

## EVALUACIÓN DE LOS APOYOS EXISTENTES EN LAS EMPRESAS EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA REGIÓN COSTA DE OAXACA

---

*Gisela Vega Torres*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Cuautla

*Angélica Cajero Martínez*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Tláhuac

*Juan Carlos Campos Cabello*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Tláhuac

*José David Muñoz Elizalde*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Tláhuac

*Josue Iván Jaime Pérez*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Cuautla

*Urfile Victoria Peláez Estrada*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Tláhuac

*Divina Linares Peláez*

Tecnológico Nacional de México/Instituto  
Tecnológico de Pinotepa

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



**Abstract:** The work developed below is a research carried out mainly to show the differences that exist between the support offered to MIPYMES in the processing industry in the City of Pinotepa Nal. Oaxaca, it is believed that there is a great diversity of these that can be useful for entrepreneurs, but at the same time there is a considerably low life expectancy to start a business in the region. The process was carried out through bibliographic and field research, through interviews with experts and surveys of a sample of the population of interest, whose results roughly show a difference in the perception of support between those who offer it and those who provide it. that require them. It is expected that with the results obtained, possible areas of opportunity can be detected to work on reducing the mortality of companies, in addition to being able to be used as a basis to carry out more in-depth and specific investigations to define the root cause(s) of the current problem with the life expectancy of MSMEs and being able to provide a solution to this situation.

**Keywords:** Support, company, evaluation.

## INTRODUCCIÓN

El actual Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, el cual tiene la directriz de orientar las políticas y programas del gobierno federal durante los próximos años. Se especifica que será para los próximos años, por las diversas estrategias enunciadas en dicho plan abarcan objetivos tanto a corto, como a mediano y largo plazo.

Ligado al objetivo general de este plan, es “Organizar un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación”(Diario Oficial, 2019), estos son los

principios rectores de su propuesta: de las cuales la número cinco y seis que es la que compete a esta investigación, es la de construir un “México Próspero”, ya que señala el camino que se debe seguir para impulsar a las empresas pequeñas y medianas, generar así más empleo. Esta meta se deriva del hecho de que en los Estados Unidos Mexicanos alrededor del 52% del Producto Interno Bruto es aportado por las MIPYMES, aunado a esto generan el 72% de los empleos en el país (ProMéxico, 2022)

Es así como la misma federación justifica la importancia al desarrollo y fortalecimiento de las MIPYMES y las incluye dentro de una de sus estrategias del mencionado plan, la cual pretende “Impulsar a los emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas” apoyando su inserción en las cadenas de valor estratégicamente, a través de la educación, financiamiento y protección legal, creando un sistema de información de este sector productivo, con programas para desarrollar capacidades en las TIC (tecnologías de la información y comunicación), entre otras líneas de acción propias del plan.

Esta situación y política refleja no sólo el involucramiento que tiene el gobierno federal para con los programas y apoyos que se brindan a las micro, pequeñas y medianas empresas, sino también, refleja que es una realidad que este sector productivo requiere de un apalancamiento para ser explotado de manera que conlleve a una economía próspera en nuestro país.

Existen también cámaras formadas por particulares, que buscan la prosperidad económica de México con el objeto de velar por sus intereses pero que finalmente derivan en asociaciones que los representen de mejor manera, ya que están formadas por miembros del mismo gremio para apoyarse a sí mismos, sirviendo como mediadores para resolver sus problemas y como facilitadores para satisfacer sus necesidades e impulsar sus objetivos.

## **METODOLOGÍA**

En esta sección se especifica el tipo de investigación, los métodos que se usaron y las variables que se consideraron para dar respuesta al objetivo y preguntas de investigación; se emplearon como métodos para la obtención de la información los siguientes:

- A. Entrevistas (instituciones de apoyo, a expertos para obtener ideas para la construcción del instrumento de investigación)
- B. Instrumento de Investigación (a las MIPYMES)

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación está diseñada en una investigación no experimental, ya que no se pretende manipular variables de ésta, se busca observar, conocer cuál es la situación actual ante el aprovechamiento de los apoyos que existen para las MIPYMES, sin inferir de manera alguna en la obtención de los resultados más que los que resulten del uso de los instrumentos definidos.

## **EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el primer capítulo de esta investigación se realiza el planteamiento del problema, describiendo la situación actual del problema, su justificación, delimitando los objetivos, así como definiendo las preguntas de investigación, surgiendo todo esto del interés personal en el tema. En el segundo capítulo, se hace una recopilación de información relacionada a las instituciones dedicadas al apoyo de las MIPYMES y a los diferentes factores que son considerados como claves para el éxito de las empresas y que deberían ser tomados en consideración al momento de buscar apoyos para las MIPYMES o a la hora de ofrecerlos.

En el tercer capítulo se describe la investigación, resaltando dentro de sus puntos más importantes el tamaño del cálculo de la muestra y los criterios para la selección de ésta. En este capítulo también se describen los instrumentos de investigación.

En el cuarto y quinto capítulo se detallan los resultados de las entrevistas y de la aplicación del instrumento de investigación, así como la discusión de los resultados resaltando los contrastes entre la investigación bibliográfica, la investigación de campo y las distintas respuestas obtenidas de entre los expertos y los empresarios encuestados.

Finalmente se detallan las conclusiones de la investigación y se realizan recomendaciones a partir de dichas conclusiones, en el sexto capítulo, para finalizar con la bibliografía y los anexos de las entrevistas realizadas con respuestas, y las preguntas de las encuestas, en los últimos dos capítulos.

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con el número de momentos en el tiempo en que se realizó la recolección de datos, esta investigación es transversal. Se define luego esta investigación como una del tipo descriptivo ya que se presentará la situación actual de las MIPYMES y que tanto aprovechan los apoyos que existen en el periodo 2022 - 2023.

El enfoque de la investigación es principalmente cuantitativo, debido a proceso de investigación realizado, es secuencial: se planteó un problema, se revisó la literatura y se recolectaron datos con el instrumento de investigación, los cuales se analizaron a través de métodos estadísticos.

Por otro lado, existe también un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas a expertos en el tema de los apoyos a empresas. La información obtenida de las entrevistas fue la base para la elaboración del instrumento de investigación, además sirve como referencia

para comparar las opiniones de los expertos, que son los oferentes de los apoyos con las de los empresarios, que son los demandantes de estos.

## INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Primeramente, se utilizó, como instrumento de investigación auxiliar, un cuestionario que ayudó como guía para la elaboración del instrumento de investigación principal; las respuestas a dicho cuestionario, proporcionadas en entrevista con expertos sobre el tema de los apoyos ofrecidos a las MIPYMES sirvieron de orientación para enfocar las preguntas y definir las posibles respuestas en el cuestionario que fue aplicado a los empresarios de las MIPYMES.

El instrumento de investigación principal fue elaborado, como se mencionó en el párrafo anterior, basado en la experiencia de los expertos sobre el tema. Este instrumento se aplicó a la muestra de MIPYMES, en la ciudad de Pinotepa Nal., Oax., identifica los distintos apoyos actualmente existentes del sector público y privado para las MIPYMES, identificar la cantidad/proporción de MIPYMES que acceden a estos, así mismos conocer la percepción de las instituciones sobre la actitud de las MIPYMES.

## SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para seleccionar la muestra se tomaron diversos criterios:

- Sector manufacturero.
- La empresa debería tener hasta 250 empleados.
- La ubicación en la ciudad de Pinotepa, Nal., Oax.
- Registrados en el SAT.
- Las empresas al norte, al centro y al sur de la ciudad fuera similar.

## CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la presente investigación, la población es el total de empresas que entran dentro de la definición de MIPYMES mencionada anteriormente en esta investigación, que están localizadas en el área geográfica de la Ciudad de Pinotepa, Nal., Oax. cuyo giro es la industria de la transformación.

Teniendo en cuenta la limitación de tiempo, la disponibilidad limitada del equipo de apoyo a formar y previniendo una posible baja disponibilidad para responder al instrumento de investigación por parte de los empresarios (debido al clima sociopolítico en el que se encontraba la ciudad de Pinotepa, Nal., Oax. durante el transcurso de la investigación) se tomó la decisión de realizar un muestreo a juicio o aleatorio.

En la Ciudad de Pinotepa, Nal., Oax. existen un total de 500 unidades económicas (con hasta 150 personas empleadas) del sector de manufacturas (INEGI, 2022). De dicho total se consideran como MIPYMES sólo 250, al descartar aquellas unidades cuyo nombre es el mismo, lo cual indica que forman parte de la misma empresa, pero tienen distintas ubicaciones.

Se decide formar un equipo compuesto por tres alumnos de la carrera de Ingeniería Sistemas Computacionales del Instituto Tecnológico de Pinotepa, Nal., Oax., quienes en un lapso de tiempo no mayor a seis semanas aplicaron la mayor cantidad de encuestas que les fue posible pretendiéndose aplicar un total de 180 encuestas por lo menos.

Al finaliza las seis semanas el equipo de investigación realizó 173 intentos de aplicación del instrumento de investigación, de los cuales 59 fueron fructíferos y el resto fallidos, es decir, en 114 empresas no se pudo aplicar el instrumento debido a la negativa de los empresarios a contestar las encuestas, ya que postergaban las citas, hacían esperar

a los encuestadores demasiado tiempo o definitivamente se negaban a contestar debido a que no les interesaba contestar encuestas que tuvieran que ver con el gobierno, o bien porque no tenían tiempo disponible para atender al encuestador. Por lo tanto, la muestra a juicio fue de 59 MIPYMES.

## RESULTADOS

En los siguientes párrafos se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los expertos, que servirán para ampliar el panorama que se tiene en la materia de los apoyos, su funcionamiento y la experiencia de dichas personas en el esta área, como para, basados en sus respuestas, construir de manera más adecuada y apegada a la realidad la herramienta de investigación con la que se trabajó.

Los resultados de las entrevistas se presentan a manera de resumen, separados por experto/institución, en la sección de anexos del presente documento podrá encontrar la serie de preguntas realizadas que dieron como resultado los párrafos abajo descritos.

Finalmente se presenta la información que arrojó la aplicación del instrumento de investigación a los diferentes empresarios encuestados, el cual también se encuentra en la sección de anexos.

## EN LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS

### DEMIC

DEMIC cuenta con un aproximado de 2400 clientes activos, todos de Microempresas. Se considera que hay una gran falta de difusión de los apoyos debido a que los recursos con los que cuentan, por ser una organización sin fines de lucro, son limitados, tanto para promover los servicios como para otorgar los apoyos, pues esto depende de los diferentes fondos. Sus clientes son formales e informales, aunque asesoran a los clientes informales para

entrar a la formalidad (además de otorgar incentivos a quienes pasen a ésta); muchos de éstos se encuentran en el RIF con ingresos no reales.

Los apoyos que más se solicitan son el financiamiento en los diferentes sectores (comercial, industrial y de servicios) en una proporción del 98% de solicitudes de financiamiento de clientes y prospectos; siendo el crédito individual (dentro de sus productos) el más buscado. Esto proviene de la necesidad de los empresarios de poder continuar con su negocio ya que el financiar a sus clientes se ha vuelto una práctica cada vez más común, además de que requieren en ocasiones invertir en maquinario, en reabastecer sus niveles de inventario, y remodelación en las instalaciones.

La capacitación y la asesoría son los apoyos que menos les son solicitados ya que el microempresario se encuentra demasiado inmerso en su negocio y no se encuentra dispuesto a “desperdiciar” tiempo en capacitación; tiempo que se considera “no redituable” debido a que le genera desatención en las actividades productiva de su negocio y por lo tanto le puede generar pérdidas de clientes y en consecuencia, ingresos.

El Ingeniero Meraz observa que las MIPYMES no solicitan apoyos porque tienen miedo a no poder cumplir con los compromisos adquiridos; en el caso específico del mercado de DEMIC los negocios son muy pequeños y siempre tienen la incertidumbre de los ingresos proyectados. Aunado a esto, muchos microempresarios no tienen un buen historial crediticio. Otra razón es que sienten que ellos lo saben todo y están cerrados para aprender nuevas cosas.

Dentro de las recomendaciones que da para que más empresarios soliciten apoyos es concientizar a éstos en la importancia que tiene actualizar sus procesos, el crecimiento al ritmo de los avances tecnológicos, así



como hacer uso de herramientas que les permitan expandirse mucho más con menos; y finalmente solicitar financiamiento de acuerdo a su capacidad de pago para que se pierda el miedo al crédito.

Para que, en sí, todas las necesidades de las MIPYMES sean cubiertas se requiere que existan programas de financiamiento con tasas de interés atractivas, pero sobre todo que se otorguen financiamientos que se encuentren supervisados en la aplicación de los recursos para que estos utilizados de la manera correcta. También se recomienda incentivar la capacitación a través de estímulos reales para que asistan y aprovechen la misma.

Se considera además que un 96% de los beneficiados aplican el recurso para lo que fue solicitado, aunque no se encuentre bien enfocado, en algunas ocasiones solicitan el recurso para “reabastecerse” de inventario, cuando en realidad no lo necesitan, o para adquirir más equipo para aumentar su capacidad de producción cuando no tienen clientes suficientes que consuman dicha producción.

También se considera que los apoyos que ofrece gobierno no son oportunos ni suficientes, en muchas ocasiones tampoco son adecuados, ya que salen por convocatorias y tardan mucho tiempo en otorgar los recursos (una vez ya que han sido asignados).

Anteriormente DEMIC condicionaba los apoyos con capacitación previa, pero al llegar otras instituciones financieras que no condicionan los apoyos de esa manera, llevó a esta asociación a dejar de condicionarlo y competir a base de su baja tasa de interés, menos requisitos y más flexibles. Un plan de negocios o una planeación estratégica serían útiles para que los apoyos que soliciten sean adecuados y de mayor provecho.

## CANACINTRA

La CANACINTRA cuenta con 700 socios aproximadamente, de los cuales el 80% son microempresas. Del total de los socios cerca de un 80% usa los servicios de la cámara, y un 60% busca los apoyos financieros. Como institución sólo apoyan a empresas que se encuentren registradas formalmente ante el SAT, pero se busca incentivar a aquellos empresarios informales para que pasen a la formalidad y posteriormente puedan disfrutar de los beneficios que se les ofrecen.

De entre los apoyos que se solicitan con mayor frecuencia se encuentran aquellos relacionados con las TIC, solicitudes que se concretan en mayor volumen; esto debido a la facilidad con que se pueden obtener los financiamientos y por los amplios programas que generalmente existen en relación a estas tecnologías, además que los montos que se ofrecen son mucho menores, así como la cantidad de apoyos que se ofertan son mucho mayores que para otro tipo (como los que se enfocan en el uso de alta tecnología). Después de estas solicitudes se encuentran aquellas orientadas al escalamiento productivo en la adquisición de maquinaria y remodelaciones.

Los apoyos que por lo general son los menos requeridos por los socios son los que tienen relación con asesorías, ya sea para innovación o para los procesos de exportación; de igual manera todas las capacitaciones en general a las que pueden tener acceso los socios son solicitados en mucha menor proporción. Bajo la perspectiva de la Ingeniera Arredondo el poco uso de los apoyos relacionados al entrenamiento, asesorías y capacitación para los empresarios se debe a que los mismos miembros de las empresas son responsables de múltiples tareas, por lo que es difícil delegar y además darse el tiempo de recibir dichos apoyos. Principalmente las microempresas tienen la necesidad de ver tangiblemente los beneficios que obtendrán como empresa

al recibir un entrenamiento debido a los volúmenes de ingresos que manejan

Las MIPYMES no solicitan apoyos por el desconocimiento que tienen de las cámaras, su poca visión para conocer y diferenciar una cámara de la otra, así como lo que ofrece cada una de ellas. Para que éstas se acerquen más a solicitar los recursos es necesario que las mismas empresas se autoanalicen, que aprendan a identificar sus necesidades y que comprendan el beneficio de la representatividad y asociacionismo, ya que éste es un beneficio que no se puede obtener en otro lado, y que puede traer grandes beneficios a los mismos asociados pero cuyas dimensiones no se alcanzan a comprender en muchas ocasiones; el hecho de saberse que no están solos es una motivación poderosa para que los mismos socios ofrezcan ayuda y la pidan cuando sea necesaria. Por otro lado, la experiencia que tiene la cámara, tanto en la realización de trámites, solicitud de apoyos y representación de sus afiliados es una gran base que puede servir como motivación para el acercamiento de los empresarios.

En la opinión de la experta consultada de CANACINTRA la mayor parte de las necesidades de las MIPYMES se encuentra cubierta con los programas que se ofrecen. En realidad, hasta existen opciones de gobierno federal para facilitar la compra de terrenos para la construcción de edificios, pero la cantidad de apoyos otorgados es mínima. De la misma manera existen apoyos de financiamiento destinados a incrementar el capital de trabajo y el equipo de transporte. Hablando de financiamiento, es aquí donde se encuentra la barrera real que se requiere eliminar para cubrir por completo las necesidades de las empresas: es decir, desarraigar la idea de que sólo con recursos económicos de fondo perdido se puede obtener una buena ayuda, para ello se debe cambiar la cultura del financiamiento, dejar de lado el miedo (por

parte de los empresarios) para adquirirlo y cumplir con las responsabilidades adquiridas.

Por lo menos un 90% por ciento de los solicitantes que acceden a los apoyos aplican éstos de manera adecuada, es decir en donde realmente lo necesitan, el resto que no lo hace es generalmente por desconocimiento, ya que es muy difícil que los recursos recibidos se apliquen en áreas distintas a las que fueron solicitadas; es decir, el error de los micro, pequeños y medianos empresarios radica en que muchas veces solicitan dinero para cubrir necesidades que no tienen y aquellas críticas no las toman en cuenta.

La complejidad de la operatividad de la gestión del financiamiento es uno de los defectos más importantes que se encuentran entre los apoyos que se ofrecen para las MIPYMES, esto debido a que los tiempos que se manejan en las convocatorias de los apoyos públicos tienen tiempos muy largo y al final el apoyo se entrega, en muchas ocasiones, demasiado tarde. Otros defectos que también son importantes son la terminología usada dentro de las mismas convocatorias e instrucciones y la cantidad de procedimientos que se deben seguir para su solicitud.

La Ing. Arredondo considera que la base para el buen funcionamiento y desarrollo de una MIPYME es tener una buena planeación. Se ha visto que la falta de planeación es una de las causas raíz del alto índice de mortalidad de las empresas. Los empresarios deben aprender a detectar las oportunidades de negocio y accionar a éstas, y la buena elaboración de un plan estratégico o de negocios con datos reales, ya que actualmente se observa que la creación de negocios se basa más en ideas que en la realidad.

Debido a que no se muestran los resultados completos no se puede definir el total de solicitudes recibidas para las convocatorias del FNE del segmento B, por lo tanto, es ésta la razón que para el propósito de ésta investigación

se hace la división de las convocatorias en ambos segmentos. Abarcando un total de diecinueve convocatorias, la cuales se detallan a continuación en la Tabla 1: Convocatorias del Fondo Nacional Emprendedor.

Tabla 1. segmento B: Convocatorias 1.3, 1.5, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 5.1 y 5.2 cuyos resultados disponibles en la página de internet del INADEM muestran los apoyos y montos otorgados por entidad federativa pero no especifican las solicitudes no aprobadas ni el total de solicitudes recibidas por cada convocatoria. Esto es (haciendo referencia a la nota al final de la publicación de los resultados de cada convocatoria) “Debido al límite de presupuesto de la convocatoria”, proyectos aprobados en sesiones extraordinarias, según indica. Los resultados no especifican el tamaño de empresa al que pertenece cada proyecto

En la Tabla 2 se clasifican convocatorias en cinco tópicos, de acuerdo al número de convocatoria y al objetivo de éstas, para lograr un mejor entendimiento sobre la demanda de convocatorias por parte de los solicitantes.

Tópico	Objetivo
1	Desarrollo
2	Emprendedurismo
3	Finanzas
4	MIPYMES
5	TICs

Tabla 2: Clasificación de convocatorias

Fuente: Elaboración propia

Los apoyos de gobierno tienen suficiente difusión. Esto se afirma debido a que existen distintas maneras de difundirlos: a través de la red de apoyo al emprendedor, donde a los registrados se les envían periódicamente correos electrónicos de difusión; a través de boletines semanales, en los eventos donde se promueven los programas de gobierno como en cámaras, convenciones, escuelas, entre otros; además de los medios de comunicación

convencionales como la radio, televisión y redes sociales.

Los programas que tienen una mayor demanda son los pertenecientes a las convocatorias 1.2, 1.3, 5.1 y 5.2 (afirmación basada en la entrevista con la Lic. Rivera, ya que una parte de la convocatoria 1.3 y las convocatorias 5.1 y 5.2 se encuentran dentro del Segmento B de convocatorias). De hecho, en la categoría para emprendedores se ofrecen entre cuatro y cinco asesorías diarias para que las personas puedan aplicar a éstas; es decir, diariamente cuatro o cinco emprendedores se acercan a la Secretaría de Economía en búsqueda de orientación.

Las convocatorias 1.4, 2.1 y 2.2 son las menos solicitadas en la región 1 por MIPYMES, con solo el 12% del total gestionado del segmento A, y son la 1.4 y la 2.1 las convocatorias de menor monto otorgado totales. Comparando los recursos otorgados a las MIPYMES en la región 1 con los otorgados a las empresas grandes de la misma región se puede observar que en ambos grupos de empresas se asigna la mayor parte de los montos para las convocatorias enfocadas al Desarrollo (68% del monto otorgado a MIPYMES y 53% del otorgado a empresas grandes), además que del monto otorgado a empresas grandes se dedica un mayor porcentaje (33%) para apoyar al emprendedurismo contra el 14% destinado a MIPYMES para el mismo propósito (véase Gráfico 1: Montos otorgados para MIPYMES y empresas grandes por convocatoria).

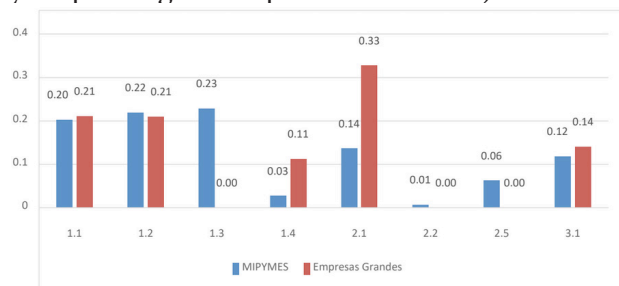


Gráfico 1: Montos otorgados para MIPYMES y empresas grandes por convocatoria

Fuente: Elaboración Propia (INADEM, 2022)



Segmento A		Segmento B	
1.1	Desarrollo de redes y cadenas globales de valor	1.3	Reactivación económica; Reactivación económica y de apoyo a los programas: de la prevención social de la violencia, delincuencia, la cruzada nacional contra el hambre.
1.2	Productividad económica regional	1.5	Obtención de apoyos para proyectos de Mejora Regulatoria*
1.3	Reactivación económica y de apoyo a los programas y de apoyo a los programas: de la prevención social de la violencia y delincuencia y la cruzada nacional contra el hambre	2.3	Creación de Empresas Básicas a través del Programa de Incubación en Línea (PIL); y mismo programa para estados fronterizos
1.4	Desarrollo de centrales de abasto y mercados	2.4	Incubación de Alto Impacto y Aceleración de Empresas
2.1	Fortalecimiento de la red de apoyo al emprendedor	2.5	Organización, realización y participación en eventos empresariales y de emprendimiento que apoyen y fortalezcan la productividad de un sector estratégico (2a emisión)
2.2	Creación, Seguimiento y Fortalecimiento de Empresas a través de incubadoras de Empresas Básicas	2.6	Fomento a las Iniciativas de Innovación*
2.5	Organización, realización y participación en eventos empresariales y de emprendimiento que apoyen y fortalezcan la productividad de un sector estratégico	2.7	Fomento del Emprendimiento.
3.1	Profesionalización de capacidades financieras, vinculación y generación de contenidos para documentar y madurar el ecosistema emprendedor	3.2	Apoyo a fondos de capital emprendedor y empresas de alto impacto en etapa de escalamiento industrial y/o comercial*
		3.3	Impulso a Emprendimientos de Alto Impacto
		4.1	Formación Empresarial para MIPYMES
		4.2	Fomento a la adquisición del modelo de Microfranquicias
		5.1	Incorporación de Tecnologías de Información y Comunicaciones a las Micro y Pequeñas Empresas
		5.2	Desarrollo de Capacidades Empresariales para Microempresas a través de la incorporación de tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's)

Tabla 1 : Convocatorias del Fondo Nacional Emprendedor.

\*No existen proyectos aprobados para el estado de Pinotepa Nal. Oaxaca.

En el estado de Pinotepa, Nal., Oax. son las convocatorias 5.1 y 2.3 (del segmento B) en las que se aprueban una mayor cantidad de solicitudes (528 y 494 respectivamente); las convocatorias 2.7, 2.5, y 3.3 son las de menor cantidad de solicitudes aprobadas (con 1, 2 y 2 respectivamente). En total en 2016 se aprobaron 1094 solicitudes. Dentro del segmento B al estado de Pinotepa, Nal., Oax. le fue asignada la cantidad de \$116, 657, 570.50 pesos, siendo la convocatoria 5.2 la de mayor monto asignado con un total que supera los 37 millones de pesos. Esta información puede visualizarse en el Gráfico 2: Solicitudes aprobadas por convocatoria y Gráfico 3: Montos otorgados por convocatoria.

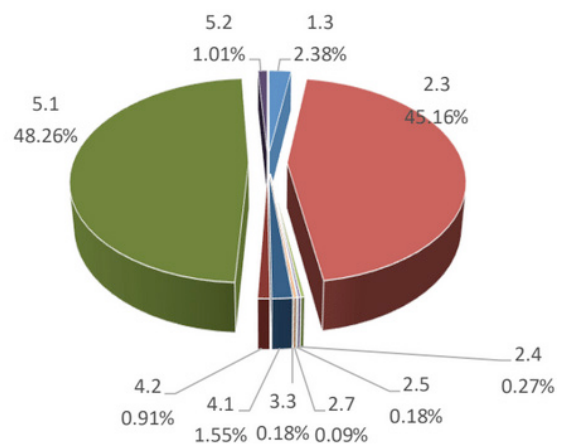


Gráfico 2: Solicitudes aprobadas por convocatoria

Fuente: Elaboración Propia (INADEM, 2015)

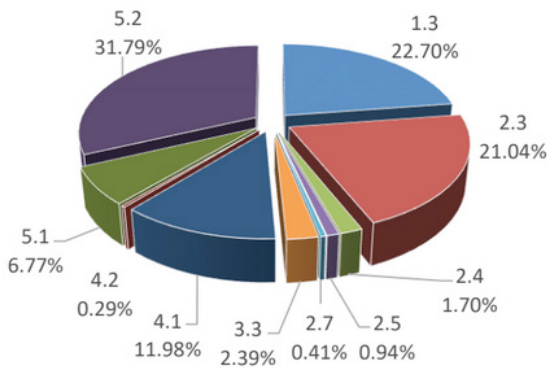


Gráfico 3: Montos otorgados por convocatoria

Fuente: Elaboración Propia (INADEM, 2015)

La licenciada Rivera afirma que son la desconfianza y la falta de información relacionada a la transparencia de las convocatorias y sus resultados, los factores por los cuales los micro, pequeños y medianos empresarios no solicitan apoyos. También, aunque con menor ponderación, se encuentra la esperanza que tienen los solicitantes a que alguien los lleve paso por paso a través de la recopilación de los requisitos y la aplicación de la solicitud en las convocatorias, sin hacer un mayor esfuerzo.

A pesar de esto, se observa que existe una demanda alta de los apoyos ofertados por la SE, pero se recomienda que debería existir un mayor interés y por ende mayor seguimiento de parte de los solicitantes sobre las distintas convocatorias que hay, puesto que aunque muchas veces éstas se encuentren cerradas los interesados pueden ir reuniendo los requisitos de cada convocatoria para que en cuanto se abra se aplique inmediatamente, hay ocasiones que cuando los puntajes otorgados a cada solicitud son iguales, el factor de “desempate” entre éstos es la prontitud con la que envió la solicitud, en otras palabras, ser el primero en aplicar ofrece una ventaja a la hora de discriminar entre dos proyectos igual de buenos.

Debido a que cada convocatoria que se abre es hecha de acuerdo a las necesidades de

las empresas, observadas en estudios, y a que éstas también son revisadas periódicamente no solo en sus resultados sino en los comentarios obtenidos por los solicitantes, se cree que las necesidades de las MIPYMES sí están cubiertas por los apoyos que otorga el gobierno. En realidad, a esta secretaría le es conveniente que las necesidades de las empresas se cubran porque esto significa que habrá demanda para éstas, y que por lo tanto el presupuesto asignado a estos programas será utilizado y no se perderá. Por todo esto se considera que los apoyos están muy bien analizados y elaborados, se complementan unos a otros por lo que esta fórmula hace que no tengan defectos.

El 100% de los solicitantes que reciben un apoyo de gobierno tienen ciertas condiciones para obtenerlo. Una de las más importantes es la de comprobar que los recursos fueron utilizados correcta y completamente en para la necesidad señalada en la solicitud. El no aplicar los recursos donde, como y en la cantidad en que se habían comprometido deriva como consecuencia en la solicitud del reembolso de la cantidad otorgada por gobierno federal.

### EN LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS. RESULTADOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Fueron 59 empresarios encuestados, y conforme a la cantidad de empleados en su empresa, el 90% correspondió microempresas, el 8% fueron de empresas pequeñas y sólo el 2% fueron de empresas medianas. Distribución similar a la de las unidades económicas que se encuentran en el estado de Pinotepa, Nal., Oax. como se muestra en el Gráfico 4: Proporción de unidades económicas y Gráfico 5: Cantidad de empleados (muestra).

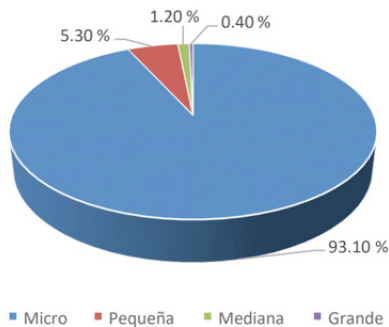


Gráfico 4: Proporción de unidades económicas

Fuente: Elaboración Propia, (INEGI, 2022)

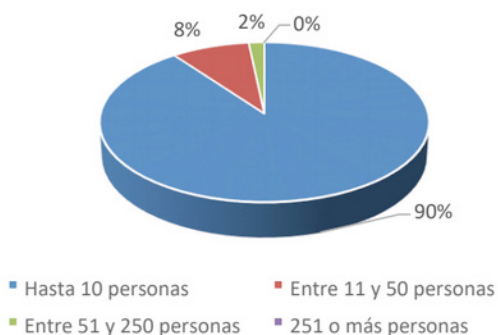


Gráfico 5: Cantidad de empleados (muestra)

Fuente: Elaboración Propia

La mayor parte de las empresas que forman parte de la muestra tienen una antigüedad mayor a 10 años según se puede ver en el Gráfico 5: Antigüedad de la empresa, y un 98% de éstas se encuentran funcionando dentro de la formalidad; sin embargo, se puede ver en el Gráfico 6 que una tercera parte se encuentra equivocada en la percepción del tamaño de su empresa.

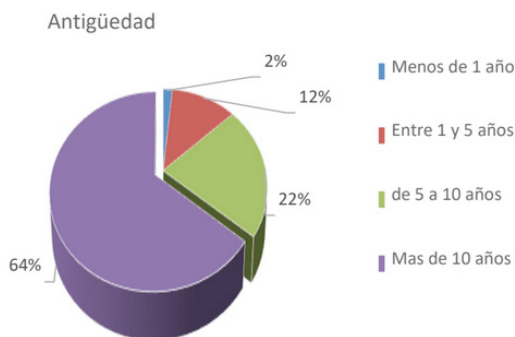


Gráfico 5: Antigüedad de la empresa

Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico 7: Conocimiento sobre apoyos gubernamentales se muestra que sólo el 32% de los encuestados conoce los apoyos gubernamentales a las MIPYMES, el resto; 68%, no.

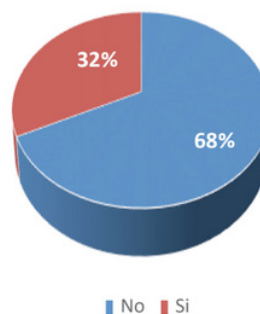


Gráfico 7: Conocimiento sobre apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia

Además de representar dos terceras partes de la muestra quienes no conocen el apoyo del gobierno, un 15% restante no recuerda alguno, o bien hizo mención de apoyos que no son de gobierno y no tienen ninguna relación con éste. Véase detalles a continuación en Gráfico 8: Apoyos gubernamentales conocidos.

Del 32% de la muestra que representa a quienes dicen conocer apoyos de gobierno, sólo una tercera parte ha intentado acceder a ellos, y de esta porción sólo la mitad logró obtener uno. Finalmente, dos terceras partes de quienes no lograron obtener el apoyo quedaron desanimados y no volverían a intentarlo: véase Gráfico 9: Proporción de solicitudes y aprobaciones de apoyos gubernamentales.



Gráfico 6: Percepción de tamaño

Fuente: Elaboración Propia

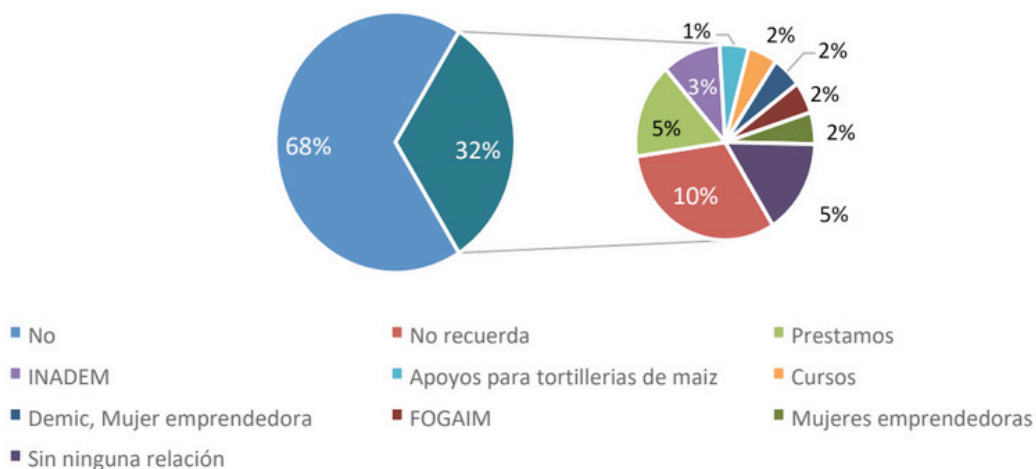


Gráfico 8: Apoyos gubernamentales conocidos

Fuente: Elaboración Propia

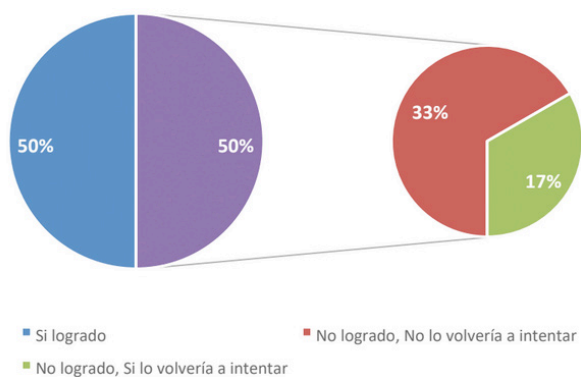


Gráfico 9: proporción de solicitudes y aprobaciones de apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia

Una cuarta parte del 68% de quienes no han intentado acceder a algún apoyo de gobierno niega necesitarlo (razón por la cual no lo han

intentado), un 16% por trámites engorrosos y un 11% porque representa un endeudamiento excesivo además de no requerirlo tal como se observa en el Gráfico 10: Razones para no solicitar apoyos gubernamentales.

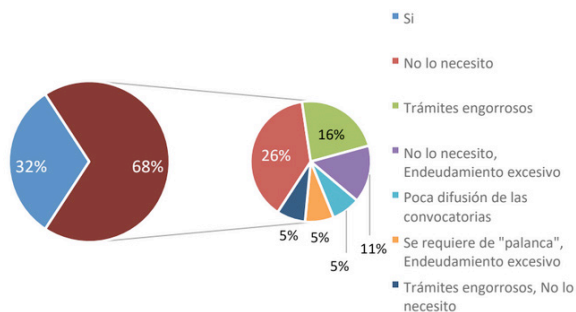


Gráfico 10: Razones para no solicitar apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la edad de las MIPYMES, las empresas más jóvenes, con menos de cinco años en operación, son las que menos interesadas están en solicitar apoyos gubernamentales, ya que ninguna de las pertenecientes a la muestra lo ha hecho.

De las empresas entre cinco y diez años de antigüedad solo una quinta parte ha solicitado apoyos de gobierno.

Por el contrario, las empresas más antiguas son las más interesadas de los tres segmentos, ya que más de la tercera parte de estas, si ha solicitado alguna vez los apoyos como se puede observar en el Gráfico 11: Empresas que han solicitado apoyos gubernamentales segmentadas por antigüedad.

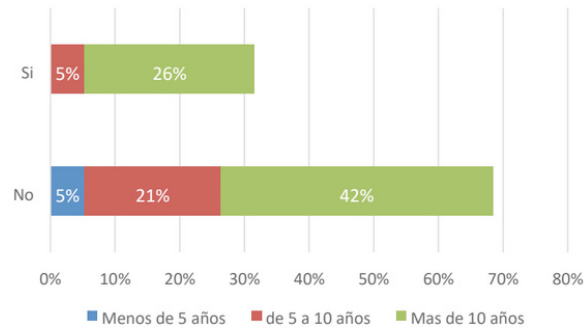


Gráfico 11: Empresas que han solicitado apoyos gubernamentales segmentadas por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

Una cuarta parte de los empresarios consideran que los apoyos ofertados por el gobierno son completamente benéficos contra una tercera parte que considera que no lo son. La respuesta de la mayor parte del resto fue neutra (véase Gráfico 12: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales).

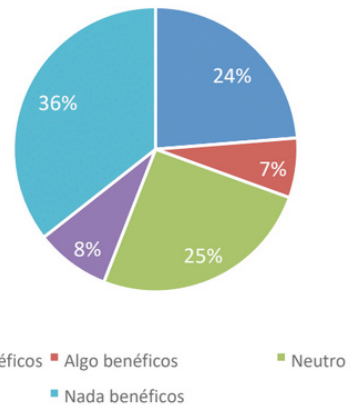


Gráfico 12: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la efectividad de los apoyos gubernamentales y de la CANACINTRA las opiniones son similares. En ambos rubros poco más de la tercera parte considera que los apoyos no son nada efectivos y sólo el 12% (es decir poco más de una décima parte) considera que si lo son. Véase Gráfico 13: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales.

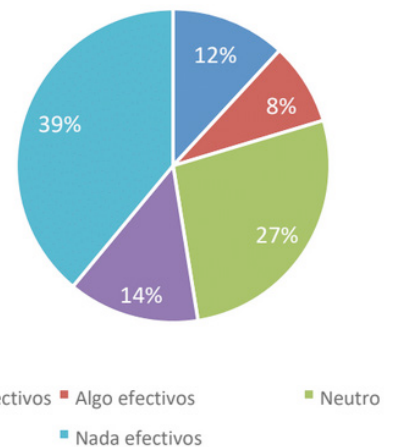


Gráfico 13: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en el Gráfico 14, la mitad de quienes conocen los apoyos de gobierno opinan que los apoyos son benéficos (algo o completamente), mientras que solo



una cuarta parte tienen una opinión negativa (poco o nada benéficos).

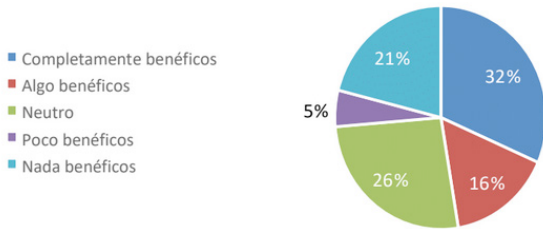


Gráfico 14: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales por parte de quienes conocen estos apoyos

Fuente: Elaboración Propia

Por su parte quienes no los conocen tienen una opinión a la inversa, según se puede ver en el Gráfico 15 poco más de una quinta parte de quienes no conocen los apoyos de gobierno opinan que éstos son algo o completamente benéficos, mientras que más de la mitad dijo que los apoyos son algo o nada benéficos.

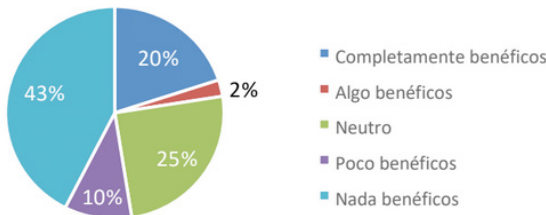


Gráfico 15: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales por parte de quienes no conocen estos apoyos

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la antigüedad de las MIPYMES entrevistadas, el 25% que corresponde a las que tienen más de 10 años de operación, opinó que los apoyos gubernamentales son nada benéficos.

Las empresas más jóvenes opinan que los apoyos son nada benéficos en una razón de 3.4 a 1, contra quienes opinan que son completamente benéficos que son los que llevan entre cinco y diez años en operación y son quienes tienen una mejor percepción (por no decir una percepción menos negativa,

o más bien neutra) opinando que son completamente benéficos (o neutros) a una razón de 1.4 a 1 contra quienes opinan que no lo son (véase Gráfico 16: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales segmentado por antigüedad).

En lo que respecta a la efectividad de los apoyos gubernamentales, la opinión no difiere mucho entre quienes los conocen y los que no los conocen dichos apoyos, de hecho la proporción de opiniones mostrada en el Gráfico 17: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales por parte de quienes conocen éstos apoyos es muy parecida en la mostrada anteriormente en el Gráfico 13: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales, así como en el Gráfico 17: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales por parte de quienes no conocen éstos apoyos como se muestra a continuación.

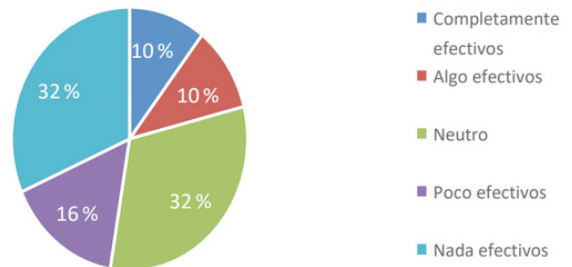


Gráfico 17: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales por parte de quienes conocen estos apoyos Fuente:

Elaboración Propia

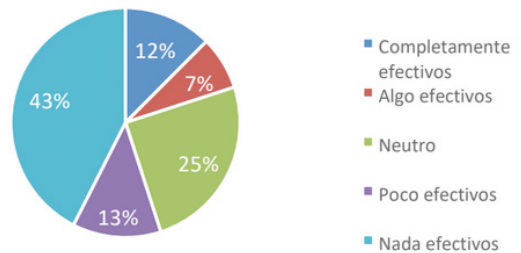


Gráfico 18: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales por parte de quienes no conocen estos apoyos

Fuente: Elaboración Propia

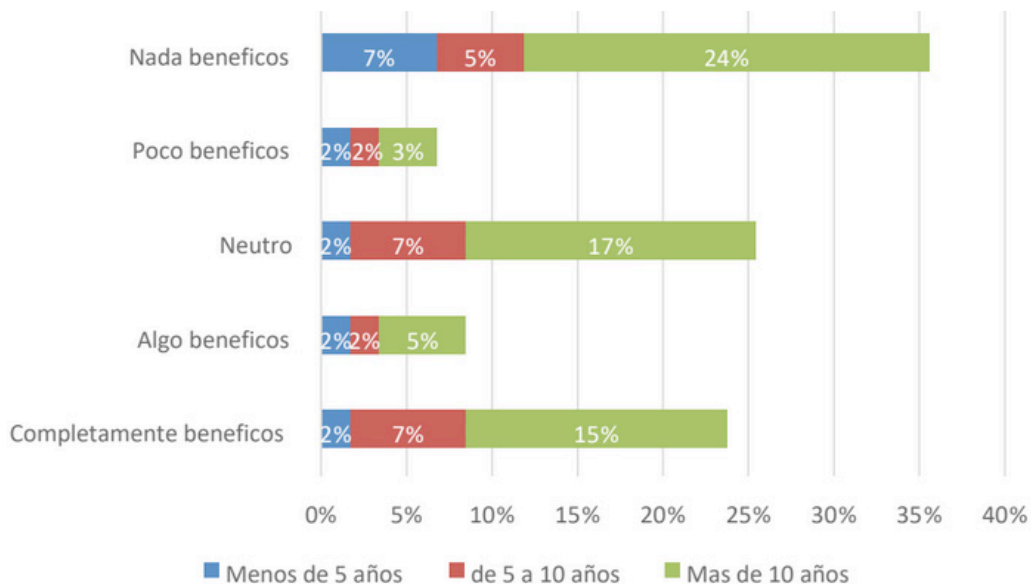


Gráfico 16: Percepción sobre el beneficio de los apoyos gubernamentales segmentado por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

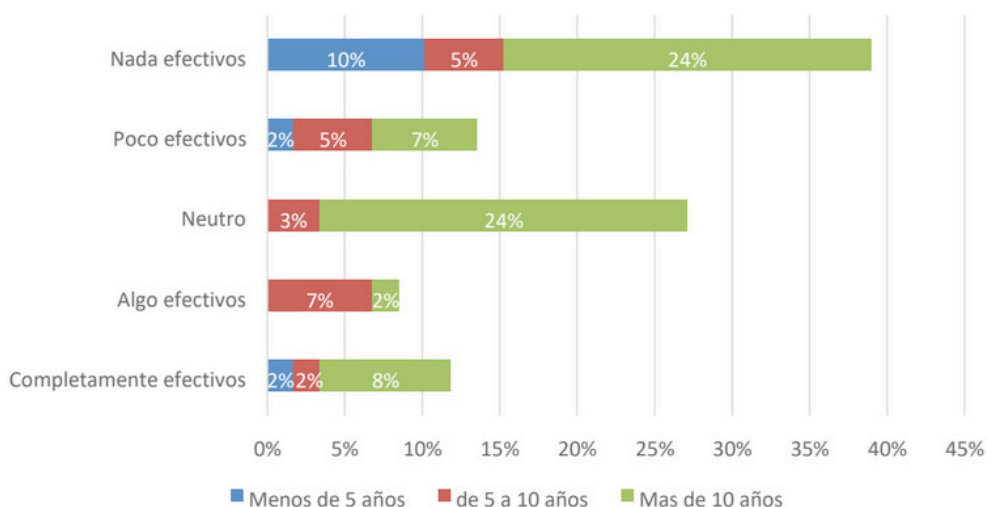


Gráfico 19: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales segmentado por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

Las empresas que tienen de cinco a diez años en operación son quienes mejor percepción tienen con respecto a la efectividad de los apoyos gubernamentales considerando que son algo efectivos a razón de 1.4 a 1 con respecto a quienes opinan que no lo son. Al contrario, las empresas más jóvenes tienen una percepción negativa ya que opinan que son nada efectivos con razón de 5 a 1 contra los que piensan que son completamente efectivos.

Las empresas con más de diez años por su parte tienen una opinión menos favorable con una razón de 3 a 1 de quienes opinan que son nada efectivos contra quienes opinan que lo contrario, aunque estas empresas muestran una opinión neutra de la misma proporción con quienes opinan que son completamente efectivos (véase Gráfico 19: Percepción sobre la efectividad de los apoyos gubernamentales segmentado por antigüedad).

A pesar de la percepción negativa que se tiene sobre los apoyos existentes, tanto gubernamentales como de la CANACINTRA el instrumento de investigación arrojó que en su mayoría (casi cuatro quintas partes de los empresarios) opinan que los apoyos son necesarios para el desarrollo de sus negocios como se puede observar en el Gráfico 20: Necesidad de apoyos para el negocio propio.

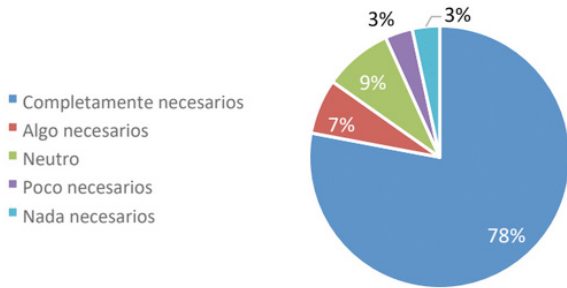
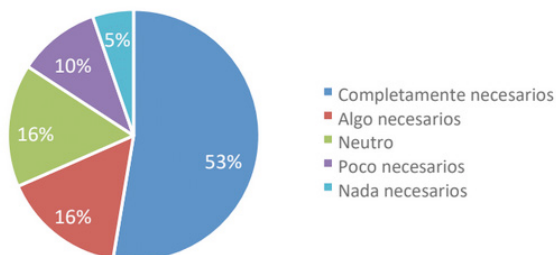


Gráfico 20: Necesidad de apoyos para el negocio propio

Fuente: Elaboración Propia

La opinión sobre la necesidad de los apoyos para el desarrollo de su propio negocio varía ligeramente entre quienes conocen apoyos del gobierno y entre quienes no. En el caso de quien dicen si conocerlos un 15% tiene una opinión negativa (es decir piensan que son poco o nada necesarios), existe una proporción muy parecida a quienes tienen una opinión neutra y casi el 70% (más de dos terceras partes del conjunto) tienen una opinión positiva, siendo quienes piensan que son completamente necesarios más de la mitad de quienes los conocen (véase Gráfico 21: Necesidad de apoyos para el negocio propio de quienes conocen apoyos).



Fuente: Elaboración Propia

Así, como se muestra en el Gráfico 26, quienes no los conocen piensan en una inmensa mayoría (90% de dicho conjunto) que son completamente necesarios.

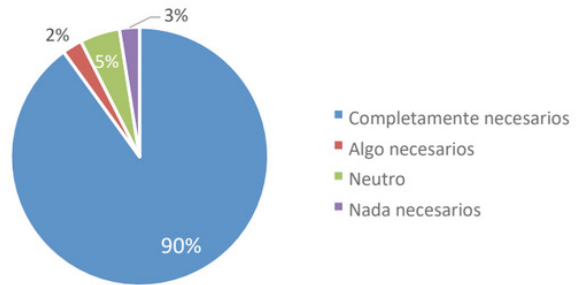


Gráfico 21: Necesidad de apoyos para el negocio propio de quienes no conocen apoyos

Fuente: Elaboración Propia

Ahora enfocándose en los apoyos que ofrece CANACINTRA, la mayoría que conoce la CANACINTRA tiene una opinión negativa en lo que respecta a lo benéficos de los apoyos (56%), y prácticamente solo una cuarta parte de los que conocen dicha cámara creen que los apoyos son algo o completamente benéficos (véase Gráfico 22: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes la conocen).

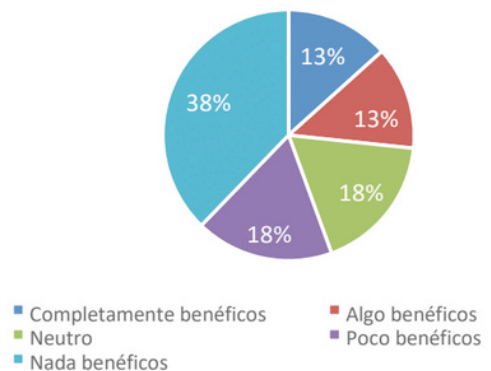


Gráfico 22: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes la conocen

Fuente: Elaboración Propia

Además, en el Gráfico 23 se observa que el 76% de las MIPYMES entrevistadas si conoce a la cámara, el resto; 24% respondió que no.

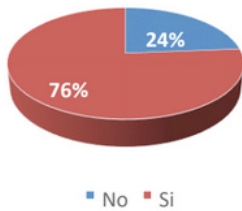


Gráfico 23: Conocimiento sobre CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia

El uso de las instalaciones de la cámara es el beneficio más común entre los que afirman conocerla, y casi la misma proporción mencionaron más de un beneficio. La información detallada se encuentra a continuación en el Gráfico 24: Apoyos conocidos de CANACINTRA.

Con respecto a CANACINTRA, en el Gráfico 25, se observa que el 76% de las MIPYMES entrevistadas si conoce a la cámara, el resto; 24% respondió que no.

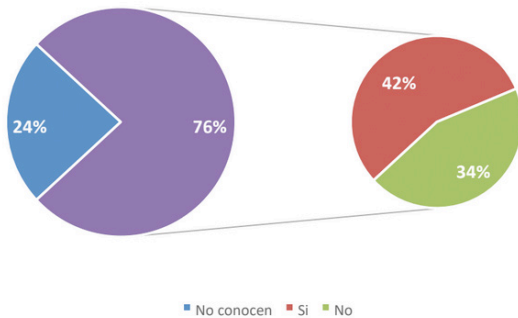


Gráfico 26: Proporción de conciencia sobre la CANACINTRA y afiliación a ésta

Fuente: Elaboración Propia

Y de quienes no están afiliados, el 41% no conoce los beneficios y el 59% de entre diversos motivos principalmente que el costo es muy alto, no lo necesitan, hay exceso de requisitos, poca difusión de las convocatorias y existen trámites complicados entre otros (véase Gráfico 27: Motivos para la no afiliación a la CANACINTRA).

Por otra parte, el interés de las empresas sobre los apoyos no gubernamentales cambia ligeramente con respecto a los

gubernamentales. La mitad de las empresas jóvenes han estado alguna vez afiliadas a CANACINTRA, una tercera parte de las empresas entre cinco y diez años de antigüedad también lo han estado, y en lo que respecta a las empresas con más de diez años, hay más empresas que han estado afiliadas a la cámara en mención que empresas que no lo hayan estado. Esto se puede observar en el Gráfico 28: Empresas que han estado afiliadas a la CANACINTRA alguna vez segmentadas por antigüedad).

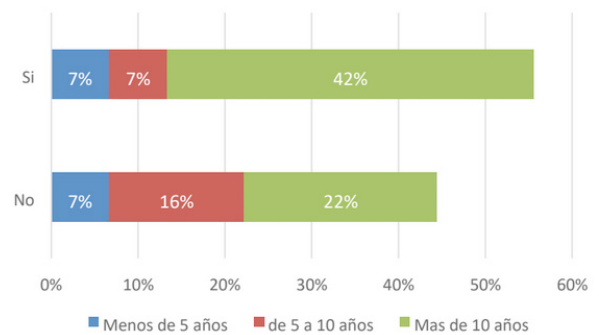


Gráfico 28: Empresas que han estado afiliadas a la CANACINTRA alguna vez segmentadas por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

El 40%, ha intentado obtener un apoyo de gobierno y estado afiliados a CANACINTRA, mientras el 60% no lo ha hecho, según el Gráfico 29: Proporción de quienes si han intentado obtener apoyos de gobierno y afiliación a CANACINTRA.

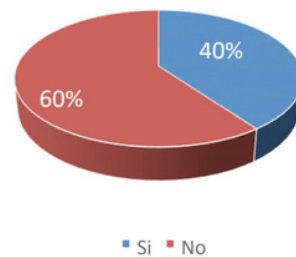


Gráfico 29: Proporción de quienes si han intentado obtener apoyos de gobierno y afiliación a CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia

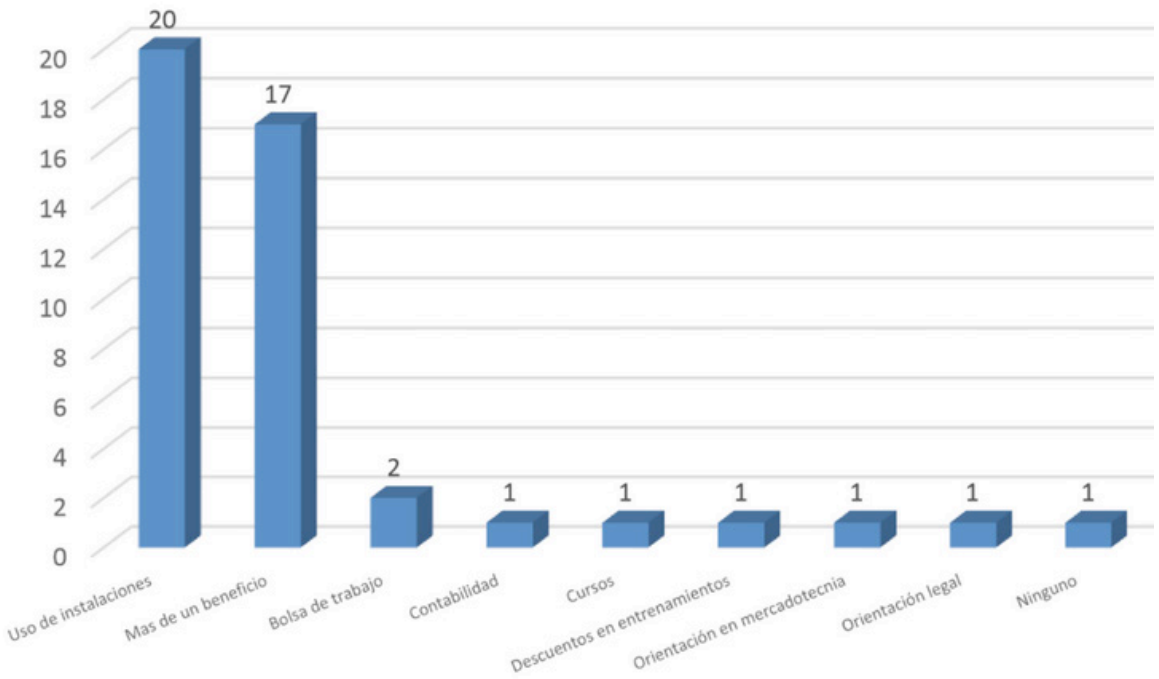


Gráfico 24: Apoyos conocidos de CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia

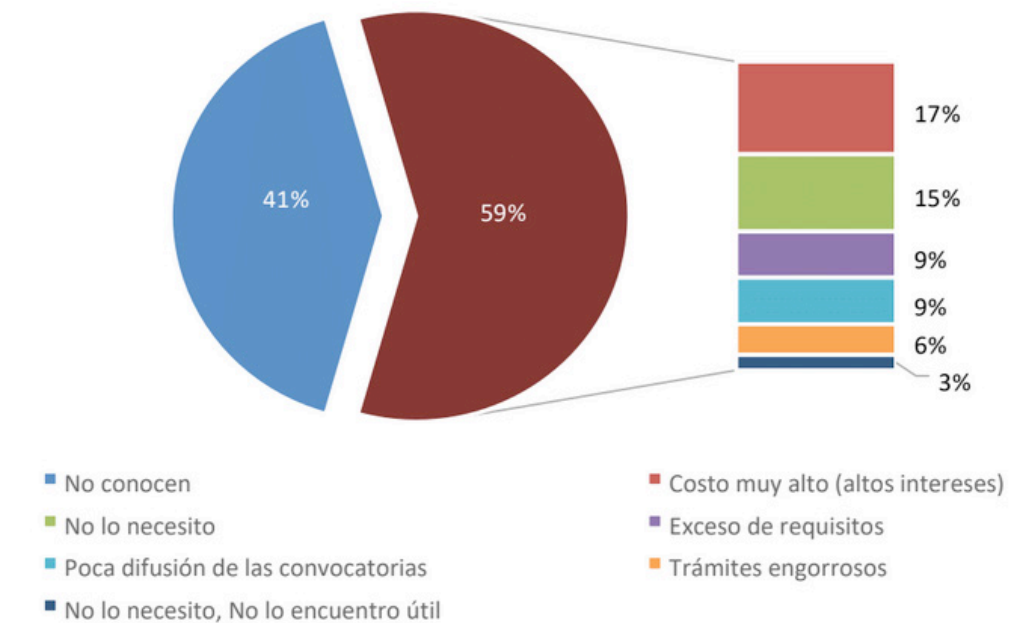


Gráfico 27: Motivos para la no afiliación a la CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia



Por otro lado, solo una cuarta parte, de quienes alguna vez han estado afiliados a la CANACINTRA, ha intentado obtener un apoyo gubernamental de acuerdo al Gráfico 30: Proporción de quienes han estado afiliados a CANACINTRA y han intentado obtener apoyos de gobierno).

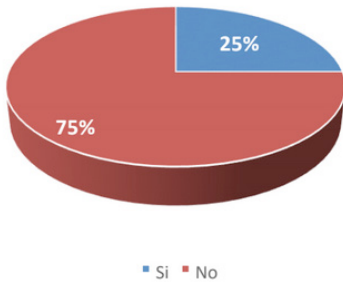


Gráfico 30: Proporción de quienes han estado afiliados a CANACINTRA y han intentado obtener apoyos de gobierno  
Fuente: Elaboración Propia

En contraste de la opinión de lo benéficos de los apoyos gubernamentales con la opinión sobre los apoyos de la CANACINTRA, sólo un 10% considera que son completamente benéficos y un 42% considera que no son (véase Gráfico 31: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA).

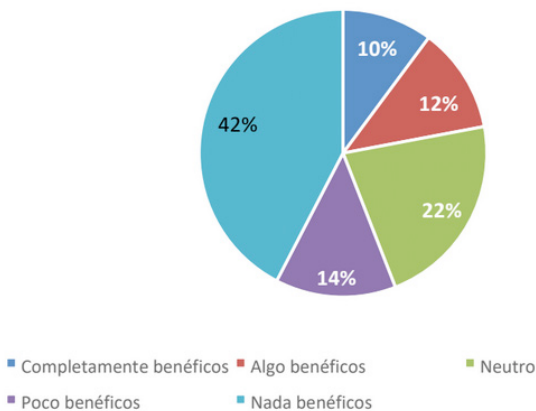


Gráfico 31: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA  
Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico 32: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA se puede observar que la mayor diferencia respecto a la efectividad de los dos tipos de apoyo radica en la opinión neutra que se tiene respecto a la efectividad de los apoyos, la cual si se compara con la de los apoyos gubernamentales es mayor.

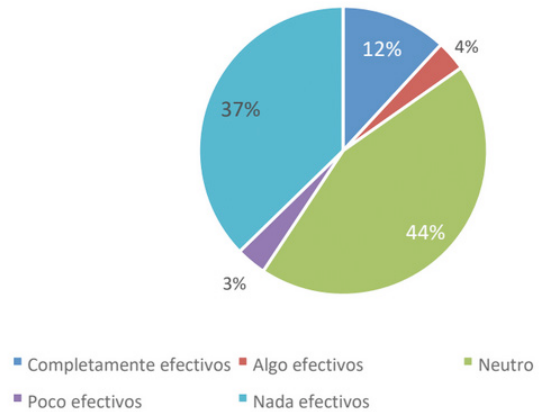


Gráfico 32: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA  
Fuente: Elaboración Propia

Resalta, en el Gráfico 33: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes no la conocen el segmento de quienes no conocen la CANACINTRA ya que más de la mitad piensan que los apoyos no son benéficos, una tercera parte tiene una opinión neutra y sólo el 7% cree que, si lo son, es decir, no se tiene en lo absoluto una opinión que dichos apoyos sean completamente benéficos

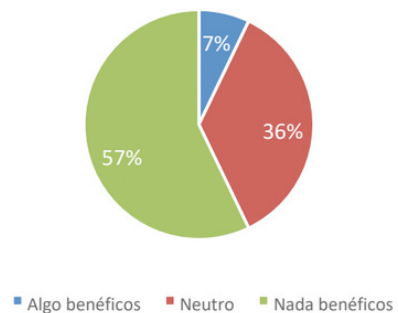


Gráfico 33: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes no la conocen  
Fuente: Elaboración Propia

Las empresas con más de diez años en funcionamiento opinan en su mayoría que los apoyos de CANACINTRA son poco o nada benéficos con razón de 2 a 1 en comparación con quienes opinan que los apoyos son algo o completamente benéficos, comportándose de la misma manera quienes tienen cinco a diez años en funcionamiento, y sólo con una pequeña diferencia de 1.6 a 1 quienes tienen menos de cinco años de antigüedad (véase Gráfico 34: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA segmentado por antigüedad).

La opinión respecto a la efectividad de los apoyos provenientes de la CANACINTRA no es tampoco favorable dentro del segmento de quienes conocen la cámara. Casi la mitad de éstos tienen una opinión neutra, se puede ver en el Gráfico 35 que un 40% tiene una opinión negativa (la mayoría de éstos piensan que los apoyos son nada efectivos), y solamente un 13% tiene una opinión positiva.

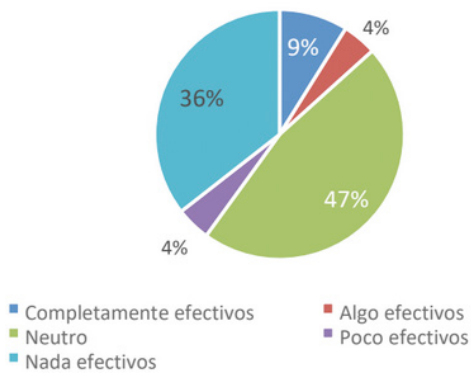


Gráfico 35: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes la conocen

Fuente: Elaboración Propia

Dentro del segmento de quienes no conocen la cámara se tiene una mejor percepción de la efectividad de sus apoyos (poco más de una quinta parte opina que los apoyos son completamente efectivos), sin embargo, la opinión negativa sigue predominando dentro de un 43% de los empresarios del grupo, como

se observa en el Gráfico 36: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes no la conocen.

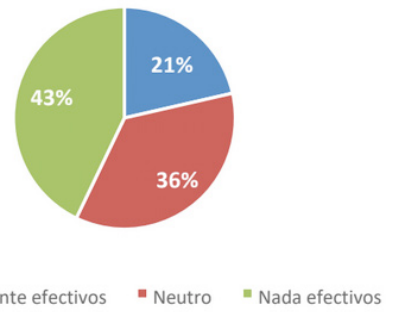


Gráfico 36: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA por parte de quienes no la conocen

Fuente: Elaboración Propia

Las empresas más antiguas muestran en su mayoría indiferencia respecto a la efectividad de los apoyos de la CANACINTRA, aún sobre quienes opinan que los apoyos son nada efectivos a razón de 1.6 a 1. Por el contrario las empresas más jóvenes en su mayoría opinan que son nada efectivos en razón de 4 a 1 contra quienes opinan a que son completamente efectivos; mientras que las empresas entre cinco y diez años en funcionamiento perciben en la misma proporción que los apoyos son nada efectivos o que son neutros, pero aun así quienes opinan que son completamente efectivos son una minoría más de cinco veces menos que el resto de su segmento (véase Gráfico 37: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA segmentado por antigüedad).

Tanto quienes conocen la CANACINTRA como quienes la desconocen opinan en su gran mayoría que los apoyos son necesarios para el desarrollo de las MIPYMES; aunque dentro del grupo de quienes conocen la CANACINTRA un pequeño porcentaje (9%) opina que son algo necesarios y no completamente necesarios como el resto del 76% (véase Gráfico 38: Necesidad de apoyos

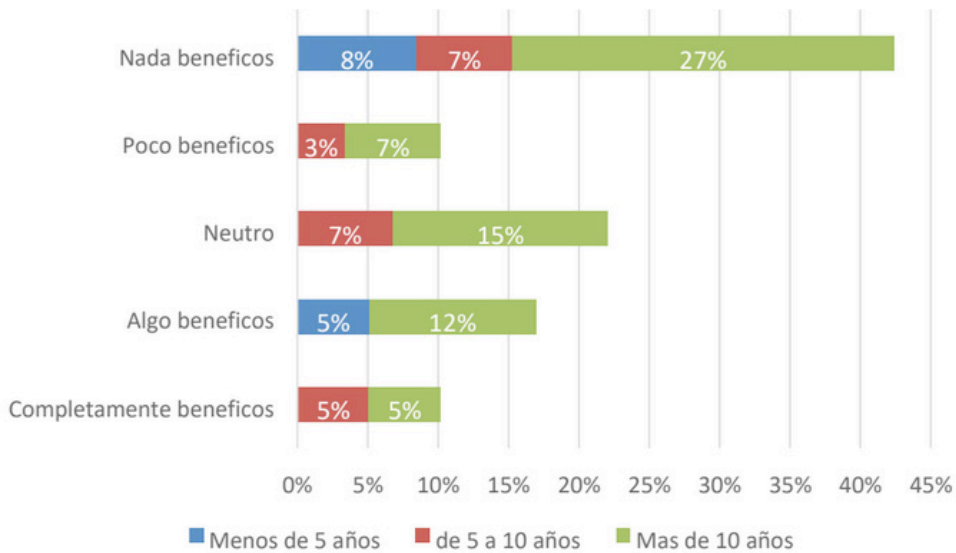


Gráfico 34: Percepción sobre el beneficio de los apoyos de CANACINTRA segmentado por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

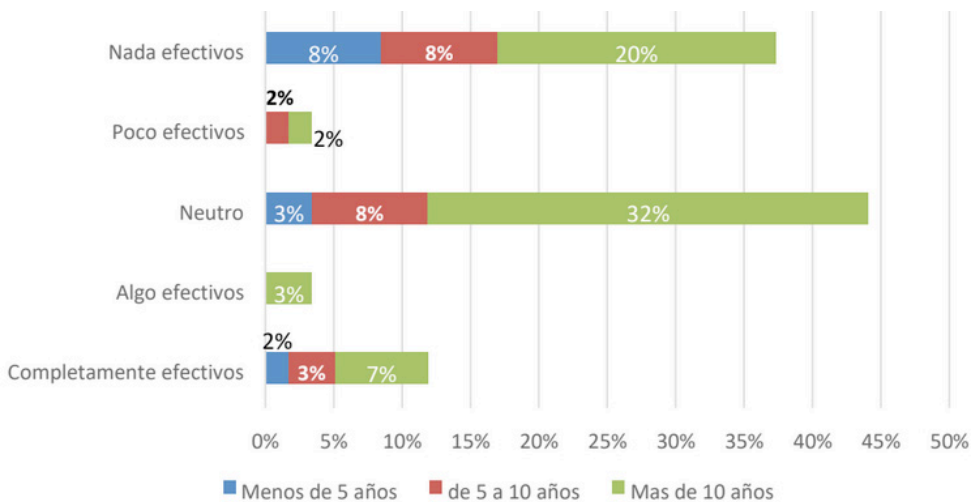


Gráfico 37: Percepción sobre la efectividad de los apoyos de CANACINTRA segmentado por antigüedad

Fuente: Elaboración Propia

para el negocio propio de quienes conocen la CANACINTRA). El resto de quienes los consideran poco o nada necesarios (6%) es muy similar al grupo de quienes no conocen la cámara, como se muestra en el Gráfico 38: Necesidad de apoyos para el negocio propio de quienes no conocen la CANACINTRA donde se observa que sólo el 7% considera que son poco necesarios (no hay quien considere que son nada necesarios), y un 86% los considera completamente necesarios.

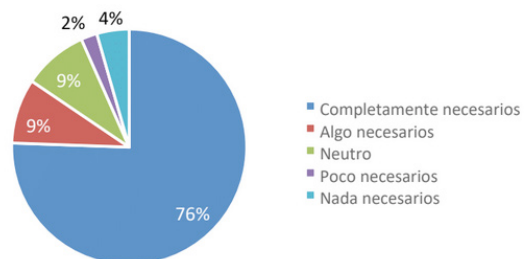


Gráfico 38: Necesidad de apoyos para el negocio propio de quienes conocen la CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia

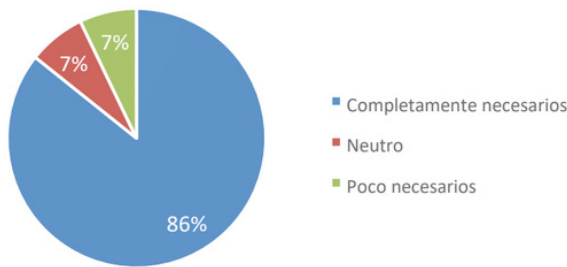


Gráfico 39: Necesidad de apoyos para el negocio propio de quienes no conocen la CANACINTRA

Fuente: Elaboración Propia

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se logró el objetivo de la investigación, al corroborarse que:

1. El nivel de interés de las MIPYMES es bueno: ya que casi dos terceras partes demostraron interés ya fuese solicitando apoyos gubernamentales y/o afiliándose a CANACINTRA; además cuatro quintas partes de las empresas con menos de diez años de antigüedad mostraron interés en ellos.
2. Revisando los datos previamente mencionados en el apartado 1.5 Justificación: en el 2022 murieron 35% de los negocios registrados en el DENUE y la probabilidad de muerte durante el primer año de vida es del 64% con una esperanza de vida promedio de 7.7 años por lo que se esperaba que el nivel de interés fuese mayor al 64% (en general en las MIPYMES) y que dicho interés fuese mostrado de igual o mayor manera en empresa con hasta 7.7 años de antigüedad; al compararlo con los valores de interés obtenidos con el instrumento de investigación se concluye como un Nivel de Interés Bueno.

3. Se encontró una cantidad muy grande de apoyos existentes, en cinco instituciones principales como lo son DEMIC, CANACINTRA, la Dirección de Desarrollo Comercial y Turístico del Ayuntamiento de Pinotepa, Nal., Oax.; la Secretaría de Economía, Delegación Federal Pinotepa, Nal., Oax
4. El nivel de conocimiento sobre los apoyos existentes (especialmente sobre los ofertados por las instituciones descritas en el párrafo anterior) es bajo ya que se pudo observar que, aunque los oferentes de apoyos opinan que éstos tienen suficiente difusión y cubren las necesidades de las MIPYMES, dos terceras partes de éstas no conocen apoyos de gobierno (en consecuencia no han intentado acceder a éstos), y de las que sí conocen, dos terceras partes tampoco lo han intentado, principalmente porque afirman no necesitarlo y porque los trámites son complicados.
5. La percepción que se tiene sobre lo benéficos y la efectividad de los apoyos para las MIPYMES es mala. Más de una tercera parte opina que los apoyos de gobierno no son nada benéficos mientras que sólo una cuarta parte opina que son completamente efectivos. La proporción de quienes opinan que los apoyos de CANACINTRA son benéficos es cuatro veces más grande que la de quienes opinan que son completamente benéficos, misma proporción que se conserva respecto a la efectividad de los apoyos (tanto gubernamentales como de CANACINTRA); por éstas razones se concluye que no existe una buena percepción por parte de los empresarios de las MIPYMES sobre la efectividad y lo benéficos que son los apoyos existentes, a pesar de que se señala que estos son necesarios para el desarrollo de las MIPYMES.

Por lo tanto, se recomienda un análisis de las necesidades de las MIPYMES o bien, de lo que ellas esperan obtener de los apoyos que se les ofrecen y una difusión en medios de comunicación para que ésta llegue a todas las MIPYMES y no sólo a quienes se han relacionado con los apoyos alguna

vez. Así se puede lograr que más empresas conozcan los apoyos, se acerquen a éstos, intenten obtenerlos y que el apoyo recibido sea realmente lo que éstas buscan, ya que las empresas afirman necesitar apoyos, sólo que no necesitan los que existen.

## REFERENCIAS

1. Ayuntamiento de Pinotepa, Nal., Oax. . (2015). Primer Informe de Gobierno. Pinotepa, Nal., Oax. : Dirección de Planeación y Evaluación.
2. Ayuntamiento de Pinotepa, Nal., Oax. . (17 de Junio de 2016). Municipio de Pinotepa, Nal., Oax. . Obtenido de <http://asesorias.municipioPinotepa, Nal., Oax. .gob.mx/Servicios/Tramites/360>
3. Ayuntamiento de Pinotepa, Nal., Oax. . (17 de Junio de 2016). Municipio de Pinotepa, Nal., Oax. . Obtenido de <http://asesorias.municipioPinotepa, Nal., Oax. .gob.mx/Servicios/Tramites/343>
4. CANACINTRA. (2017). CANACINTRA PINOTEPA, NAL., OAX. . Recuperado el 28 de Marzo de 2017, de CANACINTRA PINOTEPA, NAL., OAX. : [www.canacintrapinotepa, Nal., Oax. .org.mx/](http://www.canacintrapinotepa, Nal., Oax. .org.mx/)
5. CANACO SERVYTUR. (2015). CANACO PINOTEPA, NAL., OAX. . Recuperado el 17 de Mayo de 2015, de CANACO PINOTEPA, NAL., OAX. : <http://canacopinotepa, Nal., Oax. .com.mx/nuevo> [Consejo Empresarial Voluntario. (16 de Julio de 2016). Consejo Empresarial Voluntario. Obtenido de <http://sidengo.com/cev>
6. Esparza Flores, L. A. (2013). Factores de éxito de las microempresas comercializadoras de cárnicos y abarrotes en colonias populares del sector sur de Cd. Pinotepa, Nal., Oax. Pinotepa, Nal., Oax. : Instituto Tecnológico de Pinotepa, Nal., Oax.
7. Filion, L. J., Cisneros Martínez, L. F., & Mejía-Morelos, J. H. (2011). Administración de PYMES. Naucalpan de Juárez, Edo. de México: Pearson.
8. Gobierno del Estado de Pinotepa, Nal., Oax. . (26 de Julio de 2016). Portal gubernamental, Secretaría de Economía del Estado de Pinotepa, Nal., Oax. . Obtenido de <http://www.Pinotepa, Nal., Oax. .com.mx/>
9. INADEM. (2015). INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR: <https://www.inadem.gob.mx/>
10. INEGI. (2015). Censos Económicos 2014. Resultados definitivos. Aguascalientes: INEGI.
11. INEGI. (2015). Censos Económicos 2014. Resultados Oportunos del Estado de Pinotepa, Nal., Oax. . Aguascalientes: INEGI.
12. INEGI. (18 de Abril de 2016). DENUÉ. Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denué/default.aspx>
13. Meléndez Villegas, E. (2002). Planeación estratégica: Clave de éxito en las microempresas. Pinotepa, Nal., Oax. : Instituto Tecnológico de Pinotepa, Nal., Oax.
14. ProMéxico. (2014). [www.promexico.gob.mx](http://www.promexico.gob.mx). Obtenido de ProMéxico Inversión y comercio: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabonfundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
15. Rodríguez, K. (9 de Febrero de 2017). El Heraldo de Pinotepa, Nal., Oax. , Organización Editorial Mexicana. Recuperado el 22 de Febrero de 2017, de El Heraldo de Pinotepa, Nal., Oax. , Organización Editorial Mexicana: <https://www.elheraldodePinotepa, Nal., Oax. .com.mx/Pinotepa, Nal., Oax. /563107-Pinotepa, Nal., Oax. -ocupaprimer-lugar-en-mortandad-de-empresas-discapacidad>. México: CNDH.



16. Finsterbusch Romero, C. (2015). La extensión de los ajustes razonables en el derecho de las personas en situación de discapacidad de acuerdo al enfoque social de derechos humanos. *Lus et Praxis*, 227-251.
17. Gobierno de la Ciudad de México. (2016). *Manual de Normas Técnicas de Accesibilidad*. Ciudad de México: CDMX.
18. Gutierrez Puebla, J. (1998). Transporte, movilidad y turismo en los centros históricos. *Eria*, 241-248.
19. H. Ayuntamiento Constitucional de Colima. (2015). *Catálogo de Imagen Urbana del Centro Histórico de Colima, versión 2015*. Colima: Gobierno Municipal.
20. H. Ayuntamiento Constitucional de Colima. (2017). *Manual de Imagen Urbana de la Ciudad de Colima*. Colima: Gobierno Municipal.
21. Pastor Palomar, N. (2019). Convención sobre los Derechos de las personas con Discapacidad. *Revista Electrónica de Estudios Internacionales*.
22. Publibace. (2018). *Publibace*. Obtenido de Mapa o Plano Háptico: <https://www.publibace.com/producto/mapa-o-plano-haptico/>
23. Santos Pérez , O., Mondejar Rodríguez, J., & Morciego Esquivel, H. (2019). Programa de capacitación para la gestión de accesibilidad y movilidad en centros históricos. *Arquitectura e Ingeniería*.
24. Secretaría de Economía. (2013). *NMX-AA-164-SCFI-2013* . México: NMX.
25. UNESCO. (2011). *Recomendación sobre el paisaje urbano histórico, con inclusión de un glosario de definiciones*. Obtenido de Portal Unesco: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=48857&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=48857&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)