria no se pudo levantar la denominada "encuesta socioeconómica modificada" que se usa para la construcción de la matriz de contabilidad social y los modelos de economía familiar y modelo de equilibrio general computable. Sin embargo, con la información que se consiguió se pudo hacer un análisis sobre el impacto de las tiendas DICONSA y la situación que guarda la oferta y demanda de productos básicos.

Como primer trabajo de campo se aplicaron entrevistas guiadas a siete tenderos y dos responsables de tiendas DICONSA con el objetivo de conocer las principales características de la oferta de productos de la canasta básica y algunos que no pertenecen a esta. Algunos de los hallazgos encontrados fueron que, del total de productos incluidos en la entrevista, el 28.68% no son comercializados por ninguno de los establecimientos entrevistados, en dicho porcentaje se incluyen productos como frutas, legumbres, carnes o productos perecederos, por lo que los clientes deben acudir a otro tipo de establecimientos para satisfacer sus necesidades. Otro dato relevante es que el valor de los 20 productos que se comercializan por todos los establecimientos, el precio de venta promedio de las tiendas privadas es 12.27% por arriba de las tiendas DICONSA, por lo que esta es más económica.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Posteriormente para conocer la demanda se aplicó una encuesta rápida a clientes, tomando como muestra tres clientes por tienda y tenido una muestra total de 27 encuestados. La información generada arrojó que las principales razones que motivan a un cliente a visitar una tienda son los precios bajos y la variedad productos; que el 55.55% de los clientes no compran en la misma tienda siempre; que el 46.53% de las compras complementarias las realizan en el mercado, el 15.92% en las tiendas comunitarias DICONSA y el resto en otros negocios que se encuentran en la localidad. Por último, se calculó que los clientes realizan en promedio 1.48 compras diarias y gastan en promedio de \$126.85 al día en este tipo de negocios.

El segundo trabajo de campo consistió en levantar una encuesta a 50 personas de San Pedro y San Pablo Teposcolula, su objetivo fundamental era cuantificar el gasto familiar y el flujo de dinero en la micro región de influencia, por lo que se obtuvieron resultados relevantes para analizar el impacto de las tiendas DICONSA. En primer lugar, se determinó que el promedio de gasto para un hogar es de \$6,324.57 y que los principales grupos de gastos son Abarrotes (tiendas misceláneas) Carnicería y frutería y Ropa o zapatos. También se determinó que el 72.4% del gasto se realiza en Teposcolula, el 15.9% en la ciudad de Oaxaca y el 3.8% en Huajuapán. Por lo que sí existe una relación con estas dos ciudades. En cuanto a la compra de mercancías para negocios locales, se calculó que el 29% acude a la ciudad de Tlaxiaco, el 23% a la ciudad de Oaxaca y el 21% a la ciudad de Huajuapán de León. También se generó información acerca de demanda y satisfacción de servicios, distribución espacial de la satisfacción de servicios, medios de transporte, costo de transporte y esparcimiento.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

CAPÍTULO 1. Fundamentación del estudio

Este capítulo plantea de manera general el problema de estudio que se formuló mediante el análisis de la situación existente en el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, aborda la justificación que tiene la investigación realizada y plantea los objetivos que persiguieron durante el proceso de investigación ejecutado, por último, se exponen las hipótesis planteadas.

En este contexto, se debe destacar la importancia del presente estudio el cual aborda de manera integral la economía de los hogares rurales y micro regional, utilizando principalmente información primaria. El análisis se realizó tanto a nivel microeconómico (hogares) como a nivel micro regional. Los objetivos y las hipótesis precisan este planteamiento con énfasis en el impacto de las tiendas DICOMSA en el bienestar familiar y la relación económica que existe con la microrregión de influencia que se planteó.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

1.1. Planteamiento del problema

La canasta básica alimentaria es un parámetro fundamental para comprender el bienestar de la población de un país, en el caso de las comunidades rurales es fundamental conocer la forma en la que las personas obtienen los productos de dicha canasta, ya que son esos canales comerciales los pueden limitar el flujo de productos al medio rural.

En la Región Mixteca de Oaxaca la presencia de la red de tiendas DICONSA es fundamental para el abastecimiento de los principales productos de la canasta básica alimentaria. En el caso específico de la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula, la presencia de dos tiendas DICONSA coexisten con otros negocios que también ponen a la venta productos de la canasta. Conocer el comportamiento del mercado local tomando como referencia estos actores es fundamental para el presente estudio.

De acuerdo el CONEVAL (2020) el 61.7% de la población del estado de Oaxaca se encuentran en condiciones de pobreza absoluta. Ubicándolo por encima de media nacional que es de 43.9% de pobreza absoluta. La misma institución calculó que el 66.3% de la población estatal tiene un ingreso inferior a la línea de bienestar y el 36.6% de la población tiene ingresos inferiores a la línea de bienestar mínimo (CONEVAL, 2020). En el primer caso la población tiene ingresos que no alcanza a cubrir el valor de la canasta básica alimentaria más el valor de la canasta básica no alimentaria, y la segunda porción no tiene ingresos suficientes para cubrir al menos el valor de la canasta básica alimentaria. Esto no ayuda a dimensionar la gravedad el problema.

Para el caso del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula el CONEVAL (2020) estimó que el 48.7% de su población se encuentra en condiciones de pobreza absoluta. Ubicándolo muy cerca del valor proporcional estatal por lo que se puede considerar representativo de las condiciones existentes en la entidad. En cuanto a la porción de la población con ingresos por debajo de la línea de bienestar ésta es de 51.9% y la población con ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo 19.4%.

Es importante determinar si en el momento actual las tiendas DICONSA que se encuentran en la cabecera municipal de interés, aun ayudan a combatir la pobreza y garantizar el acceso a la canasta básica alimentaria en un mercado donde existen otras alternativas presentes.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

1.2. Justificación

La presente investigación se centra principalmente en la localidad que comprende la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula. Dicha localidad tiene una economía tercerizada siendo una localidad rural de acuerdo a los criterios del INEGI. El comercio y los servicios de alimentación, hospedaje, entre otros, son algunos ejemplos de negocios que prosperan en el tiempo en Teposcolula, en este sentido las tiendas DICONSA han funcionado desde la década de los 90, haciendo pausas intermitentes y de corta duración. Su servicio es ampliamente reconocido por los habitantes de la localidad y recurren a ella en diferentes momentos para adquirir productos básicos de consumo. Lamentablemente hoy en día no existe información publicada que ayude a comprender el impacto que tienen las tiendas DICONSA en el aumento de poder real de compra de los consumidores y el ahorro en el consumo de los productos básicos, por eso, el presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal, analizar a nivel de hogar el bienestar de las familias y a nivel local las condiciones económicas en las que se encuentra.

La tesis aporta datos cuantitativos obtenidos de trabajo de campo, en donde se muestra la importancia económica que tienen las tiendas DICONSA en el consumo de productos básicos a nivel familiar. Se trata de un estudio de corte cuantitativo que se apoyó en instrumentos como entrevistas y encuestas para recabar información cuantitativa y cualitativa que ayudan a mejorar el nivel de comprensión de la aplicación y los efectos de los programas federales aplicados en una localidad con las características de San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Además, se realizó un análisis cuantitativo de la relación y el efecto que tiene la micro región de influencia en la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula en cuanto a la compra de productos básicos y la demanda de servicios. También se analizó la influencia que existe en el suministro de materias primas y mercancías por parte de los dueños de negocios. La información recabada y el análisis que se realizó puede servir como instrumento de planeación para impulsar el desarrollo del municipio.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Analizar el impacto de las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y la economía de la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Evaluar el impacto de las tiendas DICONSA en la economía de la cabecera municipal mediante información primaria del área de estudio.
2. Estimar el impacto de la micro región de influencia en la económica y el mercado en la localidad de interés.
3. Analizar el papel de las tiendas DICONSA y la influencia de la micro región en la economía familiar de localidad de interés.

1.4. Hipótesis

- 1.A. En la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula, se plantea la existencia de un ahorro de los hogares asociado compra de productos en las tiendas DICONSA y que está relacionado directamente con el nivel de bienestar familiar.
- 1.B. La economía familiar de la localidad de interés está relacionada con el mercado que provee la micro región de influencia y el mercado interno de San Pedro y San Pablo Teposcolula.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

CAPITULO 2. Marco teórico

El fundamento de la presente investigación se basa en literatura especializada clásica y actualizada que ayuda a explicar desde la teoría económica y otras disciplinas complementarias el problema de investigación. Se realizó una investigación de conceptos fundamentales para la investigación como el de: desarrollo, bienestar, ingreso, control de precios, suministro de la canasta básica, entre otros.

La revisión de trabajos que abordan el tema de suministro de canasta básica, análisis micro regional, permitieron obtener una mejor comprensión de los factores que inciden en la estructura económica de un país, una región o una comunidad. Asimismo, se revisaron trabajos sobre la construcción de mapas a partir de información primaria y variables continuas que permitieron llevar a cabo el análisis micro regional y la relación económica con la localidad de interés.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

2.1. Desarrollo económico

En el artículo titulado “La vieja generación de economistas del desarrollo y la nueva” Gerald M. Meier realiza un análisis de la evolución de los paradigmas relacionados con el concepto de desarrollo económico y especifica que se puede hacer una división en dos etapas. La primera generación de economistas surge después de la segunda guerra mundial como una respuesta a la búsqueda de los gobiernos independientes para buscar acelerar su proceso de desarrollo, los modelos de estos economistas visionarios coincidían en la necesidad de incrementar el ingreso per cápita a través del crecimiento rápido del producto interno bruto, para favorecer así la acumulación de capital. Para buena parte de los economistas de esta generación, las economías menos desarrolladas tenían como característica la existencia de fallas de mercado, por lo que coincidieron que para corregirlas y evitarlas el estado debería jugar un papel importante y central que regulara los aspectos económicos, generando con esto que hubiera cambio significativamente en las políticas internas de las naciones.

Es así como surgen los gobiernos desarrollistas que promovían la acumulación de capital, utilizaban las reservas excedentes de mano de obra, impulsaban políticas de industrialización, promovían la sustitución de importaciones y coordinaban la distribución de recursos mediante un ejercicio de planeación y programación. Con este tipo de estrategias se creía que el gobierno podría solucionar los problemas de pobreza, crecimiento equilibrado y favorecer las condiciones para detonar el desarrollo en un país (Meier, 2002).

El tiempo y la obtención de experiencia en la aplicación de los modelos de la primera generación, desembocaron, a pesar de los esfuerzos hechos por parte de los gobiernos para acelerar el desarrollo, en el incremento de la pobreza en masa, el incremento del desempleo o subempleo y un acelerado distribución desigual del ingreso. Por lo que se iniciaron las explicaciones de dichas decepciones y se encontró que muchos estados habían fomentado el abandono de su sistema productivo primario, que las empresas denominadas paraestatales no eran eficiente y rentables, se crearon polos altamente industrializados y zonas marginadas lo que generó y amplió las brechas de desigualdad y rezago, se cayó en déficit en la balanza comercial y en distorsiones del mercado por las políticas promovidas.

En México el efecto de este tipo de modelos económicos se implantó a partir de la década de los 40 y su maxi apogeo se expresó con el denominado “Milagro Mexicano”. Durante la década de los 70 este



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

modelo del “Estado del bienestar” entro en agotamiento y crisis, dando paso así a la aplicación de modelos económicos relacionados a la segunda generación descrita por Geral M. Meier.

La segunda generación propuesta por Meier (2002), se apoyó en los principales fundamentos de la teoría neoclásica económica. Los organismos internacionales de financiamiento, exhortaron a los gobiernos para retirar su influencia distorsionadora mediante la restructuración de sus políticas a las denominadas “políticas económicas correctas”, mediante la aplicación de estos principios, esta generación de economistas neoclásicos estaba seguros que desaparecieron las distorsiones inducidas por las políticas al mercado. y que fueron las siguientes: Moverse de las estrategias que miraban hacia adentro, hacia la liberalización del régimen de comercio internacional promoción de exportaciones, presentar planes de estabilización, privatizar las empresas estatales y seguir los lineamientos del sistema de precios de mercado.

Las fallas también se han hecho presentes en los modelos aplicados por la segunda generación, haciendo que se retomen idean centrales de la primea generación como la asignación de la inversión a aspectos sociales prioritarios que generen condiciones iguales para todos y las actividades de coordinación que permitan incidir en los desequilibrios generados por la evolución de la economía. Se ha encontrado evidencia de que no es posible basar el desarrollo solo en aspectos fríos como el crecimiento de la producción o el crecimiento del ingreso (Meier, 2002).

2.1.1. Concepto de desarrollo económico

Una nueva generación que se enfoca en estudiar el desarrollo, ya que al regresar al origen del significado de la palabra “desarrollo” esta implica de forma inevitable el cambio aunado al crecimiento, por lo que se incorporan criterios como disminución de pobreza, equidad distributiva, protección ambiental o el aumento de las capacidades humanas. Hacer énfasis entonces en un desarrollo con calidad que centre al incremento del ingreso real como un instrumento y no un fin, es importante para dar un cambio paradigmático (Meier, 2002).

Para Sen (2000), el medio para alcanzar el desarrollo es por medio de las libertades de las que pueden gozar los individuos en algún país, pero también son el principal objetivo del desarrollo es que esas mismas libertades sean alcanzadas por todas las personas, esto se debe a que existe una serie de interconexiones entre libertades que sostienen y promueven el surgimiento de nuevas libertades que



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

contribuyen ya crecientan el desarrollo. Por lo que se considera que la libertad es el fin y el medio del mismo propósito.

También debe tomarse en cuenta el cuidado del medio ambiente, el progreso técnico y fomente la innovación, necesarios para satisfacer las necesidades humanas espirituales y materiales, la creación y mecanismos de promoción de oportunidades sociales, y garantizar la libertad que permita a cada individuo desarrollar sus capacidades para tener como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas, además agregan que debe existir una noción de responsabilidad tanto individual como social que garantice la construcción progresiva y mecanismos de transparencia que garanticen y hagan visible el funcionamiento de la ruta trazada (Sen, 2000).

El desarrollo no solo se debe concebir como el aumento del producto interno bruto o el ingreso personal, el aumento de la industrialización, el avance tecnológico o la “modernización”, puesto que estos indicadores no son el objetivo final, ni deberían verse de esta forma, ya que son fruto del esfuerzo colectivo de una nación. Sin embargo, si se debería analizar con más profundidad los efectos que estos tienen en la vida y libertades de las personas (Sen, 2000).

2.1.2. Crecimiento económico

La teoría del crecimiento analiza la expansión del producto y la productividad de las economías en el largo plazo, con especial atención en las causas y los determinantes del crecimiento, como también en sus principales limitantes. Desde los orígenes de la ciencia económica, el crecimiento económico ha sido un tema de gran interés en la economía, no solo por curiosidad científica, sino sobre todo por sus implicancias en el bienestar de las sociedades. Por lo tanto, se considera que el “crecimiento económico” es la rama de la economía que se centra en el análisis de la evolución del producto potencial de las economías en el largo plazo. La teoría del crecimiento trata del comportamiento del producto potencial o del producto de largo plazo. Cuando hablamos de crecimiento económico, estamos hablando del incremento del producto potencial (Jiménez, 2011).

Otra definición de crecimiento económico es “El incremento del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita de una economía, lo cual es el valor actual de todos los bienes y servicios producidos en una economía, ajustado por la inflación de un año al otro” (Henderson, 2008). Por lo que se puede entender que este crecimiento es producto resultado de la utilización del capital físico, financiero y humano



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

disponible a una economía de una mejor manera, ya que fueron ubicados en donde serán más productivas dentro de una economía y entre economías.

Evidencia empírica sobre política económica y social implementada en América Latina, han dejado como evidencia que el círculo virtuoso de crecimiento económico y desarrollo humano no siempre se cumple, ya que al generarse las condiciones adecuadas para que el crecimiento económico sea favorable, este no genera de forma espontánea el desarrollo humano anhelado, es por eso que el diseño de políticas públicas sobre este binomio tienen que estar equilibradas para que se generen condiciones adecuadas para ambos (Ranis, 2002).

2.2. Economía del bienestar

2.2.1. Bienestar

A nivel familiar existe un equilibrio entre trabajo y consumo, específicamente en el caso de familias campesinas preferentemente producen valores de uso y no de valores de cambio como lo hacen las empresas, por lo que las familias campesinas el consumo está determinado por factores como tamaño de familia, integrantes que trabajan y los que no trabajan, superficie y calidad de la tierra (Chayanov 1974).

Reyes et al. (2015), define en su artículo “Migración internacional, economías familiares, mercados y medio ambiente en México” al bienestar familiar como *“la meta global de los hogares y el incentivo que anima la actividad económica”*, por lo que el presupuesto familiar destinado a ser consumido debe cubrir además de la supervivencia biológica el confort, calidad y esparcimiento necesario para los integrantes de una familia y que pudiese ampliarse a miembros de algunas otras.

El bienestar en términos de capacidades conformadas por todo aquello que permite a una persona estar bien nutrida, escribir, leer y comunicarse. Las necesidades básicas constituyen una parte de las capacidades; el número de opciones que las personas tienen y la libertad de elección sobre ellas también contribuyen al bienestar humano (Sen, 1999).

El bienestar de los hogares y las personas depende de seis fuentes: i) ingreso corriente; ii) activos no básicos y capacidad de endeudamiento del hogar; iii) patrimonio familiar; iv) acceso a bienes y servicios gratuitos; v) tiempo libre y disponible para trabajo doméstico, educación y reposo, y vi) conocimientos de las personas (Boltvinik, 2003).

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

2.2.2. Pobreza y desigualdad

En todas las economías se pretende que los ingresos obtenidos por un individuo y por una familia, sean capaces de cubrir y satisfacer sus necesidades, dicho de otra forma, se debe alcanzar un nivel de bienestar satisfactorio en donde la alimentación, la salud, la educación y las condiciones de vivienda son adecuados para persona o miembro de una familia (Székely, 2005).

De no lograr un nivel satisfactorio de bienestar, se considera que las personas o las familias se encuentran en una condición de escasos o de pobreza, la cual se entiende como una “situación que limita el fortalecimiento del mercado interno y obstaculiza el desarrollo económico con igualdad de oportunidades para todos.” (Hernández, 2001).

En nuestro país la institución encargada de medir la pobreza es la Combinación Nacional de Evaluación (CONEVAL), la cual utiliza una definición multidimensional en su metodología para la evaluación de esta, de acuerdo a esta institución una persona se encuentra en situación de pobreza multidimensional cuando no tiene garantizado el ejercicio de al menos uno de sus derechos para el desarrollo social, y sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades. Los indicadores para determinar esta multidimensión son los siguientes:

- Ingreso corriente per cápita;
- Rezago educativo promedio en el hogar;
- Acceso a los servicios de salud;
- Acceso a la seguridad social;
- Calidad y espacios de la vivienda;
- Acceso a los servicios básicos en la vivienda;
- Acceso a la alimentación nutritiva y de calidad;
- Grado de cohesión social; y
- Grado de accesibilidad a carretera pavimentada.

En cuanto a la desigualdad, Lopez (2005) describe a esta como el resultado de diferentes problemas en una sociedad y se puede entender como la condiciones que limita a las personas a tener un acceso igualitario a diferentes recursos y servicios, lamentablemente relacionadas a clases sociales, al género, a la etnia, la religión u otra condición social.

La desigualdad económica se entiende como la distribución desigual de los bienes y los servicios que se encuentran en una nación, esto puede estar en función de las diferencias en las ganancias de los individuos y los mecanismos que existan por parte del estado para evitarlo, ya que este fomenta la

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

generación de empleos, la distribución igualitaria de riqueza, los mecanismos de acceso a servicios entre otros (López 2005).

A nivel individual el factor básico que determina en gran medida las diferencias en ingreso puede ser la existencia de un mecanismo de demanda y oferta, ya que está relacionada con la especialización del trabajo (Hunt 2006).

2.3. Teoría económica de tiendas DICONSA

2.3.1. Antecedente histórico.

Los gobiernos mexicanos han influido en el mercado de productos agrícolas desde el inicio de los gobiernos posrevolucionarios, tratando de equilibrar la demanda y la oferta de productos; recurriendo al comercio internacional para importar extensos volúmenes de granos y atender las necesidades alimenticias básicas de su población (Barquera, 2001).

La primera institución del estado que se creó con el propósito de regular los precios del mercado del agro mexicano fue fundada en 1934 y se llamó “Almacenes Nacionales de Depósito S.A.” (ANDSA), la cual tenía como propósito fundamental el de “regular o atenuar la competencia entre comerciantes e impedir las actividades mercantiles meramente especulativas”, debido a su limitada capacidad de acción, se crean en 1937 el “Comité Consultivo de los Artículos de Consumo Necesario” y el “Comité Regulador del Mercado de Trigo”, que fueron sustituidos un año después por el “Comité Regulador del Mercado de Subsistencias”, al que se le otorgó facultades para intervenir en los mercados de trigo, harina, pan, maíz, arroz, carne, garbanzo, sal, azúcar y pescado seco (Rosales *et. al.*, 2006).

En mayo de 1941 se creó la Nacional Distribuidora y Reguladora S.A., con el mismo propósito de regular los precios y de intervenir marginalmente en el mercado, después de que se extinguiera al “Comité Regulador del Mercado de Subsistencias”, organismo que fue muy atacado y repudiado por diferentes sectores empresariales de comerciantes y acaparadores de productos básicos. El nuevo organismo dio espacios para incluir a los comerciantes, sin embargo, no se logró un impacto significativo a pesar del apoyo económico brindado por el Banco Nacional de Crédito Ejidal, el Banco Nacional de Crédito Agrícola y de la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S. A (Barkin, D., & Esteva, G. 1981).



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Por lo anterior, para 1943 se integró la “Comisión de Abastecimiento y control de Precios”, quien tenía la función de abastecer y distribuir artículos de consumo necesarios en el Distrito Federal hoy Ciudad de México y que fue remplazada en 1947 por la “Comisión de Vigilancia de Abastecimientos del Distrito Federal, siendo este último organismo quien en 1949 absorbió a las corporaciones antes mencionadas y se instauró como el único regulador de precios de los artículos de primera necesidad en todo el país (Barkin, D., & Esteva, G. 1981).

Durante todo ese tiempo los precios de garantía que eran algunas de las herramientas utilizadas para influir en el mercado solo servían como referencias de precios máximos, pero en 1953, después de la llegada al poder de Adolfo Ruiz Cortines, la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S. A. (CIEMSA) adquirió facultades para incrementar los precios de garantía y para apertura de agencias de compra de granos y productos agrícolas, aumentando con esto el papel interventor del estado que si bien comenzó a tener una mayor relevancia, esta se concentró solo en algunas partes de México y no llegó a todo el país (Barkin, D., & Esteva, G. 1981).

El 28 de abril de 1986, la Distribuidora e Impulsora Comercial CONASUPO, es constituida como una sociedad anónima de capital variable que es regida bajo la Ley General de Sociedad Mercantiles y en donde el dueño mayoritario de las acciones es el Gobierno Federal (Rosales *et al.*, 2006). A partir de 2000 entra en vigor la denominación aprobada de “DICOSNA. S. A. de C. V.” y se establece la política básica de la empresa definida de la siguiente manera, promover, constituir, organizar, explotar y tener participación mayoritaria en el capital y patrimonio de todo género de empresas comerciales, de servicios o de cualquier otra índole, relacionada con la regulación y modernización del mercado de los bienes que se consideren de consumo necesario para la alimentación; la salud y el bienestar físico principalmente de los sectores de la población de estas subsistencias, su comercialización eficiente el aumento del poder real de compra de los consumidores de escasos recursos y el aumento también del ingreso de los productores de bajos recursos (gob.mx 2020).

Hasta el año 2018 la red de tiendas DICONSA estuvo a cargo de la Secretaría de Desarrollo Social, en ese año se modifica la operación gubernamental relacionada con la distribución de alimentos en zonas de alta y muy alta marginación, haciendo que dicha red pasara a formar parte de la entonces emergente SEGALMEX (Seguridad Alimentaria Mexicana), la cual ha fomentado el fortalecimiento de la red de distribución aperturando nuevas tiendas y almacenes que permitan ampliarla, a su vez ha



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

agregado nuevos alimentos a la lista de la canasta básica con el propósito de incrementar la oferta y contribuir al desarrollo de las personas más pobres y vulnerables de México (gob.mx 2020).

2.3.2. Participación del Estado Mexicano en el abasto de la canasta básica a través del Programa DICONSA.

En medida de la aplicación de políticas proteccionistas y regulatorias del mercado en México, promovida por un modelo económico de estado interventor, surgió la necesidad de apoyar la creación de una red de apoyo a productores y consumidores de bajos y escasos recursos, que necesitaran de fuentes apoyos e incentivos económicos para participar en la vida económica del país, ya que sus características de rezago, falta de financiamiento y poca capacidad de penetración en el merco, los condenaba a un ciclo de pobreza del que era poco probable salir (Castro, 2020).

Por lo anterior en el año de 1961, siendo presidente de la república Adolfo López Mateos, se funda la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO). El cual se concibió como una empresa paraestatal mexicana para atenuar el desequilibrio social y económica existente, mediante la protección de grupos populares y fomentar el crecimiento económico a través de distintos programas (Castro, 2020).

Uno de los principales objetivos y fundamentos económicos que promovieron dicha paraestatal, fue la concentración de todas las actividades interventoras del gobierno relacionadas con el sector agropecuario de nuestro país, pues se definió como un instrumento de política pública que permitiría la promoción del desarrollo económico y social de México mediante sus dos funciones prioritarios: regular los mercados de los productos básicos al establecer una relación más eficiente y racional entre productores y consumidores, eliminando los intermediarios, los cuales eran calificados como deshonestos e ineficientes, y proteger a los consumidores (dándoles acceso a los productos básicos) y productores (asegurando que accedieran al mercado) de bajos ingresos (Naude, 2000).

Los programas más sobresalientes de la CONASUPO fueron: los precios de garantía, los centros de acopio, la importación y exportación de productos, las lecherías CONASUPO y la venta de productos de la canasta básica a través de las tiendas comunitarias. Todos y cada uno de estos programas y estrategias promovidas por esta institución de carácter descentralizado influyó significativamente en el medio rural durante todo el periodo del estado del bienestar en México (Castro, 2020).



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

La estabilidad, el bienestar y la dinámica económica que giraba en torno a esta institución fue tan grande que, al llegar a su desaparición en 1999 por el gobierno de Zedillo, el malestar social se hizo presentes, pues la CONASUPO se había arraigado en la dinámica económica y social de las zonas mal marginadas y vulnerables de nuestro país, ya que estas quedaron desprotegidas ante el mercado liberado en el que elementos como eficiencia, bajos precios, competitividad, entre otros elementos son poco aplicados a las unidades productivas que caracterizan la mayoría de las que existían en nuestro país (Naude, 2020).

En el mismo año que se decretó la desaparición de la CONASUPO el presidente de la república crea la paraestatal ASERCA, que, si bien esta se quedó con los inmuebles de la antigua institución, la nueva paraestatal desenviólo en un reduccionismo considerable de sus funciones y se enfocó básicamente a facilitar el acceso de alimentos provenientes de la canasta básica a las zonas marginales de México (Castro, 2020).

Este antecedente histórico en la económica mexicana y en como impacto en las relación económicas y sociales de las personas del medio rural, sirvió para que en medio del modelo económico neoliberal se fortaleciera el programa de abasto rural que, si bien había nacido como parte fundamental de la extinta CONASUPO, este se integró a DICONSA iniciando operaciones en 1980 con un total de 369 tiendas y llegando a 26,975 en 2015. Esta red de banastos cuenta con establecimientos que son clasificados como “Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas”. El INEGI (2019) cual reporta que las tiendas DICONSA representan el 4.4% del total de establecimientos registrados en esta categoría.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

CAPITULO 3. Metodología

Este capítulo de la tesis expone la metodología que se implementó para realizar la investigación planteada. Sobre esta base, en esta sección se muestra las técnicas de análisis de la información de las bases de datos que se construyeron a partir de las encuestas aplicadas a la población de la localidad de interés, así como el análisis de las entrevistas hechas a tenderos particulares y encargados de tiendas DICONSA.

Para la investigación se recurrió a información secundaria con bases elaboradas por instituciones como; INEGI, SAGARPA, CONAPO y CONEVAL 2000, 2010 y 2020. Los datos primarios constituyen el análisis de la situación económica y social de los municipios en estudio para el año 2021. El análisis se realizó tomando de base el programa de Excel 2016 y la construcción de los mapas temáticos se realizó con el programa Qgis 3.2.3.

Los resultados permitieron mostrar la importancia que tienen las tiendas DICONSA en el ahorro del gasto familiar al adquirir productos de la canasta básica, ya que al hacer la comparación entre los precios de venta al público de 20 productos básicos entre las tiendas DICONSA y las tiendas privadas, se encontró que las primeras cuentan con precios más bajos. Por último, de muestra los mapas que indican las relaciones de flujo de dinero por la compra de productos básicos que hacen las familias, la demanda de servicios básicos y el flujo de dinero por el abastecimiento de insumos y mercancías de los negocios de la localidad de estudio.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

3.1. Área de estudio y unidad de análisis

El municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula se encuentra ubicado en el estado de Oaxaca en la región Mixteca. Su cabecera municipal lleva el mismo nombre y es la localidad mas grande de dicho municipio. Dicha localidad es sobre la que se tiene particular interés ya que es donde se encuentran las tiendas DICONSA existentes en el municipio, además es la mas grande ya que concentra al 47.7% de la población. Su ubicación geográfica se encuentra en la región mixteca del estado de Oaxaca a 120 kilómetros al noroeste de la capital, se puede llevar viajando por la supercarretera 131-D hasta la ciudad de Nochixtlán, después hay que desviarse hacia la carretera federal núm. 190 con destino a Huajuapán de León, hasta entroncar con la población de Yucudaa, y seguir a la izquierda por la carretera federal núm. 125 hasta llegar a Teposcolula.

La micro región de estudio delimitada está conformada por las Ciudad de Oaxaca de Juárez, la Heroico Ciudad de Huajuapán de León, La Heroica Ciudad de Tlaxiaco Oaxaca, Asunción Nochixtlán, Santiago Yolomécatl y la Villa de Tamazulpam del Progreso. La decisión de incluir dichos lugares es por la cercanía a la localidad de interés, la facilidad de comunicación y los medios de transportes existentes.

Las unidades de análisis son los objetos o sujetos de estudio a quienes se investiga por lo que su tipificación y forma son muy variados. Su definición es fundamental dentro del proceso de investigación, ya que el investigador trabaja sobre aquellas características que se vinculan a una teoría y que dan respuesta a las preguntas de investigación planteadas (Cohen y Gómez, 2008).

Para poder analizar las economías a nivel familiar y a nivel local se consideraron como unidad de análisis hogares, las tiendas DICONSA y las tiendas particulares de la cabecera, además de la micro región delimitada. Estos hogares desarrollan sus actividades en áreas definidas como microrregiones, entendidas estas últimas como divisiones geográficas conocidas como municipios relacionados a través de patrones políticos, culturales y sociales, basándose de una descentralización de estructura política y administrativa (Stohr, 1967). En esta investigación, los hogares se conforman por miembros de familia consanguíneos o no (nuera, yerno, suegros) los cuales aportan trabajo o ingreso para la satisfacción de las necesidades familiares.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En segundo nivel se consideran como unidad de análisis seis localidades que interactúan de forma comercial y económica, de las cuales se obtiene información con respecto a los productos, insumos, mercancías y servicios que proveen a los habitantes de la localidad de interés. Modelos de la investigación

3.2. Fuentes de Información

Los dos tipos de fuentes de información que se utilizarán para cumplir los objetivos de la presente investigación son las definidas como primarias y secundarias; el primer caso consiste en la generación de información que no se dispone y es necesaria para su análisis y cumplimiento metodológico de la investigación, dicha información tiene la característica primordial de ser original y por lo tanto el investigador a cargo tiene la obligación de buscar los mecanismos y estrategias para recabarla (Hernández et al., 2014).

En el caso de las fuentes secundarias estas son proporcionadas por instituciones o autores que pueden trabajar en las mismas líneas de investigación, algunos ejemplos son las bases de datos del INEGI (censos y conteos de diferente índole y publicados en diferentes años), bases de datos de la CONEVAL o la CONAPO, también podrían ser tesis, artículos científicos publicados, libros o cualquier otro material de tipo bibliográfico especializado en el tema de la investigación.

3.2.1. Fuentes de información secundaria

Esta información se utilizará básicamente para la construcción del marco de referencia, así como en el apoyo para el análisis de la información primaria e interpretación de los resultados de las técnicas de análisis de la información primaria, como son cuadros comparativos u otras estrategias. La información que se recopilara es publicada por diferentes instituciones públicas, algunas de ellas son las siguientes:

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
 - Base de datos del Censos de Población y Vivienda del 2000, 2010, 2020.
 - Bases de datos de las Encuestas Intercensales del 2005 y 2015
 - Marco geoestadístico nacional 2018.
 - Directorio estadístico nacional de unidades económicas.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)
 - Índice de rezago social 2015.
 - Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015.
 - Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, serie 2008-2018
- Consejo Nacional de Población (CONAPO)
 - Índice de intensidad migratoria generado por la CONAPO 2010
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP)
 - Estadística de Producción Agrícola 2018. Sistema de Información Agroalimentaria de consulta.
- Seguridad Alimentaria Mexicana (SEGALMEX)
 - Directorio nacional de tiendas DICONSA.

3.2.2. Fuentes de información primaria.

En la etapa de recabar información primaria fue imposible levantar la encuesta de socioeconómica que se usa para la construcción de una matriz de contabilidad social y de los modelos de economía familiar, ya que el periodo de estudio se empalmo con la contingencia sanitaria ocasionada por la pandemia de COVID-19, esto provoco que la autoridad municipal impusiera medidas de restricción al interior de la localidad de interés, por lo que el ingreso a los hogares para poder hacer el levantamiento de la información no se pudo llevar a cabo, por lo que se favoreció el diseño de otros instrumentos que permitieran obtener información sin ingresar a los domicilios y que tampoco se interactuara por mas de 15 minutos con la misma persona en vía pública.

Con la intención de cubrir los alcances de la investigación, se diseñaron cuatro instrumentos para recopilar información primaria. El primero que se utilizo fue la “Entrevista dirigida a ENCARGADOS DE TIENDAS COMUNITARIAS DICONSA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula”, la cual tenía por objetivo principal “Indagar el impacto que tienen las tiendas comunitarias DICONSA en la economía familiar de la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula”. Este instrumento se aplicó a las dos tiendas que se ubican dentro de la cabecera municipal de San pedro y San Pablo Teposcolula, que son las denominadas “Centro” con numero de código 122 y “Yodonocuito” con numero de código 86.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

El segundo instrumento que se utilizó fue la “Entrevista a DUEÑOS DE TIENDAS TIPO MICELANEA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula”, que tenía por objetivo “Indagar la oferta de tiendas tipo miscelánea que compiten con las tiendas comunitarias DICONSA en la cabecera municipal de San Pedro y San Pablo Teposcolula”. Este instrumento se aplicó en siete ocasiones a dueños de negocios distribuidas cinco en la parte centro de la localidad y dos en el barrio de Yodonocuito, con la intención de acercarse lo más posible al panorama de competencia entre las tiendas DICONSA y las tiendas privadas.

El tercer instrumento para recabar información fue una “Encuesta rápida a clientes”, la cual se aplicó fuera de cada una de las tiendas en donde se aplicaron los instrumentos anteriores. En total se obtuvo una muestra de 27 clientes encuestados, de los cuales seis corresponden a las dos tiendas DICONSA y 21 a las tiendas particulares que se tomaron en cuenta para la investigación. Dicho instrumento tenía por objetivo se denominó encuesta rápida a clientes y su objetivo planteado era “Indagar las preferencias de compra de los clientes sobre productos de la canasta básica en los negocios que se encuentran en la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula”.

El cuarto y último instrumento que se aplicó fue el que se denominó “Encuesta final” el cual se aplicó a 50 personas que se denominaron jefes de hogar en zonas públicas de la localidad de interés, el objetivo de esta encuesta era “Indagar las preferencias de compras en los mercados locales de influencia en San Pedro y San Pablo Teposcolula”. Estos instrumentos permitieron obtener información suficiente para construir bases de datos para ser analizadas e interpretadas.

3.3. Determinación del tipo de muestreo y tamaño de la muestra

Para el caso de las entrevistas estructuradas se determinó que fueran dirigidas a las tiendas más grandes y más pequeñas de las localidades, además de incluir en ellas a las tiendas DICONSA para sí recabar información acerca de ellas.

En cuanto a la primera encuesta radial esta se determinó que fuera aplicada como un muestreo sistemático en las tiendas en donde se aplicaron las entrevistas.

Por último las encuestas a consumidores se aplicó utilizando un muestreo sistemático estratificado, ya que se eligieron lugares de tránsito común como fue el parque y el mercado, posteriormente las bases de las camionetas pasajeras y por último los tipos de negocios existentes en la cabecera municipal de

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Teposcolula, determinándose que el muermo mínimo adecuado fuera de 50 personas encuestadas.

Análisis de información

Para realizar el análisis de datos obtenidos, se usarán los programas Excel. La intención es construir las bases de datos en una plataforma sencilla de operar como son las hojas de cálculo de este programa. El objetivo de este análisis es transformar, comparar y someter a comprobación la información obtenida, con la intención de cumplir los objetivos del presente proyecto de investigación y realizar la comprobación de la hipótesis. Las técnicas empleadas en esta investigación son: estadística descriptiva, análisis factorial y análisis de regresión múltiple (lineal y no lineal).

3.3.2. Análisis estadístico descriptivo

La estadística descriptiva es una parte de la estadística que permite a los investigadores analizar información en cuanto a su comportamiento, composición, estructura, con la intención de describirla y de esta forma entender el fenómeno analizado. Para poder aplicar técnicas descriptivas, numérica o gráfica, es necesario definir con antelación el tipo de variable con la que se trabajara, ya que estas se pueden agrupar en función de su tipo pudiendo ser cuantitativas o cualitativas, o en función de su clase, pudiendo ser nominales u ordinales, discretas o continuas (Babbie, 2004). Algunas de las técnicas de estadística descriptiva que se utilizarán serán las que a continuación se enlistan:

- Graficas e histogramas
- Medidas de tendencia central
 - Media aritmética
 - Media de datos agrupados
 - Media ponderada
- Medidas de dispersión
 - Rango
 - Desviación estándar
 - Varianza
- Correlación
 - Covarianza
 - Coeficiente de correlación de Pearson

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

3.3.2.1. Estadística paramétrica

De acuerdo a Kelmansky, D. M. (2009), las técnicas estadísticas de estimación de parámetros, intervalos de confianza y prueba de hipótesis son, en conjunto, denominadas estadística paramétrica y son aplicadas básicamente a variables continuas. Estas técnicas se basan en especificar una forma de distribución de la variable aleatoria y de los estadísticos derivados de los datos. En estadística paramétrica se asume que la población de la cual la muestra es extraída es normal o aproximadamente normal. Esta propiedad es necesaria para que la prueba de hipótesis sea válida. Algunos parámetros poblacionales que se pueden calcular son los siguientes:

- Media estimada
- Varianza estimada
- Desviación estándar estimada
- Análisis de varianza
- Parámetros de regresión lineal

3.3.2.2. Estadística no paramétrica

La estadística no paramétrica de acuerdo a Kelmansky, D. M. (2009), es una rama de la estadística que estudia las pruebas y modelos estadísticos cuya distribución subyacente no se ajusta a los llamados criterios paramétricos. Su distribución no puede ser definida a priori, pues son los datos observados los que la determinan. La utilización de estos métodos se hace recomendable cuando no se puede asumir que los datos se ajusten a una distribución conocida. Algunos ejemplos de este tipo de pruebas son:

- Prueba binomial
- Prueba Wilcoxon
- Prueba Kruskal-Wallis



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

CAPITULO 4. Marco de referencia

El propósito de este capítulo es hacer una revisión de información secundaria que ayude a contextualizar la fundamentación científica y técnica del proyecto de investigación. Por lo tanto, se escribió utilizando información pública y de acceso libre que han generado distintas instituciones públicas de nuestro país. Algunas de fuentes de información han sido generados por el INEGI, la CONEVAL, la CONAPO y el SIAP, entre otros.

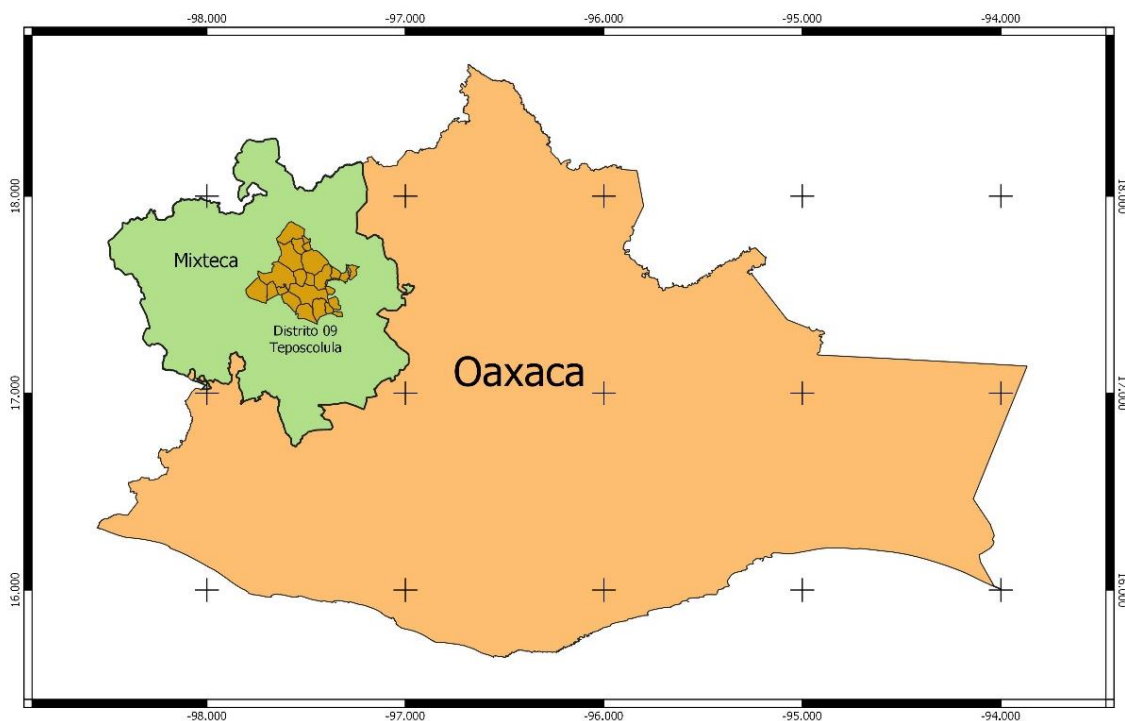
Los criterios básicos para seleccionar la información que a continuación se presenta fue elegir aquella que hace énfasis aspectos demográficos, sociales y económicos del municipio de interés San Pedro y San Pablo Teposcolula. Por lo tanto, se exponen aspectos como tamaño de la población, proporción de género, población económicamente activa, unidades económicas activas, migración, entre otros. Al final del capítulo se hace una exposición de hallazgos relevantes al proyecto de investigación, correlacionando la información recabada con los objetivos planteados en la fundamentación del estudio.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.1. Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula

El municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula se encuentra ubicado en el estado de Oaxaca en la región Mixteca. Junto a otros 20 municipios conforma el distrito que lleva por nombre Teposcolula. En el mapa 4.1 se pueden observar la ubicación y composición de dicho distrito, referenciado a la región y al estado de Oaxaca.

Mapa 4.1. Mapa de macro localización de las localidades de estudio.

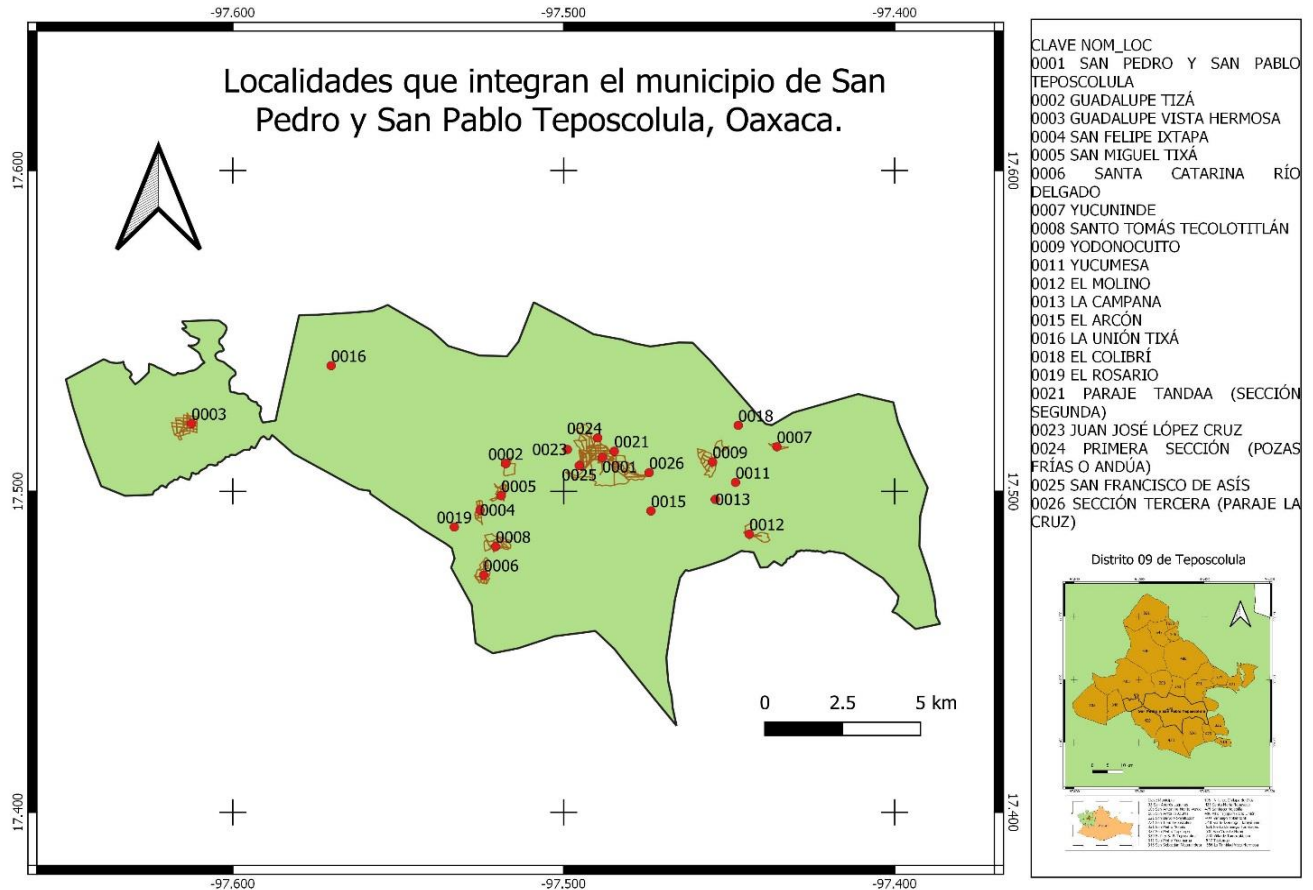


Fuente: Elaboración propia en baso al Marco Geoestadístico del INEGI.

La extensión total de San Pedro y San Pablo Teposcolula es de 17,877.9 hectáreas, está compuesto por un total 7 agencias y una cabecera municipal, que integran a 21 localidades reconocidas por el INEGI, en el mapa 4.2 se puede observar la distribución espacial de las localidades y las agencias al interior del municipio.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Mapa 4.2. Distribución espacial de las localidades que integran el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula.

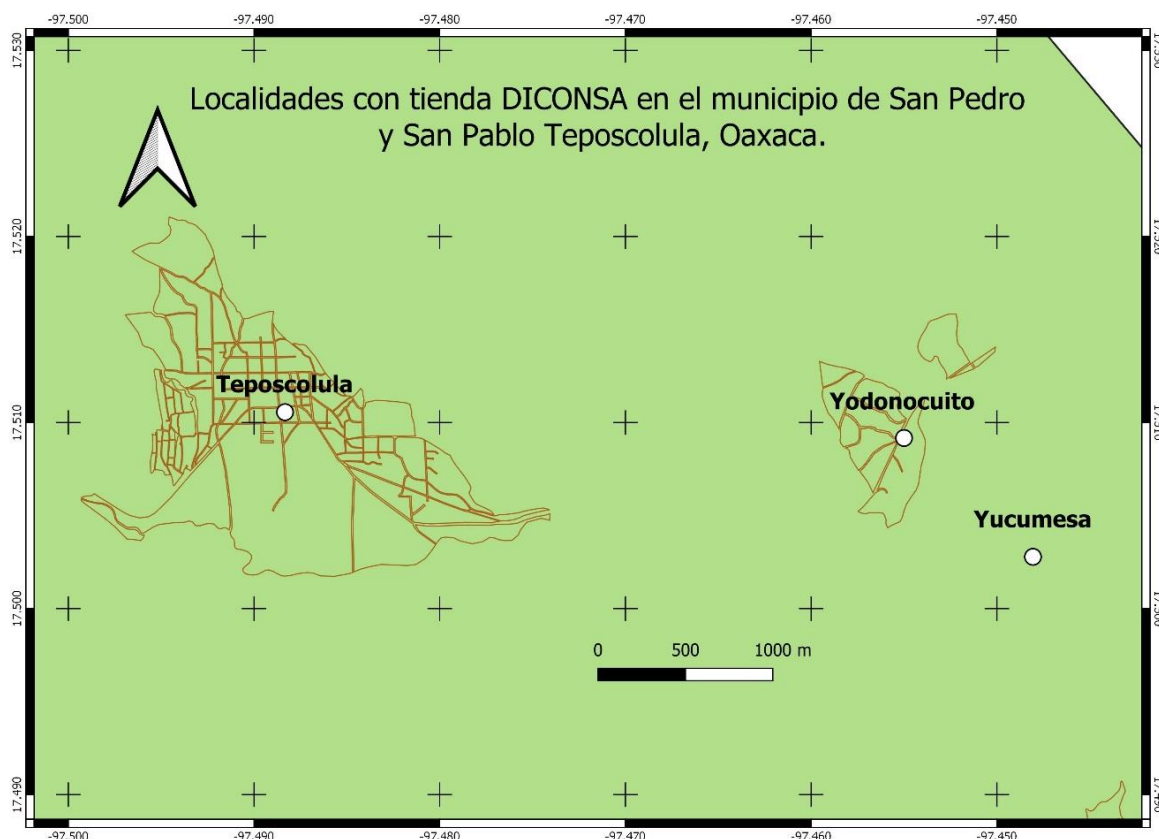


Fuente: Elaboración propia en baso al Marco Geoestadístico del INEGI.

Debido a que parte del objeto de estudio de la presente investigación son las tiendas DICONSA, se acoto el trabajo a aquellas localidades en las que se encuentran ubicadas dichas tiendas, es por eso que el estudio se concentra principalmente en la Cabecera Municipal y Yodonocuito. En mapa 4.3 mapa se pueden ver la ubicación espacial de las localidades en las que se encuentra establecida una tienda DICONSA.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Mapa4.3. Mapa de microlocalización de las localidades de interés para la investigación.



Fuente: Elaboración propia en base al Marco Geoestadístico del INEGI.

4.1.1. Características demográficas

4.1.1.1. Población total

En relación al distrito en donde se encuentra ubicado San Pedro y San Pablo Teposcolula, este se integra por 21 municipios, que, de acuerdo a los datos del INEGI, esta suma una población de 33,624 personas en el año 2015, mostrando un incremento de 2,560 personas con respecto al 2000, año en el que la misma institución reportó una población total de 31,064 personas. Aunque en términos generales el distrito ha logrado aumentar su número de habitantes, la tasa general de crecimiento se encuentra por debajo de la estatal, ya que la entidad reporta este valor de 0.0096 mientras que el distrito arroja un valor de 0.0053. Lo que muestra en términos generales que el crecimiento poblacional de es conjuntando municipios, ha sido menor que el de la entidad como se puede observar en la tabla 4.1.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.1. Población y parámetros de los municipios que componen el distrito de Teposcolula.

Municipio	Población 2000	Población 2005	Población 2010	Población 2015	Población 2020	Tasa de crecimiento	Diferencia poblacional	Posición
Villa de Tamazulápam del Progreso	6,088	6,638	7,059	7,707	8326	0.0211	2,238	1
San Pedro y San Pablo Teposcolula	3,486	3,664	3,989	4,016	4353	0.0149	867	2
San Antonino Monte Verde	6,200	6,482	6,650	7,305	7678	0.0144	1,478	3
Santiago Yolomécatl	1725	1912	2021	2090	1922	0.0072	197	4
Villa de Chilapa de Díaz	1,711	1,687	1,932	2,110	1815	0.0039	104	5
Teotongo	952	937	951	931	1005	0.0036	53	6
Villa Tejúpam de la Unión	2306	2177	2469	2403	2419	0.0032	113	7
San Juan Teposcolula	1,448	1,344	1,340	1,228	1494	0.0021	46	8
San Pedro Yucunama	246	244	232	236	241	-0.0014	-5	9
La Trinidad Vista Hermosa	316	235	249	260	306	-0.0021	-10	10
San Sebastián Nicananduta	1,633	1,412	1,449	1,441	1542	-0.0038	-91	11
San Andrés Lagunas	563	528	505	483	518	-0.0055	-45	12
San Pedro Topiltepec	420	372	406	343	373	-0.0079	-47	13
San Vicente Nuñú	519	469	493	413	449	-0.0096	-70	14
San Pedro Nopala	926	834	840	720	751	-0.0139	-175	15
Santo Domingo Tonaltepec	327	291	276	235	250	-0.0177	-77	16
Santa María Nduayaco	606	568	550	466	453	-0.0192	-153	17
San Antonio Acutla	339	311	297	249	249	-0.0204	-90	18
San Bartolo Soyaltepec	827	681	655	654	596	-0.0216	-231	19
Santo Domingo Tlatayápam	160	146	153	132	113	-0.0229	-47	20
Santiago Nejapilla	266	195	219	202	174	-0.0279	-92	21
Total del distrito	31,064	31,127	32,735	33,624	4,152,505	0.0080	4,121,441	
Total del estado	3,438,765.00	3,506,821.00	3,801,962.00	3,967,889.00	4,132,148.00	0.0123	693,383	

Fuente: elaboración propia con información de censos y conteos del INEGI en diferentes años (2000, 2005, 2010, 2015 y 2020). * el cálculo de las tasas se realizó empleado la fórmula de “Modelo geométrico”.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

El crecimiento poblacional de distrito de Teposcolula se ha concentrado en ocho de los municipios, siendo el municipio de Villa de Tamazulapan del progreso el que muestra un mayor crecimiento poblacional con una diferencia de 2,238 personas, seguido de San Antonino Monte Verde con 1,478 personas, San Pedro y San Pablo Teposcolula con 867 personas, Santiago Yolomécatl con 197 personas, Villa de Chilapa de Díaz con 104 personas, Teotongo con 53 personas, Villa Tejúpam de la Unión con 113 personas y San Juan Teposcolula con 46 personas. El resto de los 13 municipios restantes muestran un comportamiento decreciente, Santiago Nejapilla el que menos ha descendido con una tasa de -0.0279 y San Bartolo Soyaltepec el que más personas a descendido, pues entre los años 2000 y 2020 reporta una pérdida de -231 personas.

En cuanto al municipio de San Pedro y san Pablo Teposcolula, de acuerdo la información del INEGI 2020, tiene una población total de 4,353 ocupando a nivel estatal la posición 193 de los 570 municipios de la entidad y con una tasa positiva muy parecida a la de la entidad, como se puede observe en la siguiente tabla, en el año 2000 la misma institución reporto una población de 3,486 personas y ubicó al municipio en la posición 215, lo que implica que en el periodo comprendido del año 2000 al 2020 el aumento de la población desplazo 22 lugares de forma positiva en relación a todos los municipios de la entidad, como se puede ver en la tabla 4.2.

Tabla 4.2. Tamaño de la población y posición con respecto al estado.

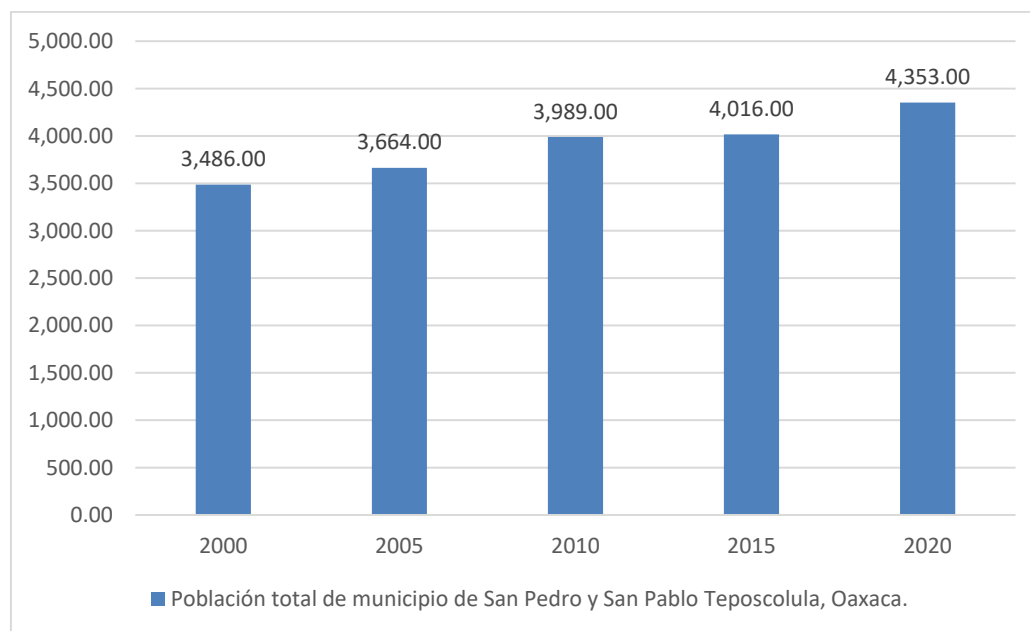
Concepto	2000	2005	2010	2015	2020
San Pedro y San Pablo Teposcolula	3,486.00	3,664.00	3,989.00	4,016.00	4,353.00
Oaxaca	3,438,765.00	3,506,821.00	3,801,962.00	3,967,889.00	4,132,148.00
Lugar estatal	215.00	205.00	198.00	199.00	193

Fuente: elaboración propia con información de censos y conteos del INEGI en diferentes años (2000, 2005, 2010, 2015 y 2020).

En la gráfica 4.1 se muestra el comportamiento de los datos de la tabla anterior, por lo que se puede observar de forma clara como la población del municipio de interés ha mantenido un ritmo de crecimiento constante en los últimos 15 años, tiene un comportamiento aditivo de 35.33 personas en promedio cada año.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Gráfica 4.1. Población total de municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca.



Fuente: elaboración propia con información de censos y conteos del INEGI en diferentes años (2000, 2005, 2010, 2015 y 2020).

4.1.1.2. Estructura poblacional

En términos generales el distrito de Teposcolula tiene una población mayoritariamente de femenina, ya que estas superan por 2,464 a la población masculina que es de 15,580, dando como resultado que exista una relación de 1.16 mujeres por cada hombre que vive en el distrito, lo cual es superior a la relación existente en el estado que es de 1.10 mujeres por cada hombre y como se puede ver en la tabla 4.3 (INEGI, 2015). Esto puede ser debido a la cultura migraciones que se encuentra altamente extendida en la región Mixteca y que una de sus consecuencias es la pérdida de mano de obra masculina, ya que estos son los miembros de la familia que emigran a diferentes partes de la república y al extranjero con la intención de buscar empleo.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Los municipios que presentan mayor porcentaje de mujeres que de hombres son los de Villa de Tamazulápam del Progreso, San Pedro Yucunama y Teotongo con relaciones promedio mujeres por cada hombre de 1.21, en el caso de los municipios con una menor proporción femenina son los de San Pedro Topiltepec, La Trinidad Vista Hermosa y San Antonio Acutla, para el caso específico del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, este tiene una relación de 1.12 mujeres por cada hombre que vive en el municipio, posicionándose por arriba del valor de la misma relación a nivel estatal, como se puede ver en la tabla 4.3.

Tabla 4.3. Relación de mujeres por cada hombre que vive en los municipios del distrito de Teposcolula.

Municipio	Población total	Hombres	Mujeres	Relación M/H
Villa de Tamazulápam del Progreso	8326	3756	4570	1.22
San Pedro Yucunama	241	109	132	1.21
Teotongo	1005	457	548	1.20
San Sebastián Nicananduta	1542	704	838	1.19
Villa de Chilapa de Díaz	1815	829	986	1.19
Santiago Yolomécatl	1922	884	1038	1.17
San Antonino Monte Verde	7678	3532	4146	1.17
Santo Domingo Tlatayápam	113	52	61	1.17
Santo Domingo Tonaltepec	250	117	133	1.14
San Vicente Nuñú	449	211	238	1.13
San Pedro y San Pablo Teposcolula	4353	2054	2299	1.12
San Pedro Nopala	751	358	393	1.10
San Andrés Lagunas	518	247	271	1.10
Villa Tejúpam de la Unión	2419	1160	1259	1.09
Santiago Nejapilla	174	84	90	1.07
Santa María Nduayaco	453	219	234	1.07
San Juan Teposcolula	1494	723	771	1.07
San Bartolo Soyaltepec	596	289	307	1.06
San Pedro Topiltepec	373	183	190	1.04
La Trinidad Vista Hermosa	306	151	155	1.03
San Antonio Acutla	249	126	123	0.98
Total del distrito	33,624	15,580	18,044	1.16
Total del estado	3,967,889	1,888,678	2,079,211	1.10

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo de población y vivienda 2020 del INEGI.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En cuanto a su distribución poblacional, se tomó como referencia los datos proporcionados por el INEGI 2020, se determinó que el municipio de interés tiene una población de 2,299 mujeres y 2,054 de hombres, que la mayor concentración de mujeres en relación a los hombres se presenta entre la edad de 30 y 34, demás que la proporción donde la cantidad de hombres es mayor es entre la edad de 15 y 19 años, el mayor número de mujeres por quinquenio se encuentran en la edad de entre 10 y 14 años y la de hombres entre 10 y 14 años de edad, en la tabla 4.4 se pueden observar dichos datos y el del resto de los quinquenios.

Tabla 4.4. Distribución poblacional del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca.

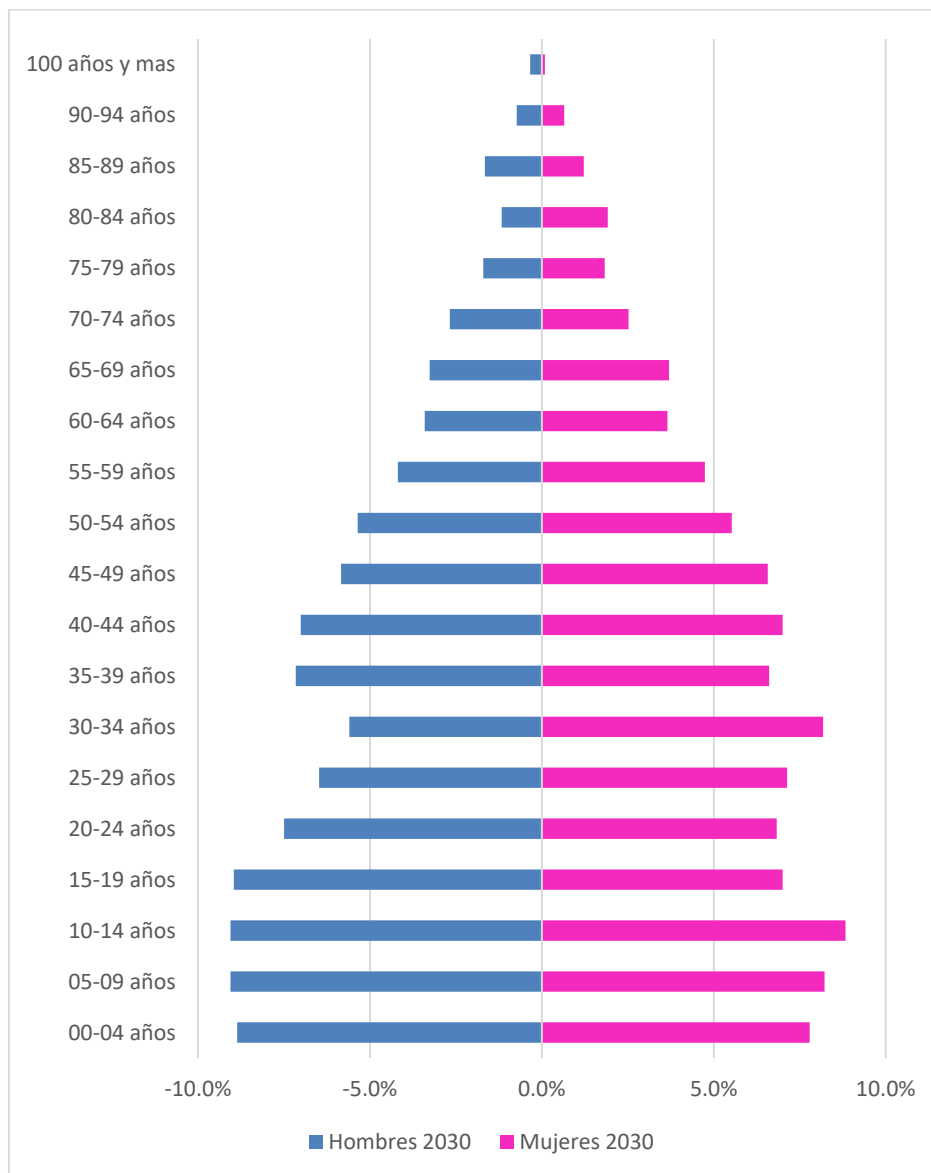
Rango	Total	Hombres	Mujeres	% Total	% Hombres	% Mujeres	Relación M/H
00-04 años	361	182	179	8.29%	8.86%	7.79%	0.98
05-09 años	375	186	189	8.61%	9.06%	8.22%	1.02
10-14 años	389	186	203	8.94%	9.06%	8.83%	1.09
15-19 años	345	184	161	7.93%	8.96%	7.00%	0.88
20-24 años	311	154	157	7.14%	7.50%	6.83%	1.02
25-29 años	297	133	164	6.82%	6.48%	7.13%	1.23
30-34 años	303	115	188	6.96%	5.60%	8.18%	1.63
35-39 años	299	147	152	6.87%	7.16%	6.61%	1.03
40-44 años	305	144	161	7.01%	7.01%	7.00%	1.12
45-49 años	271	120	151	6.23%	5.84%	6.57%	1.26
50-54 años	237	110	127	5.44%	5.36%	5.52%	1.15
55-59 años	195	86	109	4.48%	4.19%	4.74%	1.27
60-64 años	154	70	84	3.54%	3.41%	3.65%	1.20
65-69 años	152	67	85	3.49%	3.26%	3.70%	1.27
70-74 años	113	55	58	2.60%	2.68%	2.52%	1.05
75-79 años	77	35	42	1.77%	1.70%	1.83%	1.20
80-84 años	68	24	44	1.56%	1.17%	1.91%	1.83
85-89 años	62	34	28	1.42%	1.66%	1.22%	0.82
90-94 años	30	15	15	0.69%	0.73%	0.65%	1.00
100 años y más	9	7	2	0.21%	0.34%	0.09%	0.29
Total	4353	2054	2299	100.00%	100.00%	100.00%	1.12

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo de población y vivienda 2020 del INEGI.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En la gráfica 4.2 se pueden observar los datos de la tabla 9. En términos generales se puede observar que la gráfica tiene un comportamiento piramidal, lo que es típico en una población con tasas positivas de reemplazo en el que la población joven es proporcional a la población adulta y estas dos son mayores que la población mayor a los 65 años de edad.

Grafica 4.2. Distribución de la población por sexo y edad.



Fuente: Elaboración propia con información del Censo de población y vivienda 2020 del INEGI.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

La tabla 4.5 muestra los porcentajes y la distribución de la población del municipio de Teposcolula en función de su desarrollo, el mayor porcentaje corresponde a la población laboral principal con poco más del 39.33% de la población total el porcentaje mejor es el de población laborar madura con un 8.02%.

Tabla 4.5. Distribución de la población de San Pedro y San Pablo Teposcolula en función de su desarrollo.

Rango de edad	Población	Población %	Descripción
0-14 años	1125	25.84%	Niños
15-24 años	656	15.07%	Edad laboral temprana
25-54 años	1712	39.33%	Edad laboral principal
55-64 años	349	8.02%	Edad laboral madura
65 años y más	511	11.74%	Edad de adultos mayores

Fuente: elaboración propia con datos del Censo de población y vivienda 2020 del INEGI.

4.1.2. Características económicas

4.1.2.1. Pobreza

La CONEVAL define que un individuo se encuentra en situación de pobreza siempre y cuando tenga al menos una carencia social como son: acceso a servicio de salud, servicios básicos de vivienda, acceso a seguridad social, calidad y espacio de vivienda, acceso a alimentación y rezago educativo, además de que su ingreso sea insuficiente para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias. De acuerdo a la información publicada por la misma institución en su análisis de medición de la pobreza en México 2018, en el Estado de Oaxaca 2,714,700¹ personas se encuentran en situación de pobreza, representando al 66.4% de los habitantes de la entidad, del mismo total el 43.1 padecen pobreza moderada y el 23.3% pobreza extrema, ubicando así al estado como una de las entidades con mayor pobreza en el país.

¹ La CONEVAL hace la aclaración que la información contenida en su base de datos “Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio” tiene un propósito exclusivamente estadístico y está construida en función del modelo MCS-ENIGH 2010 o del MEC 2015 del MCS-ENIGH publicados. Por lo que podrían diferir de las reportadas por el INEGI y CONAPO a nivel municipal.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

La misma institución expone que en el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula el 69.69% de su población en pobreza, dividiéndola en 1,792 en pobreza moderada y lamentablemente 953 personas en situación de pobreza extrema, en relación al año 2015, los datos tienden a mostrar una mejora, ya que las personas en condición de pobreza disminuyen a 62.36%, distribuidos en 662 personas en condiciones de pobreza extrema y 1920 personas en condiciones de pobreza moderada. Sin embargo, cuando se observan los datos de vulnerabilidad por carencia social, estos indican que se presentó un incremento de 294 personas con esta condición en el mismo periodo del 2010 al 2015. Cabe señalar también que para el caso de población no vulnerable y población vulnerables por ingreso estas tienen una mejoría, ya que en la primera aumentó en 105 personas y la segunda disminuyó en 34 personas, como se puede ver en la tabla 4.6.

Tabla 4.6. Indicadores de pobreza para el periodo 2010 a 2015 en el municipio de interés.

Parámetro	Porcentaje		Personas		Carencias promedio	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Pobreza	69.69%	62.36%	2745	2582	2.59	2.33
Pobreza extrema	24.21%	15.99%	953	662	3.56	3.41
Pobreza moderada	45.49%	46.37%	1792	1920	2.07	1.96
Vulnerables por carencia social	18.80%	24.98%	740	1034	2.02	1.79
Vulnerables por ingreso	3.82%	2.82%	151	117		
No pobres y no vulnerables	7.69%	9.84%	303	408		
Rezago educativo	22.05%	18.40%	868	762	3.15	2.84
Carencia por acceso a los servicios de salud	51.15%	13.61%	2015	564	2.93	2.75
Carencia por acceso a la seguridad social	72.25%	69.94%	2846	2896	2.59	2.21
Carencia por calidad y espacios de la vivienda	24.24%	18.77%	955	777	3.40	3.25
Carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda	40.72%	48.40%	1604	2004	3.16	2.75
Carencia por acceso a la alimentación	8.24%	21.03%	325	871	3.48	3.16
Población con al menos una carencia social	88.49%	87.34%	3486	3617	2.47	2.18
Población con tres o más carencias sociales	39.23%	30.86%	1545	1278	3.51	3.36
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar	73.52%	65.18%	2896	2699	2.46	2.23
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	46.51%	32.61%	1832	1350	2.61	2.49

Fuente: Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio, CONEVAL.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.1.2.2. Índice de rezago social

En nuestro país, el rezago social se estima en función de un Índice generado por la CONEVAL a partir de datos estadísticos que se obtiene en censos poblacionales y encuestas intercensales. Su construcción es realizada con una medida ponderada en donde se resume información de cuatro indicadores sociales de gran importancia: educación, salud, espacios de vivienda y servicios básicos. Su principal finalidad es ordenar a nivel estatal, municipal y localidad estas unidades de observación.

Para el caso de del estado de Oaxaca el “Índice de Rezago Social” publicado por la CONEVAL en el 2015 fue de 2.539013, siendo este calificado un “Grado de Rezago Social” Muy Alto, llevando a la entidad a ocupar el primer lugar a nivel nacional ubicándolo ahí por primera vez desde el año 2000 cuando se realizó el análisis. En la tabla 4.7 se puede observar cómo ha sido el comportamiento de estos parámetros a lo largo del tiempo.

Tabla 4.7. Indicadores de rezago social para el estado de Oaxaca en el periodo 2000 al 2015.

Parámetro	2000	2005	2010	2015
Índice de rezago social	2.1609	2.20393	2.41779	2.53901
Grado de rezago social	Muy alto	Muy alto	Muy alto	Muy alto
Lugar que ocupa en el contexto nacional	2	3	2	1

Fuente: Base de datos “Población total, indicadores, índice y grado de rezago social, según municipio, 2000, 2005, 2010 y 2015”, CONEVAL 2015.

En cuanto al municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula el “Índice de Rezago Social” para el año 2015 se calculó que fue de -0.28898 por lo que se le asignó un “Grado de Rezago Social” Medio, obteniendo el lugar 1308 a nivel nacional de marginación social. En relación al año 2000 el índice calculado es -0.24314 y es catalogado con un bajo grado de rezago, lo que a simple vista quiere decir que el rezago social ha aumentado con forme ha pasado el tiempo en el municipio, ya que esto se refuerza al observar el lugar que ocupa a nivel nacional, en el año 2000 ocupó el lugar 1425 y para el año 2015 se desplazó al lugar 1308, lo que también nos indica el incremento del parámetro mencionado. En la tabla 4.8 se puede observar el cambio.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.8. Indicadores de rezago social para el municipio de interés en el periodo 2000 al 2015.

Indicador	Año	Valor
Índice de rezago social	2000	-0.24314
	2005	-0.35667
	2010	-0.33544
	2015	-0.28898
Grado de rezago social	2000	Bajo
	2005	Bajo
	2010	Bajo
	2015	Medio
Lugar que ocupa en el contexto nacional	2000	1425
	2005	1440
	2010	1405
	2015	1308

Fuente: Base de datos “Población total, indicadores, índice y grado de rezago social, según municipio, 2000, 2005, 2010 y 2015”, CONEVAL 2015.

Al hacer un análisis más detenido sobre el grado de marginación del municipio de interés, se observó que todos los parámetros con los que se construye el Índice de Rezago Social se han desplazado de forma positiva para el municipio, por lo que se concluye que otros municipios han sido más eficientes en resolver los problemas que plantean dichos indicadores y esa es la razón por la que en San Pedro y San Pablo Teposcolula ha incrementado el rezago social, en la tabla 4.9 se exponen los parámetros.

Tabla 4.9. Valor de cada uno de los parámetros para el municipio de Teposcolula.

Parámetro	2000	2005	2010	2015
Población de 15 años o más analfabeta	9.04%	8.95%	6.09%	5.10%
Población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela	6.06%	1.92%	2.35%	1.56%
Población de 15 años y más con educación básica incompleta	68.48%	58.03%	50.42%	42.64%
Población sin derechohabiencia a servicios de salud	72.03%	71.37%	50.41%	15.11%
Viviendas con piso de tierra	28.10%	25.09%	14.55%	8.75%
Viviendas que no disponen de excusado o sanitario	19.60%	6.94%	3.34%	2.23%
Viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública	17.00%	9.94%	14.45%	6.70%
Viviendas que no disponen de drenaje	63.16%	41.50%	23.01%	15.80%
Viviendas que no disponen de energía eléctrica	5.31%	3.82%	2.36%	2.41%
Viviendas que no disponen de lavadora	74.14%	63.01%	52.41%	52.77%
Viviendas que no disponen de refrigerador	66.00%	49.36%	41.59%	35.98%

Fuente: Índice de rezago social 2015 a nivel nacional, estatal y municipal, CONEVAL.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

4.1.2.3. Empleo

De acuerdo a la información generada por el censo de población y vivienda 2020, el municipio de Teposcolula tiene una población económicamente activa ocupada de 1,793 lo que equivale a 41.49% del total de su población. La mayoría de las personas con dicha condición económica se emplea en el sector terciario, que está ligado a las actividades de comercio y de servicios, además la mayoría de las personas empleadas en dicho sector son mujeres. En la tabla 4.10 se pueden ver los datos antes mencionados.

Tabla 4.10. Población económicamente ocupada por tipo de sector.

Sector	Total	Hombres	Mujeres
Primario	345	286	59
Secundario	410	267	143
Terciario	1032	470	562
N/A	6	3	3
Total	1793	1026	767

Fuente: elaboración propia con datos del Censo poblacional 2020 del INEGI.

El sector primario y secundario tiene una porción de empleo muy parecida y no se diferencia por sexos, lo que indica de forma general que ambos sectores tienen un desarrollo parecido al interior del municipio, sin embargo, la diferencia notable es la cantidad de mujeres que se emplean en los sectores, ya que el sector primario es el que menos da cobertura a este género y el sector secundario se diferencia notablemente con los otros dos sectores.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

4.1.2.4. Directorio estadístico nacional de unidades económicas

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas ofrece datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de los negocios activos en el territorio nacional, actualizados, fundamentalmente, en el segmento de los establecimientos grandes. Esta edición del DENUE se actualizó con base en los resultados definitivos de los Censos Económicos 2019. Para el caso del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula el DENUE reporta 282 unidades económicas, de las cuales 267 emplean de 0 a 5 personas, 3 unidades emplean de 11 a 30, 1 de 31 a 50, 1 de 51 a 100 y 10 unidades emplean entre 6 a 10 personas. Dichas unidades se distribuyen en 108 tipos distintos de actividades económicas y se agrupan por sector económico de acuerdo a la tabla 4.11 que se presenta a continuación.

Tabla 4.11. Distribución por sector económico de las unidades reportadas por el DENUE.

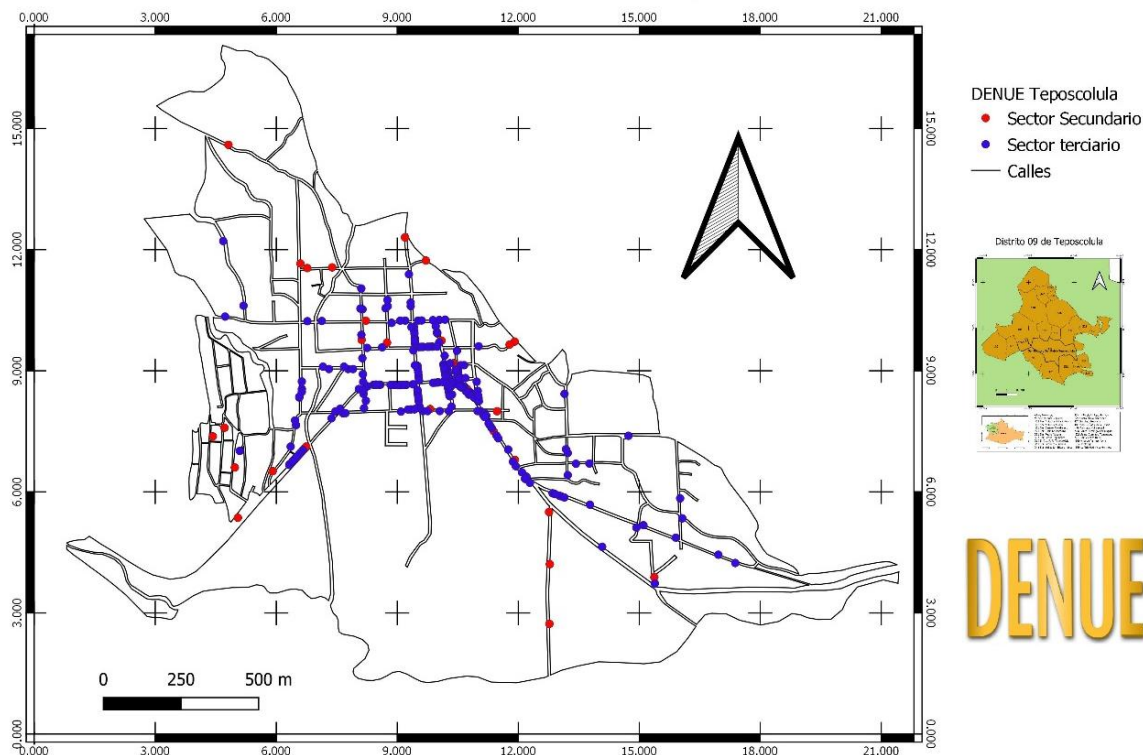
Sector económico	#3 de unidades económicas
Primario	0
Secundario	37
Terciario	245

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2019 del INEGI.

Los anteriores datos exponen la importancia que tiene el sector terciario en la vida económica del municipio y especialmente en la cabecera municipal, ya que este Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas está construido básicamente para cabeceras municipales y localidades mayores de 2500 habitantes. En el mapa 4.4 se puede ver la distribución espacial de dichas unidades económicas se aprecia clara ente que la mayoría son unidades enfocadas a actividades del sector terciario, en temimos generales el 86.88% de las unidades reportadas para Teposcolula están enfocadas a este sector y el 13.12% al sector secundaria, para el caso del sector primario no se reporta ninguna unidad.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Mapa 4.4. Distribución espacial de las unidades económicas reportadas por el DENEUE para San Pedro y San Pablo Teposcolula.



Fuente: elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2019 del INEGI

4.1.3. Características sociales

4.1.3.1. Migración

La migración se entiende como el cambio de residencia de forma temporal o definitiva de una o varias personas y que puede ser generada por diferentes motivos como la falta de trabajo, terminar estudios, reunirse con la familia, entre otros. Las personas que dejan su lugar de residencia para vivir en otro es denominado como emigrante (INEGI, 2010).

El índice de intensidad migratoria generado por la CONAPO trata de estimar la presencia o ausencia de alguno de sus cuatro indicadores que cuantifican la incidencia de estos a nivel vivienda en nuestro país, y que son: viviendas que reciben remesas, viviendas con emigrantes a EU, viviendas con migrantes circulares y viviendas con migrantes de retorno, por lo que cuantifica la intensidad de migración internacional que se vive en nuestro país (CONAPO, 2010).

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En el contexto nacional, el estado de Oaxaca se ubica en el décimo lugar con alto grado de intensidad migratoria, ya que, de acuerdo a las cifras publicadas por la CONAPO (2010), alrededor de 45,780 hogares de la entidad reciben remesas de algún familiar que emigro al extranjero, además la misma dependencia califica al estado con un índice de intensidad migratoria de 0.5464 que equivale a un grado de intensidad migratoria alto.

Para el caso específico del municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula la CONAPO en el año 2010 estimó que el grado de intensidad de migración es “Bajo”, de acuerdo a los datos publicados por la misma institución esto se debe a que el porcentaje de viviendas que reciben remesas en el municipio es apenas el 2.37%, el cual es considerablemente inferior con respecto al estatal que es de 4.89% y ocupa lugar 314 con respecto a los 570 municipios que integral el estado de Oaxaca, Como se puede ver en al tabla 4.12.

Tabla 4.12. Indicadores de migración internacional para los municipios de interés, 2010.

Variable	San Pedro y San Pablo Teposcolula.
Total de viviendas particulares habitadas	1016
Porcentaje de viviendas que reciben remesas	2.37
Porcentaje de viviendas con emigrantes a EU del quinquenio 2005-2010	3.65
Porcentaje de viviendas con migrantes circulares del quinquenio 2005-2010	0.79
Porcentaje de viviendas con migrantes de retorno del quinquenio 2005-2010	3.16
Índice de intensidad migratoria 2010	-0.3037
Índice de intensidad migratoria en escala de 0 a 100	1.9889
Grado de intensidad migratoria 2010	Bajo
Lugar que ocupa en el contexto estatal	314
Lugar que ocupa en el contexto nacional	1254

FUENTE: Estimaciones del CONAPO con base en el INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.

La intensidad migratoria en del municipio de interés, es un reflejo de que sus habitantes han buscado estrategias al interior de su territorio que les permiten mejorar su condición de vida, lamentablemente la migración genera efectos positivos como el posible ingreso de remesas o efectos negativos como la pérdida de capacidad productiva en los municipios.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.2. Programa de abasto rural DICONSA

4.2.1. Programa de abastecimiento rural de DICONSA

Debido a que el objetivo principal de la existencia de DICONSA se centra en la regulación y modernización del mercado de los bienes que se consideren de consumo necesario para la alimentación; la salud y el bienestar físico principalmente de los sectores de la población de estas subsistencias, esto se sola a través de la promoción, impulso y desarrollo del Programa de Abastecimiento Rural (PAR), el cual es regido por reglas de operación tiene las siguientes características.

- **Objetivo General:**

Contribuir a la Seguridad Alimentaria facilitando el acceso físico y económico a productos alimenticios de la población que habita en localidades marginadas.

- **Objetivo Específico:**

Abastecer localidades de alta y muy alta marginación con productos básicos y complementarios económicos y de calidad, en forma eficaz y oportuna.

4.2.2. Modelo de distribución espacial de DICONSA

Para cumplir dichos objetivos, el Programa de Abasto Rural cuenta con más de 27 mil tiendas fijas y 300 móviles en todo el país, atendidas por 302 almacenes rurales y centrales, 3 almacenes graneleros y casi 4 mil vehículos. En el estado de Oaxaca, DICONSA se encuentra agrupada en tres “Unidades operativas”, que son Oaxaca. Istmo y Mixteca, en total cuenta con 2406 tiendas en la entidad, distribuidas de la siguiente forma (DICONSA, 2020). En la tabla 4.13 se pueden ver los almacenes que corresponde a la unidad operativa de la Mixteca.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.13. Unidad operativa de la Mixteca, almacenes y número de tiendas en Oaxaca.

Unidad operativa	Almacén	Tiendas por almacén
Mixteca	Chalcatongo de Hgo.	116
	Coixtlahuaca	51
	Constancia del Rosario	95
	Huajolotitlan.	73
	Tlaxiaco.	145
	Tacache de Mina	60
	Tecomaxtlahuaca	54
	Yanhuitlan	110
Total		704

Fuente: elaboración propia con información del Directorio de Tiendas DICONSA.

La unidad operativa el almacén de Yanhuitlan cuenta con 110 tiendas, las cuales se distribuyen al interior de 37 municipios, siendo Santiago Tilantongo y Asunción Nochixtlan los que tienen un mayor número de tiendas, 11 y 10 respectivamente. Para el caso de municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, este tiene un total de 2 tiendas con las características que se muestran en la tabla 4.14.

Tabla 4.14. Características de las tiendas DICONSA que se encuentran en Teposcolula.

Localidad	San Pedro y San Pablo Teposcolula	Yodonocui to
Número de tienda	122	86
Telefonía	N	N
Correo	S	S
Anuncios por altavoz	N	N
Carnicería	N	S
Venta de frutas, verduras y pr	N	S
Radio civil	N	N
Pago de servicios	N	N
Entrega de apoyos de programas	N	N
Internet	N	N
Acopio y trueque de producción	N	N
Marginación (CONAPO 2010)	Municipal	Medio
	Localidad	Bajo

Fuente: elaboración propia con información del Directorio de Tiendas DICONSA.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.3. Líneas del bienestar

4.3.1. Canasta alimentaria

La canasta alimentaria es un parámetro que utiliza el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social para medir la pobreza en nuestro país, ya que su valor es utilizado para determinar la “Línea de Pobreza Extrema por Ingresos” haciendo que esta sea igual al valor de la canasta alimentaria por mes. En cuanto a la línea de pobreza por Ingresos, esta es igual al valor de la canasta alimentaria más el valor de la canasta no alimentaria mensual por persona (CONEVAL, 2020).

Tabla 4.15. Alimentos que integran la canasta alimentaria de la CONEVAL

Grupo	Alimentos	Grupo	Alimentos
Maíz	Maíz en grano	Aceites	Aceite vegetal
	Tortilla de maíz	Tubérculos crudos o frescos	Papa
Trigo	Pasta para sopa	Verduras y legumbres frescas	Cebolla
	Galletas dulces		Chile*
	Pan blanco		Jitomate
	Pan de dulce	Leguminosas	Frijol
Arroz	Arroz en grano	Frutas frescas	Limón
Carne de res y ternera	Bistec: aguayón, cuete, paloma, pierna		Manzana y perón
	Cocido o retazo con hueso		Naranja
	Molida		Plátano tabasco
Carne de pollo	Pierna, muslo y pechuga con hueso	Azúcar y mieles	Azúcar
	Pollo entero o en piezas	Alimentos preparados para consumir en casa	Pollo rostizado
Pescados frescos	Pescado entero	Bebidas no alcohólicas	Agua embotellada
Leche	De vaca, pasteurizada, entera, light		Refrescos de cola y de sabores
	Leche bronca	Otros	Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar
Quesos	Fresco		Otros alimentos preparados
Huevos	De gallina		

Fuente: Contenido y valor de las líneas de pobreza por ingreso 1992-2020.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Los artículos que componen la canasta alimentaria se integran en función de la zona, de tal forma que se integran dos tipos de canastas, la urbana y la rural. La primera se compone de un total 37 alimentos distribuidas en 22 grupos y la segunda de 33 alimentos en 18 grupos, en la tabla 4.15 se pueden observar cada uno de los alimentos que integran y diferencia a cada una de las canastas antes mencionadas (CONEVAL, 2020).

La canasta no alimentaria se integra de 12 componentes, se diferencia la canasta de la zona rural de la urbana por el monto registrado para cada uno de sus componentes, la tendencia normal es que la canasta no alimentaria de las zonas urbanas tiene un valor más elevado en comparación con la canasta no alimentaria de las zonas rurales. En la tabla 4.16 se desglosan los componentes.

Tabla 4.16. Componentes de la canasta no alimentaria.

Canasta no alimentaria
Transporte público
Limpieza y cuidados de la casa
Cuidados personales
Educación, cultura y recreación
Comunicaciones y servicios para vehículos
Vivienda y servicios de conservación
Prendas de vestir, calzado y accesorios
Cristalería, blancos y utensilios domésticos
Cuidados de la salud
Enseres domésticos y mantenimiento de la vivienda
Artículos de esparcimiento
Otros gastos

Fuente: Contenido y valor de las líneas de pobreza por ingreso 1992-2020.

Debido a que los valores publicados para cada uno de los componentes y alimentos que integran las canastas, la CONEVAL utiliza los valores publicados por el INEGI en el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) el cual es revisado y publicado con una periodicidad mensual. En la tabla 4.17 se pueden observar los mensuales de cada una de las canastas para cada mes del año 2020.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.17. Valor mensual de cada una de las canastas respecto a cada zona.

Año	Mes	Canasta alimentaria más no alimentaria		Canasta alimentaria	
		Rural	Urbano	Rural	Urbano
2020	Ene	\$1,149.18	\$1,615.21	\$922.72	\$1,580.22
	Feb	\$1,157.33	\$1,623.19	\$924.81	\$1,583.83
	Mar	\$1,169.89	\$1,637.07	\$927.25	\$1,587.73
	Abr	\$1,165.60	\$1,632.51	\$921.07	\$1,575.85
	May	\$1,179.75	\$1,649.65	\$910.18	\$1,554.51
	Jun	\$1,170.92	\$1,640.00	\$915.65	\$1,562.64
	Jul	\$1,179.12	\$1,648.08	\$920.35	\$1,569.74
	Ago	\$1,192.06	\$1,661.39	\$924.56	\$1,577.25
	Sep	\$1,202.05	\$1,671.38	\$928.19	\$1,584.22
	Oct	\$1,212.33	\$1,681.61	\$937.91	\$1,601.72
	Nov	\$1,206.24	\$1,676.11	\$947.58	\$1,619.62
	Dic	\$1,194.31	\$1,666.24	\$953.88	\$1,629.39

Fuente: Contenido y valor de las líneas de pobreza por ingreso 1992-2020.

Como se puede observar en la tabla anterior, el aumento de la canasta alimentaria para zonas rurales es de \$45.13 desde el mes de enero al mes de diciembre, para el caso de las zonas rurales el aumento fue de \$51.03, con respecto a la canasta no alimentaria el aumento para las zonas rurales fue de \$31.16 y de \$49.17, por lo que en todos los casos se entiende que el costo de la vida tiende a aumentar sin importar la zona en donde las personas se encuentren. En la tabla 4.18 se pueden ver los valores promedio de las canastas con respecto a su zona durante los últimos diez años.

Tabla 4.18. Valores promedio de las canastas para cada zona durante los últimos diez años.

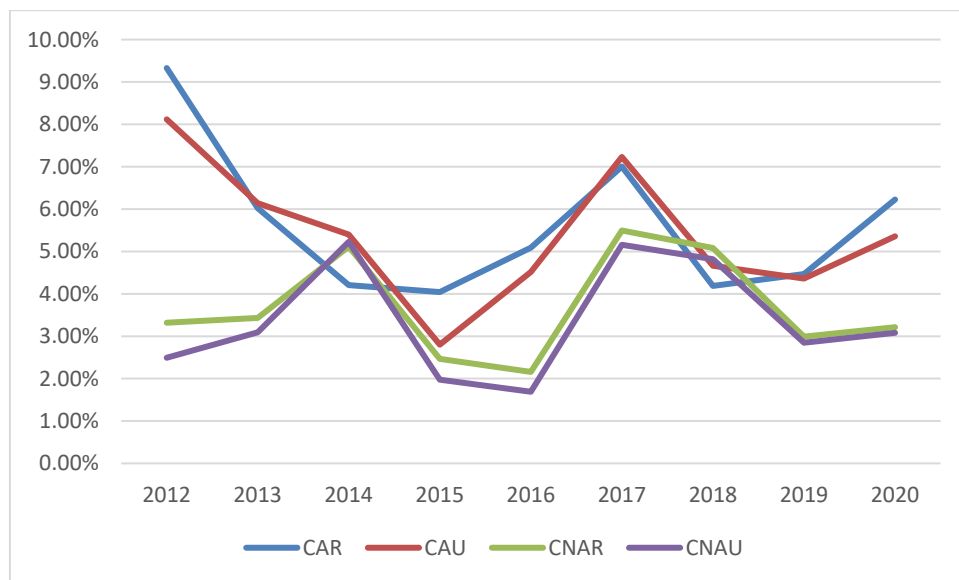
Año	Canasta alimentaria más no alimentaria		Canasta alimentaria	
	Rural	Urbano	Rural	Urbano
2011	\$723.15	\$1,029.05	\$669.62	\$1,176.87
2012	\$790.61	\$1,112.59	\$691.86	\$1,206.19
2013	\$838.22	\$1,180.90	\$715.59	\$1,243.50
2014	\$873.49	\$1,244.65	\$752.20	\$1,308.51
2015	\$908.80	\$1,279.52	\$770.74	\$1,334.35
2016	\$955.06	\$1,337.28	\$787.38	\$1,356.90
2017	\$1,021.95	\$1,433.95	\$830.64	\$1,426.86
2018	\$1,064.73	\$1,500.84	\$872.84	\$1,495.58
2019	\$1,112.31	\$1,566.30	\$898.96	\$1,538.18
2020	\$1,181.57	\$1,650.20	\$927.85	\$1,585.56

Fuente: Contenido y valor de las líneas de pobreza por ingreso 1992-2020.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Si bien se aprecia una notable tendencia al aumento del valor de cada una de las canastas que la CONEVAL utiliza como parámetros, esto si tiene una variación con respecto a cada año en el incremento. En la siguiente gráfica 4.3, se puede ver como el incremento total anual con respecto al año anterior es mayor para algunos años y menor en otros.

Grafica 4.3. Variación porcentual del valor de cada una de las canastas de la CONEVAL.



Fuente: elaboración propia con datos del “Líneas de pobreza dela CONEVAL”.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

4.4. Análisis Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula

Como "Micro-regional" de San Pedro y San Pablo Teposcolula se ha tomado como referencia los municipios de Asunción Nochixtlán, Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Santiago Yolomécatl y Villa de Tamazulápam del Progreso, ya que son los centros comerciales que tienen mayor influencia sobre el municipio de interés.

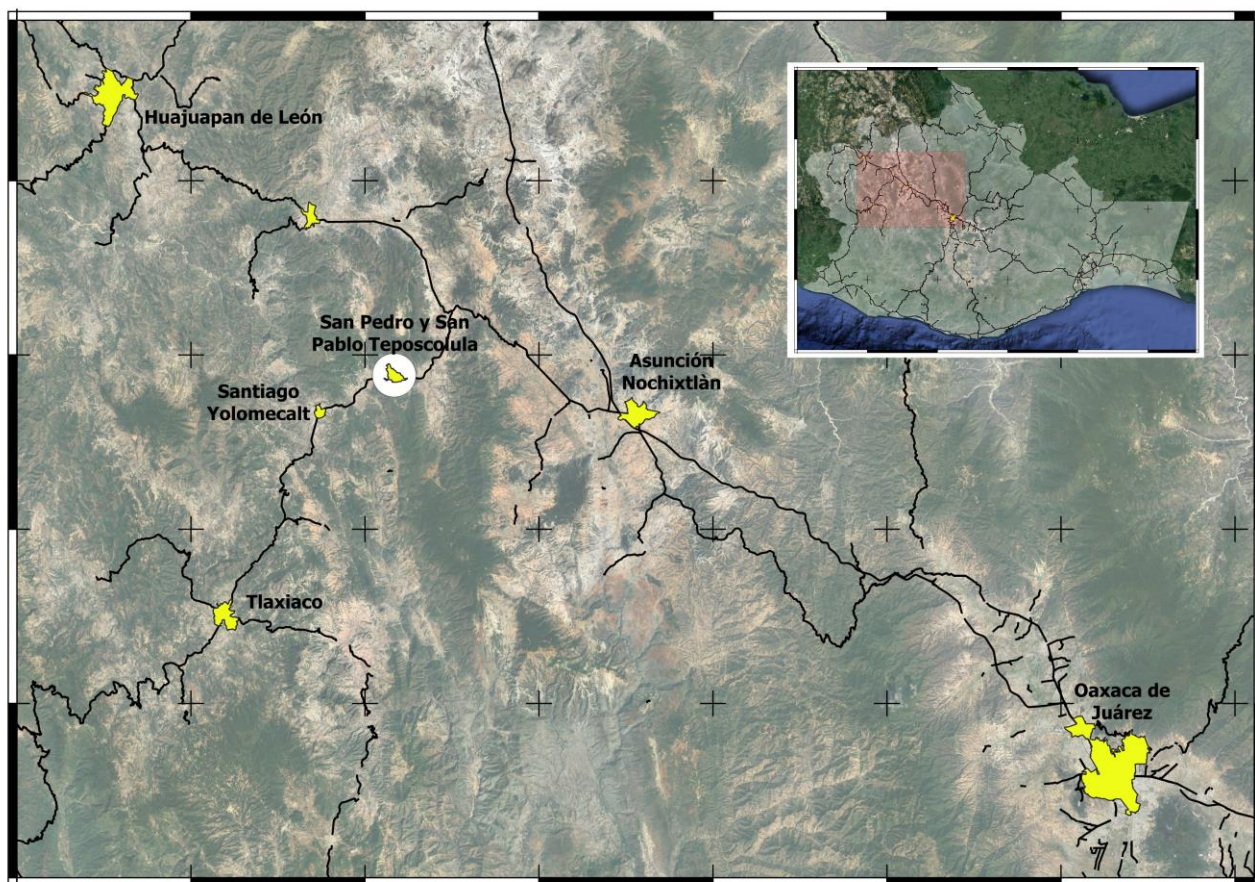
Las ciudades de Asunción Nochixtlán, Heroica Ciudad de Huajuapán de León y Heroica Ciudad de Tlaxiaco, son centros comerciales ubicados en el interior de la Región Mixteca, su desarrollo económico es básicamente comercial, ya que las principales vías de comunicación de la región los hacen destino para muchos pueblos.

En cuanto a Santiago Yolomécatl y Villa de Tamazulápam del Progreso, son poblaciones que se encuentran cerca de San Pedro y San Pablo Teposcolula y que ejercer una influencia directa tanto en aspectos económicos como sociales, pues forman parte del distrito No. 9 con cabecera en Teposcolula. Es importante mencionar que la ciudad de Oaxaca de Juárez se toma en cuenta, ya que existe un grado de influencia en el municipio pues existen escuelas de nivel superior que generan condiciones para que su personal y sus estudiantes vengas desde esta ciudad a trabajar o estudiar. Además, la capital del estado es el principal centro comercial y proveedor de servicios a nivel estatal por lo que no se debe de descartar en el análisis.

Como mencionar que el pueblo de Santiago Yolomécatl se encuentra ubicado en la misma carretera que conduce a la ciudad de Tlaxiaco, el pueblo de Villa de Tamazulápam del Progreso se encuentra ubicado en la misma carretera que lleva a la Ciudad de Huajuapán de León y que la Ciudad de Nochixtlán se encuentra ubicada camino a la Ciudad de Oaxaca, por lo que la posición de cada uno de estos lugares podría tener alguna relación con su influencia en la economía de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca, en mapa 4.4 podemos observar la ubicación de cada uno de los lugares de interés.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Mapa 4.4. Ubicación de las localidades de la micro-region de interés.



Fuente: elaboración propia con información del marco geoestadístico 2022.

Para realizar el presente análisis se utilizó información de los Censos de población y vivienda del año 2000, 2010 y 2020 que genera el INEGI, además de información generada por otras instituciones como la CONEVAL, la CONAPO, el SIAP, el INPI, entre otros. El propósito fundamental es conocer las relaciones existentes y las características principales en cuanto los siguientes cuatro ejes fundamentales:

- 1) Población
- 2) Economía (local, municipal y micro-regional)
- 3) Migración y movilidad espacial de la fuerza laboral
- 4) Bienestar y pobreza

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.4.1. Panorama demográfico (2000-2020)

Para realizar el análisis demográfico se tomaron en cuanto la información de los censos de población y vivienda del año 2000, 2010 y 2020, se descartaron los conteos intermensuales de los años 2005 y 2015 ya que los censos tienen mayor grado de confianza. Los aspectos analizados son población total, población de adultos mayores, población joven, población económicamente activa y población indígena.

4.4.1.1. Población total

Para el año 2020 la población más grande es la que registra el municipio de Huajuapán de León con 78,313.00, este municipio reporta un incremento desde el año 2000 de 25,094 habitantes, lo que equivale a un incremento del 32.04% en las últimas dos décadas, siendo además del municipio con más habitantes el que mayor incremento su población en las últimas dos décadas.

En cuanto al municipio más pequeño este es el de Santiago Yolomecatl con 1,922 habitantes, este municipio además de ser el más pequeño de los que se analizan es el único que reportó descenso en su población en la última década, pues en el año 2010 reportó una población de 2,021 personas y pasó a 1,922 en el año 2020, lo que significa una reducción de 99 habitantes.

En términos generales cada uno de los municipios de la región de interés, incluyendo a San Pedro y San Pablo Teposcolula, a excepción de Santiago Yolomecatl, han presentado un incremento promedio del 24.93% en su población en las últimas dos décadas. En la tabla 4.19 se pueden observar a detalle cómo se ha incrementado la población de forma particular.

Tabla 4.19. Población total por municipio

Clave	Nombre del municipio	2000	2010	2020
006	Asunción Nochistlán	13,745.00	17,820.00	20,464.00
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	53,219.00	69,839.00	78,313.00
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	3,486.00	3,989.00	4,353.00
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	29,026.00	38,453.00	40,123.00
499	Santiago Yolomécatl	1,725.00	2,021.00	1,922.00
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	6,088.00	7,059.00	8,326.00

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2000, 2010 y 2020 del INEGI.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

En general la población total de la región de interés es 153,501 habitantes para el año 2020, lo que indica un incremento de 46,212 habitantes en relación al año 2000 cuando el total era de 107,289. En términos porcentuales con respecto a la población del estado, la población de la región ha incrementado, ya que en el año 2000 este porcentaje era de 3.12% y paso a 3.71% obteniendo de esta manera un incremento de 0.59% en relación a la población total estatal. En la tabla 4.20 se puede ver dicha información.

Tabla 4.20. Parámetros totales en relación a la población total estatal.

Parámetro	2000	2010	2020
Total regional	107,289.00	139,181.00	153,501.00
Total estatal	3,438,765.00	3,801,962.00	4,132,148.00
Porcentaje estatal	3.12%	3.66%	3.71%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2000, 2010 y 2020 del INEGI.

4.4.1.2. Distribución poblacional

En cuanto a la distribución poblacional se hizo énfasis en dos aspectos fundamentales, el porcentaje de población de adultos mayores de 65 años y el porcentaje de población que se encuentra entre 15 a 29 años, la cual es considerada como joven. Lo anterior básicamente porque existe una relación de dependencia entre el porcentaje de la población de adultos mayores con relación a la población total y una relación de crecimiento entre la población joven y la población total.

- **% Población de adultos mayores (≥ 65 años).**

De acuerdo al Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de Naciones Unidas (UNDESA) las poblaciones se podrían clasificar en envejecidas (20 a 29% de adultos mayores), sociedad en transición (10 a 19% de adultos mayores) y jóvenes (con menos del 10% con adultos mayores). Por lo que en general la población de la región de interés podría ser considerada joven, ya que para el año 2020 se estima que su porcentaje medio de adultos mayores en relación a su población total es de 9.67%, sin embargo, el promedio ha aumentado en relación al año 2010, ya que con los datos del censo de dicho año se calculó un porcentaje promedio de 8.74%, lo que indica un incremento medio 0.93% de la población de adultos mayores.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

De manera puntual en la tabla 4.21 se observa que, a diferencia del resto de las localidades de interés, el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula ha disminuido su porcentaje de población de adultos mayores, sin embargo este municipio y el municipio de Santiago Yolomecatl son los dos únicos que tiene una población en transición, ya que el primero de ellos tiene un 11.74% de población de adultos mayores y el segundo un 12.85%, sin embargo para el caso de Teposcolula este porcentaje está disminuyendo y para Yolomecatl es lo contrario.

Tabla 4.21. Porcentaje de adultos mayores de 65 años.

Clave	Nombre del municipio	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	7.68%	8.60%
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	6.78%	8.13%
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	12.21%	11.74%
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	6.46%	7.74%
499	Santiago Yolomecatl	11.08%	12.85%
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	8.23%	8.96%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2010 y 2020 del INEGI.

• **% Población joven (15-29 años).**

En cuanto a la población joven de los lugares de interés esta se determinó que en promedio porcentual esta población está disminuyendo, ya que, de acuerdo a la información del censo de población y vivienda del 2010, este porcentaje era en promedio de 26.27% y para el censo de población y vivienda del 2020 este pasó a ser de 23.70%, por lo que se redujo en 2.57%. como se puede observar en la tabla 4.22, el municipio que más vio reducida su población joven fue la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, seguido de la Ciudad de Huajuapán de León y Asunción Nochixtlán.

Tabla 4.22. Porcentaje de población joven entre 15 y 29 años.

Clave	Nombre del municipio	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	26.68%	23.27%
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	28.13%	24.47%
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	25.29%	21.89%
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	28.91%	24.52%
499	Santiago Yolomecatl	22.61%	22.53%
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	25.98%	25.49%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2010 y 2020 del INEGI.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.4.2. Población indígena.

La población indígena se ha reducido desde el año 2000 ya que, de acuerdo a la información censal de dicho año, la población indígena total de los lugares de interés era en promedio del 13.23% y para el año 2020 paso ser 10.91%, reduciéndose en un 2.32%. en la tabla 4.23 se puede observar que el municipio que en el que más se redujo su porcentaje de población indígena es la Heroica Ciudad de Tlaxiaco y en segundo lugar se encuentra Asunción Nochixtlán.

Tabla 4.23. Porcentaje de población indígena.

Clave	Nombre del municipio	2000	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	14.18%	12.73%	10.93%
039	Heroica Ciudad de Huajuapam de León	6.37%	6.08%	5.66%
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	2.61%	2.66%	2.73%
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	29.45%	28.32%	24.09%
499	Santiago Yolomécatl	5.04%	4.01%	3.80%
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	2.15%	1.47%	2.58%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2005, 2010 y 2020 del INEGI.

En términos absolutos la población indígena ha incrementado, ya que en total en la región paso de 14,194 en el año 2000 a 16,740 en el año 2020. Sin embargo, en el año 2010 había aumentado a 17,690, lo que indica que en la última década la población indígena disminuyo al interior de la región de interés (INEGI, 2010).

4.4.3. Población económicamente activa

De acuerdo a la definición del INEGI, la población económicamente activa comprende a todas las personas de 12 años y más que realizaron algún tipo de actividad económica (población ocupada), o que buscaron activamente hacerlo (población desocupada abierta), en el periodo de referencia.

En términos porcentuales la población económicamente activa se ha incrementado en las últimas dos décadas ya que en el año 2000 está ascendida en promedio porcentual a 33.12%, en el 2010 paso a 38.72% y finalmente en el 2020 47.54%. en cuanto a cada uno de los municipios de interés se puede ver en la tabla 4.24, que la Heroica Ciudad de Tlaxiaco es la que ha incrementado mucho más, seguido de la villa de Tamazulápam el Progreso y en tercer lugar se encuentra la Heroica Ciudad de Huajuapam de León. En último lugar se encuentra San Pedro y San Pablo Teposcolula, pues en las últimas dos décadas el incremento del porcentaje de esta población en específico apenas fue de 8.25%.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.24. Porcentaje de población económicamente activa de cada municipio de interés.

Clave	Nombre del municipio	2000	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	36.65%	37.44%	48.54%
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	33.65%	40.41%	49.80%
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	33.68%	39.53%	41.93%
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	32.53%	36.53%	53.74%
499	Santiago Yolomécatl	32.46%	38.79%	42.20%
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	29.75%	39.64%	49.02%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2005, 2010 y 2020 del INEGI.

4.4.4. Economía municipal y local

Para hacer el análisis económico de la región de interés, se agrupó la información de los censos 2000, 2010 y 2020, además se usó la información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. El análisis está estructurado en función de los sectores económicos, por lo que se trató de incluir las actividades primarias, manufacturas y artesanías, por último, el comercio y los servicios.

En términos generales y de acuerdo a la información del DENU, la mayor cantidad de unidades económicas reportadas por este directorio están enfocadas al sector terciario. Del total general de unidades económicas que se encuentran en los seis lugares de interés, se tiene una suma total de 13,535.00, de las cuales el 0.13% son unidades del sector primario, 11.23% unidades del sector secundario y 88.64% unidades del sector terciario.

En la tabla 4.25 se puede ver cómo se comporta la distribución de las 13,535 unidades económicas por municipio y por sector económico. El municipio con mayor cantidad de unidades económicas reportadas por el DENU es Heroica Ciudad de Huajuapán de León con 7,023 y el que menos tienen es Santiago Yolomécatl con 250. Es clara la tercerización económica de la región ya que la mayoría de las unidades económicas se encuentran reportadas en este sector.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.25. Unidades económicas por municipio y sector económico.

Municipio	Primario	Secundario	Terciario	Total, por municipio
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	17	648	6,358	7,023
Heroica Ciudad de Tlaxiaco		320	2,600	2,920
Asunción Nochixtlán		344	1,904	2,248
Villa de Tamazulápam del Progreso		132	657	789
San Pedro y San Pablo Teposcolula		39	278	317
Santiago Yolomecatl		37	213	250
Total por sector	17	1,520	12,010	13,547

Fuente: elaboración propia con datos del DENU 2021.

Es importante destacar que Huajuapán es la ciudad que tiene una mayor presencia en términos de población, como de dinamismo económico en la Mixteca, es el lugar de entrada y salida de gran parte de las mercancías de la región y es en este mercado donde convergen la mayoría de los productos para su distribución extra regional. Si bien es cierto que el sector servicios es el más pujante de la región Mixteca, esta actividad poco impulsa el desarrollo económico, ya que carece de un efecto multiplicador en la economía para que ésta deje de ser una intermediaria entre los proveedores de Puebla, Oaxaca, D.F. y Tehuacán.

4.4.4.1. Actividades primarias

En cuanto a las actividades del sector primario se tomó como referencia fundamental la información del SIAP. En la tabla 4.26 se puede ver como en termino absolutos la producción agrícola está disminuyendo su superficie de trabajo, y que en el año 2005 las superficies de los seis municipios de interés sumaban un total de 12,048.25 hectáreas y para el año 2020 esta superficie se redujo 1494.59 hectáreas sumando un total de 10553.66, en porcentaje esta superficie se redujo un 12.4%.

También podemos observar que el único municipio en donde se registró un incremento en la superficie sembrada fue en la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, donde aumento 264.83 hectáreas, el municipio que más redujo su superficie fue Asunción Nochixtlán seguido de Villa de Tamazulápam del Progreso y San Pedro Y San Pablo Teposcolula.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.26. Superficie en hectáreas sembradas por año.

Municipio	2005	2010	2015	2020	Diferencia (2000-2020)
Asunción Nochixtlán	4,366.5	4,584.5	4,357.21	3,441.99	-924.51
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	2,105.5	2,888.53	1,967.65	2,088.32	-17.18
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	2,379.5	2,707.06	2,730.9	2,644.33	264.83
San Pedro Y San Pablo Teposcolula	1,181	1,235.18	1,150.18	1,018.01	-162.99
Santiago Yolomécatl	300	317.05	346.05	265.22	-34.78
Villa de Tamazulápam del Progreso	1,715.75	1,193.25	1,112.25	1,095.79	-619.96
Total	12,048.25	12,925.57	11,664.24	10,553.66	-1,494.59

Fuente: elaboración propia con información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera años 2005, 2010, 2015 y 2020.

De acuerdo a la información del SIAP referente a la modalidad de cultivo, esta nos indica que en términos absolutos la mayor superficie que se siembra de es Temporal y que la superficie de riego es muy reducida, esta última apenas llegó a ser el 3.54% en el año 2005, sin embargo, para el año 2020 está reportó un incremento absoluto que en términos porcentuales equivale a 5.59%, lo que indica que a pesar de que es una modalidad muy reducida a crecido. En la tabla 4.27 podemos ver como la superficie de riego ha aumentado 164.09 hectáreas en los últimos 15 años en comparación de la superficie de temporal que ha reducido 1658.68 hectáreas. El municipio que mayor crecimiento de agricultura de riego ha tenido es Asunción Nochixtlán con un incremento de 80364 hectáreas en 15 años, seguido de villa de Tamazulápam del Progreso con 55.3 hectáreas y la Heroica Ciudad de Tlaxiaco con 16.23 hectáreas.

Tabla 4.27. Superficie agrícola en la zona de interés en función de su modalidad de cultivo.

Municipios	2005		2020		Diferencia	
	Riego	Tempor l	Riego	Temporal	Riego	Temporal
Asunción Nochixtlán	8.5	4,358	89.14	3,352.85	80.64	-1,005.15
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	192.5	1,913	200.27	1,888.05	7.77	-24.95
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	146.5	2,233	162.73	2,481.6	16.23	248.6
San Pedro Y San Pablo Teposcolula		1,181	7.6	1,010.41	7.6	-170.59
Santiago Yolomécatl	8	292	4.55	260.67	-3.45	-31.33
Villa de Tamazulápam del Progreso	70.5	1,645.25	125.8	969.99	55.3	-675.26
Total anual	426	11,622.25	590.09	9,963.57	164.09	-1658.68

Fuente: elaboración propia con información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera años 2005 y 2020.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Para el año 2020 el SIAP reportó en que los municipios de la región de interés se encuentran 14 cultivos diferentes, el que tiene una mayor superficie de siembra es el maíz para grano, seguido de trigo grano y el frijol, en conjuntos estos tres cultivos abarcan el 96.73% y representan el 60.06% del valor de la producción. Sin embargo, los cultivos más rentables fueron en tomate rojo, la calabacita, el aguacate y los nopalitos para verdura, sin embargo, la superficie que se siembra de estos últimos cuatro cultivos es muy reducida ya que en conjunto solo representan el 1.13% de la superficie sembrada, en la tabla 4.28 se pueden ver los valores antes mencionados.

Tabla 4.28. Principales cultivos, superficie de siembra y valor de producción.

Cultivo	Hectáreas	% por hectáreas	Valor por hectárea	Valor total	% del valor total
Aguacate	91.5	0.87%	\$192,603.77	\$17,623,245.41	23.55%
Alfalfa verde	123	1.17%	\$17,391.15	\$2,139,111.27	2.86%
Avena forrajera en verde	32.31	0.31%	\$11,961.10	\$386,463.00	0.52%
Café cereza	18.5	0.18%	\$4,977.04	\$92,075.24	0.12%
Calabacita	13.5	0.13%	\$205,167.80	\$2,769,765.26	3.70%
Cebada grano	28	0.27%	\$9,740.04	\$272,721.14	0.36%
Durazno	12.4	0.12%	\$33,146.38	\$411,015.09	0.55%
Frijol	804.35	7.62%	\$8,687.37	\$6,987,686.19	9.34%
Limón	5	0.05%	\$62,593.90	\$312,969.48	0.42%
Maíz grano	7,564.14	71.67%	\$3,995.72	\$30,224,166.64	40.39%
Nopalitos	3.25	0.03%	\$135,749.24	\$441,185.04	0.59%
Tomate rojo (jitomate)	11.03	0.10%	\$464,543.72	\$5,123,917.22	6.85%
Trigo grano	1,841.08	17.44%	\$4,200.24	\$7,732,968.90	10.33%
Cempaxúchitl	5.6	0.05%	\$55,027.50	\$308,154.00	0.41%
Total	10,553.66	100.00%		\$74,825,443.88	100.00%

Fuente: elaboración propia con información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera años 2020.

La producción pecuaria también es importante en la región de interés, ya que representa un medio de subsistencia y de desarrollo económico, el SIAP reporta que para el año 2020 se tiene registro de siete tipos de ganado y de al menos siete tipos de productos diferentes. En la tabla 4.29 se pueden observar cada uno de ellos. En términos generales la producción extensiva del ganado caprino es de gran importancia económica, seguida de la producción porcícola y en tercer lugar la producción ovina.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.29. Tipos de ganado y productos pecuarios.

Ganado	Producto	Volumen de producción en ton.
Abeja	Cera	0.268
	Miel	17.01
Ave	Carne	130.133
	Ganado en pie	170.035
	Huevo-plato	70.645
Bovino	Carne	767.88
	Ganado en pie	1424.359
	Leche	720.348
Caprino	Carne	184.439
	Ganado en pie	351.534
Guajolote	Carne	11.204
	Ganado en pie	15.066
Ovino	Carne	110.48
	Ganado en pie	208.791
	Lana	2.903
Porcino	Carne	729.412
	Ganado en pie	951.871

Fuente: elaboración propia con información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera años 2020.

4.4.4.2. Manufacturas y artesanías

De acuerdo a la información del DENUE el 11.23% de a las unidades económicas reportadas en los seis municipios de interés están clasificadas como actividades económicas del sector secundaria, dicho porcentaje equivale a 1,520 unidades. Las principales 10 actividades económicas del sector secundarios que reporta el mismo directorio están relacionadas con actividades de transformación de tipo artesanal. En la tabla 4.30 se puede ver que la principal actividad es elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal con 387 unidades económicas reportadas, seguida de panificación tradicional y fabricación de productos de herrería. Solo estas tres actividades representan el 52.44% de las unidades económicas reputadas como actividades del sector secundario en la región de interés.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 4.30. Principales actividades económicas del sector secundario en la región de interés.

Tipo de actividad económica	Numero	% con respecto del total
Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	387	25.46%
Panificación tradicional	243	15.99%
Fabricación de productos de herrería	167	10.99%
Preparación e hilado de fibras duras naturales	89	5.86%
Fabricación de productos de madera para la construcción	75	4.93%
Fabricación de muebles, excepto cocinas integrales, muebles modulares de baño y muebles de oficina y estantería	45	2.96%
Elaboración de helados y paletas	42	2.76%
Confección en serie de otra ropa exterior de materiales textiles	34	2.24%
Impresión de formas continuas y otros impresos	30	1.97%
Confección de prendas de vestir sobre medida	22	1.45%

Fuente: elaboración propia con datos del DENE 2021.

En cuanto a su distribución espacial, la mayoría de las unidades económicas reportadas para la región de interés se encuentran ubicadas en el municipio de Heroica Ciudad de Huajuapán de León, lo cual es de esperarse ya que es el municipio más grande considerado dentro de la región de interés, el siguiente municipio es Asunción Nochixtlán seguido de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco. El municipio con menor porcentaje de estas unidades económicas es Santiago Yolomecatl con apenas el 2.43% registrado. En el tabulador 4.31 se pueden ver el resto de los municipios.

Tabla 4.31. Distribución espacial e las unidades económicas del sector secundario.

Municipio	No. De unidades económicas	% de unidades económicas
Asunción Nochixtlán	344	22.63%
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	648	42.63%
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	320	21.05%
San Pedro y San Pablo Teposcolula	39	2.57%
Santiago Yolomecatl	37	2.43%
Villa de Tamazulápam del Progreso	132	8.68%
Total	1520	100.00%

Fuente: elaboración propia con datos del DENE 2021.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.4.4.3.Comercio y servicios

El DENUE reporto en el 2021 que en los seis municipios de interés existen 12,010 unidades económicas con un giro de negocio perteneciente al sector terciarios, en términos porcentuales esto representa el 88.64% de a las unidades económicas reportadas para la región de interés. Las principales 10 actividades económicas del sector terciario que reporta el mismo directorio se encuentran en la tabla 4.32, la principal de ellas es el Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas, seguida de los salones y clínicas de belleza y peluquerías, en tercer lugar, se encuentra el comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería, en total estas diez actividades suman un porcentaje de 35.47% con respecto al total de la región.

Tabla 4.32. Principales actividades económicas del sector terciario en la región de interés.

Tipo de actividad económica	Numero	% con respecto del total
Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	1472	12.27%
Salones y clínicas de belleza y peluquerías	451	3.76%
Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería	397	3.31%
Restaurantes con servicio de preparación de antojitos	384	3.20%
Comercio al por menor de frutas y verduras frescas	300	2.50%
Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas	291	2.43%
Comercio al por menor de artículos de papelería	260	2.17%
Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida	246	2.05%
Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato	231	1.93%
Comercio al por menor de carnes rojas	224	1.87%

Fuente: elaboración propia con datos del DENUE 2021.

4.4.5. Migración y movilidad laboral micro-regional

La migración se entiende como el cambio de residencia de forma temporal o definitiva de una o varias personas y que puede ser generada por diferentes motivos como la falta de trabajo, terminar estudios, reunirse con la familia, entre otros. Las personas que dejan su lugar de residencia para vivir en otro es denominado como emigrante (INEGI, 2010).

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

El índice de intensidad migratoria generado por la CONAPO trata de estimar la presencia o ausencia de alguno de sus cuatro indicadores que cuantifican la incidencia de estos a nivel vivienda en nuestro país, y que son: viviendas que reciben remesas, viviendas con emigrantes a EU, viviendas con migrantes circulares y viviendas con migrantes de retorno, por lo que cuantifica la intensidad de migración internacional que se vive en nuestro país (CONAPO, 2010).

En el contexto nacional, el estado de Oaxaca se ubica en el décimo lugar con alto grado de intensidad migratoria, ya que, de acuerdo a las cifras publicadas por la CONAPO, alrededor de 45,780 hogares de la entidad reciben remesas de algún familiar que emigra al extranjero, además la misma dependencia califica al estado con un índice de intensidad migratoria de 0.5464 que equivale a un grado de intensidad migratoria alto.

Para el caso específico de la región de interés, en el año 2010 cuatro municipios tenían un grado de intensidad migratoria bajo, uno medios y uno alto, esto se modificó en el 2020 cuando se determinó que cuatro municipios continúan en bajo pero el municipio de Heroica Ciudad de Huajuapán de León pase de alto a medio, la Heroica Ciudad de Huajuapán de León paso de alto a medio y Villa de Tamazulápam del Progreso paso de bajo a muy bajo. En términos generales esto indica que la migración, aunque está presente en los municipios de interés, está ha disminuido con el paso del tiempo. En la tabla 4.33 se puede ver los cambios puntuales de cada municipio.

Tabla 4.33. Grado de intensidad migratoria.

Clave	Municipio	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	Bajo	Bajo
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	Alto	Medio
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	Bajo	Bajo
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	Medio	Bajo
499	Santiago Yolomécatl	Bajo	Bajo
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	Bajo	Muy bajo

Fuente: Elaboración propia con información del Índice de Intensidad Migratoria México-Estados Unidos por entidad federativa y municipio 2010 y 2020.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

A nivel estatal las posiciones de cinco de los seis municipios se mejoraron con respecto a su intensidad de migración, ya que disminuyeron de posición en el año 2020 con relación al año 2012, el único municipio que subió de posición por lo que quiere decir que a nivel estatal se incrementó su grado de migración fue Asunción Nochixtlán. El municipio que más lugares ganó con respecto al estado fue villa de Tamazulápam del Progreso con 234 posiciones menos, seguido de Heroica Ciudad de Huajuapam de León con 119 posiciones y en tercer lugar San Pedro y San Pablo Teposcolula con 92 posiciones. En la tabla 4.34 se pueden ver dichos cambios.

Tabla 4.34. Lugar a nivel estatal.

Clave	Municipio	2010	2020	Diferencia
006	Asunción Nochixtlán	420	362	-58
039	Heroica Ciudad de Huajuapam de León	99	218	119
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	314	406	92
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	261	331	70
499	Santiago Yolomécatl	344	376	32
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	287	421	134

Fuente: Elaboración propia con información del Índice de Intensidad Migratoria México-Estados Unidos por entidad federativa y municipio 2010 y 2020.

4.4.6. Bienestar y pobreza

4.4.6.1. Escolaridad

El grado promedio de escolaridad permite saber cuál es el nivel escolar de una población. Para obtenerlo, debes sumar los años aprobados desde primero de primaria hasta el último año que cursó cada persona, y después se divide entre el número de personas para calcular el promedio de años que han estudiado. De acuerdo a la información del censo del 2020, se estimó que a nivel nacional Oaxaca tiene un promedio escolar de 8.1 años, lo que equivale a segundo año de secundaria. Este promedio se encuentra muy por debajo del nacional que es de 9.7 años que equivale a secundaria concluida (INEGI, 2020).

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

- **Grado promedio escolar**

En la tabla 4.35 podemos observar que el grado escolar ha aumentado con el paso del tiempo en todos los municipios de la región de interés, el municipio que ha alcanzado un mayor grado escolar es Villa de Tamazulápam del Progreso con 9.65 años en promedio, lo que lo posiciona cerca el promedio nacional, en segundo lugar, se encuentra la Heroica Ciudad de Tlaxiaco con 9.57 años y en tercer lugar esta Heroica Ciudad de Huajuapam de León con 9.55 años. En cuanto al municipio que menos grado escolar alcanzo en este censo es Asunción Nochixtlán con 9.18 años. El municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula fue el que más incremento tuvo en este parámetro durante las últimas dos décadas ya que incremento 2.93 años escolares y e que menos incremento tuvo fue Heroica Ciudad de Huajuapam de León con 2.21 años.

Tabla 4.35. Grado promedio escolar por municipio en tres censos.

Clave	Municipio	2000	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	6.49	7.85	9.18
039	Heroica Ciudad de Huajuapam de León	7.34	8.58	9.55
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	6.31	7.92	9.24
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	7.1	8.39	9.57
499	Santiago Yolomécatl	6.96	8.26	9.32
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	7.36	8.26	9.65

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2005, 2010 y 2020 del INEGI.

En cuanto al grado escolar por sexo en la tabla 4.36 podemos observar la información por cada uno de los municipios de interés. De acuerdo a la información los hombres tienen un mayor grado escolar que las mujeres, ya que para el año 2020 el promedio escolar de los hombres es de 9.45 años superior al de las mujeres que es del 9.37 años. Sin embargo, al revisar la diferencia de años alcanzados durante el periodo transcurrido del 2010 al 2020, se estimó que las mujeres han obtenido un incremento mayor ya que en el periodo de diez años lograron incrementar 1.29 años escolares a diferencia de los hombres que solo incrementaron 1.1 años.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.36. Grado promedio escolar por municipio en tres censos.

Clave	Municipio	Hombres		Mujeres	
		2010	2020	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	8.16	9.38	7.58	8.99
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	8.78	9.65	8.42	9.45
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	8.02	9.23	7.84	9.24
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	8.68	9.73	8.15	9.41
499	Santiago Yolomécatl	8.22	9.32	8.28	9.31
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	8.25	9.43	8.28	9.87

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2010 y 2020 del INEGI.

- Analfabetismo

Las personas analfabetas han disminuido sus porcentajes en cada uno de los municipios de la región de interés, en promedio de la porción analfabeta en la región de interés para el año 2020 se calculó de 3.58%. el municipio con mayor porcentaje es Heroica Ciudad de Tlaxiaco con 4.8% de su población y el de mejor porcentaje es Santiago Yolomécatl con 2.5%. en la tabla 4.37 se pueden ver el resto de los porcentajes por cada uno de los municipios y en el periodo comprendido del año 2000 al 2020.

Tabla 4.37. Porcentaje de analfabetismo por cada municipio.

Clave	Municipio	2000	2010	2020
006	Asunción Nochixtlán	8.13%	6.38%	4.24%
039	Heroica Ciudad de Huajuapán de León	6.86%	5.16%	3.72%
339	San Pedro y San Pablo Teposcolula	6.00%	4.39%	2.66%
397	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	9.07%	7.05%	4.80%
499	Santiago Yolomécatl	5.97%	4.06%	2.50%
540	Villa de Tamazulápam del Progreso	7.44%	5.94%	3.53%

Fuente: elaboración propia con información de los Censos de Población y Vivienda 2005, 2010 y 2020 del INEGI.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

4.4.6.2. Pobreza

La CONEVAL define que un individuo se encuentra en situación de pobreza siempre y cuando tenga al menos una carencia social como son: acceso a servicio de salud, servicios básicos de vivienda, acceso a seguridad social, calidad y espacio de vivienda, acceso a alimentación y rezago educativo, además de que su ingreso sea insuficiente para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias. De acuerdo a la información publicada por la misma institución en su análisis de medición de la pobreza en México 2018, en el Estado de Oaxaca 2,714,700 personas se encuentran en situación de pobreza, representando al 66.4% de los habitantes de la entidad, del mismo total el 43.1 padecen pobreza moderada y el 23.3% pobreza extrema, ubicando así al estado como una de las entidades con mayor pobreza en el país.

En cuanto a pobreza multidimensional por municipio de la región de interés, en los municipios de Santiago Yolomecatl y San Pedro y San Pablo Teposcolula se redujo en 10.20% y en 7.35% respectivamente, mientras que en los municipios de Heroica Ciudad de Huajuapam de León y en Heroica Ciudad de Tlaxiaco incremento en 12.5% y 7.0% respectivamente. Lamentablemente esto nos indica que hay un incremento en la pobreza y por lo tanto las políticas aplicadas para combatir este problema en estos lugares no han tenido un buen resultado. En la tabla 4.38 podemos ver los datos anteriores y el resto de los municipios de la región de interés.

Tabla 4.38. Pobreza multidimensional.

Municipio	Pobreza multidimensional		% de cambio en 5 años
	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	
Asunción Nochistlán	62.7	65.0	2.3
Heroica Ciudad de Huajuapam de León	40.8	53.3	12.5
San Pedro y San Pablo Teposcolula	69.7	62.4	-7.3
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	50.5	57.5	7.0
Santiago Yolomécatl	64.4	54.2	-10.2
Villa de Tamazulápam del Progreso	61.4	63.0	1.5

Fuente: elaboración propia con información de Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio, CONEVAL.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

El caso específico de la pobreza multidimensional moderada también es preocupante, ya que en cinco de los seis municipios de interés este tipo de pobreza aumentó, solo en el caso de Santiago Yolomecatl este parámetro disminuyó en 1.9%, el caso de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco la pobreza multidimensional moderada aumentó en 11.8% seguido de Asunción Nochixtlán con 8.5% y la Heroica Ciudad de Huajuapam de León con 8.1%. en la tabla 4.39 se pueden ver los datos antes mencionados.

Tabla 4.39. Pobreza multidimensional moderada.

Municipio	Pobreza multidimensional moderada		% de cambio en 5 años
	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	
Asunción Nochixtlán	45.2	53.7	8.5
Heroica Ciudad de Huajuapam de León	36.2	44.4	8.1
San Pedro y San Pablo Teposcolula	45.5	46.4	0.9
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	34.4	46.1	11.8
Santiago Yolomécatl	48.6	46.7	-1.9
Villa de Tamazulápam del Progreso	42.3	46.6	4.3

Fuente: elaboración propia con información de Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio, CONEVAL.

Para el caso específico de la pobreza multidimensional extrema este registro un descenso en cinco de los seis municipios de la región de interés, solo en el caso de la Heroica Ciudad de Huajuapam de León este parámetro incremento en 4.4%. en el municipio que más se redujo es en Santiago Yolomécatl con 8.3% seguido de San Pedro y San Pablo Teposcolula con 8.2%. en la tabla 4.39 se pueden ver los datos mencionados.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 4.39. Pobreza multidimensional extrema.

Municipio	Pobreza multidimensional extrema		% de cambio en 5 años
	Porcentaje 2010	Porcentaje 2015	
Asunción Nochixtlán	17.5	11.3	-6.2
Heroica Ciudad de Huajuapán de León	4.5	8.9	4.4
San Pedro y San Pablo Teposcolula	24.2	16.0	-8.2
Heroica Ciudad de Tlaxiaco	16.1	11.4	-4.8
Santiago Yolomécatl	15.8	7.5	-8.3
Villa de Tamazulápam del Progreso	19.1	16.4	-2.8

Fuente: elaboración propia con información de Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio, CONEVAL.

4.5. Hallazgos del marco de referencia

El crecimiento poblacional de distrito de Teposcolula se ha concentrado en ocho de los municipios. San Pedro y San pablo Teposcolula es el que reporta la segunda tasa de crecimiento más alta en los últimos 20 años al interior del mismo distrito y ha crecido en términos brutos un total de 867 personas en el mismo periodo de tiempo, llevándolo a tener una población total de 4,353 ocupando a nivel estatal la posición 193 de los 570 municipios de Oaxaca. Este crecimiento poblacional indicando con esto que las familias han encontrado las oportunidades mínimas de subsistencia para permanecer en el territorio y algunas personas han emigrado a este municipio con la intención de estudiar o trabajar en él.

En el municipio existe una población en edad laboral de 1,712 personas, tomando como referencia la edad de 15 a 54 años. El censo de población y vivienda 2020 reporta que existe una población económicamente ocupada de 1793 personas, 81 personas más que el rango de edad mencionado con anterioridad. El sector que emplea más personas en el municipio es el terciario con 1,032 trabajadores, en donde su mayoría son mujeres. El siguiente sector es el terciario con 410 personas y por último el sector primario emplea 345 trabajadores.

En cuanto a pobreza, el municipio registro una disminución en cuanto a este parámetro del 2010 al 2015, pues paso de 69.69% de su población bajo esta condición a un 62.36% durante dicho periodo de tiempo. Sin embargo, el parámetro denominado “Carencia por acceso a la alimentación” paso del 8.24% del total de la población a 21.03%.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

La red de distribución de tiendas DICONSA reporta tres tiendas para el municipio de interés, sin embargo, en la actualidad solo se encuentran funcionando dos de ellas. La tienda comunitaria del barrio de Yucumeza lamentablemente cerró en marzo 2019 debido a conflictos internos y mal manejo administrativo.

Las tiendas DICONSA no distribuyen productos perecederos como son frutas, verduras o carnes. Solo distribuyen 23 productos de los 40 que incluye la canasta básica de SEGALMEX. Sin embargo, cuenta con un listado de más de 185 productos agrupados en: productos de la canasta básica, productos para la alimentación y nutrición, productos para higiene y salud y otros productos.

Los artículos que componen la canasta alimentaria de la CONEVAL se incluyen en función de si es zona urbana o rural. La canasta básica alimentaria urbana se compone de un total 37 alimentos distribuidas en 22 grupos y la canasta básica alimentaria rural incluye 33 alimentos en 18 grupos. El precio de la canasta rural pasó de \$669.62 en el 2011 a \$927.85 en el 2020, lo que indica un incremento del 38.56% en esta década. En cuanto a la canasta urbana pasó de \$1,176.87 a \$1,558.56, lo que representa un incremento del 34.72%.

En cuanto al análisis de la micro región de influencia, los municipios elegidos se encuentran ubicados en las principales vías de comunicación de la Región Mixteca, en el caso de Santiago Yolomecatl se encuentra en un punto intermedio entre Teposcolula y la ciudad de Tlaxiaco, villa de Tamazulápam del Progreso se encuentra en un punto intermedio entre Teposcolula y la ciudad de Huajuapán de León, por último la ciudad de Asunción Nochistlán se encuentra ubicada en un punto intermedio entre Teposcolula y la ciudad de Oaxaca. Este aspecto de ubicación y distribución geográfica con relación a Teposcolula es muy importante, ya que los habitantes de Teposcolula pueden desplazarse con facilidad entre los municipios de la micro región, lo que facilita el flujo económico entre el municipio de interés con el resto de los municipios de la micro región.

En cuanto a los aspectos económicos la información analizada indica que el sector primario es básicamente de subsistencia ya que el 94.40% de la superficie agrícola reportada es de temporal y el 96.73% de la superficie es sembrada con cultivos como maíz para grano, trigo grano y frijol, los cuales son cultivos que generalmente son de autoconsumo. Además, en los últimos 15 años se reporta una disminución en la superficie sembrada de 12.4%, lo que indica que la población está buscando otra fuente de empleo e ingresos.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

En cuanto a la producción secundaria está en su mayoría tiene características de tipo artesanal, ya que las principales actividades económicas de este sector son elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal, panificación tradicional y fabricación de productos de herrería. La existencia de industrias grandes es prácticamente inexistente, por lo que el desarrollo industrial de esta micro región es prácticamente nulo.

En cuanto al sector terciario este es el más desarrollado en la micro región, ya que el 88.64% de las unidades económicas reportadas por el DENUe pertenecen a este sector y al interior del mismo, el mismo directorio arroja que 1472 unidades económicas son de "Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas", por lo que se esta actividad es de suma importancia y en un algún grado coexisten con las tiendas DICONSA se DICONSA.

Por último, se analizó la información sobre pobreza y se hayo que en términos general la pobreza ha aumentado en la micro región de estudio, siendo las ciudades incluidas en donde este problema se ha agravado mucho más, en los dos lugares más chicos Teposcolula y Yolomecalt, la pobreza ha disminuido. Sin embargo, en cuanto a la pobreza moderada está a incrementado practicante en todos los municipios y la pobreza extrema solo incremento en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

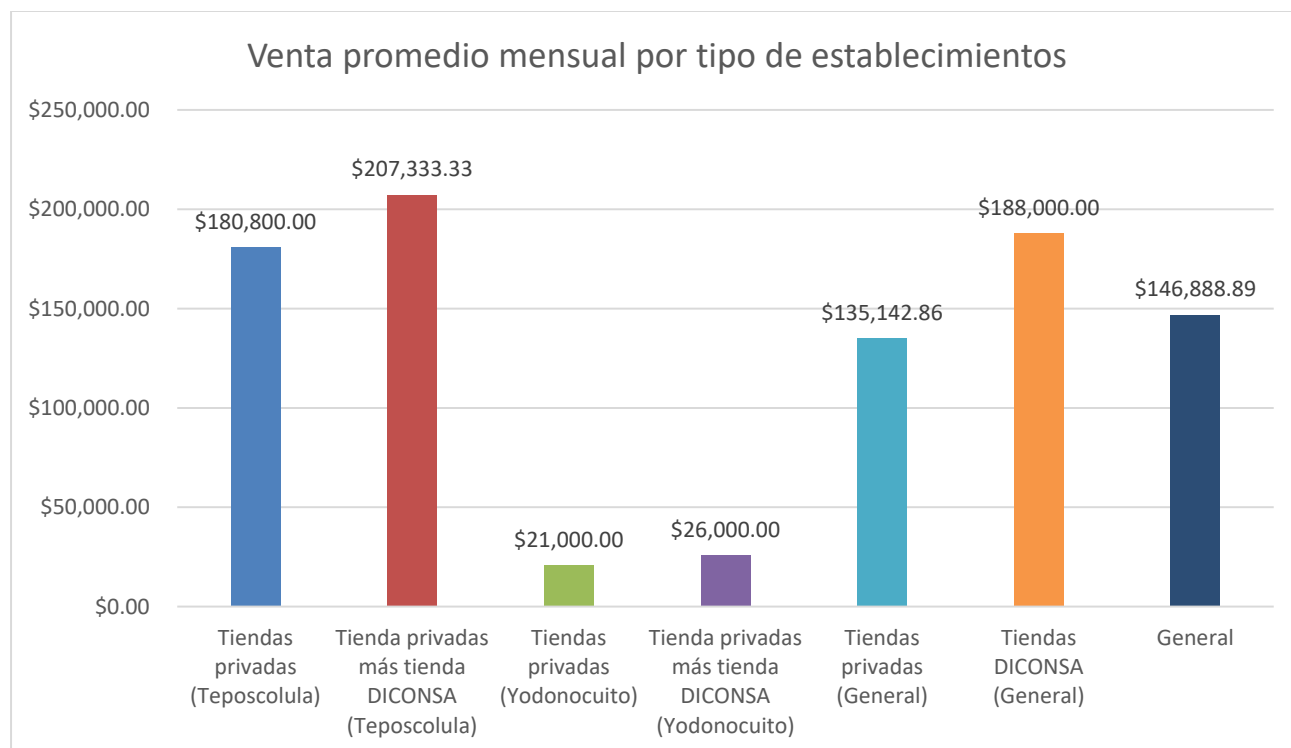
CAPITULO 5. Análisis de la oferta y de manda de productos de la canasta básica.

5.1. Análisis de la oferta de productos de la canasta básica

Para hacer el análisis de la oferta de servicios de comercialización de productos de la canasta básica, se entrevistaron nueve establecimientos en las localidades de estudios. Siete de ellos son establecimientos privados y dos corresponden a las tiendas DICONSA. La entrevista aplicada además arrojó información sobre proveedores, fechas de mayor venta y precios promedio de productos.

De acuerdo a la información de la base de datos construida se estima que en promedio una tienda particular de la localidad centro de Teposcolula vende en promedio \$180,800.00, al incluir a la tienda DICONSA existente en ella, este promedio se eleva a \$207,333.33, por lo tanto, la venta diaria promedio de este grupo de negocios es de \$7,404.76. Para el caso de la localidad Yodonocuito la venta promedio de los dos establecimientos privados fue de \$21,000.00, al incluir a la tienda DICONSA la cifra se eleva \$26,000.00 con una venta diaria promedio de \$928.57. en la gráfica 5.1 se pueden ver los datos antes mencionados.

Grafica 5.1. Venta promedio mensual por tipo de establecimientos por localidad.



Fuente: Base de datos de entrevistas a tiendas.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En cuanto a los días de mayor venta, cinco de los entrevistados respondieron el que día jueves es el de mayores ventas, seguido del día sábado con dos a su favor, el día viernes con una persona y solo una persona respondió que todos los días se vende igual. La razón por la que se vende más el día jueves es porque hay tianguis semanal en la localidad de Teposcolula y el comercio se incrementa durante ese día. Para el caso del día sábado un entrevistado expuso que es el día cuando le pagan a la gente que sale a trabajar y el otro explica que es por las reuniones familiares.

En el caso de las fechas de mayor venta las respuestas otorgadas por los entrevistados se exponen la tabla 5.1. Siendo los días 24 y 31 de diciembre, los días de muertos y la fiesta patronal los que mayor importancia tienen. En cuanto a los meses, los datos se exponen en la misma tabla y 4 de los 9 entrevistados afirman tener mayor venta durante los meses de diciembre. Para el caso específico del incremento de las ventas durante el mes de diciembre los entrevistados creen que es por la llegada de los familiares que son migrantes.

Tabla 5.1. Fechas y meses de mayor venta en las localidades de estudio.

Fechas de mayor venta	# de respuestas	Meses de mayor venta	# de respuestas
10 de mayo	1	Febrero	2
24 y 31 de diciembre	2	Marzo	1
Del 15 de diciembre al 10 de enero	1	Abril	1
Día de muertos	2	Octubre	1
Primer viernes (Fiesta patronal)	2	Diciembre	4
Semana Santa	1		

Fuente: Base de datos de entrevistas a tiendas.

Las razones por las que los entrevistados creen que los clientes prefieren ir a sus negocios y no a otros son principalmente los precios bajos con 4 tenderos de acuerdo, tres creen que es por el servicio y dos creen que es por la ubicación de sus locales. La mayoría de ellos manifiestan que no toman medidas para incrementar su éxito en el mercado y solo se promueven con el atributo que perciben que es el que les proporciona a sus clientes.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En cuanto a los proveedores, estos en su mayoría son de Tehuacán ya que 3 de los 9 negocios manifestaron que sus principales proveedores se encuentran en esta ciudad o provienen de esta ciudad, sigue la ciudad de Oaxaca y la ciudad de Puebla, sin embargo, algunos de ellos manifestaron que ya hay proveedores regionales que surten a buenos precios y ponen la mercancía en las puertas del negocio, la mayoría son de la ciudad de Huajuapam de león y de Tamazulapan del Progreso en menor medida.

Las localidades que más realizan compras en las localidades de estudio son Guadalupe Tixa, La Campana, San Felipe Ixtapa, San Miguel Tixa y Yucumeza, como se puede ver en la tabla 5.2. En el caso de los municipios los que realizan más compras en las tiendas entrevistadas son San Pedro Yucunama, San Juan Teposcolula y San Vicente Nuño, por lo que estos son considerados como las principales zonas económicas de influencia de la cabecera municipal de san Pedro y San Pablo Teposcolula.

Tabla 5.2. Principales localidades y municipios que realizan compras en la zona de estudio.

Localidad	Frecuencia	Municipio	Frecuencia
Guadalupe Tixa	12%	San Pedro Yucunama	22%
La Campana	12%	San Juan Teposcolula	17%
San Felipe Ixtapa	12%	San Vicente Nuño	17%
San Miguel Tixa	12%	San Andrés Lagunas	11%
Yucumeza	12%	San José de Gracia	11%
El Molino	8%	Santiago Yolomecalt	11%
San Felipe	8%	San Juan Achiutla	6%
San Miguel	8%	San Andrés Lagunas	6%
Yodonocuito	8%		
Santa Catarina Rio Delgado	4%		
Santo Tomas Tecolotitlán	4%		
Yucuninde	4%		

Fuente: Base de datos de entrevistas a tiendas.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

En cuanto a la oferta de productos que se comercializan en los establecimientos entrevistados se encontró que de los 129 productos incluidos de interés, en todos los negocios no se venden alimentos preparados para consumir en casa, carne de cerdo, carne de pollo, carne de res y ternera, frutas frescas, leche bronca, tortilla de maíz, pescados, tubérculos crudos o frescos, verduras y legumbres, sumando un total de 37 productos que los clientes deben comprar en negocios especializados que ofertan estos productos para satisfacer su demanda.

Los productos ofrecidos por los establecimientos incluidos en la lista de interés son 92, no todos los ofrecen y eso puede ser que se encuentra en función del tamaño o demanda de los productos en cada uno de los establecimientos, los productos que si ofertan todos los establecimientos son: galletas dulces, harina de trigo, pan de dulce, pasta para sopa, arroz en grano, avena, frijol, haba, huevo, leche de caja (entera, light, semi, etc.), yogurt, aceite vegetal, azúcar, agua embotellada, jugos y néctares envasados, atún, café de grano o soluble, chiles enlatados y galletas tipo maría.

En lo que respecta a precios, los 20 productos que todos los establecimientos privados comercializan son los que se presentan en la tabla 5.3. El producto que más ganancia deja a los dueños de tiendas es la avena con un margen del 22% y en último lugar es el huevo con un margen del 5%. En términos generales se estima que existe una ganancia promedio del 13.77% en estos 20 productos, con una desviación estándar de 5.15%. en cuanto a ganancia global de acuerdo al rendimiento de venta por estos 20 productos es de \$314.11.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 5.3. Precios y ganancia promedio de los 20 productos que comercialización todos los locales privados.

Productos	Promedio de Precio unitario de compra (\$)	Promedio de Precio unitario de venta (\$)	Promedio de Cantidad de venta promedio diaria	Ganancia (\$)	Ganancia (%)	Utilidad diaria por producto (\$)
Avena	\$18.94	\$24.29	4.75	\$5.35	22%	\$25.43
Galletas dulces	\$10.53	\$13.33	6.50	\$2.81	21%	\$18.25
Atún	\$13.12	\$16.57	4.87	\$3.45	21%	\$16.83
Yogurt	\$8.20	\$10.21	3.75	\$2.01	20%	\$7.55
Jugos y néctares envasados	\$8.85	\$11.00	7.25	\$2.15	20%	\$15.59
Galletas tipo maría	\$9.42	\$11.43	6.30	\$2.01	18%	\$12.65
Pan de dulce	\$2.50	\$3.00	38.00	\$0.50	17%	\$19.00
Pasta para sopa	\$5.02	\$6.00	9.70	\$0.98	16%	\$9.51
Café de grano o soluble	\$6.00	\$7.00	9.00	\$1.00	14%	\$9.00
Chiles enlatados	\$9.95	\$11.50	3.32	\$1.55	13%	\$5.15
Arroz en grano	\$17.22	\$19.57	5.44	\$2.35	12%	\$12.80
Frijol	\$24.12	\$27.14	8.10	\$3.02	11%	\$24.49
Azúcar	\$17.72	\$19.93	14.85	\$2.21	11%	\$32.81
Agua embotellada	\$9.00	\$10.07	5.92	\$1.07	11%	\$6.35
Harina de trigo	\$11.02	\$12.29	17.87	\$1.27	10%	\$22.63
Haba	\$61.00	\$67.71	0.57	\$6.71	10%	\$3.84
Leche de caja (entera, light, semi, etc.)	\$16.00	\$17.50	9.62	\$1.50	9%	\$14.44
Aceite vegetal	\$27.04	\$29.29	6.62	\$2.25	8%	\$14.88
Refrescos de cola y de sabores	\$33.26	\$36.00	10.50	\$2.74	8%	\$28.73
Huevo	\$60.60	\$63.71	4.56	\$3.11	5%	\$14.20

Fuente: elaboración propia con información de la base de datos de entrevistas a tiendas.

En cuanto a los mismos productos, las tiendas DICONSA únicamente no venden refresco en comparación con las tiendas privadas. Como se puede ver en la tabla 5.4 el promedio de venta es mucho mayor en este tipo de tiendas, en comparación con las tiendas privadas se infiere que hay una mayor demanda en los establecimientos de la red, sin embargo, la utilidad es inferior a las tiendas comerciales., ya que está en promedio es de 6.2%.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Tabla 5.4. Precios y ganancia promedio de los 20 productos que comercializan las tienda DICONSA.

Productos	Promedio de Precio unitario de compra (\$)	Promedio de Precio unitario de venta (\$)	Promedio de Cantidad de venta promedio diaria	Ganancia (\$)	Ganancia (%)	Utilidad diaria por producto (\$)
Avena	\$16.15	\$17.00	9.50	\$0.85	5%	\$8.08
Galletas dulces	\$9.50	\$10.00	19.00	\$0.50	5%	\$9.50
Atún	\$12.35	\$13.00	5.86	\$0.65	5%	\$3.81
Yogurt	\$9.25	\$11.00	6.14	\$1.75	16%	\$10.75
Jugos y néctares envasados	\$9.50	\$10.00	10.00	\$0.50	5%	\$5.00
Galletas tipo maría	\$9.50	\$10.00	15.71	\$0.50	5%	\$7.86
Pan de dulce	\$2.50	\$3.00	55.00	\$0.50	17%	\$27.50
Pasta para sopa	\$4.75	\$5.00	16.25	\$0.25	5%	\$4.06
Café de grano o soluble	\$6.18	\$6.50	10.21	\$0.32	5%	\$3.32
Chiles enlatados	\$8.55	\$9.00	5.36	\$0.45	5%	\$2.41
Arroz en grano	\$15.20	\$16.00	22.00	\$0.80	5%	\$17.60
Frijol	\$17.10	\$18.00	26.25	\$0.90	5%	\$23.63
Azúcar	\$18.53	\$19.50	100.00	\$0.98	5%	\$97.50
Agua embotellada	\$8.08	\$8.50	40.00	\$0.43	5%	\$17.00
Harina de trigo	\$9.98	\$10.50	40.00	\$0.53	5%	\$21.00
Haba	\$66.03	\$69.50	4.00	\$3.47	5%	\$13.90
De caja (entera, light, semi, etc.)	\$14.63	\$15.25	45.00	\$0.63	4%	\$28.13
Aceite vegetal	\$25.18	\$26.50	12.36	\$1.33	5%	\$16.37
Refrescos de cola y de sabores	No venden	No venden	No venden	\$0.00	0%	\$0.00
Huevo	\$53.00	\$56.50	17.14	\$3.50	6%	\$60.00

Fuente: Base de datos de entrevistas a tiendas.

Al comparar el precio unitario promedio de venta de los veinte productos anteriores entre las tiendas privadas y las dos tiendas DICONSA, se identifica que existe una diferencia de precios muy clara, siendo las tiendas DICONSA las más económicas ya en que 20 productos comprados solo en dos se tiene un precio superior y el precio promedio de venta de las tiendas privadas es superior por un 12.27% en comparación de los precios de DICONSA, en la tabla 5.5 se pueden observar los datos.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 5.5. Comparación de precios entre tiendas DICONSA y tiendas privadas.

Productos	Promedio de Precio unitario de venta (\$) DICONSA	Promedio de Precio unitario de venta (\$) Privados	Diferencia entre privados y DICONSA
Avena	\$17.00	\$24.29	\$7.29
Galletas dulces	\$10.00	\$13.33	\$3.33
Atún	\$13.00	\$16.57	\$3.57
Yogurt	\$11.00	\$10.21	-\$0.79
Jugos y néctares envasados	\$10.00	\$11.00	\$1.00
Galletas tipo maría	\$10.00	\$11.43	\$1.43
Pan de dulce	\$3.00	\$3.00	\$0.00
Pasta para sopa	\$5.00	\$6.00	\$1.00
Café de grano o soluble	\$6.50	\$7.00	\$0.50
Chiles enlatados	\$9.00	\$11.50	\$2.50
Arroz en grano	\$16.00	\$19.57	\$3.57
Frijol	\$18.00	\$27.14	\$9.14
Azúcar	\$19.50	\$19.93	\$0.43
Agua embotellada	\$8.50	\$10.07	\$1.57
Harina de trigo	\$10.50	\$12.29	\$1.79
Haba	\$69.50	\$67.71	-\$1.79
De caja (entera, light, semi, etc.)	\$15.25	\$17.50	\$2.25
Aceite vegetal	\$26.50	\$29.29	\$2.79
Refrescos de cola y de sabores	No venden	\$36.00	--
Huevo	\$56.50	\$63.71	\$7.21
Promedios	\$17.62	\$20.08	\$2.46

Fuente: Base de datos de entrevistas a tiendas.

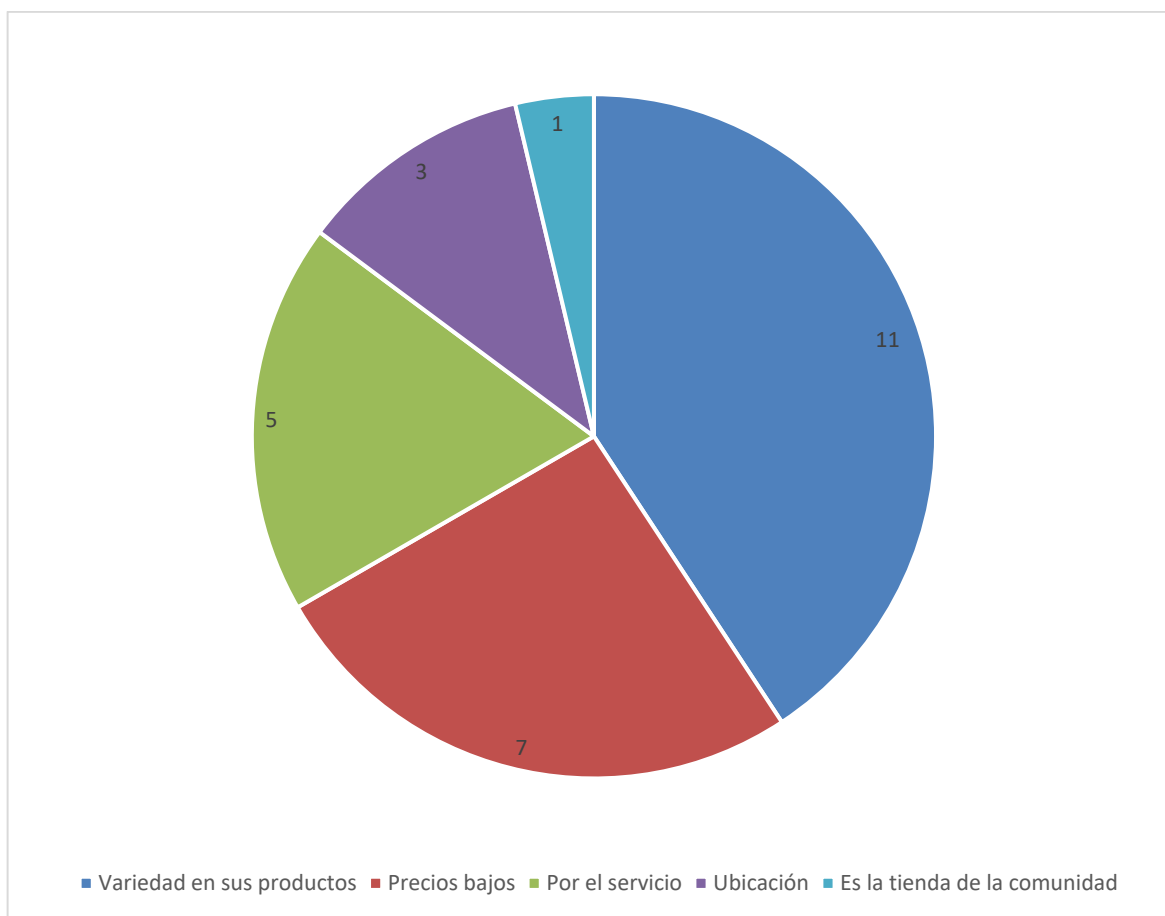
5.2. Análisis de la demanda de productos de la canasta básica

Se aplicó una encuesta rápida a tres clientes por cada uno de los negocios que se entrevistaron. En total sumaron 27 encuestas aplicadas a nueve tiendas. Seis encuestas corresponden a dos tiendas DICONSA y el resto a negocios particulares de la localidad de Yodonocuito y del centro del municipio. Para la descripción y análisis de los datos, estos se agruparon por localidad y por tipo de negocio del que procede la información.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

De acuerdo a los datos que arroja la encuesta rápida, las principales razones por las que las personas acuden a comprar un negocio son las que se enlistan en la gráfica 5.2. En primer lugar, se encuentra la variedad en sus productos, en segundo lugar, los precios bajos, el buen servicio es la tercera opción y la ubicación último factor de importancia. Solo una persona contestó que la razón que lo motiva a comprar en dicho lugar es porque la tienda pertenece a la comunidad.

Gráfica 5.2. Razones por las que los clientes compran en una tienda.



Fuente: elaboración propia con la base de datos de la encuesta rápida a clientes.

De los clientes encuestados 15 manifestaron que no siempre realizan sus compras en la misma tienda. La principal razón lo que esto sucede es porque los clientes manifiestan que la tienda tiene precios altos y la segunda razón es porque las personas buscan los mejores precios en el mercado. Los 12 clientes restantes manifestaron que siempre realizan las compras en la misma tienda debido que perciben que los precios son los más bajos en la tienda a la que asisten. En la tabla 5.6 se pueden observar los datos que se mencionaron.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 5.6. Razones que motivan a las personas a buscar otra tienda o permanecer en donde compran actualmente.

¿Siempre realiza sus compras en la misma tienda?	Si	#	No	#
Razón de su respuesta anterior	Precios bajos	8	Precios altos	6
	Gran variedad en productos	3	Búsqueda de mejores precios	5
	buen servicio	1	Ubicación	2
			Horario de atención	2
Total	12		15	

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

En cuanto al número de comprar que los clientes realizan por día, estos se agrupan en una compra, dos compras y tres compras. Siendo la primera y segunda las de mayor importancia. Por lo tanto, se puede inferir que buena parte de los clientes prefieren una sola compra al día. en la tabla 5.7 se pueden observar los datos.

Tabla 5.7. Numero de compras al día.

No. de compras por día	No. de clientes.
1	15
2	11
3	1

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

En términos generales el gasto diario promedio de los clientes es de \$126.85, los clientes de la localidad centro gastan en promedio \$133.05 pesos diarios, la desviación estándar estimada es de \$55.06 dando un rango de amplitud medio de \$110.12 por lo que hay clientes que en promedio podrían estar destinando \$77.45 o hasta menos, y clientes que podrían destinar \$187.57 o más al día. En la tabla 5.8 se pueden ver dichos datos.

Tabla 5.8. Gasto promedio diario de compras en tiendas.

Localidad	Gasto promedio diario	Desviación estándar	Valor máximo	Valor mínimo
Teposcolula	\$133.05	\$55.60	\$200.00	\$35.00
Yodonocuito	\$114.44	\$21.28	\$150.00	\$90.00

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En el caso de Yodonocuito el gasto diario promedio es de \$114.44 y su desviación estándar es de \$21.28 estableciendo un rango medio mucho más pequeño que la localidad centro, denotando de alguna manera que existe una mayor igualdad en los gastos medios diarios en este tipo de tiendas.

Al agrupar la información por tipo de negocio, las tiendas las personas que compran en tiendas DICONSA gastan en promedio \$126.67 y en las tiendas privadas el gasto medio es de \$126.90 lo que indica a primera vista que no existe una diferencia clara es entre estas.

Para reducir el tiempo de aplicación de la encuesta, los productos de la canasta básica se agruparon en 23 grupos y se preguntó a los clientes si siempre los compraban en la misma tienda, el 41% respondió de forma afirmativa y el 59% dijo que no, de total que respondió de forma negativa se estimó que 77% si compra dentro de su comunidad, pero en otro negocio y solo el 23% de los clientes encuestados respondieron que hacían las compras en negocios que están fuera de su localidad. Los sitios y negocios en donde se complementan las compras de las personas encuestadas son los que se exponen en la tabla 5.9. En donde se pudo ver que el mercado, las tiendas DICONSA y el tianguis semanal son los principales lugares en donde las personas complementan sus compras.

Tabla 5.9. Lugares donde los clientes complementan la adquisición de sus productos.

Sitio o negocio	Frecuencia de compra	Sitio o negocio	Frecuencia de compra
Mercado	46.53%	Dentro de la Comunidad	1.22%
Tiendas Comunitaria DICONSA	15.92%	Ferretería	1.22%
Tianguis de los Jueves	6.12%	Rosticería	1.22%
Farmacia Guadalupana	5.71%	Carnicería de Don Toño	0.82%
Casa Morales	3.67%	Farmacias de Teposcolula	0.82%
Carnicería San Antonio	2.86%	Pollería	0.82%
Farmacia	2.45%	A granel	0.41%
Carnicería	2.04%	Farmacias Teposcolula	0.41%
Tienda Yola	2.04%	Panadería Don Lucas	0.41%
Carnicería Torito	1.63%	Tienda de Doña Licha	0.41%
Panadería	1.63%	Tiendas de Teposcolula	0.41%
Carnicería Aremiz	1.22%		

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

De acuerdo a la información de la encuesta rápida, la mayoría de las personas encuestadas salen fuera de su localidad para comprar ropa y calzado, en una proporción mucho menor las personas salen a comprar medicamento, accesorios para la casa y muebles. En la tabla 5.10 se pueden ver los porcentajes de personas encuestadas que buscan los productos mencionados fuera de las localidades de estudio.

Tabla 5.10. Productos que los clientes buscan fuera de la localidad de estudio.

Producto	# de clientes	% de clientes
Accesorios de casa	1	4%
Calzado	20	74%
Medicamento	6	22%
Muebles	1	4%
Ropa	21	78%

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

Los lugares a los que las personas acuden para comprar los productos de la tabla 36 son por principalmente la ciudad de Tlaxiaco, la cabecera de Teposcolula y Huajuapán de León, en menor proporción las personas realizan comprar en la ciudad de Oaxaca y la ciudad de México. En la tabla 5.11 se exponen las frecuencias con las que se compra en cada uno de los sitios mencionados.

Tabla 5.11. Lugares a donde los clientes acuden a realizar las compras de los productos que no encuentran su localidad.

Lugar de compra	# de compras	% de compras
Tlaxiaco	26	53.1%
Teposcolula	9	18.4%
Huajuapán	8	16.3%
Oaxaca	4	8.2%
México	2	4.1%

Fuente: Base de datos de encuesta rápida a clientes.

De acuerdo a los datos de las personas encuestadas que afirmaron salir a buscar productos fuera de su localidad, los datos promedios indican que las personas compran aproximadamente 4.76 prendas de ropa y destinan \$263.80 en promedio para comprar cada una de ellas. La misma base de datos arroja que las personas compran 2.35 pares de zapatos que tiene un precio promedio de \$556.00, en la tabla 5.12 se observan los datos anteriores y que el valor promedio de los medicamentos que las personas buscan fuera de su localidad es de \$666.67.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 5.12. Precio promedio y cantidad de compra de los productos que los clientes buscan fuera de su localidad.

Producto	Unidad de compra	Cantidad	Precio
Ropa	Pieza	4.76	\$263.80
Calzado	Pares	2.35	\$556.00
Medicamento	Caja	2.83	\$666.67
Accesorios de casa	Pieza	2	\$2,000.00
Muebles	Pieza	1	\$2,000.00

Fuente: Elaboración propia con base de datos de encuesta rápida a clientes.

En cuanto a servicios que consumen las personas en las localidades de estudios se estimó que el 44% consume alimentos preparados en restaurantes, el 48% asisten al dentista y el mismo porcentaje busca los servicios de un mecánico, solo el 22% cobra dinero por algún medio y el 100% asiste al médico. En la tabla 5.13 se pueden observar los datos anteriores y que en términos generales existe un equilibrio ya el 50% de las personas que buscan un servicio, lo hacen fuera y el otro 50% lo hacen dentro de su localidad. Solo hay una diferencia perceptible en cuanto a los servicios médicos.

Tabla 5.13. Servicios que los clientes utilizan.

Servicio	% de personas que adquieren estos servicios	¿Lo compra en su localidad?	
		No	SI
Alimentos de restaurantes	44%	6	6
Cobro de dinero	22%	3	3
Dentista	48%	6	7
Mecánico	48%	6	7
Medico	100%	11	16

Fuente: Elaboración propia con base de datos de encuesta rápida a clientes.

5.3. Hallazgos relevantes de oferta y demanda de productos de la canasta básica.

Se estima que en promedio una tienda particular de la localidad centro de Teposcolula vende en promedio \$180,800.00, al incluir a la tienda DICONSA existente en ella, este promedio se eleva a \$207,333.33, por lo tanto, la venta diaria promedio de este grupo de negocios es de \$7,404.76. Para el caso de la localidad Yodonocuito la venta promedio de los dos establecimientos privados fue de



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

\$21,000.00, al incluir a la tienda DICONSA la cifra se eleva \$26,000.00 con una venta diaria promedio de \$928.57.

En términos generales el gasto diario promedio de los clientes es de \$126.85, los clientes de la localidad centro gastan en promedio \$133.05 pesos diarios y los clientes de la localidad de Yodonocuito gastan en promedio \$114.44. lo que indica que hay una mayor capacidad de poder de compra en la primera localidad.

Al comparar los precios unitarios promedio de venta entre las tiendas privadas y las dos tiendas DICONSA, se estimó que los precios más económicos los tienen las tiendas de la red DICONSA ya que el precio promedio de venta de las tiendas privadas es superior por un 12.27%. las personas prefieren complementar sus compras en el mercado y en las tiendas DICONSA antes degastar complementen todo en un solo establecimiento.



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

CAPÍTULO 6. Análisis de la interacción comercial y económica de la Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula

En el presente capítulo se muestra la información recabada con ayuda de la “encuesta final” que tenía por objetivo “indagar las preferencias de compra de los clientes sobre los mercados locales de influencia en la localidad de interés”. Los datos procesados reflejan la forma en que las personas de la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula gastan su dinero y la manera en la que es distribuido en los centros de comercios más cercanos y más importantes que influyen en la localidad.

El análisis de la información parte de agrupar los datos en siete grupos de gastos de productos que son: Abarrotes (tiendas misceláneas), carnicería y frutería, artesanías, farmacia (medicamentos), ferretería, ropa o zapatos y por último papelería. Además, se indaga sobre los principales servicios que son consumidos por la población, las razones por las que se busca satisfacer fuera de la localidad y los sitios en donde se lleva a cabo el consumo.

En otro aspecto, se preguntó también a los encuestados si contaban con algún tipo de negocio; e proceso la información para saber el tipo de negocio con los que se cuentan y los lugares donde estos abastecen sus insumos o mercancías para la venta. El capítulo tiene el propósito de entender el gasto familiar y panorama general en la interacción económica que tiene la localidad de interés con su región de influencia inmediata.



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

6.1. Demanda y compra de productos

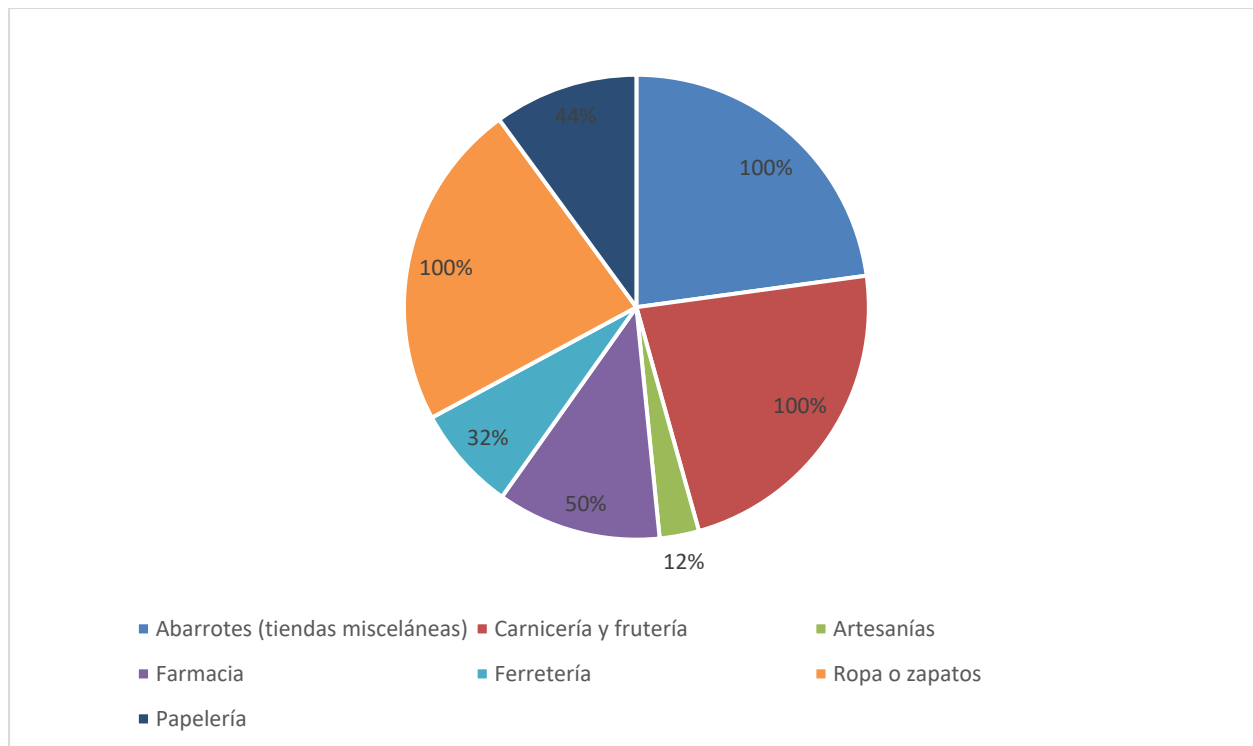
A los sujetos encuestados se les hicieron preguntas para conocer la manera en la que distribuyen su gasto a lo largo de un mes en siete grupos de interés. De acuerdo a la información se determinó que tres grupos son considerados indispensables, ya que cada mes las personas destinan parte de sus ingresos a ellos. Dichos grupos son “abarrotes (tiendas misceláneas)”, “carnicerías y fruterías” y “ropa y zapatos”, esto tienen que ver con las necesidades básicas de cada familia de alimentación y vestimenta, aunque no se preguntó acerca del tamaño de las familias, es fácil suponer que independiente del tamaño del núcleo familiar, se debe destinar cada mes dinero a estos tres grupos de gastos por la importancia que tienen.

El siguiente grupo de mayor importancia en gastos mensual es “farmacia (medicamentos)”, esto está más relacionado con las condiciones de salud de las familias, ya que en aquellas donde existen miembros que presentan alguna condición médica en particular, se debe atender mediante la compra de medicamentos o insumos médicos.

El grupo siguiente es el de “papelería” pues se ocupan diferentes materiales en aquellas familias donde hay niños estudiando o algún miembro del hogar es docente de educación básica (primaria o preescolar). Los últimos dos grupos son el de “Ferretería” con 16 familias y “Artesanías” con familiar que destinan cada mes dinero a la compra de este tipo de productos. En la gráfica 6.1 se muestra los porcentajes de familias que destinan una parte de su gasto mensual a comprar productos de cada grupo de gastos.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Grafica 6.1. Porcentaje de familias que destinan dinero cada mes a la compra del grupo de gasto.

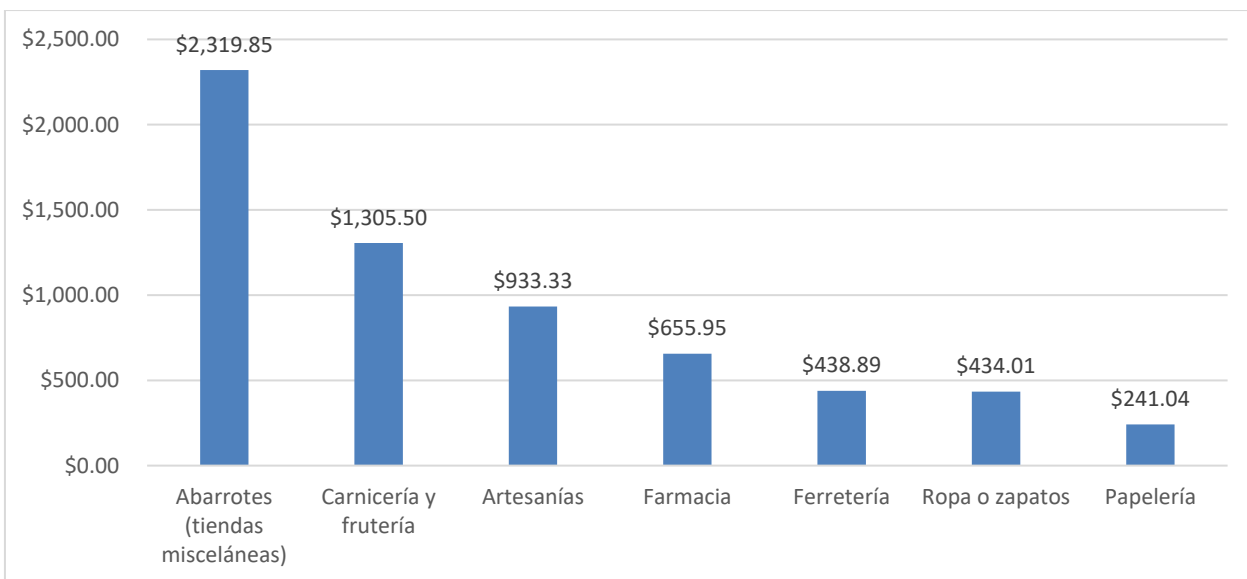


Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

En cuanto a la cantidad de dinero destinada a la compra de productos en cada grupo de gastos, se calculó un promedio de gasto por grupo. Dos datos indicaron que el grupo con mayor dinero destinado es el de “abarrotes (tiendas misceláneas)” con un promedio calculado de \$2,319.85 como se puede ver en la gráfica 6.2. El siguiente grupo de gastos donde más gastan las personas encuestadas fue “carnicería y frutería” con \$1,305.50, en relación al grupo “ropa y zapatos” se calculó un promedio de \$434.01 pesos, este grupo no es el que menos se gasta, pero si se gasta significativamente menos que los dos anteriores que son considerados básicos.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Grafica 6.2. Gasto promedio mensual.



Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

Resalta que, aunque la demanda es poca, las personas que gastan en artesanías destinan una cantidad mensual grande en comparación de gastos en “Farmacias”, “Ferretería” o “Papelería”. Sin embargo, el número de encuestados que destinan dinero al grupo de artesanías es considerablemente el más pequeño de todos.

6.2. Distribución de la demanda y compra de productos

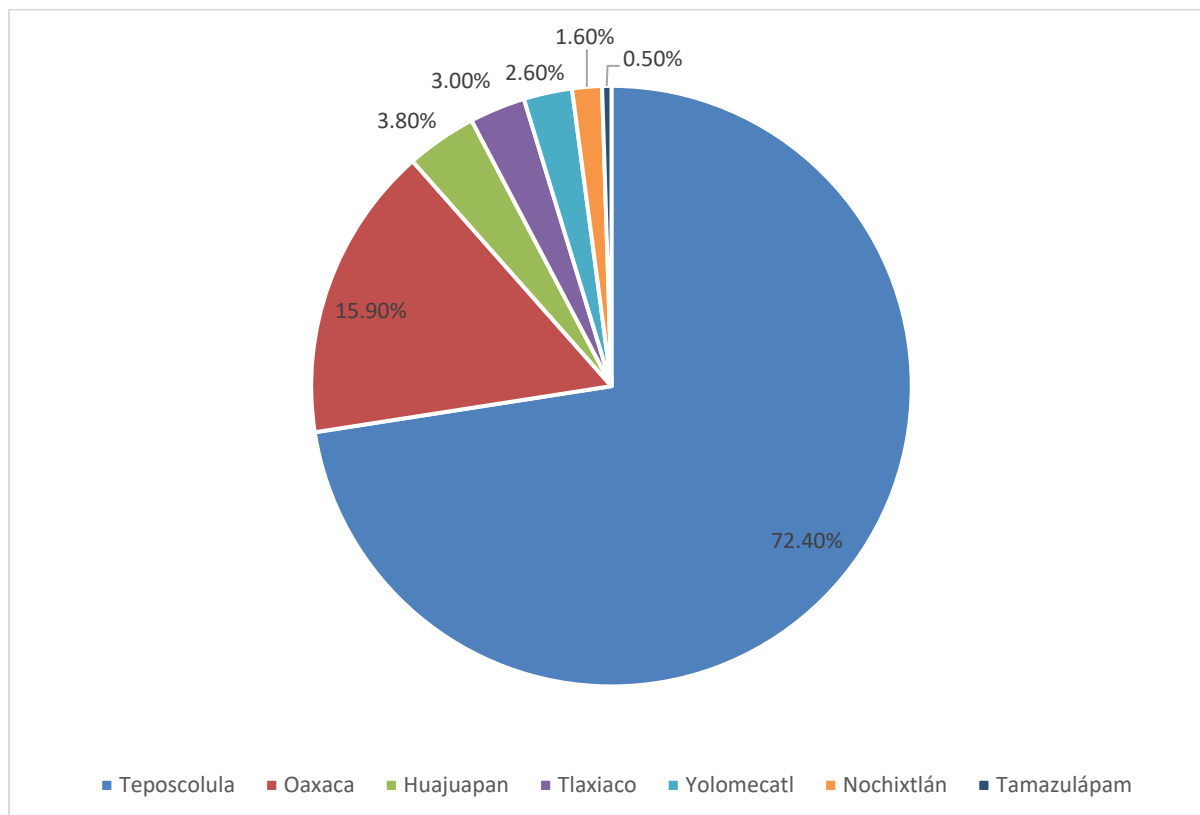
Con la información recabada en la encuesta se determinó la distribución espacial de la demanda de los siete grupos de productos de interés. La mayoría del gasto se realiza al interior de San Pedro y San Pablo Teposcolula y que hay seis calidades a las que los encuestados acuden a realizar sus compras cuando no las realizan al interior de Teposcolula. Las localidades señadas son: Oaxaca de Juarez, Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Santiago Yolomecatl, Asunción Nochixtlán y Villa de Tamazulápam del progreso.

En la gráfica 6.3 se expone que el 72.4% del gasto calculado se realiza en los comercios que existen el interior de la población de interés y un 27.6% restante se gasta fuera de ella. Los lugares donde se distribuye el porcentaje que se gasta fuera es Oaxaca con el 15.9% siendo esta ciudad la que mayor influencia tiene en el gasto de las personas, seguido de Huajuapán de León con 3.8% y Tlaxiaco con

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

3.0%. los lugares con menos influencia son Yolomecatl con 2.6%, Nochixtlan con 1.6% y Tamazulapan con 0.5%. cabe mencionar que estos últimos tres son lugares que se encuentran como puntos intermedios entre las principales tres ciudades que influyen en Teposcolula.

Grafica 6.3. Porcentaje del flujo de efectivo mensual calculado

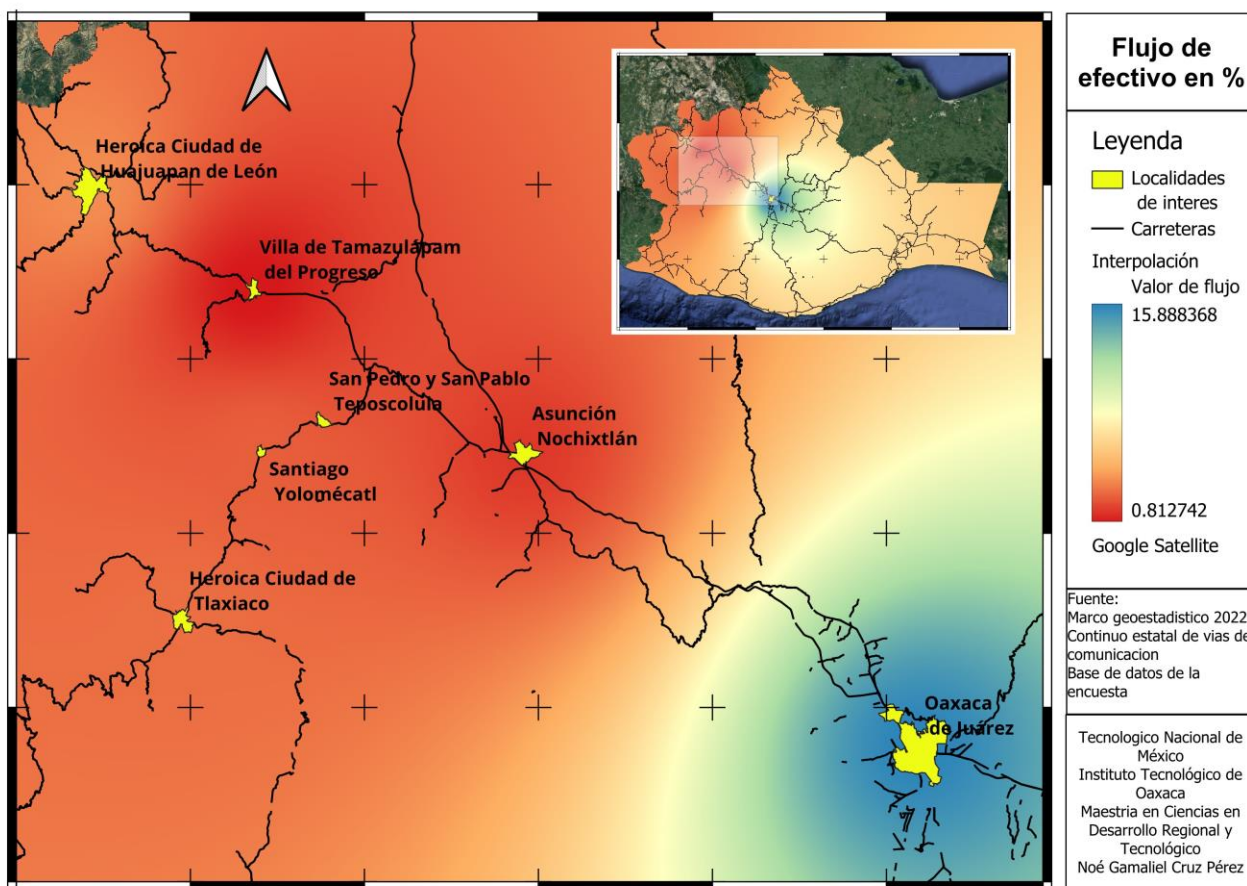


Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

En el mapa 6.2 se muestra una interpolación de “Distancia Inversa Ponderada” que se realizó a partir de los datos de porcentaje calculados para cada una de las localidades que participan del flujo de dinero por la compra de productos, por lo que se puede visualizar el grado de influencia que estos tienen sobre la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Mapa 6.2. flujo de efectivo calculado en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta final.

Con la información recabada se puede observar con precisión que la localidad de mayor influencia en cuanto a la compra de productos de la canasta básica es la ciudad de Oaxaca de Juárez, esto se entiende tanto por la facilidad de comunicación que existe con este lugar y por la variedad en la oferta de los productos. Además de los diferentes establecimientos que se encuentran en la ciudad, existen servicios y formas de pago como los centros comerciales de diferentes marcas, farmacias de diferentes líneas y la central de abastos.

6.3. Demanda de mercancías e insumos

De las 50 personas encuestadas, 22 manifestaron no tener ningún tipo de negocio ya que sus ingresos provienen de un sueldo y los 28 restantes cuentan con algún negocio ya sea para incrementar su ingreso o como fuente principal de los mismo. Dichos negocios son en su mayoría preparación y venta

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

de alimentos con 10 personas, seguido del comercio de abarrotes con 6 personas y el resto se distribuye en ferreterías, papelerías y demás negocios como lo podemos ver en la tabla 6.1.

Tabla 6.1. Numero de negocios en relación a su tipo.

Tipo de negocio	# de negocios
Preparación y venta de alimentos	10
Comercio de abarrotes (tiendas misceláneas)	6
Ferretería	2
Papelería	2
Venta de curados	2
Carnicería o frutería	1
Comercio de artesanías	1
Estética	1
Venta de fresas	1
Venta de ropa o zapatos	1
Venta de tortillas	1
Total	28

Fuente: elaboración propia con datos de la “Encuesta final”.

De acuerdo a la información recabada de los 28 encuestados que tienen algún tipo de negocio se determinó que el 82% de las compras de mercancías o productos para su negocio lo adquieren fuera de la localidad de interés, las razones por las que las personas acuden a comprar a un lugar diferente de San Pedro y San Pablo Teposcolula, se exponen en la tabla 6.2.

Tabla 6.2. Razones por los negocios compran en otros lugares sus mercancías.

Razones	% de compras que se hacen
Variedad y calidad	49.06%
Cercanía a Teposcolula	24.53%
Precios más accesibles	22.64%
Familiar es dueño de negocio	1.89%
Por ayudar al comercio local	1.89%

Fuente: elaboración propia con datos de la “Encuesta final”.

La razón principal por la que los negocios realizan comprar fuera de la localidad de interés es la “Variedad y calidad” de los productos, esto indica que existe poca variedad en la oferta que existe actualmente, por lo que los comercios buscan mejores opciones para ofrecer a sus clientes. La segunda razón indicada por las personas es la “Cercanía a Teposcolula”, por lo que se intuye la influencia que

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

tiene la ciudad de Tlaxiaco al ser considerada el lugar con mayor oferta de variedad y la más cercana al municipio. Y por último la tercera razón de mayor influencia son los “Precios más accesibles” ya que en otros lugares se comercia a mayoreo obteniendo así precios más competitivos.

6.4. Distribución de la demanda de mercancías e insumos

Con la información analizada se calculó que el 29% de los encuestados que cuentan con negocio acuden a la Ciudad de Tlaxiaco para comprar mercancías, esto está influido básicamente por la disponibilidad de transporte, el precio del mismo y la cercanía al municipio. Sin embargo, otro 23% prefiere acudir a la Ciudad de Oaxaca y el 21% a la ciudad de Huajuapán, básicamente por la variedad en los productos y porque encuentran mejores precios. En la tabla 6.3 se expone que además de los tres sitios mencionados anteriormente, los dueños de negocios también acuden a Santiago Yolomecatl, Ciudad de México, Asunción Nochixtlán, Tehuacán Puebla y Villa de Tamazulápam.

Tabla 6.3. Lugares de compra de mercancías y frecuencia de visita promedio mensual.

Lugar de compra de mercancías	% de compras	Frecuencia mensual promedio
Tlaxiaco	29%	1.61
Oaxaca	23%	1.91
Huajuapán de león	21%	1.25
Santiago Yolomecatl	13%	3.00
Ciudad de México	6%	2.00
Nochixtlán	4%	1.00
Tehuacán	2%	1.00
Villa de Tamazulápam	2%	4.00

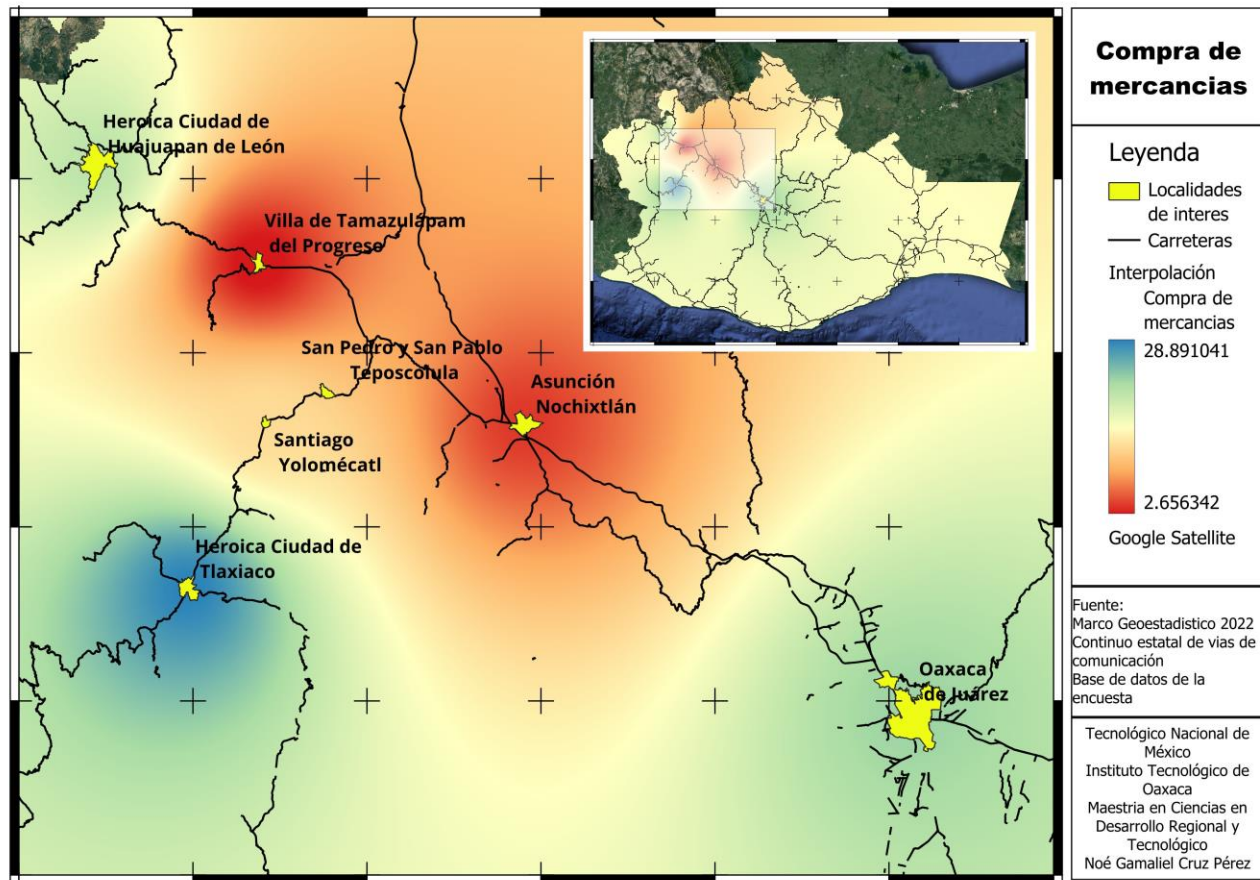
Fuente: elaboración propia con datos de la “Encuesta final”.

En cuanto a la frecuencia con los sitios que son visitados varia de 4 veces por mes a solo 1 ves por mes, sin embargo, esto se concentra en lugares con menos influencia el porcentaje de personas que los visitan, siendo Villa de Tamazulápam la que tiene más visitas mensuales pero la que menos personas la visitan. Nochixtlán y Tehuacán solo son visitas 1 ves en promedio. En cuanto a los lugares que más personas los visitan Tlaxiaco tiene un promedio calculado de 1.61 veces por mes, Oaxaca 1.91 y Huajuapán de León 1.25, siendo Oaxaca la que mayor frecuencia de visita tiene entre estos tres sitios de interés, a pesar de su lejanía.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

En el mapa 6.3 se muestra una interpolación de “Distancia Inversa Ponderada” que se realizó a partir de los datos de porcentaje calculados de compra de mercancías e insumos para cada una de las localidades, cabe resaltar que se tuvo que descartar a la ciudad d de Tehuacán Puebla y la Ciudad de México, ya que debido a su distancia salen de la que se delimito como microrregión de influencia.

Mapa 6.3. compra de mercancías dentro de la micro región de influencia.



Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta final.

El mapa nos permite visualizar el grado de influencia que ejercen la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, la Ciudad de Oaxaca de Juárez y la Heroica Ciudad de Huajuapán de León en la adquisición de mercancías e insumos para los negocios de la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula. El análisis resultante de la información espacial permite inferir que la Ciudad de Tlaxiaco tiene una mayor influencia debido a la cercanía y variedad de su mercado.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

6.5. Demanda y distribución espacial de servicios

Para poder analizar este tipo de demanda y distribución, se realizaron preguntas a los encuestados a acerca de los siguientes servicios que pueden ser requeridos por las personas: abogados, alimentos preparados (restaurantes, comedor, etc.), cobro de dinero, dentistas, mecánicos y médicos. Entre ellos el más importante ya que tuvo un 100% de demanda fue el de servicios “Médicos”, después con un 74% de personas que lo requieren está el servicio de “Alimentos preparados (Restaurantes, comedor, etc.)” y con un 56% de personas que si lo requieren está en tercer lugar el servicio “Cobro de dinero”. Los servicios menos demandados, como se pueden ver en la tabla 6.4, son “Mecánico” y” Dentista” con 36% y 34% respectivamente, y con solo 2% el servicio de Abogados.

Tabla 6.4. Demanda de servicios.

Servicio	¿Requeriré usted de este servicio?		¿Lo adquiere en Teposcolula’	
	No	Si	Si	No
Médicos	0%	100%	56%	44%
Alimentos preparados (Restaurantes, comedor, etc.)	26%	74%	63%	37%
Cobro de dinero	44%	56%	62%	38%
Mecánicos	64%	36%	78%	22%
Dentistas	66%	34%	47%	53%
Abogados	98%	2%	0%	100%

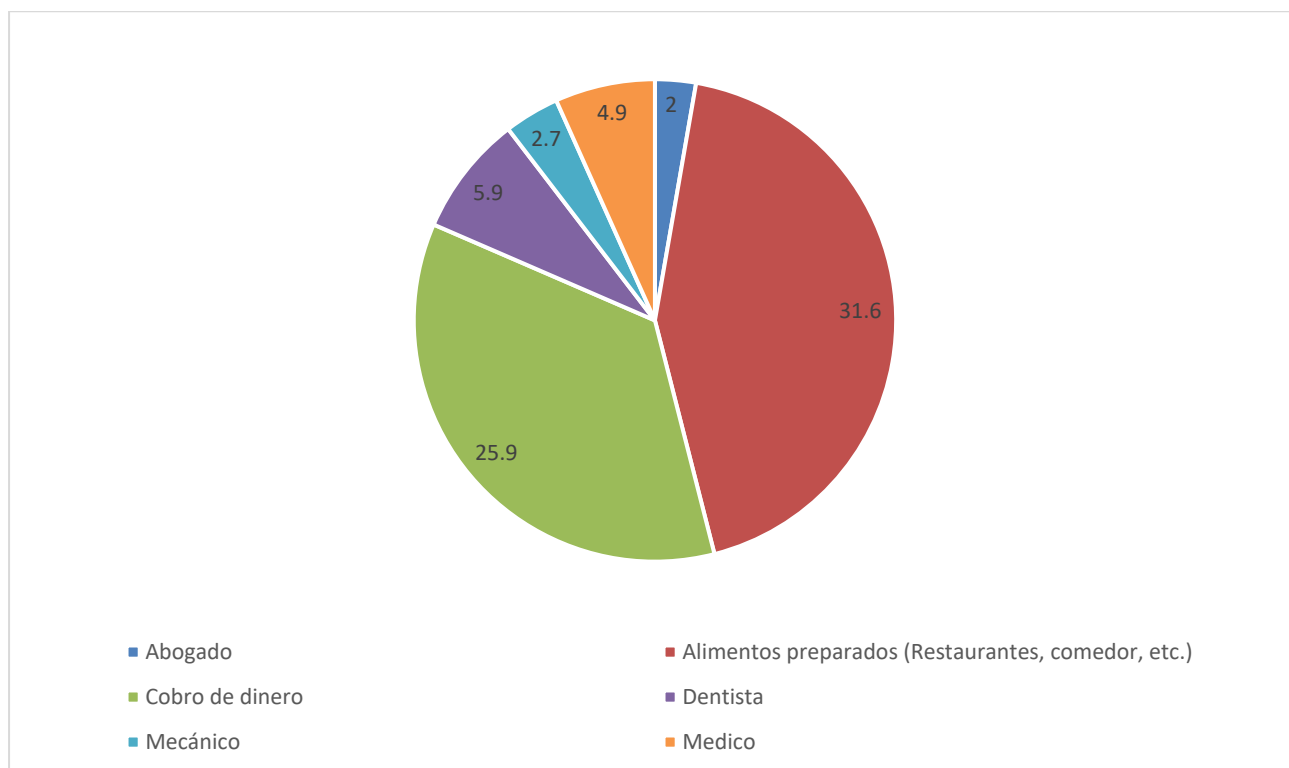
Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta final.

En relación a si los servicios son satisfechos o no en San Pedro y San pablo Teposcolula se estimó que en cuanto servicios “médicos” el 56% si lo consumen en Teposcolula, pero el 44% lo hace fuera del municipio, el servicio de “alimentos preparados (restaurantes, comedor, etc.)” el 63% lo consume en Teposcolula y el 37% lo hace fuera del municipio. El servicio que más se satisface la demanda interna son los “mecánicos” con 78% de la demanda satisfecha y el “cobro de dinero” tiene una satisfacción del 62%, lo cual puede estar influido por la recién apertura de nuevos cajeros automáticos. En cuanto a que servicio es más solicitado de forma anual por parte de las personas, se encontró que el de “alimentos preparados (restaurantes, comedor, etc.)” es requerido en promedio 31.6 veces por aquellas personas que lo ocupan, seguido por el “cobro de dinero” con 25.9 veces. Los servicios menos frecuentados son dentista con 5.9 veces por año, médicos con 4.9 veces por año, mecanico con 2.7

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

veces por años y “abogados” con solo 2 veces por año. En la gráfica 6.4 se pueden ver los datos anteriores.

Gráfica 6.4. Promedio en frecuencia de uso anual

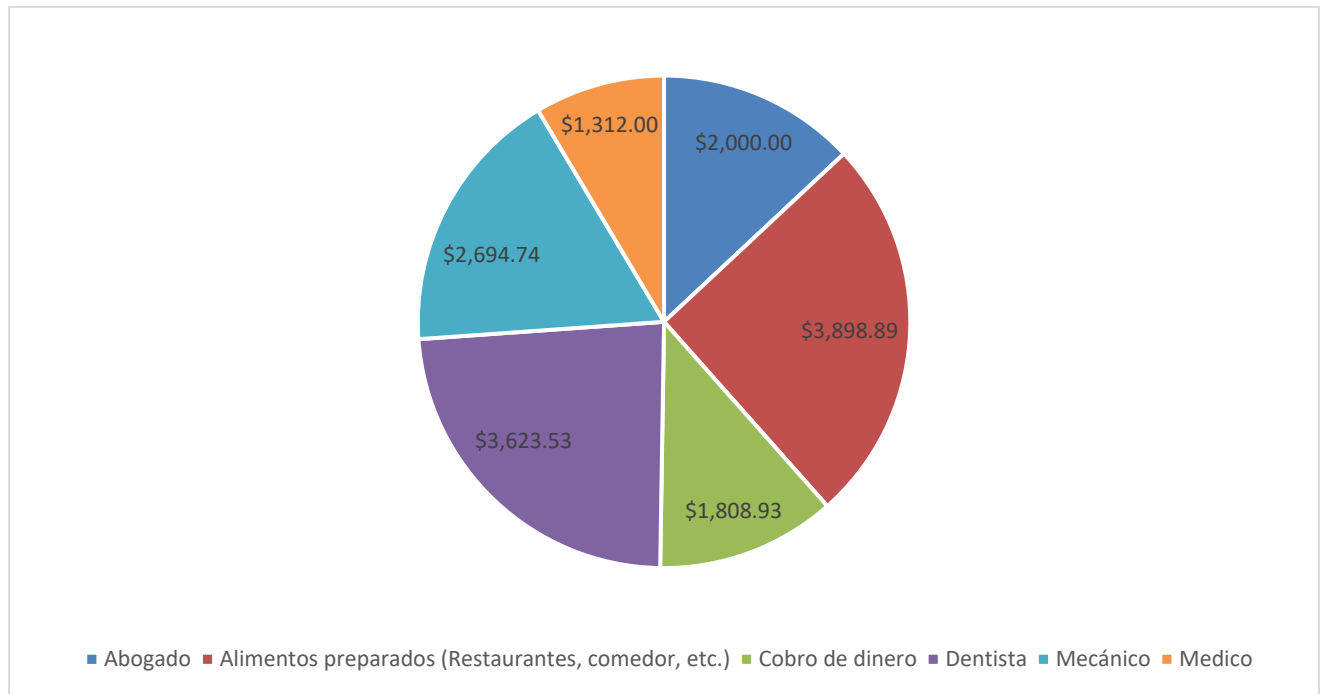


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta final.

En cuanto al monto de dinero destinado a los servicios se calcularon promedios para cada uno de estos y se estimó que el servicio de “alimentos preparados (restaurantes, comedor, etc.)” es el que obtuvo un monto mayor con \$3,898.89. Aunque uno de los servicios de mayor demanda es “médicos”, este solo obtuvo una media anual de \$1,312.00, lo cual está directamente relacionado con los servicios que prestan las instituciones de diferentes órdenes de gobierno. El segundo servicio al que se destina más dinero es el de “Dentista” con \$3,623.74 y que está directamente relacionado con los altos precios de este tipo de servicios, razón por la que es uno de los servicios menos demandados.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Grafica 6.5. Promedio de gasto anual.

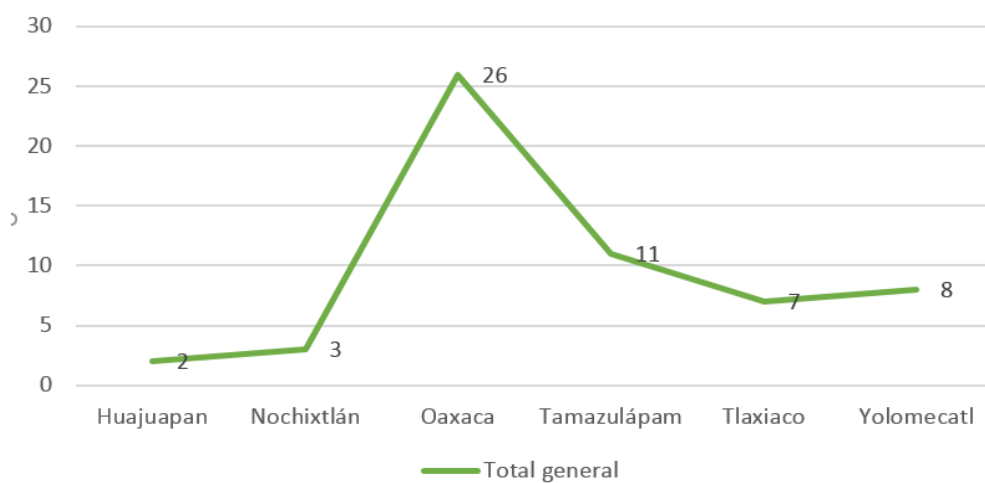


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta final.

Con relación a la distribución espacial de la demanda de servicios que se satisfacen fuera de San Pedro y San Pablo Teposcolula, se calculó de un total de 57 servicios satisfechos, la mayoría fueron adquiridos en la Ciudad de Oaxaca con 26, seguido de la Villa de Tamazulápam con 11 y Yolomecatl con 8. En la gráfica 6.6 se pudo observar claramente como los servicios que son satisfechos fuera de San Pedro y San Pablo Teposcolula se concentran en Oaxaca, Tamazulápam y Yolomecatl, en menos medida se encortan Tlaxiaco, Nochixtlán y Huajuapán de León.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Grafica 6.6. Distribución espacial de la demanda de servicios.

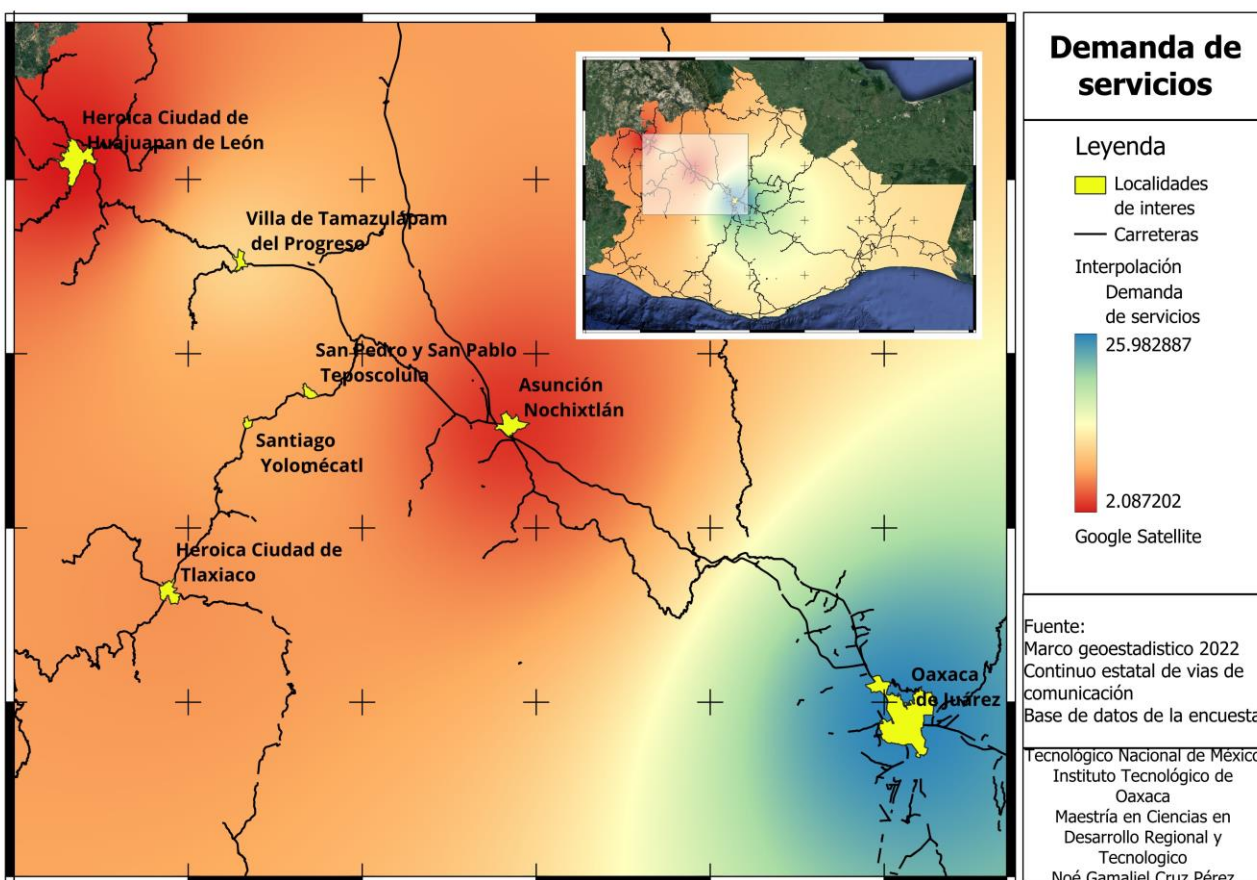


Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

Con la información recabada en la encuesta, se calculó una interpolación de “Distancia Inversa Ponderada” en función del número de servicios satisfechos en cada lugar. Por lo que se obtuvo el mapa 6.4, que representa la influencia en cuanto a la satisfacción de servicios en la micro región de influencia en la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula. que se realizó a partir de los datos de porcentaje calculados de compra de mercancías e insumos para cada una de las localidades.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Mapa 6.4. demanda de servicios dentro de la micro región de interés.



Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

El mapa nos permite visualizar el grado de influencia que ejerce la Ciudad de Oaxaca, la Villa de Tamazulapam del Progreso y Santiago Yolomecatl en cuanto a la satisfacción de servicios. Los servicios médicos fue un aspecto particular en el que se solito más información a los encuestados para poder indagar de forma específica como las personas satisfacen su demanda. En concreto en esta pregunta el 42.11% expresaron que satisfacen sus necesidades médicas en San Pedro y san Pablo Teposcolula, si bien este dato es diferente al del 56% que expresaron que, si adquieren este servicio en Teposcolula y no en otro lado, guardan una proporción cercana al 50%, lo que indica en términos generales que existe un grado significativo en el empalme de la información.

En términos específicos las personas que buscan atención medica fuera de San Pedro y San Pablo Teposcolula acuden principalmente a la ciudad de Oaxaca ya que en este lugar encuentran además del servicio, las instituciones y los medicamentos necesarios para su atención, en proporción un 31.58%

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

de los 50 encuestados acuden a este lugar. Santiago Yolomécatl y Villa de Tamazulápam comparten una proporción similar con 8.77%, la razón para esto es que en Santiago Yolomécatl existen consultorios privados que tiene buena reputación en el municipio por lo que las personas los visitan como una opción alternativa cuando en Teposcolula no pueden satisfacer su necesidad, y en Villa de Tamazulápam se encuentra una Unidad Médica de Atención Familiar del IMSS.

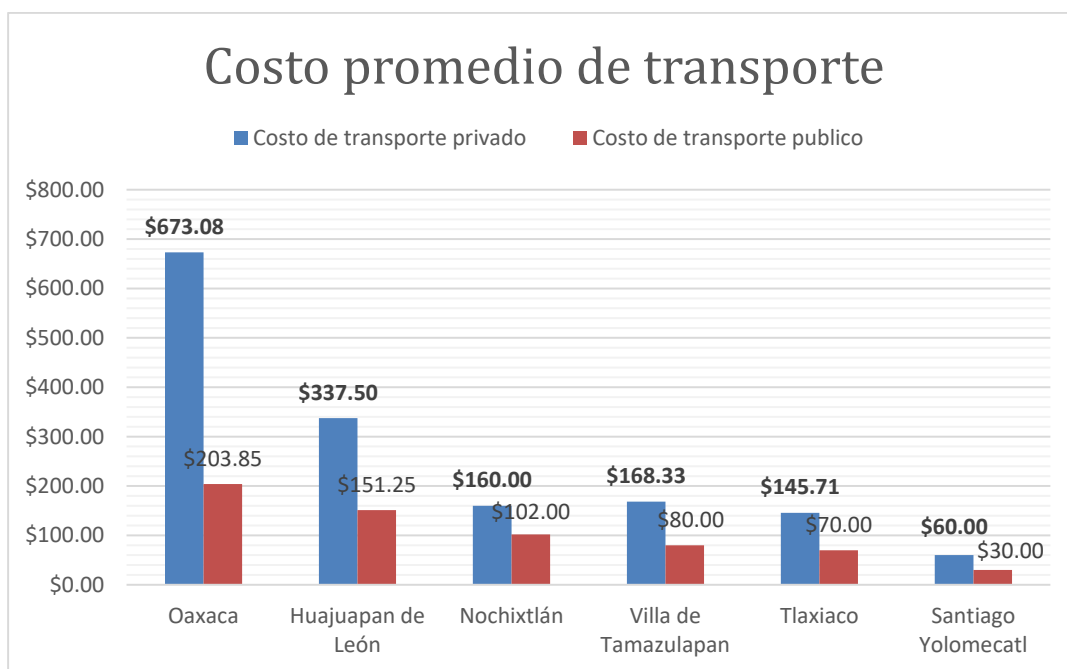
6.6. Transporte

En cuanto al transporte que se usa para viajar los diferentes centros de comercio de interés estos se dividen en transporte privado y transporte público, en el caso del primer tipo de transporte se determinó con información de la encuesta que el 43.14% de las personas lo usan, ya que cuentan con un coche o caminata de trabajo, en relación al transporte público el 56.86% de los encuestados lo usan, siendo este la mayoría. Una de las causas de que esto sea así es porque la gente tiene la percepción de que existe buen servicio y es puntual. En relación al mismo tipo de transporte publico el 94.83% usan camionetas de tipo pasajeras y solo un 5.17% taxis colectivos. Esto último se debe a la disponibilidad del transporte, ya que existen diferentes rutas de camionetas pasajeras que son usadas por las personas, a diferencia de los taxis colectivos que solo existe una.

En al grafica # se pueden ver el costo promedio de transporte para cada uno de los lugares de interés, además se diferencia entre público y privado. Como se puede ver los costos más elevados los tiene la ciudad de Oaxaca con \$673.08 para el transporte privado y \$203.85 para el transporte público. El siguiente lugar más caro es la ciudad de Huajuapán con \$337.50 para el transporte privado y \$151.25 para el transporte público. En cuanto a Nochixtlan y Tamazulápam estos tienen costos parecidos en ambos tipos de transporte. La ciudad de Tlaxiaco disminuye un poco sus costos con \$145.71 para el transporte privado y \$70.00 para el transporte público. Al lugar que es más económico para desplazarse es Santiago Yolomecatl con \$60.00 para transporte privado y \$30.00 en transporte público. La diferencia entre precios tanto del lugar más costoso al lugar más económico en relación al transporte obedece la distancia a al que se encuentran de San Pedro y san pablo Teposcolula, ya que la Ciudad de Oaxaca es el sitio más alejado y Santiago Yolomecalt es el lugar más cercano al municipio de interés.

“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Grafica 6.7. Costo promedio de transporte público y privado a los diferentes lugares de interés



Fuente: elaboración propia con información de la encuesta final.

6.7. Hallazgos relevantes del análisis de la interacción comercial y económica de la Micro-Regional del Municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula

De acuerdo a la información recabada se determinó que los principales grupos de gastos son “Abarrotes (tiendas misceláneas)”, “Carnicerías y frutería” y “Ropa o zapatos”, ya que el 100% de los sujetos encuestados destinan dinero mensualmente para comprar los productos de los tres grupos. Posteriormente el 50% reportó tener gastos mensuales en “Farmacias”, el 44% reportó gastos en “Papelerías”, el 32% gastos mensuales en “Ferreterías” y por último solo el 12% reportó gastar de manera mensual en “Artesanías”.

El gasto promedio mensual calculado por persona fue de \$6,324.57 de los cuales el 36.66% es destinado para comprar “Abarrotes (tiendas misceláneas)”, el 20.63% para comprar “Carnicería y frutería” y el 6.86% para comprar “Ropa o zapatos”. El resto de grupos de gastos sumaron en total el 35.86% que equivale a \$2,267.99.

En cuanto al flujo de efectivo en la región de análisis se determinó que el principal lugar donde las personas de Teposcolula compran sus productos de uso personal y del hogar es en San Pedro y San Pablo Teposcolula, ya que el 72.4% de las comprar las personas las hace ahí mismo. La ciudad de



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Oaxaca arrojó un cálculo del 15.9% siendo este el segundo destino para realizar gastos y Huajuapán obtuvo un 3.8% siendo estos tres lugares los más importantes. El sitio de menor importancia fue Tamazulápam del progreso con 0.5%, Nochixtlán con 1.6% y Yolomecatl con 2.6%. la ciudad de Tlaxiaco apenas estuvo por debajo de Huajuapán para que arrojó un cálculo de 3.0%.

Cuando las personas tienen un negocio y tienen que salir a comprar sus mercancías, el 29% acude a la ciudad de Tlaxiaco, el 23% a la ciudad de Oaxaca y el 21% a la ciudad de Huajuapán de León, haciendo que estos tres lugares sean los principales elegidos por los comerciantes de Teposcolula para surtir sus negocios. Posteriormente se encuentra Santiago Yolomécatl con el 23%, Nochixtlán con 4% y Villa de Tamazulápam con el 2%. Estos últimos tres lugares son significativamente más chicos que los primeros mencionados, y ya que se encuentran en un punto intermedio las personas prefieren desplazarse hasta los lugares más grandes.

En cuanto a la demanda de servicios se concentra principalmente en la ciudad de Oaxaca, seguido de Villa de Tamazulapam del progreso y Santiago Yolomecatl, ya que la primera satisface el 46% de los servicios demandados, la segunda el 19% y la tercera el 14%.

Cada uno de los mapas contruidos a base de la interpolación “Distancia Inversa Ponderada” en función de los parámetros seleccionados, muestra el grado de influencia que tiene los sitios indicados. Se resalta la influencia que tienen la ciudad de Oaxaca, la ciudad de Huajuapán y la Ciudad de Tlaxiaco, esto se debe principalmente al mayor “tamaño de sus mercados” y a las distancias a las que se encuentran en relación a San Pedro y San Pablo Teposcolula. Sin embargo, no se debe descartar la influencia que también muestran Tamazulapam del Progreso y Santiago Yolomecatl, ya que aunque es menor que las tres primeras, se puede observar igualmente su presencia económica en la demanda de servicios principalmente médicos.

En relación a Asunción de Nochixtlán, esta es la localidad con menos influencia, a pesar de encontrarse más cerca que Oaxaca. La baja demanda de productos, mercancías, insumos y servicios puede ser ocasionado por el escaso transporte desde Teposcolula a esta localidad, además se ubica en medio del camino a la Ciudad de Oaxaca, por lo que las personas prefieren hacer el traslado completo en lugar de quedarse en un punto intermedio.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

CONCLUSIONES GENERALES

Debido a que las tiendas privadas y tiendas DICONSA no distribuyen alimentos perecederos contemplados en la canasta básica tanto de SEGALMEX como de la CONEVAL, las personas de la localidad de interés complementan sus compras en otro tipo de establecimientos o en el mercado de la localidad. Con el análisis de la oferta y demanda de productos de la canasta básica se concluye que las tiendas DICONSA tienen una oferta más económica que las tiendas privadas, pero que estas a su vez son señaladas como establecimientos que tienen una mayor variedad de productos.

El gasto promedio mensual calculado por familia fue de \$6,324.57 de los cuales el 36.66% es destinado para comprar "Abarrotes (tiendas misceláneas)", lo cual equivale a \$2,318.58. Los siguientes grupos de gastos de mayor importancia fueron "Carnicería y frutería" y "Ropa o zapatos". El principal lugar donde las personas de Teposcolula compran sus productos de uso personal y del hogar es en San Pedro y San Pablo Teposcolula con el 72.4% de las compras, la ciudad de Oaxaca es el segundo lugar con el 15.9% de las compras y Huajuapán obtuvo un 3.8% siendo estos tres lugares los más importantes.

Cuando las personas tienen un negocio y tienen que salir a comprar sus mercancías, el 29% acude a la ciudad de Tlaxiaco, el 23% a la ciudad de Oaxaca y el 21% a la ciudad de Huajuapán de León, haciendo que estos tres lugares sean los principales elegidos por los comerciantes de Teposcolula para surtir sus negocios.

En cuanto a la demanda de servicios, se calculó que en promedio las familias gastan \$15,333.09 anualmente siendo el rubro de Alimentos preparados (Restaurantes, comedor, etc.) el que mayor porcentaje obtuvo con 25.42%, seguido del dentista con 23.62%. En cuanto a la distribución geográfica de su satisfacción se determinó que el principal lugar al que acuden las personas de Teposcolula para satisfacer su demanda de servicios es la ciudad de Oaxaca, seguida de Villa de Tamazulápam y en tercer lugar en Santiago Yolomécatl.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro S. G., García M. A., Ordoñez D. M., y Briones S. M. (2004). Biodiversidad de Oaxaca. México Distrito Federal. Instituto de Biología de la UNAM/Fondo Oaxaqueño para la Conservación de la Naturaleza.
- Arocena. J. (1995). El Desarrollo Local: un desafío contemporáneo. Centro Latinoamericano de Economía Humana. Universidad Católica de Uruguay. Edit. Nueva Sociedad. Caracas.
- Boltvinik, Julio (2003), Tipología de los métodos de medición de la pobreza. Los métodos combinados, Comercio Exterior, vol. 53, núm. 5.
- Bruce F. J. y John W. M. (1962). El papel de la agricultura en el desarrollo económico. El Trimestre Económico Vol. 29, No. 114(2) pp. 279-307
- Chayanov, A. (1974). La organización de la Unidad Económica Campesina. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
- Castro, S. A. (30 de julio de 2020). La CONASUPO era la tienda del pueblo. El universal. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/mochilazo-en-el-tiempo/la-conasupo-era-la-tienda-del-pueblo>
- CONAFOR, (2014). Inventario Nacional Forestal y de Suelos 2014. CONAFOR, México.
- CONAPO, (2010). Índice de intensidad migratoria generado por la CONAPO
- CONEVAL, (2015). Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010-2015, Indicadores de pobreza por municipio, CONEVAL, México.
- CONEVA, (2018). Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2008 – 2018. CONEVAL, México.
- Henderson, RD (2008). Enciclopedia concisa de economía. Fondo Libertad.
- Meier, G. (2002). La vieja generación de economistas del desarrollo y la nueva. Fronteras de la economía del desarrollo. El futuro en perspectiva, 1-48.
- Hernández, L. E. (2001). Retos para la medición de pobreza en México. Comercio Exterior.
- Hunt, E. & Colander, D. (2006). Introducción a las Ciencias Sociales. México: Pearson



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

- INEGI, (2011). Censo Poblacional 2010. Tabulados del Censo, INEGI. México.
- INEGI, (2015). Censo Interenal de Población y Vivienda 2015. Tabulados del censo, INEGI. México.
- INEGI, (2014). Perspectiva estadística: Oaxaca. INEGI, México.
- Jiménez, F. (2011). Crecimiento económico: enfoques y modelos. Capítulo 1–Introducción: la teoría del crecimiento, concepto básicos y breve historia.
- López Santiago, Marco Andrés, Valdivia Alcalá, Ramón, Romo Lozano, José Luis, & Cuevas Alvarado, Cristóbal Martín. (2013). Análisis de economías rurales mediante el modelo de hogares agrícolas bajo un equilibrio general. *EconoQuantum*, 10(1), 91-113.
- López Aranguren, E. (2005). Problemas sociales: desigualdad, pobreza extrema, exclusión social. Madrid, España. Editorial Biblioteca Nueva.
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics* 22.
- Mata S., N. D. 2007, Migración, desarrollo y turismo nostálgico en San Francisco Cajonos, 1990 – 2005." Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico de Oaxaca, Tecnológico Nacional de México, Oaxaca.
- Naude, A. Y., & Barceinas, F. (2000). Efectos de la desaparición de la Conasupo en el comercio y en los precios de los cultivos básicos. *Estudios económicos*, 189-227.
- Ranis, G., & Stewart, F. (2002). Crecimiento económico y desarrollo humano en América Latina. *Revista de la CEPAL*.
- Romer, P. M. (1994). The Origins of Endogenous Growth. *The Journal of Economic Perspectives* 8 (1): 3.
- Székely, M. (2005). Pobreza y desigualdad en México entre 1950 y 2004. (F. d. Económica, Ed.) *El trimestre económico*, 4(288), 913-931. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/313/31340944007.pdf>
- Sen, Amartya (1999), *Development as Freedom*, Nueva York, Knopf.
- SIAP, (2018). Estadística de Producción Agrícola 2018. Sistema de Información Agroalimentaria de consulta, SIAP. México.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

- Taylor J. E. y Adelman, I. (2003). "Agricultural Household Models: Genesis, Evolution, and Extensions". *Review of Economics of the Household*, Vol. 1, No. 1.
- Vázquez B. A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, núm. 11, 2007, pp. 183-210. Asociación Española de Ciencia Regional. Madrid, España.
- Yúnez, N. A. y Taylor J. E. (1999). Manual para la elaboración de matrices de contabilidad social con base en encuestas socioeconómicas aplicadas a pequeñas poblaciones rurales. Documento de trabajo número XIV-1999. PRECESAM, CEE, El Colegio de México.



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

ANEXOS

Entrevista dirigida a ENCARGADOS DE TIENDAS COMUNITARIAS DICONSA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Objetivo general: Indagar el impacto que tienen las tiendas comunitarias DICONSA en la economía familiar de San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Nombre del municipio: _____ Nombre de la localidad: _____

Fecha: _____

Número de la tienda: _____ Nombre del dueño: _____
Sexo: _____

Edad: _____ Nivel escolar: _____ Ocupación anterior: _____

Tiempo de servicio actual (años): _____ No. de entrevista: _____

1.- ¿Cuenta con capacitación para atender una tienda comunitaria?

2.- ¿Cuál fue el mecanismo para que usted quedara a cargo de la tienda comunitaria?

3.- ¿Tiene alguna experiencia anterior frente a alguna tienda comunitaria o tienda tipo miscelánea?

4.- ¿Cuántas ventas realiza en un día en promedio?

5.- ¿A qué hora del día se tiene un mayor de venta?

6.- ¿Qué día de la semana es cuando se realizan más ventas?



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

7.- ¿En qué fechas del año vende más?

8.- ¿En qué meses vende menos?

9.- ¿Cuáles son los productos que comercializa en la tienda?

Productos para la alimentación y nutrición

Producto	Estatus Si / No	Unidad de medida	Precio unitario de compra (\$)	Precio unitario de venta (\$)	Compra en DICONSA Si / No	Cantidad de venta promedio diaria
Maíz en grano						
Maíz para tortillas						
Maíz para tamales						
Maíz para pozole						
Maíz para atole						
Harina de maíz para tortillas (maseca o minsa)						
Tortilla de maíz						
Pasta para sopa						
Pan blanco						
Pan de dulce						
Pan para sándwich, hamburguesas,						
Arroz en grano						
Avena						
Frijo						
Frijol molido						
Aba						
Garbanzo						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Bistec: aguayón, cuete, paloma, pierna						
Cocido o retazo con hueso						
Molida						
Costilla y chuleta						
Chorizo y longaniza						
Embutidos (Jamón, salchichas, tocino, queso de puerco, chorizo, moronga, chicharrón)						
Pierna, muslo y pechuga con hueso						
Pierna, muslo y pechuga sin hueso						
Pollo entero o en piezas						
Pescado entero						
Filete						
Otros mariscos: Camaron, jaiba, calamar, etc.						
Atun y sardina						
De vaca, pasteurizada, entera, light						
Leche bronca						
Fresco						
Yogur						
De gallina						
Aceite vegetal						
Papa						
Cebolla						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Chile (chiles jalapeño, poblano, serrano y otros chiles)						
Jitomate						
Limón						
Manzana						
Perón						
Naranja						
Plátano						
tabasco						
Azúcar						
Miel						
Pollo rostizado						
Agua embotellada						
Sal						
Chiles enlatados						
Galletas tipo maria						
Mermeladas						
Jugos y néctares envasados						
Refrescos de cola y de sabores						
Café de grano o soluble						
Cerveza, mezcal, aguardiente, pulque						
Golosinas (dulces, galletas, esquites, Sabritas)						
Alimentos y bebidas						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

consumidas fuera del hogar						
Otros alimentos preparados						

Artículos de primeros auxilios

Producto	Estatus Si / No	Unidad de medida	Precio unitario de compra (\$)	Precio unitario de venta (\$)	Compra en DICONSA Si / No	Cantidad de venta promedio diaria
Alcohol						
Algodón						
Material de curación						
Biberones y mamilas						
Bicarbonato						
Blanqueadores						
Cepillos dentales						
Cremas para uso personal						
Desinfectantes						
Desodorantes de uso personal						
Detergentes líquidos						
Escobas, escobetas y cepillos						
Fibras y estropajos						
Fijadores para cabello						
Franelas y jergas						
Guantes de hule y latex						
Insecticidas y raticidas						
Limpiadores en polvo						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Limpiadores faciales						
Limpiadores líquidos						
Medicinas de patente sin receta						
Navajas y rastrillos de afeitar						
Palillos						
Pañales desechables						
Pañuelos desechables						
Preservativos						
Servilletas						
Shampoo y acondicionadores						
Suavizante de telas						
Talcos						
Toallas húmedas						
Toallas sanitarias						
Trapeadores y mechudos						
Ungüentos y pomadas						

Otros productos

Producto	Estatus Si / No	Unidad de medida	Precio unitario de compra (\$)	Precio unitario de venta (\$)	Compra en DICONSA Si / No	Cantidad de venta promedio diaria
Aceites lubricantes						
Ácido muriático						
Alimentos pecuarios						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Artículos electrónicos						
Artículos escolares						
Bolsas para despensa						
Cajas de cartón para despendas						
Cal para construcción						
Calzado						
Carbón						
Cebada pecuaria						
Cerillos						
Cobijas y colchonetas						
Cubiertos desechables						
Encendedores						
Equipo de cocina y comedores						
Estampillas postales						
Fertilizantes						
Focos						
Grasas para calzado						
Herramientas para el campo						
Juguetes						
Láminas para construcción						
Linternas						
Papel aluminio						
Pilas						
Platos desechables						
Popotes						
Ropa						



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tarjetas telefónicas						
Toallas de cocina						
Utensilios de aluminio y acero						
Utensilios de plástico, madera y vidrio						
Utensilios de lámina galvanizada						
Utensilios de loza y peltre						
Vasos desechables						
Veladoras						

10. ¿Cuál es el monto semanal promedio de venta?

11.- ¿Cuál es el monto mensual promedio de venta?

12.- ¿Cuál es la razón por la que los clientes prefieren comprar en la tienda comunitaria y no en alguna miscelánea convencional?

13.- ¿Qué productos compra fuera de los almacenes DICONSA?

14.- ¿Qué proveedores tiene además de los almacenes DICONSA?

15.- ¿Cómo elije productos nuevos a ingresar en la tienda?



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

16.- Cuenta con alguno de los siguientes servicios:

Servicio	Estatus Si / No	Características
Correo		
Pago de servicios		
Anuncios por altavoz		
Entrega de apoyos de programas interinstitucionales		
Telefonía		
Internet		
Acopio y trueque de producción local		
Venta de frutas, verduras y productos de la comunidad		
Carnicería		
Radio civil		

17.- ¿Atiende clientes que no sean de la población?

18.- En caso de ser afirmativa la pregunta anterior:

#	¿Cuál es si procedencia?	¿Cuál es la razón por lo que acude a comprar a tiendas DICONSA?	¿Cuáles son los productos que compra?
1.			
2.			



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

3.			
4.			
5.			
6.			



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Entrevista dirigida a DUEÑOS DE TIENDAS TIPO MICELANEA ubicadas en San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Objetivo general: Indagar la oferta de tiendas tipo miscelánea que compiten con las tiendas comunitarias DICONSA en San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Nombre del municipio: _____ **Nombre de la localidad:** _____

Fecha: _____

Nombre de la tienda: _____ **Nombre del dueño:** _____
Sexo: _____

Edad: _____ **Nivel escolar:** _____ **Ocupación anterior:** _____

Tiempo de servicio actual (años): _____ **No. de entrevista:** _____

1.- ¿En qué fecha aproximada o año se apertura su tienda?

2.- ¿Cuál fue la razón por la que apertura su tienda?

4.- ¿Su tienda ha tenido alguna otra ubicación?

5.- En caso de ser afirmativa la pregunta anterior, ¿cuál fue el motivo de reubicar el negocio?

6.- ¿Cuántas ventas realiza en un día en promedio?

7.- ¿A qué hora del día se tiene un mayor de venta?

8.- ¿Qué día de la semana es cuando se realizan más ventas?



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

9.- ¿Cuáles son los productos que comercializa en la tienda?

Productos para la alimentación y nutrición

Producto	Estatus Si / No	Unidad de Venta	Precio (\$)	Cantidad venta o
Maíz en grano				
Maíz para tortillas				
Maíz para tamales				
Maíz para pozole				
Maíz para atole				
Harina de maíz para tortillas (maseca o minsa)				
Tortilla de maíz				
Pasta para sopa				
Pan blanco				
Pan de dulce				
Pan para sándwich, hamburguesas,				
Arroz en grano				
Avena				
Frijo				
Frijol molido				
Aba				
Garbanzo				
Bistec: aguayón, cuete, paloma, pierna				
Cocido o retazo con hueso				
Molida				
Costilla y chuleta				
Chorizo y longaniza				
Embutidos (Jamón, salchichas, tocino, queso de puerco, chorizo, moronga, chicharrón)				
Pierna, muslo y pechuga con hueso				
Pierna, muslo y pechuga sin hueso				
Pollo entero o en piezas				
Pescado entero				
Filete				
Otros mariscos: Camaron, jaiba, calamar, etc.				
Atun y sardina				
De vaca, pasteurizada, entera, light				



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Leche bronca				
Fresco				
Yogur				
De gallina				
Aceite vegetal				
Papa				
Cebolla				
Chile (chiles jalapeño, poblano, serrano y otros chiles)				
Jitomate				
Limón				
Manzana				
Perón				
Naranja				
Plátano tabasco				
Azúcar				
Miel				
Pollo rostizado				
Agua embotellada				
Sal				
Chiles enlatados				
Galletas tipo maría				
Mermeladas				
Jugos y néctares envasados				
Refrescos de cola y de sabores				
Café de grano o soluble				
Cerveza, mezcal, aguardiente, pulque				
Golosinas (dulces, galletas, esquites, Sabritas)				
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar				
Otros alimentos preparados				

Artículos de primeros auxilios

Producto	Estatu s Si / No	Unidad de Venta	Precio (\$)	Cantidad de venta diaria
Alcohol				
Algodón				
Material de curación				
Biberones y mamilas				



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Bicarbonato				
Blanqueadores				
Cepillos dentales				
Cremas para uso personal				
Desinfectantes				
Desodorantes de uso personal				
Detergentes líquidos				
Escobas, escobetas y cepillos				
Fibras y estropajos				
Fijadores para cabello				
Franelas y jergas				
Guantes de hule y latex				
Insecticidas y raticidas				
Limpiadores en polvo				
Limpiadores faciales				
Limpiadores líquidos				
Medicinas de patente sin receta				
Navajas y rastrillos de afeitar				
Palillos				
Pañales desechables				
Pañuelos desechables				
Preservativos				
Servilletas				
Shampoo y acondicionadores				
Suavizante de telas				
Talcos				
Toallas húmedas				
Toallas sanitarias				
Trapeadores y mechudos				
Ungüentos y pomadas				

Otros productos

Producto	Estatus Sí / No	Unidad de Venta	Precio (\$)	Cantidad de venta diaria
Aceites lubricantes				
Ácido muriático				
Alimentos pecuarios				
Artículos electrónicos				



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Artículos escolares				
Bolsas para despensa				
Cajas de cartón para despensas				
Cal para construcción				
Calzado				
Carbón				
Cebada pecuaria				
Cerillos				
Cobijas y colchonetas				
Cubiertos desechables				
Encendedores				
Equipo de cocina y comedores				
Estampillas postales				
Fertilizantes				
Focos				
Grasas para calzado				
Herramientas para el campo				
Juguetes				
Láminas para construcción				
Linternas				
Papel aluminio				
Pilas				
Platos desechables				
Popotes				
Ropa				
Tarjetas telefónicas				
Toallas de cocina				
Utensilios de aluminio y acero				
Utensilios de plástico, madera y vidrio				
Utensilios de lámina galvanizada				
Utensilios de loza y peltre				
Vasos desechables				
Veladoras				

10.- ¿Cuál es la razón por la que los clientes prefieren comprar en su tienda?

11.- ¿Qué proveedores o a que lugares acude a comprar su mercancía?



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

12.- ¿Cómo elije productos nuevos a ingresar en la tienda?

13.- ¿Cuenta con alguno de los siguientes servicios?

Servicio	Estatus Si / No	Características
Correo		
Pago de servicios		
Anuncios por altavoz		
Entrega de apoyos de programas interinstitucionales		
Telefonía		
Internet		
Acopio y trueque de producción local		
Venta de frutas, verduras y productos de la comunidad		
Carnicería		
Radio civil		

14.- ¿Atiende clientes que no sean de la población?

15.- En caso de ser afirmativa la pregunta anterior



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

#	¿Cuál es su procedencia?	¿Cuál es la razón por la que acude a comprar a tiendas DICONSA?	¿Cuáles son los productos que compra?
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Encuesta rápida a clientes

El objetivo principal de esta encuesta rápida es Indagar las preferencias de compra de los clientes sobre la compra de productos de la canasta básica en los negocios que se encuentran en la localidad de San Pedro y San Pablo Teposcolula. Es importante mencionar que la información obtenida es para fines totalmente académicos y su aportación servirá para la investigación titulada **"Impacto de los servicios, el comercio y las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y desarrollo económico en el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca"** Por lo cual esta información es carácter confidencial.

1. Nombre del encuestador: _____

2. Nombre del cliente: _____

3. ¿Cuál es la razón por la que compra en esta tienda

4. ¿Siempre realiza sus compras en la misma tienda?

5. ¿Por qué si/no realiza sus compras en esta tienda?

6. ¿Cuántas compras realiza en promedio al día y cuánto gasta en promedio al día? # de compras: _____ gasto promedio diario: \$ _____

7.- ¿Qué productos adquiere en la localidad y en esta tienda?



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Producto	¿Lo compra en esta tienda? SI / NO	¿Lo compra en la localidad? SI / NO	En qué lugar lo compra
Maíz			
Cereales (Arroz, trigo, etc.)			
Leguminosas (Frijol, Aba, lentejas, etc.)			
Pan			
Carne de res			
Carne de cerdo			
Carnes procesadas			
Carne de pollo			
Alimentos preparados para consumir en casa (Pollo rostizado, otros)			
Huevos			
Pescados			
Lácteos			
Aceites			
Tubérculos crudos o frescos			
Verduras y legumbres frescas			
Frutas frescas			
Azúcar y mieles			
Bebidas no alcohólicas			
Alimentos enlatados			
Productos de salud			
Cuidado personal			
Limpieza del hogar			
Material de construcción			

8. ¿Qué productos busca en otras localidades y en dónde? (calzado, papelería, medicamentos, ropa, etc.)

Producto	Unidad de compra	Cantidad de compra anual	Precio	Localidad de compra



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

9. ¿Qué servicios encuentra en su localidad y cuales en alguna otra?

Servicio	¿Lo compra en su localidad? Si / No	En qué localidad	Frecuencia de uso (por año)	Gasto total anual (\$)
Medico				\$
Dentista				\$
Mecánico				\$
Abogado				\$
Cobro de dinero (Remesas, nominas o envíos)				\$
Alimentos (Restaurantes)				\$



“2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria”.

Encuesta final

El objetivo principal de esta encuesta rápida es “Indagar las preferencias de compra de los clientes sobre los mercados locales de influencia en San Pedro y San Pablo Teposcolula”. Es importante mencionar que la información obtenida es para fines totalmente académicos y su aportación servirá para la investigación titulada “**Impacto de los servicios, el comercio y las tiendas DICONSA en el bienestar familiar y desarrollo económico en el municipio de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca**” Por lo cual esta información es carácter confidencial.

1. Nombre del encuestador: _____

2. Nombre del entrevistado: _____

3. Si es usted dueño de un negocio, ¿qué tipo de negocio es? (indicar con un X):

Comercio de abarrotes (tiendas misceláneas)	Preparación y venta de alimentos	Carnicería o frutería	Papelería	Ferretería	Farmacia	Venta de ropa o zapatos	Comercio de artesanías

4. ¿Cuánto gasta en promedio al mes en los artículos que usted compra con más frecuencia y en donde los compra?

Rubro de gastos	Teposcolula	Yolomecatl	Tlaxiaco	Tamazulápam	Huajuapam	Nochixtlán	Oaxaca
Abarrotes (tiendas misceláneas)							
Preparación y venta de alimentos							
Carnicería y frutería							
Papelería							
Ferretería							
Farmacia							
Venta de ropa o zapatos							
Comercio de artesanías							
Comercio de abarrotes (tiendas misceláneas)							

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

5. ¿En qué servicios de los que se ofrecen en Teposcolula gasta usted principalmente y con mayor frecuencia?

Servicio	¿Dónde adquiere los servicios?			Frecuencia de uso por año ^a	Gasto total anual (\$)
	Teposcolula	Otra localidad, especifique			
Medico	Sí	No			\$
Dentista	Sí	No			\$
Mecánico	Sí	No			\$
Abogado	Sí	No			\$
Cobro de dinero (Remesas, nominas o envíos)	Sí	No			\$
Alimentos (Restaurantes)	Sí	No			\$

^a 1. Santiago Yolomécatl () 2. Tlaxiaco () 3. Villa de Tamazulápam () 4. Huajuapán de León () 5. Asunción Nochixtlán () 6. Ciudad de Oaxaca ()

6.- ¿A qué lugares acude usted a comprar sus mercancías y con qué frecuencia lo hace?

Lugar de compra	¿Cuántas veces por mes va de compras?			¿Qué tipo de mercancías compra usted?	¿Cuál es la principal razón por la que prefiere comprar en esta ciudad?
Santiago Yolomécatl	Sí	No			
Tlaxiaco	Sí	No			
Villa de Tamazulápam	Sí	No			
Huajuapán de León	Sí	No			
Nochixtlán	Sí	No			
Oaxaca.	Sí	No			

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

7. ¿Qué tipo de transporte usa para trasladarse a las ciudades mercados cercanas y cuánto dinero gasta?

Lugar de compra	Tipos de transporte ^a	Tipos de transporte público ^b	Costo de traslado (Viaje redondo)	Frecuencia de uso por semana
Santiago Yolomecatl			\$	
Tlaxiaco			\$	
Villa de Tamazulápam			\$	
Huajuapán de León			\$	
Nochixtlán			\$	
Oaxaca.			\$	

^a 1. Público () 2. Privado ()

^b 1. Taxi colectivo () 2. Camioneta pasajera () 3. Autobús () 4. Otro ()

8. ¿A cuáles de las siguientes ciudades acude usted y su familia por motivos de trabajo, estudios y diversión o esparcimiento?

Ciudad	Por trabajo ^a	Por estudios ^a	Por diversión o esparcimiento ^a	Costo de traslado
Santiago Yolomecatl				
Tlaxiaco				
Villa de Tamazulápam				
Huajuapán de León				
Nochixtlán				
Oaxaca.				

^a 1. Esposo () 2. Esposa () 3. Hijos () 4. Familiares 5. Amigos o vecinos

9. ¿A qué centros de atención médica asiste usted o su familia en las siguientes ciudades?

Lugar de compra	Tipo de centro de atención médica ^a	¿Qué ventajas tiene para usted los servicios médicos de esta ciudad?
Santiago Yolomecatl		
Tlaxiaco		
Villa de Tamazulápam		
Huajuapán de León		
Nochixtlán		
Oaxaca.		

^a 1. Hospital de general () 2. Clínica de la Secretaría de Salud/ISSSTE/IMSS () 3. Centro de salud () 4. Consultorio particular () 5. Clínica particular () 6. Hospital particular ()

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

**10. ¿Qué lugares visita por cuestiones de esparcimiento, descanso, vacaciones o distracción?
Marque con una X la selección.**

Lugar de compra	Mercados	Museos	Centros comerciales	Parques	Cines	Otro, especifique	¿Cuántas veces por mes?
Santiago Yolomecatl							
Tlaxiaco							
Villa de Tamazulápam							
Huajuapam de León							
Nochixtlán							
Oaxaca.							

11. ¿Con que frecuencia visita los siguientes lugares?

Lugar de compra	Veces por mes	# de personas que lo acompañan	Motivo de la vista
Santiago Yolomecatl			
Tlaxiaco			
Villa de Tamazulápam			
Huajuapam de León			
Nochixtlán			
Oaxaca.			

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tablas de graficas

Tabla 66. Información referente al grupo de gastos.

Grupo de gastos	# de personas que gastan en cada grupo	Gasto promedio mensual
Abarrotes (tiendas misceláneas)	50	\$2,319.85
Carnicería y frutería	50	\$1,305.50
Artesanías	6	\$933.33
Farmacia	25	\$655.95
Ferretería	16	\$438.89
Ropa o zapatos	50	\$434.01
Papelería	22	\$241.04

Fuente: elaboración propia.

Tabla 67. Flujo de efectivo a los diferentes lugares de influencia en San Pedro y San Pablo Teposcolula.

Lugar de compra	Flujo de efectivo mensual calculado	% del flujo de efectivo mensual calculado
Teposcolula	\$179,925.00	72.4%
Oaxaca	\$39,500.00	15.9%
Huajuapán	\$9,550.00	3.8%
Tlaxiaco	\$7,510.00	3.0%
Yolomecatl	\$6,550.00	2.6%
Nochixtlán	\$4,100.00	1.6%
Tamazulápam	\$1,350.00	0.5%

Fuente: elaboración propia.

"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria".

Tabla 68. Gasto y frecuencia media de uso anual por servicio.

Servicio	Promedio de gasto anual	Promedio en frecuencia de uso anual
Abogado	\$2,000.00	2.0
Alimentos preparados (Restaurantes , comedor, etc.)	\$3,898.89	31.6
Cobro de dinero	\$1,808.93	25.9
Dentista	\$3,623.53	5.9
Mecánico	\$2,694.74	2.7
Medico	\$1,312.00	4.9

Fuente: elaboración propia.