



DESARROLLO ECONÓMICO
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE ATENCIÓN DEL PROGRAMA

172 – FORTALECIMIENTO DEL MERCADO INTERNO



COMERCIO
COORDINACIÓN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS OAXAQUEÑOS

ÍNDICE

1. DIAGNÓSTICO.....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2. Árbol del Problema.....	6
1.3. Identificación del problema.....	6
1.4. Magnitud de la población.....	16
1.4.1. Descripción y análisis de las poblaciones.....	16
<i>1.4.1.1 Identificación y caracterización de la población potencial.....</i>	<i>16</i>
<i>1.4.1.2. Identificación y caracterización de la población objetivo.....</i>	<i>17</i>
1.4.2 Previsión de la población objetivo.....	18
1.4.3. Frecuencia de actualización de las poblaciones.....	18
2. PROPUESTA DE ATENCIÓN.....	19
2.1. Experiencias de atención a la problemática.....	19
2.2. Propuesta de diseño.....	24
2.2.1. Identificación de la alternativa adecuada para solucionar el problema planteado.....	24
2.2.2. Especificación de la modalidad presupuestaria.....	25
2.2.3. Descripción del diseño conceptual de la alternativa seleccionada.....	29
2.2.4. Identificación de duplicidades, complementariedades o sinergias.....	33
2.3. Marco de actuación de la propuesta.....	34
2.4. Proyecciones financieras y de metas para la solución propuesta.....	35
2.5. Previsiones para integración y operación de Padrones.....	36
2.6 Programas sujetos a reglas o lineamientos de operación.....	37
4. Glosario.....	38
5. Fuentes de información.....	40

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Antecedentes.

La Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Oaxaca establece en su artículo 46-A fracción I claramente las responsabilidades de la Secretaría de Desarrollo Económico, como planear, regular y fomentar el desarrollo económico; en la fracción XXVII se pretende impulsar al desarrollo artesanal mediante diversas iniciativas que van desde el abasto de materias primas e insumos, financiamiento, la promoción, comercialización y difusión.

Este programa se fundamenta en los objetivos establecidos en el Artículo 1 de la Ley para el Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, particularmente en sus fracciones II y VII, que orientan al Estado a impulsar el incremento de la productividad mediante el uso eficiente de los recursos, y a promover e impulsar a las unidades económicas bajo criterios de equidad social y productividad. En congruencia con ello, el programa busca fortalecer las capacidades técnicas y organizativas de las unidades económicas mediante procesos de formación, innovación, transferencia de conocimientos y adopción de mejores prácticas que permitan elevar su competitividad y contribuir al desarrollo económico integral de la entidad.

El sector económico tiene como uno de sus objetivos el impulsar el desarrollo económico integral de la entidad, a través del incremento de la productividad, considerando el uso razonable y eficiente de los recursos, procurando un crecimiento económico equilibrado sobre bases de desarrollo incluyente, sustentable y sostenible así como

estimular el desarrollo económico en actividades estratégicas para la economía local.

El Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028 de Oaxaca subraya la importancia de impulsar el desarrollo económico integral y sustentable para las ocho regiones del estado a través de las riquezas naturales, gastronómicas, arquitectónicas y culturales que cada una de ellas poseen, esto con la finalidad de convertir a la entidad en el motor económico del sur de México; específicamente en la estrategia 4.1.2 establece fortalecer el mercado interno en las ocho regiones del estado para el abasto, comercio y distribución de productos y servicios que existen en las comunidades.

A partir de lo anterior, este programa busca fortalecer el mercado interno porque desempeña un papel crucial en el desarrollo económico y social de Oaxaca. Al ser el espacio donde tiene lugar la compra y venta de productos y servicios que se requieren en el estado, su estabilidad y dinamismo tienen un impacto directo en la calidad de vida de la población oaxaqueña.

El mercado interno no solo impulsa a micro, pequeñas y medianas empresas, que son la base de la economía local y las mayores generadoras de empleo en el estado, sino que también apoya a personas agricultoras, artesanas y productoras locales, facilitando la comercialización de sus productos sin depender exclusivamente de mercados externos para satisfacer la demanda de la población oaxaqueña. Esto contribuye a generar una distribución más equitativa de la riqueza entre sectores, además de que permite disminuir la vulnerabilidad de Oaxaca ante situaciones externas que

puedan provocar variaciones en la disponibilidad de productos y servicios.

Un mercado interno robusto fomenta la diversificación económica al promover una mayor variedad de sectores productivos, así como la creación y el fortalecimiento de las cadenas de valor locales. De igual manera, incentiva la innovación y la creatividad, impulsando nuevas formas de producción y comercialización, que a su vez contribuyen a aumentar la competitividad del estado.

La promoción del mercado interno en Oaxaca no solo se centra en la producción, sino también en el consumo consciente y responsable. Al apoyar y preferir productos y servicios locales, las y los consumidores contribuyen directamente al desarrollo económico de las comunidades y regiones, que pueden aprovechar de mejor manera sus recursos en beneficio de su población.

El mercado interno también tiene el potencial de ser un motor de desarrollo sostenible. Al reducir la necesidad de transportar productos desde largas distancias, el consumo de productos locales puede tener un menor impacto ambiental que el de productos provenientes de otras zonas geográficas.

De igual manera, al haber una mayor demanda por bienes y servicios producidos localmente, se generan oportunidades laborales en áreas rurales y urbanas, ayudando a reducir la migración hacia otros lugares en busca de empleo y fortaleciendo la cohesión social.

Por otra parte, los productos locales reflejan la identidad oaxaqueña y la riqueza cultural del estado, desde la gastronomía tradicional hasta los diversos tipos de artesanías que se elaboran en las ocho regiones. Mediante el consumo de productos locales se apoya a quienes mantienen vivas las expresiones culturales y el patrimonio intangible del estado, contribuyendo a su preservación y difusión.

El buen desempeño del mercado interno en el estado de Oaxaca depende de varios factores, que influyen para crear un entorno propicio al desarrollo económico y social, donde los diversos agentes económicos puedan interactuar entre sí de manera armónica y eficiente, a fin de impulsar la actividad económica y elevar los niveles de bienestar de las personas.

A partir de los antecedentes normativos, estratégicos y operativos del Programa Presupuestario 172 Fortalecimiento del Mercado Interno, se identifican acciones continuas y estructuradas orientadas a atender el problema central: la debilidad del mercado interno en los municipios de Oaxaca, reflejada en la limitada capacidad de las unidades económicas locales para comercializar sus productos en condiciones justas, sostenidas y competitivas.

Durante los últimos tres años, la intervención pública ha evolucionado hacia un modelo integral de dinamización del mercado interno, centrado en la reducción del intermediarismo, la ampliación de canales de comercialización directa y la promoción del consumo local. La continuidad del Programa Orgullo Oaxaca ha permitido que productoras y productores accedan a ferias, festivales y eventos comerciales, facilitando la venta directa de sus bienes y

generando derramas económicas crecientes. Tan solo en el periodo más reciente se registró la participación de 174 unidades económicas y una derrama superior a 4.2 millones de pesos, mientras que, de forma acumulada, más de 400 productores han generado ingresos superiores a 16 millones de pesos, lo que evidencia una mejora gradual en el dinamismo del mercado interno.

De manera complementaria, el fortalecimiento de canales permanentes de comercialización —como la incorporación de productos en ARIPO y la vinculación con cadenas comerciales nacionales— ha permitido disminuir tiempos de negociación, mejorar márgenes de ganancia y proyectar ingresos anuales superiores a los 10 millones de pesos. Estas acciones muestran un avance concreto en la consolidación de un mercado interno más articulado, donde los productores locales ya no dependen exclusivamente de intermediarios informales y acceden a esquemas comerciales más justos y estables.

En paralelo, la estrategia de promoción del consumo local a través de ferias emblemáticas, como la Feria del Mezcal y eventos regionales y temáticos, ha fortalecido la visibilidad de los productos oaxaqueños y ampliado la base de consumidores locales, nacionales e internacionales. En los últimos tres años, estas plataformas han generado derramas económicas acumuladas superiores a los 100 millones de pesos y han facilitado miles de espacios de comercialización directa, lo que indica un fortalecimiento progresivo de la demanda de productos locales, uno de los principales objetivos del programa.

Asimismo, el programa ha incorporado acciones orientadas a la protección de productos y procesos oaxaqueños, mediante registros de marca, indicaciones geográficas y concursos de arte popular, que elevan el valor de los bienes locales y fortalecen su posicionamiento en el mercado interno. A ello se suman las acciones de formalización, capacitación y organización productiva, que han beneficiado a miles de personas artesanas y productoras, consolidando capacidades productivas y comerciales en los municipios.

En conjunto, el análisis de las acciones implementadas en los últimos tres años permite afirmar que la situación del mercado interno en Oaxaca ha mostrado una mejora sostenida, particularmente en términos de acceso a mercados, generación de ingresos, reducción del intermediarismo y fortalecimiento del consumo local. Si bien persisten retos para alcanzar una cobertura homogénea en todo el territorio estatal, los resultados alcanzados confirman que el Programa Presupuestario 172 ha contribuido de manera efectiva a fortalecer el mercado interno como base del desarrollo económico incluyente, sostenible y con justicia social en Oaxaca.

1.2. Árbol del Problema.

El fortalecimiento del mercado interno de Oaxaca representa un desafío estructural para el desarrollo económico del estado, debido a que una parte significativa de las unidades económicas opera en condiciones de baja competitividad, limitada articulación productiva y escaso acceso a mecanismos formales de comercialización. Esta situación restringe la capacidad del mercado local para generar

encadenamientos productivos sólidos, dinamizar la economía regional y consolidar un entorno favorable para el crecimiento sostenido de los sectores productivos.

El problema central se manifiesta en un mercado interno débil, caracterizado por una reducida integración entre productores, comerciantes y consumidores, así como por una limitada capacidad de las unidades económicas para posicionar sus bienes y servicios en el ámbito local y regional. Como consecuencia, se generan efectos negativos como la disminución del dinamismo comercial, una menor derrama económica en los municipios, la precarización de los ingresos de las unidades económicas y la pérdida de oportunidades para el desarrollo de cadenas de valor locales, lo que incide directamente en el empleo y en el bienestar de la población.

Entre las causas principales que originan esta problemática se identifica la insuficiente promoción y fortalecimiento de los productos y servicios locales, la falta de estrategias efectivas de vinculación comercial y la debilidad de los esquemas de articulación entre los distintos actores económicos. Asimismo, la limitada capacidad empresarial para responder a las condiciones del mercado reduce la competitividad de las unidades económicas y restringe su participación en espacios de comercialización más amplios.

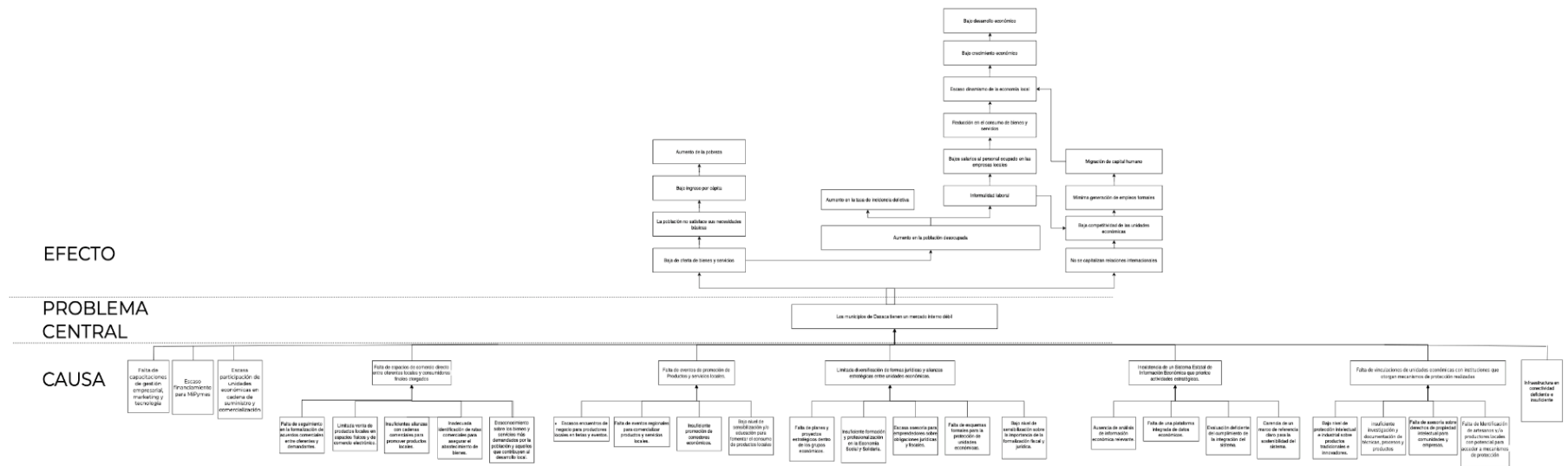
De manera complementaria, las causas secundarias se relacionan con la carencia de capacitación especializada, la insuficiente asistencia técnica para la mejora de procesos productivos y comerciales, así como la baja adopción de herramientas de innovación, digitalización y mejora regulatoria. A ello se suma el

limitado acceso a información de mercado, la escasa cultura de consumo local y la falta de mecanismos que faciliten la formalización y profesionalización de las unidades económicas, lo cual profundiza las brechas de competitividad existentes.

En este contexto, el Programa Presupuestario 172 se concibe como un instrumento de intervención pública orientado a atender de manera integral las causas estructurales que limitan el fortalecimiento del mercado interno de Oaxaca. A través de acciones enfocadas en la promoción comercial, el fortalecimiento empresarial, la articulación productiva y la mejora de capacidades, el programa busca revertir los efectos negativos identificados, impulsar la competitividad de las unidades económicas y contribuir a la consolidación de un mercado interno más dinámico, inclusivo y sostenible.

172: FORTALECIMIENTO DEL MERCADO INTERNO DE OAXACA

ÁRBOL DE PROBLEMA



1.3. Identificación del problema.

Oaxaca se caracteriza por su enorme potencial de riqueza tanto en biodiversidad como cultural. Dispone de abundantes recursos minerales; además, es una de las zonas del mundo con mayor potencial para el desarrollo de energía eólica y alto potencial para la energía solar. De igual forma, cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) joven y dinámica.

No obstante, la entidad enfrenta retos complejos. De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en el estudio Medición de la Pobreza 2022, Oaxaca se ubica como la tercera entidad a nivel nacional con mayor proporción de población en situación de pobreza con el 58.4%, así como 20.2% de la población en pobreza extrema. Estos y otros indicadores sociales se pueden observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Indicadores de carencia social, estado de Oaxaca 2022

Indicador de carencia social	Personas	Porcentaje de la población	Lugar a nivel nacional
Rezago educativo	1,238,000	29.1%	32
Carencia por acceso a los servicios de salud	2,792,542	65.7%	32
Carencia por acceso a la seguridad social	3,158,737	74.3%	32
Carencia por calidad y espacios de la vivienda	896,878	21.1%	31
Carencia por acceso a los servicios en la vivienda	2,344,677	55.2%	32
Carencia por acceso a la alimentación nutritiva y de calidad	1,215,940	28.6%	31

Población en situación de pobreza	2,483,644	58.4%	30
Población en situación de pobreza extrema	859,854	20.2%	30

Fuente: Elaboración propia con datos de CONEVAL

Otro reto importante para la entidad es su nivel de competitividad. De acuerdo con el Índice de Competitividad Estatal (ICE) 2023, del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), Oaxaca presenta un muy bajo nivel

de competitividad, al posicionarse en el lugar 31 con respecto al resto de entidades federativas. A pesar de esto, el subíndice que mejor comportamiento tiene es el de Economía y el segundo mejor indicador en este subíndice es el de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), lo cual contrasta con el alto porcentaje de población en pobreza.

Lo anterior se debe a la distribución de la riqueza; con datos del CONEVAL (2022), se observa que el Coeficiente de Gini en Oaxaca fue de 0.446, esto refleja una mayor desigualdad en la distribución del ingreso de la población oaxaqueña que en casi todas las demás entidades del país, ya que el estado se coloca en el sitio 29 a nivel nacional en este indicador.

Los problemas anteriormente descritos muestran las consecuencias de las diferentes fallas o distorsiones del mercado, como lo describe el enfoque de la Economía del Bienestar planteado por Arthur Pigou, en el cual se reconoce que, ante la incapacidad de la economía orientada sólo por el mercado, de mantener el pleno empleo y de atender

necesidades sociales, se requieren programas gubernamentales que den respuesta a dichos desafíos.

El problema público identificado en este análisis es la ineficiencia y el bajo desarrollo integral del mercado interno, ya que un mercado interno ineficiente puede tener varias consecuencias, como el aumento de la inflación, el estancamiento del desarrollo económico y la competitividad.

En un mercado ineficiente, la producción y distribución de bienes y servicios se ven afectadas por altos costos, retrasos logísticos y baja productividad. Esto conduce a un aumento en los precios de los productos, ya que los costos adicionales se trasladan a los consumidores, generando presiones inflacionarias. A medida que los precios suben, el poder adquisitivo de las personas disminuye, ya que su capacidad para adquirir bienes y servicios con el mismo nivel de ingresos se reduce. Además, un mercado interno débil limita la oferta competitiva, restringiendo la disponibilidad de productos de calidad y provocando que los consumidores paguen más por menos, exacerbando la pérdida de bienestar económico y social.

El bajo desarrollo integral del mercado interno en un estado puede ser causado por diversos factores, como la ausencia de políticas públicas efectivas para fortalecer la economía interna y permitir una adecuada promoción de productos y servicios locales en las distintas regiones de la entidad, la presencia del intermediarismo comercial, la escasa formación de alianzas estratégicas entre unidades económicas para potencializar sus oportunidades de desarrollo, la falta de inversión en infraestructura y tecnología, la escasa diversificación de la economía local, la falta de información económica local que dificultan el comercio interno, la inestabilidad política y económica, y la presencia de regulaciones

restrictivas que limitan el crecimiento y la innovación en el mercado interno.

Un elemento que complica la comercialización de productos locales por parte de los productores es la complejidad de la movilización de mercancías al interior de la entidad, debido principalmente por la poca infraestructura con la que cuenta Oaxaca. Por ello, es fundamental ubicar y caracterizar en aspectos geográficos a la entidad, la cual tiene una extensión de 93 mil 757.6 kilómetros cuadrados, lo que representa el 4.8% de la superficie del país; colinda al norte con Puebla y Veracruz de Ignacio de la Llave, al este con Chiapas, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con Guerrero.

En la mayoría del territorio oaxaqueño hay sierras conformadas por rocas sedimentarias, ígneas intrusivas, ígneas extrusivas o volcánicas y metamórficas y su altitud va de los 0 a 3 mil 720 metros sobre el nivel del mar; esta estructura en su relieve podría indicar la complejidad para el desarrollo de infraestructura tanto física como social.

De acuerdo con el Anuario estadístico y geográfico 2022 de INEGI, la entidad cuenta con un total de 648.9 kilómetros de vías férreas. En este mismo documento, se indica que cuenta con cuatro aeropuertos, de los cuales tres son internacionales y uno nacional; además, cuenta con 16 aeródromos.

Esta infraestructura de transporte resulta insuficiente para cubrir las necesidades de la entidad. Según el Censo Agropecuario 2022 del INEGI, Oaxaca es el segundo estado donde las unidades de producción de dicho sector reportan mayores dificultades en materia de transportación (34.7%,

mientras que el promedio nacional es 21.76%). Esto, aunado a la dificultad para la comercialización debido al excesivo intermediarismo (9%), son factores que obstaculizan la integración de cadenas productivas y la articulación de circuitos comerciales eficientes en el mercado interno.

Tabla 2. Problemas que afectaron el desarrollo de las actividades agropecuarias:

Comparativo del estado de Oaxaca con el promedio nacional en 2022

Problema	Oaxaca	Nacional
Altos costos de insumos y servicios	85.62%	88.81%
Dificultades para la transportación	34.68%	21.76%
Escasez de mano de obra	20.74%	17.55%
Dificultades para el almacenamiento	13.98%	9.41%
Inseguridad	12.05%	22.81%
Dificultad para la comercialización debido a la existencia de intermediarios	8.96%	12.68%
Falta de drenaje en los terrenos	4.62%	6.17%
Otros problemas	2.61%	3.09%
Falta de documentación para acreditar la posesión de la tierra	2.45%	3.34%
Litigio o invasión de la tierra	0.67%	0.74%

Fuente: Censo Agropecuario 2022, Resultados Definitivos. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Otra causa identificada es la baja interacción de los productores locales con los consumidores finales, junto con la escasez de eventos de promoción y comercialización de productos locales, genera impactos negativos significativos en el mercado interno. Esta desconexión limita la visibilidad y accesibilidad de los productos locales, restringiendo su demanda y reduciendo el crecimiento de pequeñas y medianas empresas. Sin canales adecuados para promover y comercializar sus productos, los productores enfrentan dificultades para competir con productos importados o de grandes corporaciones, lo que reduce su capacidad de generar empleo y desarrollo local. Además, la falta de promoción impide que los consumidores reconozcan el valor y la calidad de los productos regionales, afectando tanto la dinamización económica como el

fortalecimiento de las cadenas productivas locales, lo que debilita el tejido empresarial y restringe la diversificación económica del mercado interno.

De igual manera, Ríos (2020), afirma que en Oaxaca existe una concentración productiva y geográfica (57.7% de las empresas se ubican en Valles Centrales, 14.1% en el Istmo y 9.7% en la Costa), lo que ha propiciado un desequilibrio regional al interior del estado, situación que demanda la intervención gubernamental para mejorar la disponibilidad de productos y servicios locales en las ocho regiones de la entidad.

Por otra parte, la falta de información actualizada y desagregada a nivel local sobre el comportamiento del mercado interno genera especulación sobre los precios de las mercancías, lo que a su vez propicia que los productores intenten comercializar lo antes posible sus mercancías, aunque esto signifique vender a bajos precios mediante intermediarios; en este mismo sentido la falta de conocimiento de las rutas comerciales puede generar efectos negativos significativos en el mercado interno, afectando la competitividad de las empresas y limitando su acceso a nuevos mercados.

Sin una comprensión adecuada de las rutas comerciales, las empresas enfrentan mayores costos logísticos y tiempos de entrega prolongados, lo que reduce su eficiencia operativa. Esto, a su vez, se traduce en precios más altos para los consumidores, pérdida de oportunidades de exportación e importación, y una menor capacidad de las industrias locales para integrarse a cadenas de valor globales. Además, la falta de rutas óptimas puede dificultar la distribución equitativa de productos en diferentes regiones del país, generando desequilibrios en la oferta y demanda local.

Otra causa estructural identificada en el mercado interno es la baja diversificación económica que presenta Oaxaca. El entorno económico y político mundial presenta una creciente incertidumbre, lo que demanda una mayor resiliencia por parte de los países y sus economías, tanto a nivel nacional como subnacional. En este contexto, se vuelve necesario diversificar la producción local, para reducir la dependencia de bienes y servicios externos, proteger contra futuras perturbaciones del mercado y para ofrecer una mayor variedad de potenciales exportaciones.

De acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, y con base en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), en 2020 el estado de Oaxaca contaba con 756 actividades económicas y ocupaba el sitio 19 a nivel nacional.

En noviembre de 2023, había 783 actividades económicas presentes en el estado, el cual se mantuvo en el lugar 19 respecto a las demás entidades. Si bien Oaxaca incorporó 27 nuevas actividades en el periodo mencionado, 19 estados integraron más actividades. Además, el número actual de actividades económicas en Oaxaca es 2% menor al promedio nacional y 16.8% inferior al de la entidad líder en dicho indicador (Ciudad de México, con 941 actividades económicas).

Para fortalecer al mercado interno también es necesario fomentar la formación de alianzas estratégicas entre unidades económicas, permitiéndoles potencializar sus oportunidades de desarrollo (Bravo, Dini y Rueda, 2020). Esto es de particular importancia en sociedades donde todavía existen amplios sectores con un fuerte arraigo en el territorio de pertenencia y con un alto

compromiso hacia la construcción de bienes colectivos locales, como Oaxaca, que cuenta con potencial significativo para la generación de modelos alternativos de organización y desarrollo, como la Economía Social y Solidaria.

En este mismo sentido es de suma importancia fomentar la diversificación de formas jurídicas en las unidades locales, de acuerdo con el estudio “Radiografía de la empresa familiar en México” (Universidad de las Américas Puebla, 2017), 83% de las empresas en México pueden considerarse como familiares. La distribución por entidad federativa indica que en Oaxaca más del 90% de las empresas pueden considerarse familiares, ocupando el cuarto lugar a nivel nacional.

Según ese mismo estudio, del total de empresas familiares en el estado, menos del 25% de ellas cuentan con un plan estratégico (lugar 29 nacional), menos del 35% cuenta con un consejo de administración y un poco más del 20% cuenta con una junta de accionistas.

Considerando esta situación, es importante señalar que los tipos de cambio que esperan lograr las empresas familiares están relacionados con pasar a la siguiente generación de la familia (20.4%), cambios estructurales de organización (19.6%), consolidación de su negocio (15.9%) y fusiones y adquisiciones (11.5%). }

Lo anterior, también se ve reflejado con los altos niveles de informalidad de los negocios, del total de unidades registradas por los Censo Económicos (CE) 2019 del INEGI, 20% corresponde a establecimientos formales y 80% de los negocios son informales. La informalidad de las unidades económicas afecta

negativamente el mercado interno al generar competencia desleal, ya que estas empresas no pagan impuestos ni cumplen con regulaciones laborales y de seguridad social, lo que les permite ofrecer precios más bajos. Esto desincentiva la formalización de otros negocios y limita el crecimiento económico, ya que el Estado pierde ingresos fiscales que podrían invertirse en infraestructura, educación y servicios públicos. Además, la informalidad reduce la productividad y la calidad de los empleos, lo que impacta el poder adquisitivo de los trabajadores y, por ende, el dinamismo del consumo interno.

Otro aspecto de relevancia para el fortalecimiento del mercado interno es la protección de los procesos y productos tradicionales, la innovación y el desarrollo tecnológico, para lo cual, es sumamente importante la existencia y utilización de mecanismos eficientes de certeza jurídica a los derechos de propiedad material, intelectual e industrial. Por ello, es importante que los agentes económicos en Oaxaca puedan acceder y hacer uso de estos mecanismos.

De acuerdo con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), en 2013 se otorgaron 351 registros y publicaciones de signos distintivos de propiedad industrial a solicitantes ubicados en el estado de Oaxaca, el cual ocupó el sitio 22 a nivel nacional. En 2023, el número de signos distintivos otorgados ascendió a 1,002, ubicando a la entidad en la posición 15. Aunque el número de solicitudes y signos distintivos otorgados en la entidad ha aumentado considerablemente, éste representa apenas el 1.6% del total nacional.

En cuanto al número de títulos y registros de patentes, diseños industriales, modelos de utilidad y trazados de circuitos integrados (CI), en 2013 el IMPI

concedió tres títulos a solicitantes en el estado de Oaxaca y en 2023 otorgó siete títulos y registros. Esto representa el 0.5% del total nacional, por lo que, si bien el número de títulos y registros ha aumentado, es todavía poco representativo.

Síntesis del problema público, causas y alcance del Programa Presupuestario 172

A partir del análisis del árbol de problemas del Programa Presupuestario 172 Fortalecimiento del Mercado Interno, se identifica como problema público central que los municipios de Oaxaca presentan un mercado interno débil, lo cual limita el desarrollo económico local y reduce la capacidad de las unidades económicas para consolidarse, crecer y generar empleos sostenibles. Esta debilidad se refleja en una baja articulación entre productores, comerciantes y consumidores locales, así como en una escasa circulación de bienes y servicios dentro de los propios territorios, lo que frena el dinamismo económico municipal y regional.

Las causas principales de este problema se relacionan con la insuficiente competitividad y fortalecimiento de las unidades económicas locales, particularmente de las micro, pequeñas y medianas empresas, que enfrentan dificultades para posicionar sus productos en el mercado interno. A ello se suma la falta de estrategias integrales de promoción del consumo local y de mecanismos que incentiven la preferencia por productos y servicios generados en los municipios. Estas condiciones se ven agravadas por causas secundarias como la limitada profesionalización empresarial, la baja adopción de prácticas comerciales innovadoras, el acceso restringido a canales de comercialización formales y la débil coordinación entre actores económicos e institucionales a nivel municipal.

Como consecuencia, los efectos del problema se traducen en un bajo crecimiento económico local, escasa generación de empleo y reducida derrama económica en los municipios, lo que profundiza las brechas de desarrollo territorial. Asimismo, la debilidad del mercado interno incrementa la dependencia de economías externas, limita la permanencia y consolidación de los negocios locales y reduce las oportunidades de desarrollo para productores y comerciantes, especialmente en zonas con mayores rezagos económicos.

En este escenario, el alcance del Programa Presupuestario 172 se orienta a incidir de manera directa en el fortalecimiento del mercado interno municipal, mediante acciones que impulsen la competitividad de las unidades económicas, fomenten el consumo local y promuevan la articulación entre los distintos eslabones de la cadena productiva y comercial. El programa busca generar condiciones que permitan una mayor circulación de bienes y servicios dentro de los municipios, favoreciendo la permanencia del ingreso en las economías locales y el desarrollo de capacidades productivas y comerciales.

De manera complementaria, el programa pretende contribuir a la construcción de un entorno económico más sólido y resiliente, fortaleciendo la vinculación entre productores locales, mercados regionales y consumidores finales. A través de estas intervenciones, se espera avanzar hacia un mercado interno más dinámico e inclusivo, que funcione como un motor de crecimiento económico territorial, mejore las condiciones de vida de la población y sienta las bases para un desarrollo económico sostenible en los municipios de Oaxaca.

1.4. Magnitud de la población.

La magnitud de la población asociada al problema público de la ineficiencia y el bajo desarrollo integral del mercado interno en Oaxaca es de carácter amplio y estructural, en tanto sus efectos inciden de manera directa e indirecta en la totalidad de los habitantes de la entidad. Este problema impacta las condiciones de acceso a bienes y servicios, la generación de ingresos, el empleo y el dinamismo económico local, con manifestaciones diferenciadas según el nivel de desarrollo económico, la infraestructura disponible y la articulación productiva de cada territorio.

En términos de cobertura territorial, la población potencial del programa comprende a la población residente en los 570 municipios del estado de Oaxaca, al tratarse de un fenómeno que afecta de manera general al mercado interno estatal. No obstante, considerando criterios de priorización orientados a maximizar los efectos multiplicadores de la intervención pública, se identifica un subconjunto de 152 municipios con mayor concentración de unidades económicas, personal ocupado, complejidad económica y relevancia estratégica en términos de conectividad, logística comercial y vinculación con proyectos de alcance regional y nacional, como el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec. Este grupo de municipios constituye el área de enfoque potencial sobre la cual el programa puede incidir de manera más eficiente en el corto y mediano plazo.

A partir de esta delimitación, la población objetivo inicial se concentra en 30 municipios, equivalentes al 19.73% del total de municipios priorizados, seleccionados con base en su representatividad regional, su papel como cabeceras distritales y su capacidad para detonar procesos de fortalecimiento del mercado interno con impactos territoriales ampliados. Si

bien la atención directa se focaliza en estos municipios, la magnitud de la población beneficiaria trasciende este ámbito, dado que los bienes públicos generados, la mejora en la articulación comercial y el fortalecimiento de las capacidades productivas locales tienen efectos indirectos sobre otros municipios y regiones del estado, contribuyendo de manera progresiva a la integración y dinamización del mercado interno de Oaxaca.

1.4.1. Descripción y análisis de las poblaciones.

La ineficiencia y el bajo desarrollo integral del mercado interno en Oaxaca es un problema de carácter estructural que afecta de manera general a la población del estado, al incidir en el acceso a bienes y servicios, la generación de ingresos y el dinamismo económico local. La magnitud del problema está asociada a variables como la alta concentración de la actividad económica en ciertos territorios, los elevados niveles de informalidad, las limitaciones en infraestructura y conectividad, y la débil articulación entre productores locales y consumidores. Estas condiciones provocan impactos diferenciados entre regiones y municipios, especialmente en aquellos con menor desarrollo económico y mayores carencias sociales. A partir del análisis de estas variables, se identifica que, si bien la población potencial comprende a los habitantes de los 570 municipios del estado, el programa estatal focaliza su atención en un conjunto de municipios estratégicos donde el fortalecimiento del mercado interno puede generar mayores efectos multiplicadores, permitiendo dimensionar y atender de manera gradual a la población objetivo.

1.4.1.1 Identificación y caracterización de la población potencial.

Una vez definido qué la ineficiencia y el bajo desarrollo integral del mercado interno impacta a todos los pobladores de la entidad que habitan en los 570 municipios, se define que el área de referencia son los 570 municipios.

Considerando criterios como la concentración de unidades económicas, concentración de personal ocupado, la representación de las 8 regiones mediante las cabeceras distritales, el grado de complejidad económica y su participación en proyectos estratégicos que mejoren las las condiciones en infraestructura en conectividad y logística comercial como el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec (CIIT) se definieron 152 municipios que podrán incidir significativamente en el fortalecimiento del mercado interno. Por lo anterior se define que el área de enfoque potencial es de 152 municipios.

1.4.1.2. Identificación y caracterización de la población objetivo.

Una vez definido lo anterior, se prevé que el programa presupuestario Fortalecimiento del mercado interno atenderá a 30 municipios, lo que representa el 19.73% del total. Estos municipios son: Asunción Nochixtlán, Heroica Cd. de Ejutla de Crespo, Huajuapán de León, Ixtlán de Juárez, Juchitán de Zaragoza, Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca de Juárez, Ocotlán de Morelos, Putla Villa de Guerrero, San Carlos Yautepec, San Ildefonso Villa Alta, San Juan Bautista Coixtlahuaca, San Juan Bautista Cuicatlán, San Juan Bautista Tuxtepec, Villa Sola de Vega, San Pedro Pochutla, San Pedro y San Pablo Ayutla, Villa de Etla, San Pedro y San Pablo Teposcolula, Santa Catarina Juquila, Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Santiago Choapam, Santiago Jamiltepec, Santiago Juxtlahuaca, Santo Domingo Tehuantepec, Silacayoapam, Teotitlán de Flores Magón, Tlacolula de Matamoros, Villa de Zaachila, Zimatlán de Álvarez.

Este programa contempla la atención a todas las regiones del estado mediante sus cabeceras distritales, considerando también el presupuesto requerido y el tiempo necesario para la generación de bienes públicos. Si bien se focaliza en estos 30 municipios, el programa está diseñado para ser inclusivo y atender otras áreas según las necesidades que surjan.

1.4.2 Previsión de la población objetivo.

Con base en la definición de la población potencial integrada por 152 municipios con mayor concentración de unidades económicas, personal ocupado y participación regional criterios contruidos a partir de información oficial del INEGI (DENUE, Censos Económicos y Censo Agropecuario) se anticipa que la población objetivo conformada inicialmente por 30 municipios experimente un crecimiento durante los próximos ejercicios. La dinámica estructural del mercado interno en Oaxaca, caracterizada por una elevada dispersión territorial y por la heterogeneidad del desarrollo económico regional, sugiere que la incorporación gradual de nuevos municipios fortalecerá la articulación comercial y la conectividad productiva. Bajo esta lógica, y considerando la evidencia estadística disponible sobre complejidad económica y concentración de actividades, se prevé que el programa pueda ampliar su cobertura mediante la incorporación de entre uno y cinco municipios adicionales por año, conforme se consoliden los bienes públicos generados y se optimice el uso de recursos. Esto representa una expansión anual estimada entre 0.7% y 3.2% respecto de la población potencial, lo que permitiría transitar progresivamente hacia una mayor integración territorial, mejorar la eficiencia del mercado interno y reducir las brechas de acceso comercial que actualmente limitan el dinamismo económico de la entidad.

1.4.3. Frecuencia de actualización de las poblaciones.

La actualización de la población potencial y de la población objetivo se realizará conforme a la periodicidad de las fuentes oficiales que alimentan su definición. Para la población potencial, que depende de indicadores como la concentración de unidades económicas, personal ocupado, actividades económicas activas y características territoriales, se utilizará principalmente información proveniente del DENUE y los Censos Económicos del INEGI; por su periodicidad, esta población será actualizada anualmente a partir de las actualizaciones del DENUE y de manera quinquenal con los Censos Económicos. En el caso de la población objetivo, cuya dinámica responde a la expansión operativa del programa y a la incorporación gradual de municipios estratégicos, su actualización será anual, considerando tanto la evolución de los indicadores económicos municipales como los avances del programa y la disponibilidad presupuestaria. Esta frecuencia garantiza que ambas poblaciones se mantengan alineadas con la información más reciente y pertinente para la planeación y el fortalecimiento del mercado interno.

2. PROPUESTA DE ATENCIÓN

2.1. Experiencias de atención a la problemática.

A nivel federal, el Programa presupuestario “Promoción y fomento del desarrollo y la innovación de los sectores industrial, comercial y de servicios”, a cargo de la Subsecretaría y Comercio de la Secretaría de Economía, cuenta con un componente relativo al fomento a la política de innovación en el comercio interior y logística, el cual tiene objetivos como: impulsar los encadenamientos productivos que permitan incrementar el valor agregado; facilitar la proveeduría de insumos para la producción de bienes finales; y promover el abasto de alimentos e insumos en beneficio de los consumidores.

Este programa inició sus operaciones en 2008; sin embargo, el componente al que se hace referencia fue incorporado en el Ejercicio Fiscal 2024, por lo que aún no se cuenta con información que permita evaluar los resultados de su implementación.

En lo relativo a la diversificación económica, este ha sido de interés para el país en diversos momentos. García y Gómez (2023) señalan que durante la última década han existido diversos intentos de política por parte de la Secretaría de Economía para atender este tema, a saber: la política de “Sectores Estratégicos” implementada a través del Instituto Nacional del Emprendedor hacia 2014, que otorgaba financiamiento para industrias clave de cada región; las Zonas Económicas Especiales, proyecto para detonar la productividad de la región sur impulsado en 2016 sin concretarse; y en la actualidad, el programa “Rumbo a una Política Industrial”, que busca diversificar la economía mexicana por

medio de la actualización tecnológica, el aumento de contenido nacional y el desarrollo de capital humano.

En cuanto a la protección de productos originarios locales a nivel federal, en diciembre de 1993 se creó el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) con la finalidad de otorgar protección a través de patentes, registros de modelos de utilidad y diseños industriales; registrar marcas y avisos comerciales, así como publicar nombres comerciales; autorizar el uso de denominaciones de origen y proteger los secretos industriales.

En 2013, según datos del IMPI, se contabilizaron 85,004 registros y publicaciones de signos distintivos otorgados, mientras que en 2018 esta cifra ascendió a 130,472 y en 2023 a 151,199; incrementos en comparación al quinquenio anterior de 54% y 16%, respectivamente.

En el plano internacional, la Unión Europea (UE) cuenta con una política que, desde hace más de 30 años, proporciona protección jurídica a numerosos productos agroalimentarios regionales y locales de sus Estados miembro contra la imitación y el uso indebido. En la actualidad, esta se basa principalmente en las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP e IG, estas últimas para bebidas espirituosas) y regímenes como la etiqueta de especialidad tradicional garantizada (TSG). A marzo de 2024, se habían registrado más de 3,500 nombres en Ambrosia, el registro de indicaciones geográficas de la UE.

Según un estudio publicado por la Comisión Europea en 2020, el valor estimado de las ventas del sector de productos protegidos en 2017 fue mayor a 77 mil millones de euros, superior en 42% al registrado en 2010. Este monto equivalía al 7% del valor total de venta del sector europeo de alimentos y bebidas, así como al 15.5% del total de exportaciones de alimentos y bebidas de la UE.

De acuerdo a este mismo estudio, el valor de venta unitario de un producto europeo con indicación geográfica fue, en promedio a lo largo del periodo analizado, el doble del de un producto similar no certificado.

A pesar de este historial de protección para los productos agrícolas a escala de la Unión Europea, hasta hace poco no existía una protección uniforme similar para los productos artesanales e industriales de la región, lo que dio lugar a divergencias al basarse en las normas nacionales de cada Estado miembro. En noviembre de 2023, entró en vigor el Reglamento relativo a la protección de las indicaciones geográficas de productos artesanales e industriales, y a partir del 1 de diciembre de 2025, será posible solicitar el registro en la UE de los nombres de productos artesanales e industriales que cumplan los requisitos necesarios.

En lo que concierne a la disponibilidad de información que favorezca la toma de decisiones de los agentes económicos que intervienen en el mercado interno, con la creación del INEGI en 1983, se conjuntan en una sola institución la responsabilidad de generar la información estadística y geográfica del país, con la participación de las Unidades de Estado de los tres poderes, órdenes de gobierno y organismos

constitucionales autónomos con atribuciones para desarrollar Actividades Estadísticas y Geográficas o que cuenten con registros administrativos.

El portal electrónico del INEGI, principal plataforma para difundir información oficial de manera gratuita, salió a la luz en su primera versión en 1995. De entonces a la fecha, el portal ha contado con 12 versiones para adaptarse a la oferta y demanda de información, y el número de visitas anuales se ha incrementado de 746 mil en 1999 a 19.8 millones en 2019.

De acuerdo a un diagnóstico de las percepciones que tiene la población en general, los responsables y encargados de unidades económicas y los usuarios segmentados, 88.1% de las personas han escuchado hablar del INEGI, 25.5% ha utilizado la información que publica y 95% de ellos considera que la información le fue útil. En cuanto al portal, el 77.6% de usuarios aprueba su organización, 79.2% considera que hay facilidad para interpretar los datos, y 65% opina que existe facilidad para localizar la información.

En 2020, con el fin de mejorar las capacidades de integración, visualización y análisis de datos públicos, la Secretaría de Economía lanzó en colaboración con INEGI la plataforma DataMéxico, la cual integra información socioeconómica del país generada por el mismo Instituto y otras entidades públicas, a través de formatos más amigables para los usuarios.

En paralelo a estos avances, en los últimos años ha existido una creciente demanda de información económica con un nivel de

desagregación regional y local, así como con una frecuencia de publicación y una temporalidad más oportuna a la publicada de forma oficial por instituciones federales, por lo que diversas entidades federativas han realizado esfuerzos para cubrir estos requerimientos.

Ejemplo de ello es el Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México (IGECEM), el cual produce y publica productos estadísticos digitales de índole social, demográfica y económica, como la Agenda Estadística Básica del Estado y el Índice Municipal de Actividad Económica (IMAE); este último, mediante estimaciones que realiza el propio IGECEM.

Otros casos son el geoportal del Sistema Estatal de Información de Puebla, herramienta de difusión y análisis geográfico del estado para diversas temáticas, como sociodemográfica, económica, de medio ambiente y ordenamiento territorial; y el sitio del Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, el cual genera indicadores del comportamiento de la economía estatal sobre comercio exterior, información financiera, precios, inflación y empleo.

En conjunto, las experiencias analizadas muestran que, si bien existen antecedentes relevantes de intervención pública para fortalecer el mercado interno, la diversificación económica y la protección de productos locales, sus resultados han sido heterogéneos y, en algunos casos, aún incipientes. A nivel federal, los esfuerzos recientes en innovación, comercio interior y logística todavía no cuentan con evidencia suficiente que permita valorar su impacto, mientras que iniciativas previas en materia de política industrial han enfrentado limitaciones en su consolidación territorial y continuidad.

Por otro lado, la experiencia internacional, particularmente la de la Unión Europea, evidencia que los esquemas sólidos y homogéneos de protección de indicaciones geográficas generan beneficios económicos significativos, al incrementar el valor agregado, la competitividad y las exportaciones de los productos protegidos. En contraste, en México la protección se ha concentrado principalmente en signos distintivos y denominaciones de origen, con avances importantes, pero con un potencial aún no plenamente explotado para productos artesanales e industriales.

Finalmente, en materia de información económica, el fortalecimiento institucional encabezado por el INEGI y el desarrollo de plataformas como DataMéxico han ampliado el acceso y uso de datos para la toma de decisiones; sin embargo, persiste una demanda creciente de información más oportuna y con mayor desagregación territorial. Los esfuerzos emprendidos por algunas entidades federativas confirman la relevancia de complementar la información federal, lo que subraya la necesidad de articular estrategias que integren innovación productiva, protección de productos locales y sistemas de información robustos para incidir de manera más efectiva en el fortalecimiento del mercado interno.

2.2. Propuesta de diseño.

El problema identificado del Programa Presupuestario 172 se atenderá mediante un programa diseñado específicamente para fortalecer el mercado interno de los municipios del estado de Oaxaca, a través del impulso a la producción local, la dinamización de los canales de comercialización y el aumento de la demanda de bienes y servicios generados en el ámbito local y regional, dentro del marco de atribuciones del sector económico.

El programa prioriza como medios de intervención el fortalecimiento de circuitos cortos de comercialización, la vinculación de productores y unidades económicas locales con mercados regionales y estatales, el fomento al consumo de productos oaxaqueños, el desarrollo de capacidades comerciales y de gestión en las unidades económicas municipales, así como la promoción de esquemas de articulación entre productores, comerciantes y gobiernos municipales. Estas acciones se consideran estratégicas por su impacto directo en la reactivación económica local, la generación de ingresos y la consolidación de un mercado interno más dinámico e incluyente.

2.2.1. Identificación de la alternativa adecuada para solucionar el problema planteado.

Objetivo	Selección de Alternativas	Razón de selección
Fortalecer el mercado interno de Oaxaca		
Espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales otorgados	✓	Este medio fortalece el mercado interno al permitir a los productores obtener mayores ingresos y precios justos, mientras que los consumidores acceden a productos de calidad a menores costos, promoviendo un ciclo económico más eficiente y sostenible.
Fomentar la promoción de productos y servicios locales en diversos mercados regionales.	✓	Este medio fortalece el mercado interno al dinamizar la economía local, impulsar la competitividad de los productores y reducir la dependencia de mercados externos, lo que genera un desarrollo económico más equilibrado y sostenible en la entidad.
Fomentar la diversificación de formas jurídicas y el establecimiento de alianzas estratégicas entre unidades económicas, considerando los principios de economía social y solidaria.	✓	Este medio fortalece el mercado interno al crear estructuras más flexibles y colaborativas, optimizando recursos y capacidades, mientras que los principios de economía social y solidaria promueven un crecimiento inclusivo y sostenible.
Integrar un Sistema Estatal de Información Económica que priorice actividades estratégicas clave.	✓	Este medio fortalece el mercado interno al proporcionar información oportuna y relevante para la toma de decisiones, facilitando la planificación y la adaptación rápida a cambios, lo que impulsa la eficiencia y competitividad de las unidades económicas locales.

Objetivo	Selección de Alternativas	Razón de selección
Fortalecer el mercado interno de Oaxaca		
Vinculaciones de unidades económicas con instituciones que otorgan mecanismos de protección realizadas	✓	Promover la protección de procesos y productos tradicionales, junto con la innovación y el desarrollo tecnológico en Oaxaca, fortalece el mercado interno al preservar su identidad cultural, generar valor agregado y mejorar la competitividad de sus productos.
Crear infraestructura y conectividad eficiente	✗	Se contribuirá con este medio en otro programa presupuestario
Promover el acceso a financiamiento para MiPymes	✗	Este medio se abordará en otro programa presupuestario
Fortalecer la capacitación de gestión empresarial, marketing y tecnología	✗	Este medio se abordará en otro programa presupuestario.
Propiciar la participación de las unidades económicas en cadenas de suministro y cadenas de comercialización nacional	✗	Este medio se abordará en otro programa presupuestario

2.2.2. Especificación de la modalidad presupuestaria.

La modalidad presupuestaria del programa se clasifica como 1.3.F Fomento, Promoción y Servicios para el Desarrollo Económico y Social, en apego estricto a la Clasificación Programática del CONAC, publicada el 13 de junio de 2025 en el Diario Oficial de la Federación, la cual agrupa los programas destinados a impulsar el desarrollo económico mediante acciones de promoción, fortalecimiento del mercado interno, servicios de desarrollo productivo, articulación comercial, profesionalización, generación de información económica estratégica y fomento a la competitividad local.

El programa se alinea integralmente con esta tipología debido a que está orientado a fortalecer el mercado interno del estado de Oaxaca, promover el consumo local, facilitar la comercialización, profesionalizar grupos productivos y consolidar instrumentos de información económica, actividades que constituyen servicios públicos de promoción económica y no transferencias asistenciales, obra pública o regulación coercitiva.

1. Alineación con el Fin y Propósito del programa

El Fin “Contribuir al impulso del desarrollo económico del estado de Oaxaca mediante el fortalecimiento del mercado interno” corresponde directamente a los objetivos de los programas clasificados en 1.3.F, ya que el fortalecimiento del mercado interno es una herramienta clave para la promoción del desarrollo económico y social, según los criterios del CONAC.

El Propósito “Los municipios de Oaxaca fortalecen el mercado interno” confirma que el programa opera mediante servicios estratégicos, no subsidios o infraestructura, proporcionando:

- espacios de comercialización,
- promoción económica,
- fortalecimiento de capacidades comerciales,
- articulación entre oferta local y demanda,
- apoyo a la economía social y solidaria,
- y mecanismos de información económica.

Todo lo anterior se encuentra categorizado por el CONAC como fomento y promoción económica, el núcleo de la modalidad 1.3.F.

2. Correspondencia entre los componentes del programa y la modalidad 1.3.F

A continuación presento el análisis técnico de cómo cada componente y actividad fundamenta esta modalidad:

Componente 1. Espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales realizados

Este componente impulsa mecanismos de articulación entre productores locales y consumidores, característica esencial del fomento económico; constituyen servicios de fomento al comercio local, eje central de la clasificación 1.3.F.

Componente 2. Eventos de promoción de productos y servicios locales realizados

Esta es una actividad clásica de la modalidad 1.3.F, ya que promueve directamente la actividad económica local.

Este componente se ajusta totalmente a actividades de promoción económica, contempladas por el CONAC.

Componente 3. Grupos o sociedades de Economía Social y Solidaria conformados

La promoción de grupos productivos basados en principios de economía social es un mecanismo de fortalecimiento productivo, una actividad de fomento económico.

Todas esto son servicios de fortalecimiento económico y productivo, propios de la tipología 1.3.F.

Componente 4. Mecanismos de información para el Sistema Estatal de Información Económica establecidos

Este componente es esencial dentro del enfoque de fomento económico, ya que la generación de información estratégica constituye un servicio público para la toma de decisiones económicas, se alinean con la modalidad 1.3.F como instrumentos de promoción y desarrollo económico.

Componente 5. Vinculaciones de unidades económicas con instituciones que otorgan mecanismos de protección realizadas

Este componente promueve la competitividad, innovación y protección del patrimonio productivo, todos elementos del fomento económico.

Este componente se ajusta completamente al enfoque de fomento al desarrollo económico, propio de la clasificación 1.3.F.

3. Conclusión técnica

El programa se compone exclusivamente de servicios de fomento y promoción económica asociados al fortalecimiento del mercado interno, a la articulación de actores, a la profesionalización productiva, al impulso de la economía social, a la promoción comercial, y a la generación de información estratégica.

Por tanto, en apego estricto al CONAC (DOF 13/06/2025) y a la naturaleza de sus componentes y actividades, la modalidad presupuestaria correcta es:

1.3.F Fomento, Promoción y Servicios para el Desarrollo Económico y Social.

2.2.3. Descripción del diseño conceptual de la alternativa seleccionada.



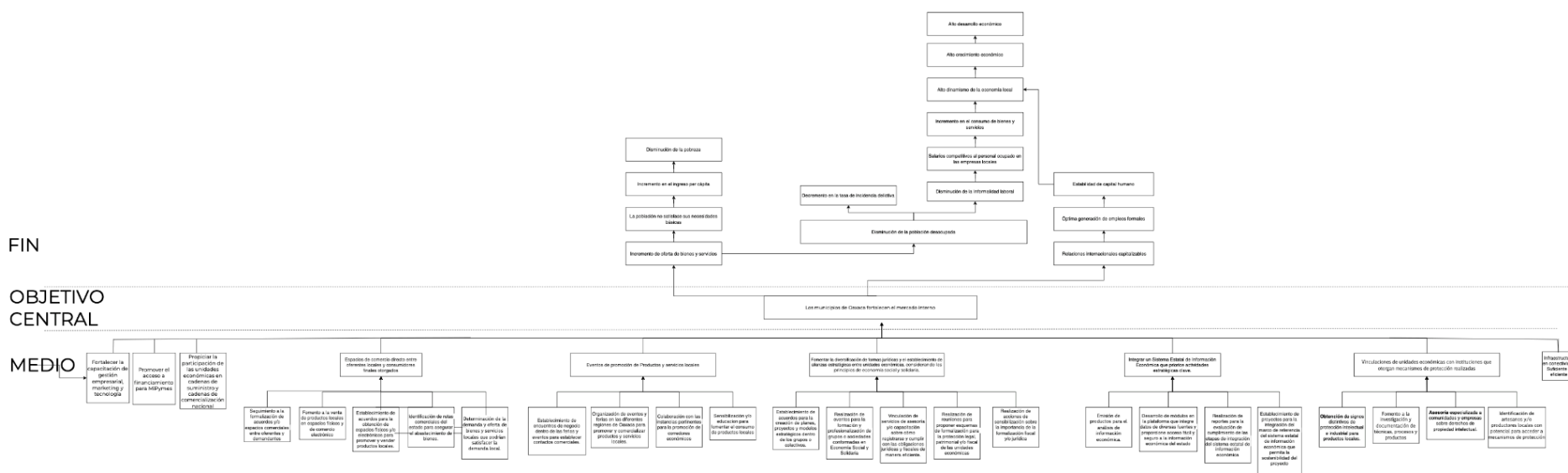
OAXACA
GOBIERNO DEL ESTADO

DESARROLLO ECONÓMICO
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

**UN PUEBLO TRANSFORMANDO
SU HISTORIA**

172: FORTALECIMIENTO DEL MERCADO INTERNO DE OAXACA

ÁRBOL DE OBJETIVO



Relación medios-fines del Programa Presupuestario 172 Fortalecimiento del Mercado Interno

El Programa Presupuestario 172 estructura su intervención bajo una lógica clara de relación medios-fines, en la que los componentes y actividades operan como medios estratégicos para alcanzar el propósito y, en un nivel superior, contribuir al fin de impulsar el desarrollo económico del estado de Oaxaca mediante el fortalecimiento del mercado interno.

En este sentido, el fin del programa consiste en contribuir al impulso del desarrollo económico estatal a través del fortalecimiento del mercado interno, reconociendo que un mercado local dinámico, articulado y competitivo es un factor clave para mejorar la actividad económica, el ingreso de las unidades económicas y el bienestar de la población. Este fin se persigue a partir de un propósito claramente definido, orientado a que los municipios de Oaxaca fortalezcan su mercado interno, incrementando la participación de productores locales en circuitos comerciales formales y consolidando el consumo de bienes y servicios locales.

Para lograr dicho propósito, el programa opera a través de cinco componentes que funcionan como medios directos de intervención. El Componente 1, enfocado en la habilitación de espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales, permite reducir intermediación, mejorar el acceso a mercados y fomentar la venta directa de productos locales. Este componente se apoya en actividades como la formalización de acuerdos, la identificación de

rutas comerciales, el análisis de oferta y demanda, y la gestión de espacios físicos y electrónicos, lo que fortalece las condiciones operativas del mercado interno.

El Componente 2, relativo a la realización de eventos de promoción de productos y servicios locales, contribuye a incrementar la visibilidad, posicionamiento y comercialización de la producción local. A través de encuentros de negocios, ferias, eventos regionales y acciones de sensibilización para el consumo local, se fortalecen los vínculos comerciales y se incentiva la preferencia por productos oaxaqueños, generando una mayor derrama económica en los municipios.

Por su parte, el Componente 3 se orienta a la conformación y fortalecimiento de grupos o sociedades económicas bajo principios de economía social y solidaria. Mediante actividades de capacitación, formalización, profesionalización y vinculación a servicios de asesoría especializada, este componente fortalece las capacidades organizativas y productivas de las unidades económicas, promoviendo su sostenibilidad y su integración efectiva al mercado interno.

El Componente 4 funge como un medio transversal para la toma de decisiones, al fortalecer el Sistema Estatal de Información Económica. La generación, integración y análisis de información económica confiable permite mejorar la planeación, el seguimiento y la evaluación de las políticas de fomento al mercado interno, asegurando que las acciones del programa respondan a las dinámicas reales del entorno económico estatal.

Finalmente, el Componente 5, enfocado en la vinculación de unidades económicas con mecanismos de protección para bienes y productos tradicionales, innovadores y tecnológicos, contribuye a preservar el valor económico y cultural de la producción local. Las actividades de asesoría, investigación, documentación y gestión de esquemas de protección fortalecen la competitividad y diferenciación de los productos locales dentro del mercado interno.

En conjunto, la articulación de estos componentes y sus actividades genera una cadena lógica de medios que inciden de manera directa en el fortalecimiento del mercado interno municipal, lo que permite alcanzar el propósito del programa y, de manera gradual y sostenible, contribuir al fin último de impulsar el desarrollo económico del estado de Oaxaca.

MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS 2026

NIVEL MIR	RESUMEN NARRATIVO
FIN	Contribuir al impulso del desarrollo económico del estado de Oaxaca mediante el fortalecimiento del mercado interno
PROPÓSITO	Los municipios de Oaxaca fortalecen el mercado interno
COMPONENTE 1.0.	Espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales realizados
ACTIVIDAD 1.1.	Seguimiento a la formalización de acuerdos y/o espacios comerciales entre oferentes y demandantes
ACTIVIDAD 1.2.	Fomento a la venta de productos locales en espacios físicos y de comercio electrónico
ACTIVIDAD 1.3.	Establecimiento de acuerdos para la obtención de espacios físicos y/o electrónicos para promover y vender productos locales.
ACTIVIDAD 1.4.	Identificación de rutas comerciales del estado para asegurar el abastecimiento de bienes.
ACTIVIDAD 1.5.	Determinación de la demanda y oferta de bienes y servicios locales que podrían satisfacer la demanda local.
COMPONENTE 2.0.	Eventos de promoción de productos y servicios locales realizados.

ACTIVIDAD 2.1.	Establecimiento de encuentros de negocio dentro de las ferias y eventos para establecer contactos comerciales.
ACTIVIDAD 2.2.	Organización de eventos y ferias en las diferentes regiones de Oaxaca para promover y comercializar productos y servicios locales.
ACTIVIDAD 2.3.	Colaboración con las instancias pertinentes para la promoción de corredores económicos
ACTIVIDAD 2.4.	Sensibilización y/o educación para fomentar el consumo de productos locales
COMPONENTE 3.0.	Grupos o sociedades considerando los principios de economía social y solidaria conformadas.
ACTIVIDAD 3.1.	Establecimiento de acuerdos para la creación de planes, proyectos y modelos estratégicos dentro de los grupos o colectivos.
ACTIVIDAD 3.2.	Realización de eventos para la formación y profesionalización de grupos o sociedades conformadas en Economía Social y Solidaria
ACTIVIDAD 3.3.	Vinculación de servicios de asesoría y/o capacitación sobre cómo registrarse y cumplir con las obligaciones jurídicas y fiscales de manera eficiente.
ACTIVIDAD 3.4.	Realización de reuniones para proponer esquemas de formalización para la protección legal, patrimonial y/o fiscal de las unidades económicas
ACTIVIDAD 3.5.	Realización de acciones de sensibilización sobre la importancia de la formalización fiscal y/o jurídica
COMPONENTE 4.0.	Mecanismos de información para el funcionamiento del Sistema Estatal de Información Económica establecidos.
ACTIVIDAD 4.1.	Emisión de productos para el análisis de información económica.
ACTIVIDAD 4.2.	Desarrollo de módulos en el Sistema Estatal de Información Económica que integre datos de diversas fuentes y proporcione acceso fácil y seguro a la información económica del estado
ACTIVIDAD 4.3.	Realización de reportes para la evaluación de cumplimiento de las etapas de integración del sistema estatal de información económica
ACTIVIDAD 4.4.	Establecimiento de proyectos para la integración del marco de referencia del sistema estatal de información económica
COMPONENTE 5.0.	Vinculaciones de unidades económicas con instituciones que otorgan mecanismos de protección realizadas
ACTIVIDAD 5.1	Realización de acciones de fomento para la obtención de signos de protección intelectual e industrial para productos tradicionales, innovadores y tecnológicos.
ACTIVIDAD 5.2	Fomento a la investigación y documentación de técnicas, procesos y productos

ACTIVIDAD 5.3	Otorgamiento de asesoría para proteger derechos de propiedad sobre procesos y productos tradicionales, innovadores y tecnológicos
ACTIVIDAD 5.4	Identificación de artesanos y/o productores locales con potencial para acceder a mecanismos de protección

Componente	Tipo de apoyo otorgado	Naturaleza del apoyo
1. Espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales realizados	Seguimiento a acuerdos comerciales; fomento a ventas locales en espacios físicos y digitales; obtención de espacios de venta; identificación de rutas comerciales; estudios de oferta y demanda	Vinculación comercial, articulación de cadena de valor, promoción de productos locales, fortalecimiento del mercado interno, análisis para abastecimiento regional
2. Eventos de promoción de productos y servicios locales realizados	Encuentros de negocio; organización de ferias regionales; colaboración para corredores económicos; acciones de sensibilización sobre consumo local	Promoción comercial, impulso al consumo interno, articulación institucional, fortalecimiento de mercados regionales, educación al consumidor
3. Grupos o sociedades bajo principios de economía social y solidaria conformados	Acuerdos internos de grupos y colectivos; eventos de profesionalización; asesoría jurídica y fiscal; propuestas de formalización; acciones de sensibilización para la formalización	Profesionalización de colectivos, fortalecimiento organizativo, acompañamiento legal y fiscal, fomento a la formalidad, desarrollo de capacidades de autogestión
4. Mecanismos de información del Sistema Estatal de	Emisión de productos de análisis económico; desarrollo de módulos	Producción y sistematización de información

Información Económica establecidos	del sistema; reportes de evaluación del sistema; proyectos del marco de referencia del SEIE	económica, desarrollo tecnológico para integración de datos, análisis y prospectiva, fortalecimiento del sistema estatal de información
5. Vinculaciones de unidades económicas con instituciones que otorgan mecanismos de protección realizadas	Fomento para obtener signos distintivos; investigación y documentación de técnicas y procesos; asesoría en propiedad intelectual; identificación de productores con potencial para mecanismos de protección	Protección de propiedad intelectual, preservación de técnicas tradicionales, fortalecimiento de identidad productiva, acompañamiento para certificaciones y distintivos

POBLACIÓN OBJETIVO

Una vez definido lo anterior, se prevé que el programa presupuestario Fortalecimiento del mercado interno atenderá a 30 municipios, lo que representa el 19.73% del total. Estos municipios son: Asunción Nochixtlán, Heroica Cd. de Ejutla de Crespo, Huajuapán de León, Ixtlán de Juárez, Juchitán de Zaragoza, Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca de Juárez, Ocotlán de Morelos, Putla Villa de Guerrero, San Carlos Yautepec, San Ildefonso Villa Alta, San Juan Bautista Coixtlahuaca, San Juan Bautista Cuicatlán, San Juan Bautista Tuxtepec, Villa Sola de Vega, San Pedro Pochutla, San Pedro y San Pablo Ayutla, Villa de Etla, San Pedro y San Pablo Teposcolula, Santa Catarina Juquila, Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Santiago Choapam, Santiago Jamiltepec, Santiago Juxtlahuaca, Santo Domingo Tehuantepec, Silacayoapam, Teotitlán de

Flores Magón, Tlacolula de Matamoros, Villa de Zaachila, Zimatlán de Álvarez.

Este programa contempla la atención a todas las regiones del estado mediante sus cabeceras distritales, considerando también el presupuesto requerido y el tiempo necesario para la generación de bienes públicos. Si bien se focaliza en estos 30 municipios, el programa está diseñado para ser inclusivo y atender otras áreas según las necesidades que surjan.

2.2.4. Identificación de duplicidades, complementariedades o sinergias.

Programa comparado	¿Duplicidad?	¿Complementariedad?	¿Sinergia?	Explicación puntual (máx. 5 líneas)
127 Promoción y comercialización turística	Sí	No	Sí	Existe potencial de duplicidad si los Eventos de promoción de productos y servicios locales (Pp 172) son idénticos o muy parecidos a las Acciones de Promoción que incluyen Eventos turísticos locales (Pp 127). Sin embargo, se puede dar una sinergia si los espacios de comercio se ubican estratégicamente en zonas de alta afluencia producto de la promoción turística.
128 Planeación turística y desarrollo sustentable e incluyente	No	Sí	Sí	Los grupos o sociedades establecidos bajo principios de la economía social y solidaria pueden estar integrados por comunidades con vocación turística que desarrollan Productos turísticos sustentables (Pp 128). El Pp 172 les podría dar la estructura para comercializar.

139 Desarrollo agrícola	No	Sí	Sí	Los productores agrícolas pueden utilizar los Espacios de comercio directo y Eventos de promoción para vender sus productos, reforzando el mercado local para el sector agrícola. Así mismo, podrían establecerse como grupos o sociedades de productores para obtener mejores condiciones en los mercados.
140 Desarrollo pecuario	No	Sí	Sí	De igual forma, los productores pecuarios con valor agregado pueden beneficiarse directamente de los canales de comercialización local para acceder al consumidor final, así como de la posibilidad de conformar grupos o sociedades.

2.3. Marco de actuación de la propuesta.

Elemento del Programa Presupuestario	Alineación PES (Objetivo estratégico / Estrategia)	Alineación PED (Objetivo / Tema / Línea de acción)	Alineación ODS. Objetivo
Propósito: Los municipios de Oaxaca fortalecen el mercado interno	Objetivo: Fortalecer el mercado interno de Oaxaca	Estrategia: Fortalecer el mercado interno en las ocho regiones del estado, para el abasto, comercio y distribución de productos y servicios existentes en las comunidades.	8. Trabajo decente y crecimiento económico.
Componente: Espacios de comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales realizados	Estrategia: Propiciar el comercio directo entre oferentes locales y consumidores finales para promover la competencia justa	Línea de acción: Fomentar la realización de ferias y exposiciones de carácter local, vinculados a la comercialización de productos y servicios	
Componente: Eventos de promoción de productos y servicios locales realizados.	Estrategia: Fomentar la promoción de productos y servicios locales en diversos	Línea de acción: Desarrollar estrategias de promoción de productos y servicios locales en medios de	

	medios de difusión.	difusión.	
Componente: Grupos o sociedades considerando los principios de economía social y solidaria conformadas.	Estrategia: Fomentar la diversificación de formas jurídicas y alianzas estratégicas entre unidades económicas para potencializar las oportunidades de desarrollo, considerando los principios de economía social y solidaria	Línea de acción: Fomentar la economía social y solidaria para fortalecer el desarrollo de unidades económicas.	
Componente: Mecanismos de información para el funcionamiento del Sistema Estatal de Información Económica establecidos.	Estrategia: Integrar un Sistema Estatal de Información Económica, priorizando la identificación de actividades estratégicas como las artesanales, manufactureras y comerciales.	Línea de acción: Fomentar la economía social y solidaria para fortalecer el desarrollo de unidades económicas.	
Componente: Vinculaciones de unidades económicas con instituciones que otorgan mecanismos de protección realizadas	Estrategia: Promover la protección de procesos y productos tradicionales, la innovación y el desarrollo tecnológico en Oaxaca.	Línea de acción: Promover el reconocimiento y protección de productos y prácticas tradicionales ante instancias locales, nacionales e internacionales	

2.5. Previsiones para integración y operación de Padrones.

El sector de desarrollo económico, alineado con criterios de transparencia y rendición de cuentas, integrará un padrón de beneficiarios. Este padrón incluirá los datos generales de los participantes en el acceso, uso o promoción de los bienes y servicios

que ofrece el sector, dentro de las posibilidades operativas y financieras.

La información para la integración del padrón se recabará de forma física o digital, a través de solicitudes de ingreso, listas de asistencia, cédulas, documentos de primer contacto u otros formatos que permitan obtener datos relevantes de cada beneficiario. Esta información incluirá datos personales, datos de la actividad económica y del beneficio recibido, con el objetivo de monitorear la cobertura territorial y la actividad económica de proyectos, programas y acciones. Además, se generarán estadísticas que contribuyan a la toma de decisiones del sector.

Los datos proporcionados por los beneficiarios a través de proyectos, programas y acciones serán tratados conforme a la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Oaxaca. Esta ley tiene como objetivo garantizar la privacidad y autodeterminación informativa de las personas, estableciendo bases, principios, obligaciones y procedimientos para asegurar el derecho a la protección de los datos personales.

El sector de desarrollo económico también contará con un “aviso de privacidad integral” que informará a los beneficiarios sobre los datos solicitados para la integración del padrón, así como sobre el tratamiento, uso y protección de dicha información. En el mismo aviso se informará cómo ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO).

2.6 Programas sujetos a reglas o lineamientos de operación.

Derivado de la revisión correspondiente, no se cuenta con programas sujetos a reglas o lineamientos de operación que, por sí mismos,

entreguen bienes o servicios, por lo que no es posible identificar ni vincular.

En caso de que en futuros ejercicios se generen programas con estas características, se integrará la información conforme a lo establecido en la normatividad aplicable.

3. Conclusiones.

El diagnóstico realizado permite identificar que la ineficiencia y el bajo desarrollo integral del mercado interno en el estado de Oaxaca constituye un problema público de carácter estructural, con efectos directos en el bienestar económico y social de la población. A pesar del potencial productivo, cultural y territorial de la entidad, persisten altos niveles de pobreza, informalidad, desigualdad regional y limitaciones en infraestructura, conectividad y acceso a información económica, lo que restringe la articulación eficiente entre productores, comerciantes y consumidores locales. El análisis evidencia que estas problemáticas se presentan de manera diferenciada entre regiones y municipios, lo que justifica la delimitación de una población potencial amplia y una población objetivo focalizada en municipios estratégicos. Asimismo, se identifican oportunidades claras de intervención mediante acciones de fomento, promoción económica, fortalecimiento de capacidades organizativas, generación de información estratégica y protección de productos locales. En conjunto, los hallazgos sustentan la pertinencia y necesidad de implementar el programa presupuestario Fortalecimiento del mercado interno, como un instrumento para contribuir al desarrollo económico incluyente y sostenible.

4. Glosario.

Actividad económica: Es el conjunto de acciones realizadas por una unidad económica con el propósito de producir o proporcionar bienes y servicios que se intercambian por dinero u otros bienes o servicios.

Agente económico: Toda persona o entidad, con o sin fines de lucro, que participa en la actividad económica y cuyas interacciones entre sí influyen en el funcionamiento de la economía en su conjunto.

Alianza estratégica: Es una relación entre dos o más entidades que acuerdan compartir los recursos para lograr un objetivo de beneficio mutuo.

Cadenas de valor locales: Conjunto de acciones y actividades realizadas por empresas de una localidad, región o estado a lo largo de un proceso económico, desde la adquisición de materia prima hasta la distribución del producto terminado. Cada eslabón de esta cadena contribuye a añadir valor al producto o servicio, entendiendo este valor como la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por él.

Competitividad: Conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo.

Cohesión social: Es el grado de integración de la ciudadanía a su comunidad.

Crecimiento económico: Es el aumento sostenido y continuo de la producción de bienes y servicios en una economía durante un período de tiempo prolongado.

Desarrollo económico: Es un proceso de transformación estructural que busca mejorar el sistema económico a largo plazo, de modo que todos los sectores productivos crezcan de manera equitativa y sostenible en el tiempo.

Desarrollo social: Es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social.

Desarrollo sostenible: Se hace referencia a aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

Desarrollo integral: Se refiere a un enfoque global y equilibrado del desarrollo que considera y promueve el progreso en todas las dimensiones importantes de la vida. No se limita a aspectos económicos, sino que también abarca aspectos sociales, culturales y ambientales.

Diversificación económica: Consiste en el paso a una estructura nacional de la producción y el comercio más heterogénea.

Economía Social y Solidaria: Es un conjunto de iniciativas socioeconómicas y culturales basado en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes. Busca generar relaciones de solidaridad y confianza, espíritu comunitario y participación en la sociedad, fortaleciendo procesos de integración productiva, de consumo, distribución y ahorro y préstamo para satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades donde se desarrollan.

Economía local: Es el sistema económico que opera a nivel de una comunidad, región o un área geográfica específica.

Establecimiento: Es la unidad económica que en una sola ubicación física, delimitada por construcciones e instalaciones fijas, combina recursos bajo un solo propietario o control para desarrollar por cuenta propio o ajena (maquila) las actividades de ensamble, procesamiento y transformación total o parcial de materias primas que derivan en la producción de bienes y servicios afines, comprendidos principalmente en una sola clase de actividad económica.

Mercado interno: Es el conjunto de operaciones de intercambio de bienes y mercancías entre comerciantes e individuos pertenecientes a una misma localidad, región, estado o país y sujetos por lo tanto a las mismas reglas comerciales.

Mercado externo: Es el conjunto de operaciones de intercambio de bienes y mercancías fuera de las fronteras de una localidad, región, estado o país.

Protección industrial e intelectual: Se refiere al conjunto de normas que regulan la adquisición y el uso de derechos sobre bienes intangibles (creaciones de la mente humana) susceptibles de uso comercial.

Unidad económica: Entidad (institución, empresa, negocio o persona) que se dedica a la producción de bienes, compra-venta de mercancías o prestación de servicios públicos y privados.

5. Fuentes de información.

Bravo, E., Dini, M., y Rueda, M. (2020). La contribución de las asociaciones empresariales al desarrollo de las políticas productivas Elementos para la elaboración de un marco analítico. Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Consejo de la Unión Europea. (2024). Indicaciones geográficas para alimentos y bebidas. Recuperado de <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/geographical-indications-for-food-and-drinks/>

Comisión Europea. (2021). *Estudio sobre el valor económico de los regímenes de calidad de la UE, las indicaciones geográficas (IG) y las especialidades tradicionales garantizadas (ETG)* <https://data.europa.eu/doi/10.2762/396490>

Geoportal del Sistema Estatal de Puebla.(2024). <https://geoportal.puebla.gob.mx/>

García, F. y Gómez, F. (2023). Factores clave para la diversificación productiva: oportunidades para el diseño de estrategias industriales regionales en México. *Revista sobre México. Temas de economía*.

Instituto de Información Estadística y Geográfica (2022). Miradas cuarenta años del INEGI. Recuperado de <https://miradas.inegi.org.mx/Recursos/doc/Miradas.pdf>

Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México IGECEM.(2024). <https://igecem.edomex.gob.mx/>

Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco. (2024). <https://iieg.gob.mx/ns/>

Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Oaxaca. Última reforma POE 17-08-2023. Recuperado de https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/asistencia/leyes_fiscales/VIGENTES/pdf/LEY_ORGANICA_DEL_PODER_EJECUTIVO%202023.pdf

Ley para el Fomento del Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca. H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca. Recuperado de [https://congresooaxaca.gob.mx/docs64.congresooaxaca.gob.mx/documents/legislacion_estatal/Ley_para_el_Fomento_del Desarrallo Economico del Estado de Oaxaca \(Ref dto 2653 LXIV 25 ago 2021 PO 38 11a secc 18 sep 2021\).pdf](https://congresooaxaca.gob.mx/docs64.congresooaxaca.gob.mx/documents/legislacion_estatal/Ley_para_el_Fomento_del Desarrallo Economico del Estado de Oaxaca (Ref dto 2653 LXIV 25 ago 2021 PO 38 11a secc 18 sep 2021).pdf)

Meléndez Lindon, V., Cabrera Ventura, M. d., Chung Alcarazo, D. G., Garnique Riojas, M. G., Guivín Picón, A. S., López Díaz, D. F., & Paredes Reyes, K. d. (Octubre de 2020). Análisis Comparativo de las Economías Latinoamericanas. Lambayeque, Perú: Escuela de Economía, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Recuperado de <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/vela-4.pdf>

Plan Estatal de Desarrollo [PED]. (2022-2028). Recuperado de https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de Desarrallo 2022-2028.pdf

Registro Agrario Nacional, [RAN]. (2023). Tierra de uso común, entidad federativa Oaxaca.
<https://datos.gob.mx/busca/dataset/datos-geograficos-de-las-tierras-de-uso-comun-por-estado--formato-shape>

Ríos, L. (2020). Heterogeneidad productiva en tiempos adversos, el caso de Oaxaca. Revista CESOP, (3).

Subsecretaría de Industria y Comercio. (2023). Diagnóstico del Programa presupuestario "P009 Promoción y fomento del desarrollo y la innovación de los sectores industrial, comercial y de servicios. Recuperado de https://www.economia.gob.mx/files/gobmx/dgpe/diagnostico_pp_p009vf.pdf

Unión Europea. (2024). Entra en vigor el Reglamento de la UE relativo a la protección de las indicaciones geográficas de productos artesanales e industriales. Recuperado de <https://www.euipo.europa.eu/es/news/eu-regulation-on-geographical-indication-protection-for-craft-and-industrial-products-enters-into-force>