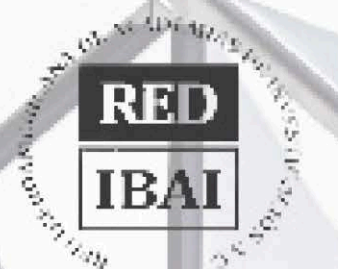


# COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES

# 5



ISBN: 978-968-9798-01-9



COORDINADORES  
ANGÉLICA VARGAS LARA  
CARLOS REYES GUTIÉRREZ

# COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES 5

**COORDINADORES**  
ANGÉLICA VARGAS LARA  
CARLOS REYES GUTIÉRREZ

**AUTORES**  
ALITZEL GASPAS AGUILAR, ANGÉLICA VARGAS LARA, CARLOS REYES GUTIÉRREZ,  
CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, ERIK FELIPE LÓPEZ CÁMARA,  
GEORGINA GARCÍA RAMÍREZ, GUSTAVO MENDOZA BARRÓN, LIZBETH CRUZ TEJEDA,  
MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS, MAXIMILIANO SALDAÑA MONTIEL,  
MICHEL ENRIQUE LUNA FERNÁNDEZ, ROBERTO CARLOS SALAS CASTRO,  
VANIA LIZETTE CORREA ÁVALOS

**EDITORIAL**  
©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A. C. 2026



RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.  
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO  
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.  
CEL 2282386072  
[www.redibai.org](http://www.redibai.org)  
[redibai@hotmail.com](mailto:redibai@hotmail.com)

ISBN: 978-968-9798-01-9



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-968-9798)  
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.  
Presentación en medio electrónico digital: Descargable  
La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.  
Formato: PDF 5 MB  
Fecha de aparición 09/10/2026  
ISBN 978-968-9798-01-9

# COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES 5

## COORDINADORES

Angélica Vargas Lara  
Carlos Reyes Gutiérrez

## AUTORES

Alitzel Gaspar Aguilar  
[zS22008154@estudiantes.uv.mx](mailto:zS22008154@estudiantes.uv.mx)  
Angélica Vargas Lara  
[angvargas@uv.mx](mailto:angvargas@uv.mx)  
Carlos Reyes Gutiérrez  
[creyes@uv.mx](mailto:creyes@uv.mx)  
César Augusto Severino Parra  
[cseverino@uv.mx](mailto:cseverino@uv.mx)  
Erik Felipe López Cámara  
[eriklopez02@uv.mx](mailto:eriklopez02@uv.mx)  
Georgina García Ramírez  
[geogarcia@uv.mx](mailto:geogarcia@uv.mx)  
Gustavo Mendoza Barrón  
[gusmendoza@uv.mx](mailto:gusmendoza@uv.mx)  
Lizbeth Cruz Tejeda  
[zS22008313@estudiantes.uv.mx](mailto:zS22008313@estudiantes.uv.mx)  
María de los Ángeles Cardona Cortés  
[acardona@uv.mx](mailto:acardona@uv.mx)  
Maximiliano Saldaña Montiel  
[zS22008954@estudiantes.uv.mx](mailto:zS22008954@estudiantes.uv.mx)  
Michel Enrique Luna Fernández  
[zS22022687@estudiantes.uv.mx](mailto:zS22022687@estudiantes.uv.mx)  
Roberto Carlos Salas Castro  
[rosalas@uv.mx](mailto:rosalas@uv.mx)  
Vania Lizette Correa Ávalos  
[vcorrea@uv.mx](mailto:vcorrea@uv.mx)

Xalapa, Veracruz. México a 08 de octubre de 2026

### **Dictamen Editorial**

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; en el primero, se sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C., cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. En el segundo proceso de dictaminación se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), se dictamina que la obra **“Comunicación, innovación, educación y cultura en las organizaciones municipales 5”** cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, rigurosidad y actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-968-9798)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

Xalapa, Veracruz. México a 09 de octubre de 2026

## **CERTIFICACIÓN EDITORIAL**

**RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)** con sello editorial **Nº 978-968-9798** otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro **"COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES 5"** registrado con el **ISBN 978-968-9798-01-9** fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del **09 de octubre de 2026** cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico y pre-dictaminado por el Comité Editorial de la Red Iberoamericana de Académias de Investigación A.C. (REDIBAI)

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder y disponibles en Editorial RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI), los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran. La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página <http://www.redibai-myd.org>

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-968-9798)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

## ÍNDICE

|                                                                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>GESTIÓN DE LA SUCESIÓN EN UNA MICROEMPRESA FAMILIAR: CASO PRÁCTICO COMERCIALIZADORA DE PIEZAS ELÉCTRICAS AUTOMOTRICES.</b> | <b>1</b>  |
| <b>ANÁLISIS DE LA CREACIÓN DE UN MUSEO DEL CAFÉ Y RUTA DEL CAFÉ; MUNICIPIO HUATUSCO DE CHICUELLAR, VERACRUZ.</b>              | <b>22</b> |
| <b>ANÁLISIS DEL DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA DIFUSIÓN; MUNICIPIO DE JÁLTIPAN, VERACRUZ.</b>                               | <b>40</b> |
| <b>ANÁLISIS DE LA CONFIABILIDAD DE LA DIVERSIFICACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE MÉXICO CON OTROS PAÍSES.</b>              | <b>56</b> |

# **GESTIÓN DE LA SUCESIÓN EN UNA MICROEMPRESA FAMILIAR: CASO PRÁCTICO COMERCIALIZADORA DE PIEZAS ELÉCTRICAS AUTOMOTRICES**

## **Resumen**

Las empresas familiares representan un elemento importante para la economía, debido a su aportación en la generación de empleo y al crecimiento económico de las comunidades en las que se encuentran. Sin embargo, uno de los principales retos que enfrentan es asegurar su permanencia cuando ocurre el retiro, incapacidad o fallecimiento del fundador, por lo que resulta necesario contar con un proceso de sucesión familiar organizado. En este contexto, la microempresa familiar ubicada en Piedras Negras, Veracruz, dedicada a la distribución de piezas automotrices, presenta esta situación debido a que no cuenta con un plan de sucesión establecido. A partir de un diagnóstico realizado a la propietaria y a clientes frecuentes, la investigación tuvo como propósito diseñar un plan de sucesión familiar para la empresa. Como resultado, se desarrolló una guía básica de sucesión acompañada de formatos prácticos, con la finalidad de favorecer la continuidad del negocio en el mercado.

## **Introducción**

Las empresas familiares constituyen un elemento sustancial del tejido empresarial a nivel mundial, puesto que contribuyen de manera significativa a la generación de empleo y al desarrollo económico de las comunidades donde operan. Para México y Latinoamérica, este tipo de organizaciones representa un eje fundamental de la economía, debido a que combinan intereses económicos y vínculos emocionales, lo que las dota de una riqueza de valores y ventajas competitivas particulares. Sin embargo, uno de los principales retos que enfrentan es garantizar su continuidad a través de las generaciones, considerando que no solo se trata de mantener la operación del negocio, sino también de preparar de forma anticipada la transferencia de la dirección, la propiedad y el conocimiento acumulado ante el retiro, la incapacidad o el fallecimiento de la persona fundadora.

En relación con lo anterior, la microempresa familiar ubicada en la comunidad de Piedras Negras, Veracruz, dedicada a la distribución de piezas eléctricas y mecánicas automotrices, surge como un caso que evidencia esta problemática. A partir de ello, el eje principal de esta investigación fue identificado en la situación ocurrida tras el fallecimiento de su fundador, puesto que la administración del negocio quedó bajo la responsabilidad de su esposa sin que existiera previamente un plan de sucesión o de contingencia que orientara la transición, creando una desventaja frente a la incertidumbre generacional que enfrenta.

Esta situación permite identificar un área de oportunidad tanto en el ámbito administrativo como en el familiar, principalmente debido a la falta de mecanismos formales que orienten el proceso de sucesión. Desde el punto de vista administrativo, se presenta la necesidad de establecer un proceso que permita definir claramente los roles y responsabilidades de dirección, así como facilitar la transferencia del conocimiento técnico, estratégico y operativo, ya que gran parte de este se concentra actualmente en la propietaria, aumentando la vulnerabilidad de la empresa ante posibles cambios futuros.

El problema se presenta tanto en aspectos internos como externos de la empresa. Internamente, se identifica la falta de un protocolo familiar, la poca claridad entre los roles familiares y empresariales, así como la ausencia de documentación legal actualizada. En cuanto a los factores externos, destaca el aumento de la competencia dentro del sector, lo que dificulta el fortalecimiento y permanencia del negocio. Sin embargo, diversos estudios señalan que una adecuada planificación de la sucesión resulta esencial para favorecer la supervivencia y continuidad de las empresas familiares, por lo que representa una acción prioritaria para este tipo de organizaciones.

El planteamiento de la investigación se enfoca en garantizar la continuidad operativa de la empresa familiar, así como en fortalecer su organización interna y la preparación de la persona que asumirá la dirección en el futuro. Con ello, se busca contribuir a la estabilidad, competitividad y conservación del patrimonio familiar.

En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿El diseño de un plan de sucesión familiar en una microempresa dedicada a la distribución de piezas eléctricas automotrices permitirá fortalecer su permanencia en el mercado? A partir de esta interrogante, se establece como objetivo general diseñar un plan de sucesión familiar para una microempresa distribuidora de piezas eléctricas automotrices, con el propósito de favorecer su continuidad y permanencia en el mercado. De igual manera, se plantea como hipótesis de trabajo que la implementación de dicho plan contribuirá a mejorar la organización interna, fortalecer la preparación del sucesor y favorecer la permanencia de la empresa en el mercado.

Bajo esta perspectiva, la investigación se desarrolló con el propósito de proporcionar una alternativa estratégica que facilite y oriente el proceso de transición generacional del negocio. Asimismo, la propuesta puede representar beneficios para otras MiPyMEs familiares que enfrenten circunstancias similares, al promover una cultura basada en la planificación de la sucesión, la protección del patrimonio familiar y el fortalecimiento de la estabilidad organizacional a largo plazo.

## **Marco teórico**

### **Empresa familiar**

Las empresas familiares constituyen una de las formas organizativas más relevantes en la economía mundial. Su estructura combina intereses económicos y vínculos emocionales, lo cual genera dinámicas distintas a las de las empresas que no son familiares (Flores, Pereyra, Chan & Viana, 2019) (Molina, Botero & Montoya, 2016). Se han desarrollado diversos modelos para comprender la interacción entre familia, propiedad y gestión, los cuales facilitan la identificación de conflictos, oportunidades de sucesión y estrategias de continuidad (Sáenz, 2022).

De acuerdo con Chua et al. (1999, citado en Rave-Gómez & Moreno, 2023), la empresa familiar se considera como una entidad productiva de dominio y dirección de una familia, que es ejecutada con la finalidad de darle continuidad en el futuro basada en los valores e

intereses del núcleo familiar. Si bien estas organizaciones enfrentan retos que amenazan su equilibrio, como la globalización, la sucesión generacional representa uno de los problemas más críticos, debido a que gran parte de ellas no llegan a la tercera generación conservando el mando en el núcleo familiar (Ticona-Apaza & Neira-Ponce, 2023).

### **Sucesión**

La sucesión familiar se define como el relevo en la dirección o el llamado liderazgo empresarial del dueño o fundador al sucesor, que generalmente suele ser un integrante de la familia, reflejado con frecuencia en el hijo mayor o primogénito (Ticona-Apaza & Neira-Ponce, 2023). Este proceso es largo y comienza cuando el sucesor entra en el mando y culmina con la cesión del control, la gestión y la entidad a la generación. De acuerdo con Aronoff (2011), dicho proceso puede tener una duración de entre 5 y 15 años, siendo más recomendable este último plazo porque permite realizar una planificación y ejecución flexible.

### **Plan de sucesión**

El plan de sucesión familiar representa un elemento clave para asegurar la continuidad de las empresas familiares. La sucesión no debe verse únicamente como un relevo generacional, sino como un proceso estratégico que implica preparar, seleccionar y acompañar a los futuros líderes para garantizar la sostenibilidad organizacional. Se define como un proceso estructurado mediante el cual se transfiere el liderazgo, la gestión y la propiedad de una empresa familiar de una generación a otra (Rave-Gómez & Moreno, 2023). Este plan integra aspectos legales, estratégicos y emocionales, asegurando la continuidad del negocio y la preservación de los valores familiares (Cruz, Paz & Camacho, 2017), y se considera una herramienta esencial para evitar conflictos internos y garantizar una transición ordenada (Gaona, Aguilera, & Rangel, 2025).

De acuerdo con Gaona, Aguilera y Rangel (2025) y Ascef (2018), la planificación sucesoria es fundamental para la supervivencia de las empresas familiares, pues la ausencia de un plan formal es una de las principales causas del fracaso generacional. Un plan de sucesión bien diseñado mejora la confianza de los empleados y clientes, facilita la profesionalización

y asegura la permanencia de los valores fundacionales (Cruz, Paz & Camacho, 2017), además de contribuir al fortalecimiento del clima organizacional y reducir la incertidumbre ante el retiro del fundador (García T., 2020).

### **La sucesión como reto de las MiPyMEs en México y Latinoamérica**

Diversos estudios señalan que la falta de una planeación formal es una de las principales causas de fracaso de sucesión, particularmente en economías emergentes (Gaona, Aguilera & Rangel, 2025). A nivel internacional, se ha demostrado que el proceso de sucesión es menos organizado en microempresas familiares que en las grandes organizaciones, distinguiéndose por un fuerte influjo de factores emocionales, culturales y familiares (Rave-Gómez & Moreno, 2023).

En América Latina, las microempresas familiares enfrentan grandes retos debido a la informalidad en su administración y a la falta de mecanismos de planeación estratégica, circunstancias que limitan su disposición para adaptarse a los cambios generacionales y aumentan el riesgo de extinción en el corto plazo (Gaona, Aguilera & Rangel, 2025). En México, investigaciones recientes subrayan que gran parte de estas organizaciones no tienen un plan de sucesión definido ni un sucesor capacitado, lo que ocasiona incertidumbre en la permanencia de la empresa, ya que muchas dependen en gran medida del fundador (Soto, Garza, Esparza & San Martín, 2018). De igual forma, se ha determinado que factores como la planeación estratégica, la preparación del sucesor, la profesionalización y la cultura organizacional contribuyen a disminuir conflictos y a reforzar la continuidad de estas organizaciones (Huerta, Valenzo, Jiménez & Martínez, 2025), y que la sucesión debe tratarse como un proceso global que implique aspectos familiares y empresariales, ya que la ausencia de organización puede desencadenar problemas en la toma de decisiones y pérdida de competitividad (Mul, Ojeda & Jiménez, 2025).

En 2014, la consultora PwC realizó una encuesta en la que participaron 122 empresas familiares mexicanas; de estas, el 90% dijo tener cubiertos todos los elementos para una sucesión exitosa, sin embargo, solo el 16% contaba con un plan formal, establecido, documentado y comunicado a los integrantes de la familia. Esta cifra evidencia la brecha

existente entre la percepción de preparación y la formalización real del proceso sucesorio en las MiPyMEs.

A pesar del interés académico que ha despertado el tema, gran parte de las investigaciones sobre sucesión familiar se enfoca en modelos teóricos, metodologías y estudios de caso, existiendo pocas herramientas prácticas dirigidas a las MiPyMEs familiares que orienten de manera concreta la elaboración de un plan de sucesión. Esta carencia resulta particularmente relevante para las micro y pequeñas empresas, las cuales, al contar con menos recursos formales y roles con menor claridad, resultan más vulnerables ante las transiciones generacionales que las grandes corporaciones (Rave-Gómez & Moreno, 2023).

### **Marco referencial**

Se trata de una empresa familiar ubicada en la comunidad de Piedras Negras, Veracruz, dedicada a la distribución de piezas eléctricas y mecánicas para el sector automotriz. Su actividad comercial se enfoca principalmente en atender las necesidades de talleres y mecánicos de la localidad, mediante un servicio personalizado y asesoría técnica.

El negocio surgió hace más de tres décadas por iniciativa de Elías Abi-Rached González, quien, tras años de experiencia en el sector automotriz, decidió emprender su propia distribuidora de piezas eléctricas, consolidándose con el tiempo como un punto de referencia local. Hace aproximadamente 15 años se intentó una expansión mediante una sucursal en una localidad vecina, la cual cerró debido a una mala gestión administrativa y financiera; no obstante, la empresa continuó operando y diversificó su catálogo al incorporar piezas mecánicas.

Hace dos años falleció el fundador, y la administración quedó a cargo de su esposa, quien actualmente es la propietaria y encargada de la operación general del negocio, manteniendo los valores de honestidad, servicio personalizado y responsabilidad que caracterizaron al fundador.

### Datos generales de la empresa

- Ubicación: Piedras Negras, Veracruz
- Giro: Comercial (compra y venta de piezas eléctricas automotrices)
- Clasificación: Microempresa
- Colaboradores: 2

La empresa tiene como misión proporcionar un servicio y piezas de calidad a sus clientes, y como visión expandir sus servicios a nivel estatal en la industria eléctrico-automotriz. Su estructura organizativa es básica: la propietaria funge como encargada de tienda y ventas, y cuenta con el apoyo de una contadora externa.

### Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, mediante la integración de técnicas cualitativas y cuantitativas que permitieron obtener una perspectiva amplia sobre las condiciones actuales de la microempresa familiar y los factores vinculados con su continuidad generacional. Asimismo, se consideró un alcance descriptivo y transversal, enfocado en conocer las características, necesidades y áreas de oportunidad relacionadas con la planificación de la sucesión familiar. A través del estudio de caso fue posible analizar de manera particular el contexto organizacional y familiar del negocio.

Para conocer la situación interna y externa de la microempresa, se recurrió al análisis FODA. Entre los aspectos favorables sobresalen sus precios competitivos, la variedad y calidad de los productos, además de la atención que brinda a sus clientes. También se reconocieron posibilidades de crecimiento mediante una mayor presencia en el mercado local y la incorporación de sistemas administrativos para mejorar el manejo de las operaciones. En contraste, se observaron dificultades asociadas con el escaso uso de herramientas administrativas, el espacio limitado para almacenar inventario y la falta de políticas de crédito. A estas circunstancias se suman factores externos como la inflación, los retrasos en la entrega de mercancías por parte de los proveedores y el incremento de los costos operativos.

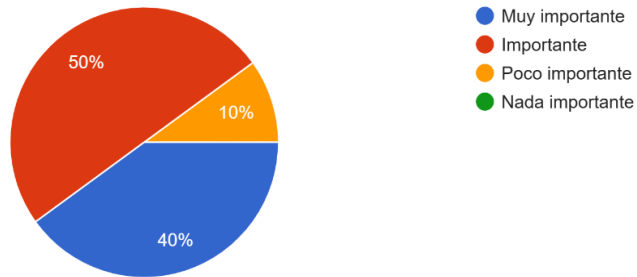
El check-list aplicado complementó este diagnóstico al valorar diferentes aspectos relacionados con la preparación de la organización para una futura transición. Se observó que el negocio cuenta con elementos básicos como misión, visión y valores, además de que existen posibles sucesores reconocidos de manera informal. No obstante, seis de los diez criterios considerados no presentan cumplimiento y los cuatro restantes únicamente se cubren de forma parcial. Las principales áreas de atención corresponden a la inexistencia de un plan estratégico, la falta de una delimitación clara entre las responsabilidades familiares y empresariales, así como la ausencia de un protocolo familiar y de un documento que establezca formalmente el proceso sucesorio.

Por medio de la entrevista a la propietaria, se obtuvo información acerca de su perspectiva sobre el futuro del negocio. La entrevistada manifestó que la persona encargada de continuar con la dirección debería pertenecer a la familia, particularmente ser un hijo o familiar cercano, debido al compromiso y sentido de pertenencia que implica. Dentro de las posibles alternativas, señaló a su hija como candidata para asumir dicha responsabilidad, tomando en consideración su preparación en el área administrativa. Al mismo tiempo, reconoció que actualmente existen dificultades derivadas de una administración poco estructurada y de situaciones familiares que llegan a involucrarse en las decisiones del establecimiento.

La opinión de los clientes también aportó elementos relevantes para valorar la continuidad del negocio. El 90% de los participantes consideró importante o muy importante que la microempresa comercializadora permanezca como su proveedor, mientras que la totalidad de ellos expresó mayor confianza cuando el sucesor pertenece a la familia del fundador. En cambio, únicamente la mitad de los encuestados manifestó una percepción favorable ante la posibilidad de incorporar a una persona externa para asumir dicha responsabilidad. Además, nueve de cada diez clientes señalaron que existe una posibilidad de perder consumidores si el cambio generacional no se organiza adecuadamente.

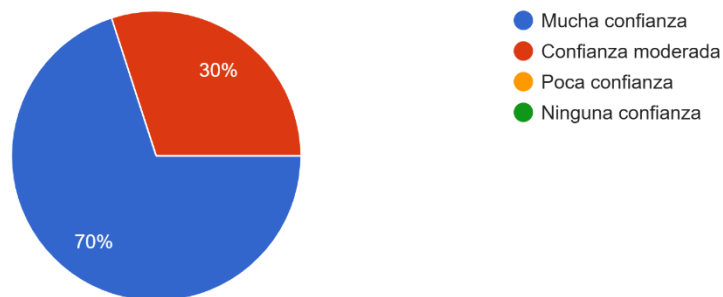
1. ¿Qué tan importante considera que es la continuidad de la empresa para seguir siendo su proveedor?

10 respuestas



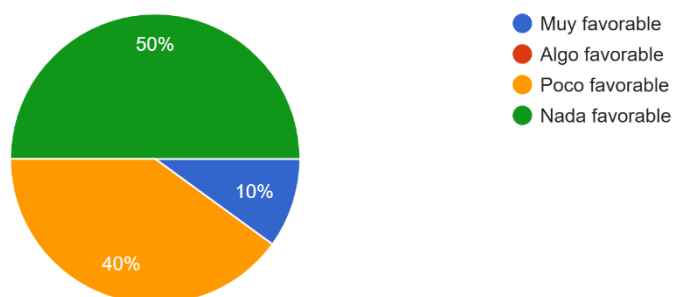
4. ¿Qué confianza le generaría que el sucesor sea un miembro de la familia del dueño?

10 respuestas



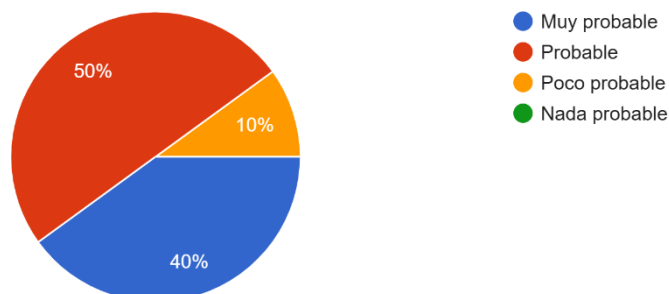
5. Si el sucesor no es un familiar, sino un externo profesional, ¿qué tan favorable lo considera?

10 respuestas



7. ¿Qué tan probable cree que la empresa pueda perder clientes si no se planifica adecuadamente la sucesión?

10 respuestas



En términos generales, la información recopilada evidencia que la microempresa familiar cuenta con bases favorables para mantenerse en el mercado, pero enfrenta aspectos administrativos y familiares que podrían representar obstáculos durante una futura transición. La falta de planificación formal, la combinación de asuntos familiares con decisiones del negocio y la preparación insuficiente de quien asumirá la dirección hacen necesario establecer mecanismos que orienten este proceso. En consecuencia, los hallazgos sustentan la conveniencia de desarrollar un plan de sucesión familiar que favorezca una transición ordenada, fortalezca la gestión interna y contribuya a preservar la permanencia del negocio.

### Comprobación de hipótesis

A partir de los resultados obtenidos mediante los instrumentos cualitativos y cuantitativos aplicados, se logró confirmar la hipótesis de trabajo, pues la evidencia recopilada demuestra que el diseño de un plan de sucesión familiar contribuye al fortalecimiento de la organización interna de la empresa familiar, favorece la preparación del sucesor y asegura la continuidad del negocio en el mercado.

Asimismo, la información recabada refleja una necesidad real por parte de los clientes de que la sucesión sea asumida por un integrante de la familia, por lo que se descarta la hipótesis nula.

### Diseño de una guía práctica de sucesión familiar

Con base en los hallazgos obtenidos a través del diagnóstico aplicado a la microempresa, se diseñó una guía básica para la elaboración de un plan de sucesión familiar, dirigida a MiPyMEs con características similares. Esta propuesta se estructura en seis fases secuenciales, cada una acompañada de formatos prácticos de elaboración propia que facilitan su implementación.

La primera fase corresponde al diagnóstico de la empresa, en la cual se analiza la situación actual del negocio: sus fortalezas, debilidades, posibles problemas administrativos y aspectos familiares que puedan afectar la continuidad. En esta etapa se recomienda utilizar herramientas como el análisis FODA, un check-list, observación directa, entrevistas y cuestionarios dirigidos a clientes, proveedores o colaboradores. Para su aplicación, se diseñó un formato de matriz FODA, estructurado en cuatro cuadrantes (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), que permite a la empresa identificar de manera ordenada su situación interna y externa. Asimismo, se elaboró un formato de check-list con diez elementos clave para evaluar la preparación de la empresa ante la sucesión (por ejemplo, la existencia de un plan estratégico, un organigrama actualizado, estatutos legales o un protocolo familiar), cada uno con las columnas de "Sí", "No" y "Observaciones" para registrar su cumplimiento.

| FORTALEZAS    | DEBILIDADES |
|---------------|-------------|
|               |             |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS    |
|               |             |

Nota: formato de elaboración propia.

| Elemento                                                                    | Sí | No | Observaciones |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|----|---------------|
| Tiene definido visión, misión y valores familiares-empresariales.           |    |    |               |
| Cuenta con un plan estratégico definido a futuro.                           |    |    |               |
| Existe un organigrama actualizado con funciones claras.                     |    |    |               |
| Se tienen diferenciados los roles de la familia de los de la empresa.       |    |    |               |
| Se tienen identificados posibles sucesores dentro de la familia.            |    |    |               |
| Existen estatutos legales y contratos de propiedad actualizados.            |    |    |               |
| Existe un plan de inversión y ahorro para asegurar la continuidad.          |    |    |               |
| La empresa cuenta con un protocolo familiar o plan documentado de sucesión. |    |    |               |
| La familia está dispuesta a aceptar al sucesor elegido.                     |    |    |               |
| Existen mecanismos para prevenir y resolver conflictos familiares.          |    |    |               |

Nota: formato de elaboración propia.

La segunda fase se enfoca en la identificación del sucesor, donde se determina quién es la persona más adecuada para asumir la dirección de la empresa a futuro, considerando aspectos como compromiso, responsabilidad, liderazgo, preparación académica y disposición para continuar con el negocio familiar, con una duración aproximada de dos meses. Esta elección puede apoyarse en el formato de evaluación de candidatos diseñado para esta fase, el cual incluye datos generales del aspirante (nombre, edad, escolaridad y parentesco con el propietario), así como una tabla de aspectos a evaluar: responsabilidad, liderazgo, comunicación, compromiso, conocimiento del negocio, trabajo en equipo, toma de decisiones e interés en continuar con la empresa; calificados en una escala de excelente, bueno, regular e insuficiente.

|                                       |                  |              |                |                     |                      |
|---------------------------------------|------------------|--------------|----------------|---------------------|----------------------|
| <b>Nombre del candidato:</b>          |                  |              |                |                     |                      |
| <b>Edad:</b>                          |                  |              |                |                     |                      |
| <b>Escolaridad:</b>                   |                  |              |                |                     |                      |
| <b>Parentesco con el propietario:</b> |                  |              |                |                     |                      |
|                                       |                  |              |                |                     |                      |
| <b>Aspecto a evaluar</b>              | <b>Excelente</b> | <b>Bueno</b> | <b>Regular</b> | <b>Insuficiente</b> | <b>Observaciones</b> |
| Responsabilidad                       |                  |              |                |                     |                      |
| Liderazgo                             |                  |              |                |                     |                      |
| Comunicación                          |                  |              |                |                     |                      |
| Compromiso con la empresa             |                  |              |                |                     |                      |
| Conocimiento del negocio              |                  |              |                |                     |                      |
| Trabajo en equipo                     |                  |              |                |                     |                      |
| Toma de decisiones                    |                  |              |                |                     |                      |
| Interés en continuar con la empresa   |                  |              |                |                     |                      |

Nota: formato de elaboración propia.

La tercera fase corresponde a la capacitación y preparación del sucesor, en la cual este se involucra progresivamente en las distintas áreas de la empresa (ventas, atención al cliente, compras, inventarios, administración y finanzas), apoyándose en cursos, capacitaciones, asesorías y herramientas digitales. Para dar seguimiento a este proceso, se diseñó un formato en el que se registran el nombre del sucesor, el curso o capacitación, la institución o plataforma, el objetivo, la fecha programada y el estado de cada actividad formativa (por ejemplo, administración de empresas, liderazgo, atención al cliente, finanzas básicas o manejo de inventarios).

|                                     |                                 |                 |                         |               |
|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------|-------------------------|---------------|
| <b>Nombre del sucesor:</b>          |                                 |                 |                         |               |
| <b>Curso o capacitación</b>         | <b>Institución o plataforma</b> | <b>Objetivo</b> | <b>Fecha programada</b> | <b>Estado</b> |
| Administración de empresas          |                                 |                 |                         |               |
| Liderazgo y toma de decisiones      |                                 |                 |                         |               |
| Atención y servicio al cliente      |                                 |                 |                         |               |
| Finanzas básicas para negocios      |                                 |                 |                         |               |
| Manejo de inventarios               |                                 |                 |                         |               |
| Ventas y marketing                  |                                 |                 |                         |               |
| Resolución de conflictos familiares |                                 |                 |                         |               |
| Uso de herramientas digitales       |                                 |                 |                         |               |
| <b>Observaciones</b>                |                                 |                 |                         |               |
|                                     |                                 |                 |                         |               |

Nota: formato de elaboración propia.

En la cuarta fase, de organización y formalización, se documenta la información relevante para prevenir conflictos futuros, estableciendo funciones, responsabilidades y acuerdos familiares. Se recomienda la redacción de un protocolo familiar que incluya los fundamentos de la empresa y la familia, las políticas de empleo para familiares, los aspectos relacionados con la propiedad y los lineamientos para nuevos negocios. Como apoyo, se elaboró un check-list del protocolo familiar, organizado en cuatro temas: fundamentos, empleo para la familia, propiedad y nuevos negocios, con sus respectivos elementos (historia de la familia y la empresa, misión, visión, valores, políticas laborales, transferencia de acciones, entre otros) y una columna para marcar su cumplimiento.

| CHECK LIST DEL PROTOCOLO FAMILIAR |                                                 |            |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|------------|
| TEMA                              | ELEMENTOS                                       | COMPLETADO |
| <b>FUNDAMENTOS</b>                | Objetivo del documento                          |            |
|                                   | Alcances del documento                          |            |
|                                   | Historia de la familia                          |            |
|                                   | Historia de la empresa                          |            |
|                                   | Misión                                          |            |
|                                   | Visión                                          |            |
|                                   | Valores                                         |            |
| <b>EMPLEO PARA LA FAMILIA</b>     | Políticas de compensación                       |            |
|                                   | Selección de futuros líderes                    |            |
|                                   | Beneficios para los miembros de la familia      |            |
|                                   | Políticas laborales                             |            |
|                                   | Políticas de vacaciones                         |            |
|                                   | Políticas de retiro                             |            |
| <b>PROPIEDAD</b>                  | Políticas de transferencias de acciones         |            |
|                                   | Métodos de valuación de acciones                |            |
|                                   | Proceso de compra de acciones                   |            |
|                                   | Responsabilidades y derechos de los accionistas |            |
|                                   | Políticas de dividendos                         |            |
|                                   | Cotización en la bolsa                          |            |
| <b>NUEVOS NEGOCIOS</b>            | Nuevos negocios                                 |            |
|                                   | Beneficios para clientes familiares             |            |
|                                   | Beneficios para proveedores familiares          |            |
|                                   | Apoyo para la capacitación                      |            |
|                                   | Políticas para la resolución de conflictos      |            |
|                                   | Filantropía                                     |            |

Nota: formato de elaboración propia.

La quinta fase, de transferencia gradual de funciones, contempla la delegación progresiva de responsabilidades del propietario hacia el sucesor, permitiéndole participar en decisiones importantes y en la administración diaria del negocio, con el fin de generar confianza tanto en la familia como en clientes y proveedores. Esta transición se apoya en un formato de delegación de actividades, diseñado específicamente para la microempresa familiar pero adaptable a otras empresas, en el que se registran el nombre del sucedido y del sucesor, la actividad delegada (por ejemplo, entrega de lista de clientes, contactos de proveedores, manejo de cuentas bancarias o resolución de problemas comunes), si fue entregada y comprendida, la fecha y observaciones.

|                                         |                                  |                                   |              |                      |
|-----------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------|----------------------|
| <b>Nombre del sucedido:</b>             |                                  |                                   |              |                      |
| <b>Nombre del sucesor:</b>              |                                  |                                   |              |                      |
| <b>Actividad delegada</b>               | <b>Entregada por el sucedido</b> | <b>Comprendida por el sucesor</b> | <b>Fecha</b> | <b>Observaciones</b> |
| Entrega de lista de clientes frecuentes |                                  |                                   |              |                      |
| Entrega de contactos de proveedores     |                                  |                                   |              |                      |
| Explicación de precios y descuentos     |                                  |                                   |              |                      |
| Acceso a contraseñas y sistemas         |                                  |                                   |              |                      |
| Manejo de cuentas bancarias             |                                  |                                   |              |                      |
| Explicación de pagos y cobros           |                                  |                                   |              |                      |
| Procedimiento de compras                |                                  |                                   |              |                      |
| Organización del inventario             |                                  |                                   |              |                      |
| Atención a clientes frecuentes          |                                  |                                   |              |                      |
| Resolución de problemas comunes         |                                  |                                   |              |                      |
| <b>Comentarios generales</b>            |                                  |                                   |              |                      |
|                                         |                                  |                                   |              |                      |

Nota: formato de elaboración propia.

Finalmente, la sexta fase corresponde al seguimiento y mejora continua, en la cual la empresa evalúa constantemente los resultados obtenidos tras la sucesión, manteniendo la comunicación familiar y actualizando el plan conforme cambien las necesidades del negocio. Para ello, se diseñó un formato de evaluación periódica que permite verificar, mediante una escala de cumple o no cumple, aspectos como la participación del sucesor, la comunicación familiar, el cumplimiento de funciones asignadas, la confianza de los clientes y la estabilidad operativa de la empresa, incluyendo un apartado de conclusiones y espacio para las firmas del propietario y del sucesor.

|                                                |               |                  |                      |
|------------------------------------------------|---------------|------------------|----------------------|
| <b>Fecha de evaluación:</b>                    |               |                  |                      |
| <b>Aspecto evaluado</b>                        | <b>Cumple</b> | <b>No cumple</b> | <b>Observaciones</b> |
| El sucesor participa activamente en la empresa |               |                  |                      |
| Existe comunicación familiar adecuada          |               |                  |                      |
| Se cumplen las funciones asignadas             |               |                  |                      |
| Los clientes mantienen su confianza            |               |                  |                      |
| La empresa mantiene estabilidad operativa      |               |                  |                      |
| Existen mejoras administrativas                |               |                  |                      |
| <b>Conclusiones</b>                            |               |                  |                      |
|                                                |               |                  |                      |
| Firma del propietario:                         |               |                  |                      |
| Firma del sucesor:                             |               |                  |                      |

Nota: formato de elaboración propia.

Esta guía representa una herramienta adaptable que puede ser utilizada por otras MiPyMEs familiares que enfrenten desafíos similares relacionados con la transición generacional y la continuidad empresarial.

## Conclusión

En definitiva, esta investigación permitió reconocer que la planificación sucesoria constituye un elemento fundamental para la permanencia de la microempresa familiar en el mercado, ya que de esta depende no solo la continuidad operativa del negocio, sino también la conservación del legado y los valores forjados a lo largo de más de tres décadas. Igualmente, la propuesta trasciende el caso particular de esta empresa, pues pretende convertirse en un modelo aplicable para otras MiPyMEs familiares que atraviesen circunstancias semejantes.

De la misma manera, la relevancia de este proyecto va más allá del ámbito académico, puesto que se elaboró una guía práctica que brinda a la propietaria y a la posible sucesora las bases para formalizar el proceso y garantizar la estabilidad del negocio a futuro. En este sentido, el presente trabajo constituye un aporte significativo al conocimiento existente sobre la sucesión familiar y su forma de implementación, ante la escasez de herramientas prácticas dirigidas específicamente a las microempresas de este tipo.

## Referencias

- Ascef. (2018). Asociación Catalana de la Empresa Familiar. Obtenido de <https://www.ascef.com/es/empresas-familiares-sucesion/>
- Cruz, L. L., Paz, C. A., & Camacho, M. D. (2017). PLAN DE SUCESIÓN EN EMPRESAS FAMILIARES. EL CASO DE UNA PANIFICADORA. *Hitos De Ciencias Económico Administrativas*, 22(63), 114-139. doi:<https://doi.org/10.19136/hitos.a0n63.1845>
- Flores, K., Pereyra, A. M., Chan, J., & Viana, J. J. (31 de Octubre de 2019). *Revista de Investigación Académica sin Frontera*. doi:<https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i31.278>
- Gaona, L. L., Aguilera, G., & Rangel, W. X. (01 de Julio de 2025). Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Obtenido de [https://riico.net/index.php/riico/article/view/2290?utm\\_source](https://riico.net/index.php/riico/article/view/2290?utm_source)
- García T., I. G. (2020). Portal de Revistas Científicas y Humanísticas de la Universidad del Zulia. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/omnia/article/view/7133>
- Huerta, F. I., Valenzo, M. A., Jiménez, C. P., & Martínez, J. A. (2025). Sucesión en empresas familiares en el Estado de Michoacán: Un análisis de factores clave. *Revista Venezolana De Gerencia*, 30(14). doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.30.especial14.15>
- Molina, P., Botero, S., & Montoya, J. N. (04 de Agosto de 2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis. *Pensamiento & Gestión*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64650087006.pdf>
- Mul, J., Ojeda, R. N., & Jiménez, O. (2025). La sucesión en la empresa familiar industrial: Estudio de casos múltiples. *Hitos De Ciencias Económico Administrativas*, 31(89), 1-19. doi:<https://doi.org/10.19136/hitos.a31n89.6361>
- Rave-Gómez, E. D., & Moreno, J. E. (28 de Abril de 2023). Proceso de sucesión en la empresa familiar. Estudio de caso, grandes empresas vs. pymes. *Redalyc*. doi:<https://doi.org/10.35575/rvucn.n69a7>
- Sáenz, J. (2022). Repositorio Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/56650/2/TFG%20Juan%20Saenz%20de%20Santa%20Maria.pdf>

Soto, A., Garza, M., Esparza, J. L., & San Martín, J. M. (2018). La sucesión de la empresa familiar; una aproximación teórica. Redalyc.

doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao.31-56.sefat>

Ticona-Apaza, F., & Neira-Ponce, E. (2023). Sucesión generacional y continuidad empresarial en las micro y pequeñas empresas familiares del sector textil. 360: Revista De Ciencias De La Gestión, 8(8).

doi:<https://doi.org/10.18800/360gestion.202308.010>

## Anexo

### Cuestionario para Clientes Frecuentes sobre la Sucesión en la Empresa Familiar

Estimado/a cliente:

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Alitzel Gaspar Aguilar, estudiante del programa educativo de Administración de la Universidad Veracruzana. El presente cuestionario tiene como finalidad conocer la opinión de los clientes frecuentes acerca de la posible sucesión familiar de la empresa, así como el impacto que esta podría tener en su confianza y lealtad hacia el negocio.

Instrucciones:

Seleccione la opción que más se acerque a su opinión.

1. ¿Qué tan importante considera que es la continuidad de la empresa para seguir siendo su proveedor?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

2. En caso de un cambio de dueño o administrador, ¿qué impacto cree que tendría en la calidad del servicio?

- a) Mejoraría
- b) Se mantendría igual
- c) Podría empeorar
- d) No sabe / No le afecta

3. ¿Qué tan dispuesto estaría a seguir comprando si la empresa es administrada por la familia del fundador?

- a) Muy dispuesto
- b) Dispuesto
- c) Poco dispuesto
- d) Nada dispuesto

4. ¿Qué confianza le generaría que el sucesor sea un miembro de la familia del dueño?

- a) Mucha confianza
- b) Confianza moderada
- c) Poca confianza
- d) Ninguna confianza

5. Si el sucesor no es un familiar, sino un externo profesional, ¿qué tan favorable lo considera?

- a) Muy favorable
- b) Algo favorable
- c) Poco favorable
- d) Nada favorable

6. ¿Cuál cree que debe ser la prioridad del sucesor al asumir la dirección?

- a) Mantener la calidad de los productos
- b) Mejorar la atención al cliente
- c) Innovar con nuevos productos
- d) Mantener los precios accesibles

7. ¿Qué tan probable cree que la empresa pueda perder clientes si no se planifica adecuadamente la sucesión?

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Nada probable

8. ¿Qué factor influiría más en su decisión de seguir siendo cliente tras la sucesión?

- a) La calidad de los productos
- b) La confianza en el sucesor
- c) Los precios competitivos
- d) La relación de cercanía con la familia dueña

9. ¿Qué tan importante considera que es un plan de sucesión para garantizar la estabilidad de la empresa?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

10. En caso de que el nuevo sucesor implemente mejoras, ¿qué tan probable es que usted recomiende más la empresa?

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Nada probable

Le agradezco de antemano su participación.

*Nota: la información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos, manteniendo total confidencialidad de sus respuestas.*

# **ANÁLISIS DE LA CREACIÓN DE UN MUSEO DEL CAFÉ Y RUTA DEL CAFÉ; MUNICIPIO HUATUSCO DE CHICUELLAR, VERACRUZ.**

## **Resumen**

Huatusco de Chicuellar, Veracruz, es un municipio reconocido por su importante tradición cafetalera, considerada uno de los principales elementos económicos, culturales y sociales de la región. No obstante, pese a contar con recursos naturales, culturales y productivos vinculados al café, actualmente no existe un proyecto turístico integral que permita aprovechar dichos recursos para fortalecer el desarrollo económico local. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la creación de un museo del café y una ruta del café como una estrategia turística orientada a generar beneficios económicos para la comunidad. La investigación se desarrolló mediante un enfoque metodológico mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas para obtener información sobre las condiciones turísticas del municipio y la percepción de la población respecto a la propuesta. Los resultados permitieron identificar una aceptación favorable hacia la implementación de proyectos turísticos relacionados con la actividad cafetalera, así como el interés de los habitantes por fortalecer la identidad cultural del municipio mediante actividades turísticas innovadoras. Con base en los hallazgos obtenidos, se plantea la creación de un museo del café complementado con una ruta del café en fincas cafetaleras, incorporando actividades culturales, educativas y recreativas que permitan diversificar la oferta turística local. Se concluye que la propuesta representa una alternativa viable para impulsar el turismo sostenible, preservar el patrimonio cafetalero y contribuir al desarrollo económico de Huatusco de Chicuellar. fortalecer la identidad local, fomentar el turismo sostenible y promover la conservación del entorno natural.

## Introducción

En la actualidad, el turismo se ha consolidado como una de las principales actividades económicas capaces de generar beneficios sociales, culturales y económicos en las comunidades receptoras. Dentro de las diversas modalidades turísticas, el turismo cultural y experiencial ha adquirido gran relevancia debido al interés de los visitantes por conocer tradiciones, procesos productivos y manifestaciones culturales que forman parte de la identidad de una región. En este contexto, la actividad cafetalera representa una oportunidad para el desarrollo turístico, ya que permite integrar experiencias relacionadas con la producción, transformación y consumo del café, promoviendo al mismo tiempo la conservación del patrimonio cultural y el fortalecimiento de la economía local.

El municipio de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, es reconocido por su importante tradición cafetalera y por la calidad de sus productos agrícolas. Sin embargo, a pesar de contar con recursos naturales, culturales y productivos vinculados al café, actualmente no dispone de un proyecto turístico integral que permita aprovechar estos elementos como una alternativa para impulsar el desarrollo económico de la comunidad. Esta situación limita la diversificación de actividades económicas y reduce las oportunidades para que productores, comerciantes y prestadores de servicios turísticos obtengan mayores beneficios derivados de la actividad turística.

Desde una perspectiva económica y social, esta problemática representa una oportunidad para implementar estrategias que contribuyan al aprovechamiento sostenible de los recursos locales. Entre los principales factores que influyen en esta situación destacan la limitada promoción turística de la actividad cafetalera, la escasa integración de productos turísticos especializados y la falta de espacios destinados a la difusión de la historia, cultura y tradición del café en el municipio. Asimismo, aunque existen fincas cafetaleras con potencial para recibir visitantes, estas no se encuentran integradas dentro de una oferta turística estructurada que permita generar experiencias atractivas para los turistas.

Ante este panorama, surge la necesidad de analizar la creación de un museo del café y una ruta del café como una estrategia orientada a fortalecer el turismo local y generar beneficios económicos para la población. La propuesta busca integrar recursos culturales, históricos y productivos relacionados con el café mediante la creación de espacios de interpretación, actividades de aprendizaje, recorridos guiados y experiencias de degustación que permitan a los visitantes conocer la importancia de esta actividad en la región. Además, se pretende fomentar la participación de productores locales y promover la conservación de las tradiciones cafetaleras que forman parte de la identidad de Huatusco.

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque descriptivo, explicativo y analítico. Es descriptiva porque permite identificar las condiciones actuales de la actividad turística y cafetalera en el municipio; es explicativa porque analiza los factores que limitan el aprovechamiento turístico de los recursos existentes; y es analítica porque interpreta la información obtenida para fundamentar una propuesta de desarrollo turístico. Asimismo, la investigación integra un enfoque mixto, al utilizar tanto métodos cualitativos como cuantitativos para obtener una visión más amplia del fenómeno estudiado. El enfoque cualitativo se apoya en técnicas de observación, análisis documental y diagnóstico situacional, mientras que el enfoque cuantitativo se respalda en la aplicación de encuestas y cuestionarios dirigidos a habitantes y actores relacionados con la actividad turística y cafetalera.

La realización de esta investigación se justifica en la necesidad de diversificar la economía local mediante el aprovechamiento turístico de la cultura cafetalera, generando nuevas oportunidades de empleo e ingresos para la comunidad. Asimismo, busca fortalecer la identidad cultural del municipio, promover la conservación del patrimonio relacionado con la producción del café y contribuir al desarrollo turístico sostenible de la región. En este sentido, el estudio no solo identifica una problemática existente, sino que propone una alternativa viable que responde a las necesidades y potencialidades del entorno.

En relación con lo anterior, la pregunta de investigación que guía este trabajo es la siguiente:  
¿El análisis de la creación de un museo del café y una ruta del café en fincas de Huatusco

de Chicuellar, Veracruz, generará beneficios económicos a la comunidad local? A partir de esta interrogante, se establece como objetivo general analizar la creación de un museo del café y una ruta del café en fincas de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, para generar beneficios económicos a la comunidad local. De igual manera, se plantea como hipótesis de trabajo que la creación de un museo del café y una ruta del café generará beneficios económicos para la población del municipio.

Los beneficios esperados de la propuesta abarcan diversos ámbitos. En el aspecto económico, se busca incrementar la derrama turística y generar nuevas oportunidades de empleo; en el aspecto social, fortalecer la participación comunitaria y el sentido de pertenencia; en el aspecto cultural, preservar y difundir las tradiciones relacionadas con la actividad cafetalera; y en el ámbito turístico, diversificar la oferta existente mediante la incorporación de productos innovadores que contribuyan al posicionamiento de Huatusco como un destino especializado en turismo cafetalero.

## **Metodología**

“El turismo cultural tiene la capacidad de revalorizar prácticas tradicionales y promover la participación de las comunidades en la preservación de su patrimonio” (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021). A partir de esta perspectiva, la presente investigación analiza la creación de un museo del café y una ruta del café en fincas del municipio de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, como una estrategia orientada a generar beneficios económicos para la comunidad local mediante el aprovechamiento turístico de la actividad cafetalera y la valorización de su patrimonio cultural.

## **Método Cualitativo**

El método cualitativo se caracteriza por centrarse en la interpretación de significados, percepciones y experiencias de los sujetos dentro de un contexto determinado. A diferencia del enfoque cuantitativo, no busca medir en términos numéricos, sino comprender la realidad social desde la perspectiva de quienes participan en ella. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la investigación cualitativa se fundamenta en

métodos de recolección de datos no estandarizados que permiten explorar a profundidad fenómenos sociales y culturales.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron técnicas cualitativas como el análisis FODA y el Check List. El análisis FODA permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con la creación de un museo del café y una ruta del café en Huatusco de Chicuellar, mientras que el Check List facilitó la evaluación de recursos turísticos, infraestructura, servicios, accesibilidad y condiciones generales del municipio para el desarrollo de la propuesta. Estas herramientas contribuyeron a realizar un diagnóstico integral de la situación actual y a identificar áreas de oportunidad para el fortalecimiento del turismo local.

### **Método Cuantitativo**

El método cuantitativo se basa en la recolección y análisis de datos numéricos con el propósito de obtener información objetiva sobre un fenómeno, permitiendo medir, comparar y predecir comportamientos. Hernández, Fernández y Baptista (2015) señalan que este enfoque resulta especialmente útil para estudios que buscan generalizar resultados y establecer relaciones entre variables mediante herramientas estadísticas. Asimismo, Babbie (2016) afirma que la investigación cuantitativa se centra en la obtención de datos numéricos que pueden ser analizados de manera sistemática para explicar, describir y predecir fenómenos sociales.

Por otro lado, el método cuantitativo puede desarrollarse mediante diferentes técnicas de muestreo. De acuerdo con Otzen y Manterola (2017), el muestreo por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten participar en el estudio, considerando la proximidad y disponibilidad de los sujetos para el investigador.

En la presente investigación, el método cuantitativo se aplicó mediante encuestas y cuestionarios dirigidos a habitantes y actores relacionados con la actividad turística y cafetalera del municipio. La información obtenida permitió conocer la percepción de la población respecto a la creación de un museo del café y una ruta del café, así como

identificar el nivel de aceptación de la propuesta y los beneficios económicos que podría generar para la comunidad local.

## **Marco Teórico**

### **Turismo**

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos" (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021). Esta actividad se ha consolidado como uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial debido a su capacidad para generar empleo, atraer inversiones y promover el desarrollo regional.

Además de sus beneficios económicos, el turismo contribuye al intercambio cultural, la conservación del patrimonio y el fortalecimiento de la identidad de las comunidades receptoras. Según la OMT (2021), cuando se desarrolla bajo criterios de sostenibilidad, el turismo favorece la preservación de los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones. En este sentido, el aprovechamiento turístico de recursos locales representa una oportunidad para diversificar la economía y mejorar la calidad de vida de la población.

### **Los Museos**

"Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial" (Consejo Internacional de Museos [ICOM], 2022). Estas instituciones desempeñan una función fundamental en la preservación de la memoria histórica, cultural y social de las comunidades.

Los museos también constituyen importantes atractivos turísticos al ofrecer experiencias educativas, recreativas y culturales para los visitantes. De acuerdo con Hernández Vázquez (2021), los museos temáticos permiten difundir conocimientos especializados y fortalecer la identidad local mediante la conservación de tradiciones y actividades productivas

representativas de una región. Por ello, un museo del café puede convertirse en un espacio estratégico para preservar y promover la cultura cafetalera de Huatusco.

### **La Ruta Turística**

Las rutas turísticas son productos diseñados para integrar diversos atractivos bajo una temática común, permitiendo al visitante conocer diferentes recursos de manera organizada. De acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2022), una ruta turística consiste en un recorrido estructurado que conecta recursos naturales, culturales y económicos para ofrecer experiencias significativas a los turistas.

Su importancia radica en que contribuyen a diversificar la oferta turística, aumentar la permanencia de los visitantes y generar beneficios económicos para las comunidades participantes. Asimismo, permiten fortalecer la identidad local y fomentar la participación de diversos actores involucrados en el desarrollo turístico. En el caso de las rutas relacionadas con actividades productivas, estas facilitan el acercamiento de los visitantes a procesos tradicionales y al patrimonio cultural de una región.

### **Municipio de Huatusco de Chicuellar, Veracruz**

Huatusco de Chicuellar es un municipio ubicado en la zona centro del estado de Veracruz, reconocido por su tradición cafetalera y por las condiciones naturales que favorecen la producción de café de alta calidad. Según la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER, 2023), forma parte del corredor cafetalero del centro del estado de Veracruz, destacando por su importancia dentro de la producción cafetalera nacional.

La cafecultura constituye una de las principales actividades económicas del municipio y representa un elemento fundamental de su identidad cultural. Hernández Vázquez (2021) señala que la producción de café en Veracruz no solo genera ingresos económicos, sino que también fortalece las tradiciones locales y la participación comunitaria. Además de su actividad agrícola, Huatusco cuenta con recursos naturales, culturales y gastronómicos que representan un importante potencial para el desarrollo turístico. Estas características

convierten al municipio en un espacio idóneo para la implementación de proyectos turísticos relacionados con la cultura del café y el desarrollo económico local.

### Análisis de la creación de un museo del café y ruta del café; Municipio Huatusco de Chicuellar, Veracruz.



### Comprobación de la hipótesis

A partir del análisis de los resultados obtenidos en la presente investigación, derivados de la aplicación de encuestas y cuestionarios a la población de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, se procede a la comprobación de la hipótesis planteada. Se acepta la hipótesis de trabajo, la cual establece que la creación de un museo del café y una ruta del café en fincas del municipio generará beneficios económicos en la comunidad local.

Lo anterior se sustenta en que la mayoría de los participantes manifestó una percepción positiva hacia el desarrollo de proyectos turísticos vinculados a la cafecultura, destacando su potencial para atraer visitantes, diversificar la oferta turística y generar nuevas

oportunidades de ingreso. Asimismo, los actores locales mostraron disposición para involucrarse en este tipo de iniciativas, lo que fortalece la viabilidad del proyecto y su impacto en el desarrollo económico del municipio.

## **Conclusión**

La investigación permitió identificar que el municipio de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, cuenta con un importante potencial turístico derivado de su tradición cafetalera y sus recursos culturales. Los resultados obtenidos demostraron una aceptación favorable hacia la creación de un museo del café y una ruta del café como estrategias para fortalecer la actividad turística y generar beneficios económicos para la comunidad local.

Asimismo, se comprobó que estas propuestas pueden contribuir a la preservación de la cultura cafetalera, la atracción de visitantes y la diversificación de la oferta turística del municipio. Por ello, la creación de un museo del café y una ruta del café se considera una alternativa viable para impulsar el desarrollo turístico sostenible, fortalecer la identidad local y favorecer el crecimiento económico de Huatusco de Chicuellar.

## Referencias

- Babbie, E. (2016). *The practice of social research* (14th ed.). Cengage Learning.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2015). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Hernández Vázquez, M. (2021). *La cafeticultura mexicana: retos y transformaciones en el siglo XXI*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- International Council of Museums (ICOM). (2022). *Definición de museo*.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). *Turismo cultural y desarrollo sostenible*.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER). (2023). *Diagnóstico de la cafeticultura veracruzana*. Gobierno de México.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2022). *Lineamientos para la planeación de rutas turísticas sostenibles en México*. Gobierno de México.
- Ayuntamiento de Huatusco. (2022). *Plan Municipal de Desarrollo 2022-2025*. Gobierno Municipal de Huatusco.

## Anexos

### Encuesta

Buenos días mi nombre es Lizbeth Cruz y soy estudiante de la Universidad Veracruzana, de la Facultad de Administración, Región Veracruz, de la Licenciatura en Administración Turística.

La presente encuesta tiene como finalidad conocer su opinión respecto al turismo que se practica o lleva a cabo y algunos otros temas relacionados a este en el municipio de Huatusco de Chicuellar, Veracruz, y a su vez identificar posibles oportunidades de mejora que beneficien a todos los habitantes de dicho municipio. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y solo se utilizarán con fines académicos.

Subraye la respuesta de su preferencia:

1. El turismo es una actividad importante para el desarrollo económico de Huatusco.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
2. Considero que Huatusco tiene el potencial suficiente para recibir más visitantes.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
3. El municipio cuenta con recursos culturales y naturales que podrían aprovecharse mejor en materia turística.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
4. Los habitantes muestran interés en preservar y promover las tradiciones locales.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
5. Me parece importante que existan proyectos turísticos relacionados con la cafecultura.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
6. Una Ruta del Café contribuiría a diversificar la oferta turística de Huatusco.
  - a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
7. Considero que un museo del café sería atractivo tanto para turistas nacionales como internacionales.

- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
8. Los cafecultores locales deberían ser protagonistas en la implementación de proyectos turísticos.
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
9. La propuesta de un museo del café y una ruta del café podría generar beneficios económicos para las familias locales.
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
10. El turismo actual en Huatusco carece de suficiente promoción para atraer más visitantes.
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
11. Considero que los jóvenes del municipio deben involucrarse en proyectos turísticos para preservar la tradición cafetalera.
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
12. Me interesa que los proyectos turísticos incluyan actividades educativas y culturales para visitantes.
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo
13. La creación de una ruta del café podría incentivar la mejora de la infraestructura local (carreteras, hospedaje, servicios).
- a) Totalmente en desacuerdo
  - b) En desacuerdo
  - c) De acuerdo
  - d) Totalmente de acuerdo

14. Estoy de acuerdo en que el gobierno municipal debe apoyar y financiar proyectos turísticos sustentables.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) De acuerdo
- d) Totalmente de acuerdo

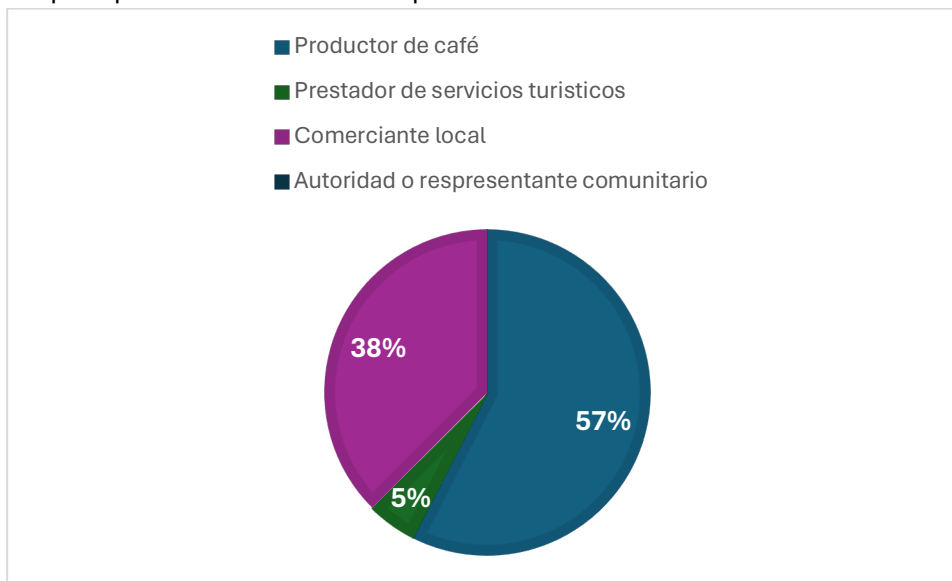
15. Recomendaría a familiares o amigos visitar Huatusco si existieran propuestas como el museo del café y una ruta del café.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) De acuerdo
- d) Totalmente de acuerdo

Le agradezco sinceramente el tiempo dedicado a responder esta encuesta. Su opinión es muy valiosa y contribuirá al desarrollo de proyectos que impulsen el turismo y la economía de Huatusco.

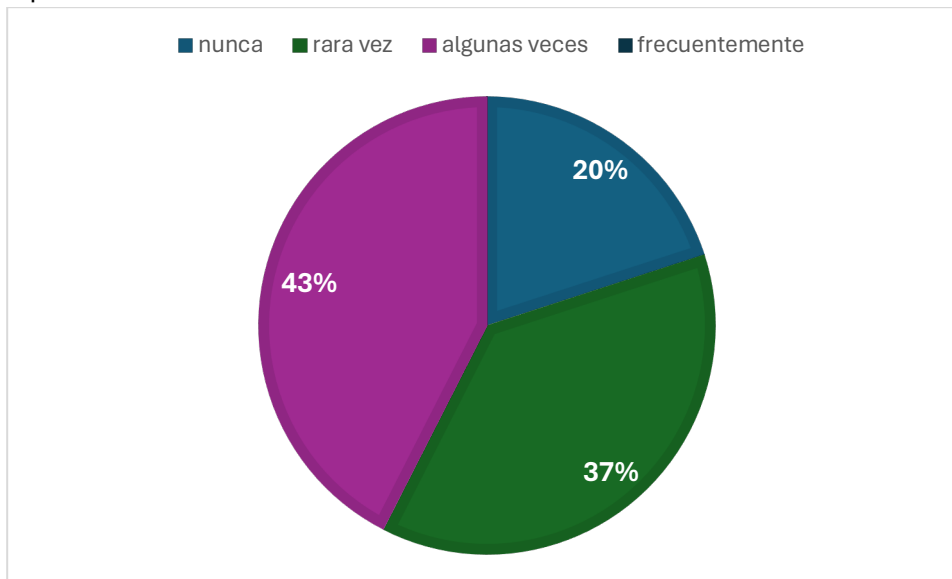
¡Muchas gracias por su participación!

1. ¿Cuál es su principal actividad en el municipio?



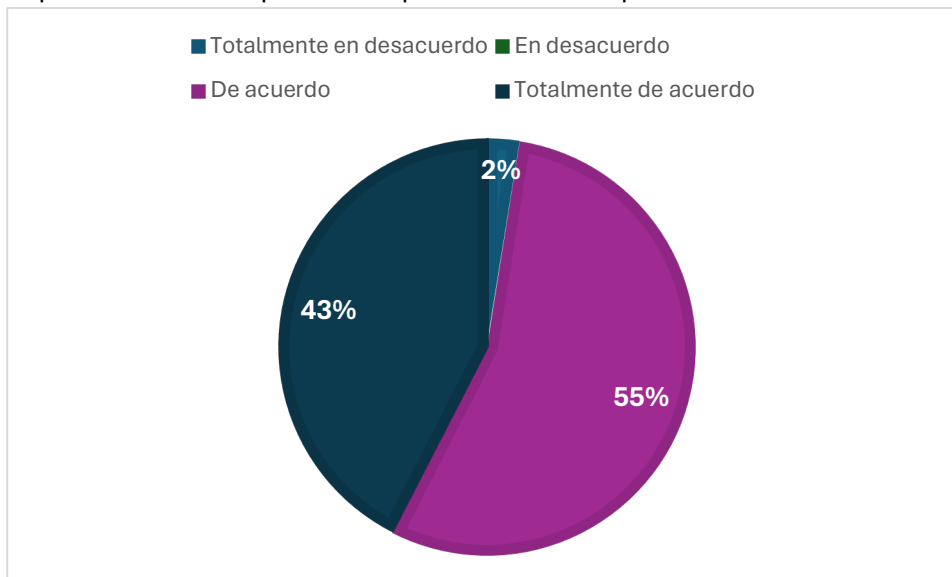
A partir de la información recabada, se identificó que la mayoría de los encuestados se desempeñó como productores de café y comerciantes locales, lo que evidenció una estrecha vinculación con las actividades económicas predominantes del entorno. Derivado de este hallazgo, se reconoció la necesidad de integrar dichas actividades dentro del desarrollo turístico; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para fortalecer la economía local y aprovechar el conocimiento y la participación de estos actores.

2. ¿Ha participado antes en actividades turísticas relacionadas con el café en Huatusco?



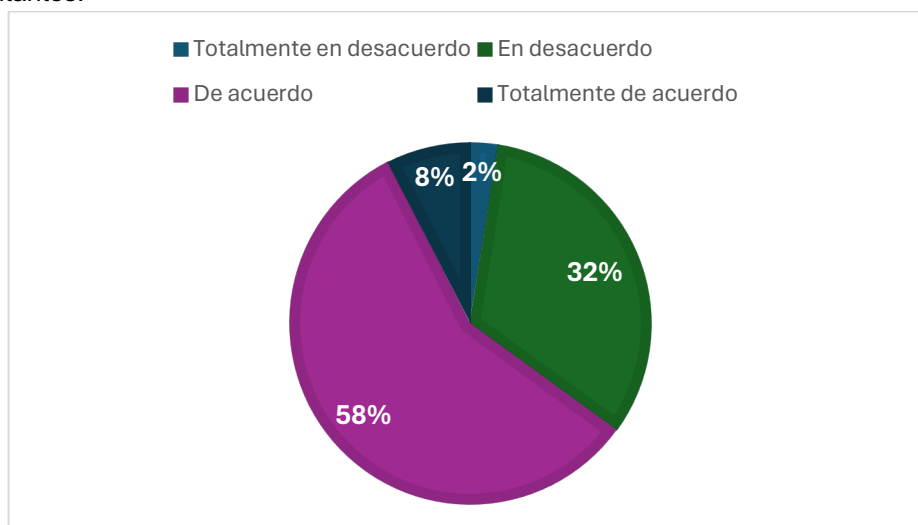
De acuerdo con los resultados obtenidos, se observó que la mayoría de los encuestados señaló haber participado algunas veces o rara vez en actividades turísticas relacionadas con el café. Esto evidenció una baja frecuencia de participación en este tipo de experiencias. En este sentido, se identificó la necesidad de fortalecer y promover este tipo de actividades, por lo que la creación de un museo del café y una ruta del café se planteó como una alternativa viable para incrementar la participación y el interés en el turismo relacionado con la cafeticultura.

3. Considero que la cafeticultura puede ser aprovechada como producto turístico en el municipio.



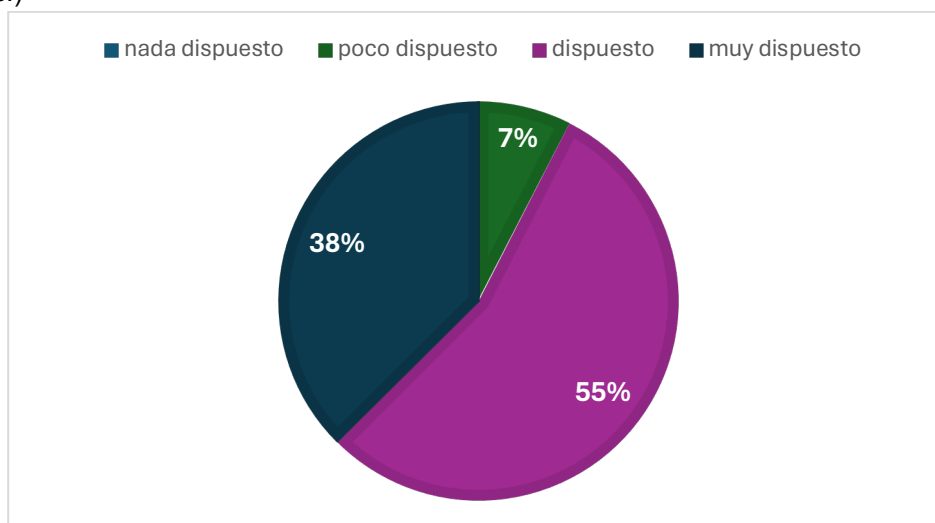
Del análisis de los resultados se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que la cafeticultura puede ser aprovechada como producto turístico, lo que reflejó una percepción favorable hacia su integración en este ámbito. A partir de ello, se evidenció la necesidad de desarrollar iniciativas que impulsen este potencial; en este sentido, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para posicionar la cafeticultura como un atractivo turístico.

4. El municipio cuenta con la infraestructura necesaria (vías de acceso, hospedaje, servicios básicos) para recibir más visitantes.



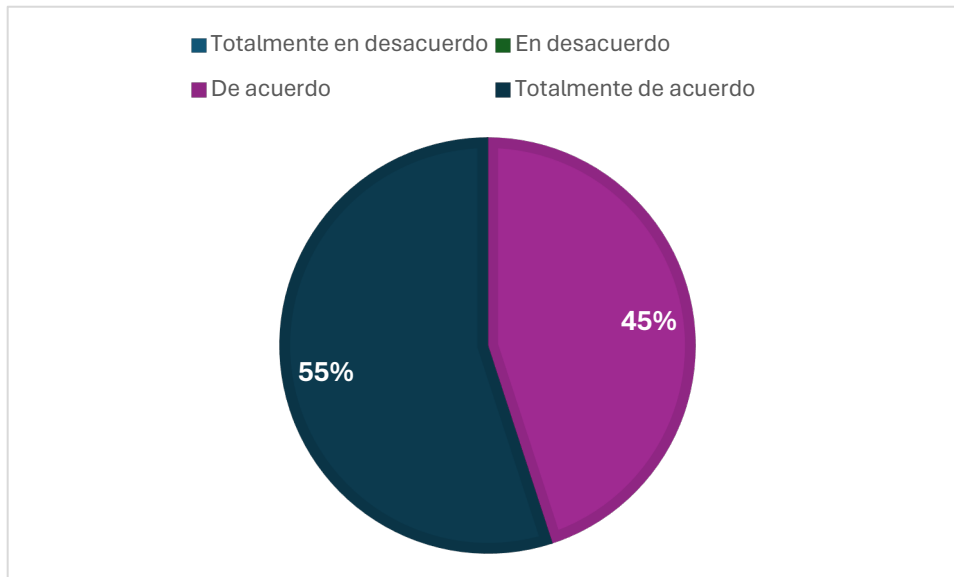
A partir del análisis de los resultados, se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que el municipio cuenta con la infraestructura necesaria para recibir más visitantes, incluyendo vías de acceso, hospedaje y servicios básicos, lo que reflejó una percepción positiva sobre las condiciones actuales del entorno. Derivado de ello, se evidenció la necesidad de fortalecer la actividad turística a partir de esta base existente; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para consolidar y ampliar la oferta turística.

5. Estoy dispuesto a colaborar en actividades relacionadas con la Ruta del Café (abrir fincas, ofrecer recorridos, etc.)



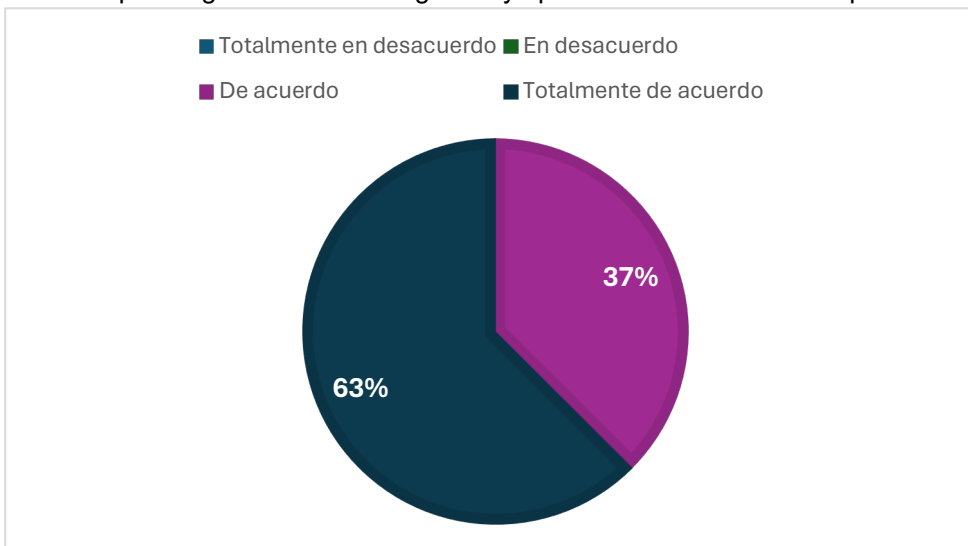
Del análisis de la información recabada se identificó que la mayoría de los encuestados manifestó disposición para colaborar en actividades relacionadas con la ruta del café, como la apertura de fincas o la realización de recorridos, lo que reflejó una actitud favorable hacia la participación en iniciativas turísticas. A partir de este resultado, se evidenció la necesidad de involucrar activamente a los actores locales en este tipo de proyectos; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para fomentar su participación y fortalecer el desarrollo turístico.

6. El Museo del Café contribuiría a difundir la historia y fortalecer la identidad cafetalera de Huatusco.



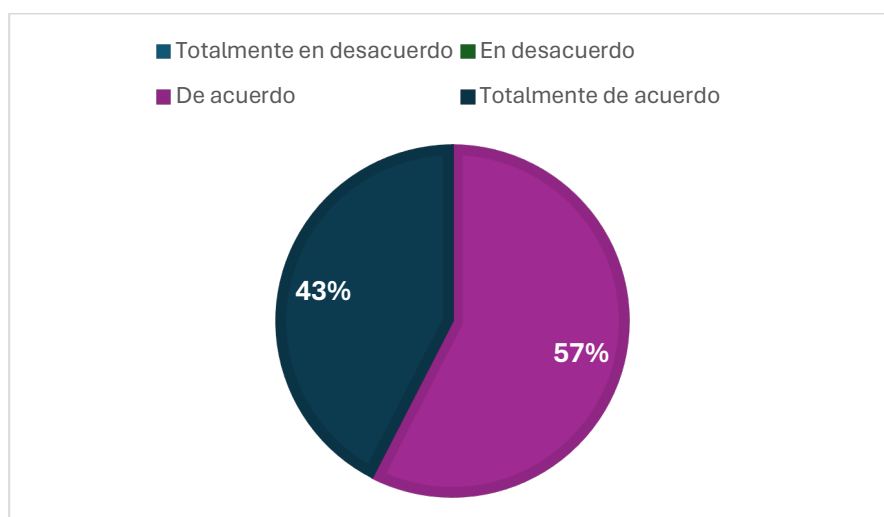
A partir del análisis de los resultados, se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que un museo del café contribuiría a difundir la historia y fortalecer la identidad cafetalera, lo que reflejó una valoración positiva sobre el aporte cultural de este tipo de espacios. Derivado de este hallazgo, se evidenció la necesidad de impulsar iniciativas orientadas a la preservación de la identidad local; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para preservar y difundir la cultura cafetalera.

7. La Ruta del Café podría generar nuevos ingresos y oportunidades económicas para mi sector.



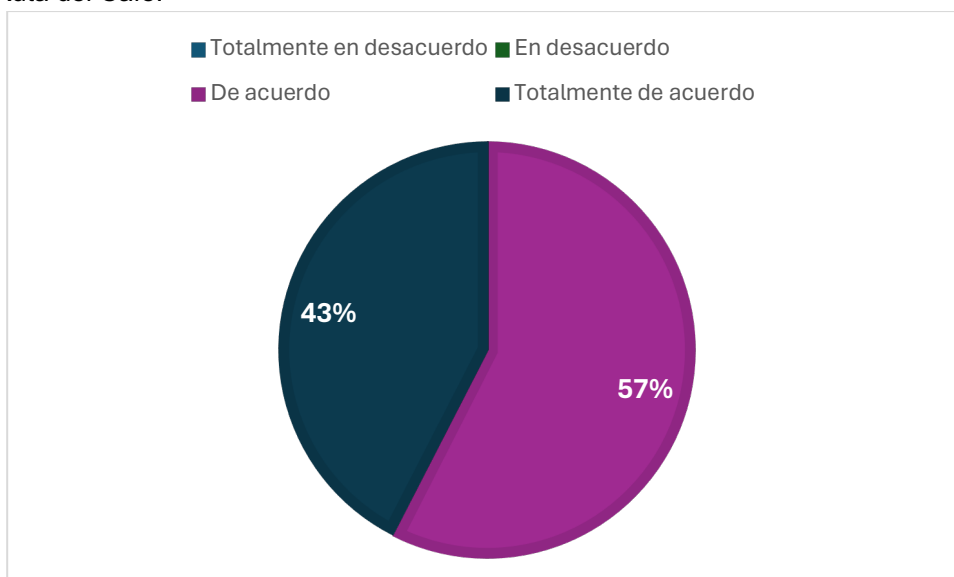
Con base en el análisis de los resultados, se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que una ruta del café podría generar nuevos ingresos y oportunidades económicas para su sector, lo que reflejó una percepción positiva respecto a su impacto en la economía. A partir de ello, se evidenció la necesidad de impulsar estrategias orientadas al fortalecimiento económico; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para generar nuevas fuentes de ingreso y promover el desarrollo económico.

8. El proyecto debería incluir estrategias de capacitación para prestadores de servicios turísticos locales.



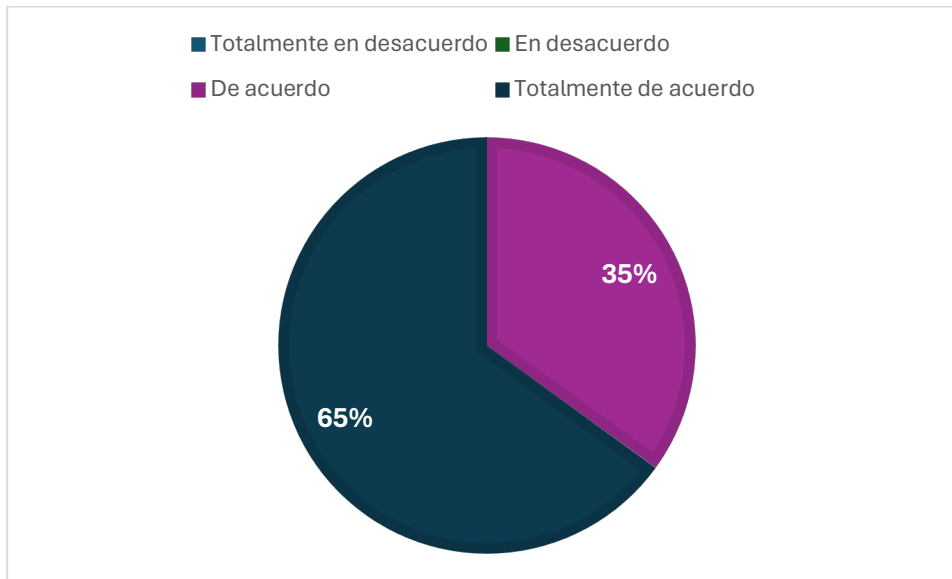
Del análisis de los resultados se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que el proyecto debe incorporar estrategias de capacitación dirigidas a los prestadores de servicios turísticos locales, lo que reflejó la importancia de fortalecer sus habilidades y conocimientos. Derivado de este hallazgo, se evidenció la necesidad de integrar procesos de formación dentro del desarrollo turístico; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria que contemple la capacitación como un elemento clave para mejorar la calidad de los servicios turísticos.

9. Considero necesario que se integren productos locales (artesanías, gastronomía, derivados del café) dentro de la Ruta del Café.



A partir del análisis de los resultados, se identificó que la mayoría de los encuestados consideró necesario integrar productos locales, como artesanías, gastronomía y derivados del café, dentro de la ruta del café, lo que reflejó una valoración positiva hacia la incorporación de elementos representativos del entorno. Derivado de este hallazgo, se evidenció la necesidad de fortalecer la oferta turística mediante la inclusión de dichos productos; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria para promover la economía local y enriquecer la experiencia del visitante.

10. El gobierno municipal y estatal deberían destinar recursos específicos para el desarrollo del turismo cafetalero.



Del análisis de los resultados se identificó que la mayoría de los encuestados consideró que el gobierno municipal y estatal debe destinar recursos específicos para el desarrollo del turismo cafetalero, lo que reflejó la importancia del respaldo institucional para el impulso de este tipo de iniciativas. A partir de este hallazgo, se evidenció la necesidad de contar con apoyo gubernamental; en este contexto, la creación de un museo del café y una ruta del café se plantea como una alternativa necesaria que puede ser fortalecida mediante la asignación de recursos y la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo turístico.

# ANÁLISIS DEL DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA DIFUSIÓN; MUNICIPIO DE JÁLTIPAN, VERACRUZ.

## Resumen

Jáltipan, Veracruz, es un municipio con un importante patrimonio natural y cultural que, a pesar de su riqueza, presenta una limitada difusión, lo que reduce su potencial turístico y su valoración por parte de la comunidad. En la actualidad, el uso de herramientas digitales se ha convertido en un medio fundamental para la promoción de destinos, permitiendo el acceso a información de manera rápida y atractiva. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar el diseño de una página web como estrategia para difundir el patrimonio natural de Jáltipan, particularmente el río y sus alrededores. A través de métodos cualitativos y cuantitativos, se identifican las necesidades de información, así como la percepción de la población sobre el uso de medios digitales. Los resultados permiten proponer una plataforma interactiva que integre rutas, actividades y contenido multimedia, con el fin de fortalecer la identidad local, fomentar el turismo sostenible y promover la conservación del entorno natural.

## Introducción

En la actualidad, el turismo representa una de las actividades con mayor impacto en el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades, especialmente en aquellas que poseen recursos naturales con potencial turístico. Sin embargo, no basta con contar con estos recursos, sino que es fundamental implementar estrategias adecuadas para su difusión, valoración y aprovechamiento sostenible. En este contexto, el municipio de Jáltipan, Veracruz, enfrenta una problemática relacionada con la limitada promoción de su patrimonio natural, particularmente del río y su entorno, lo que reduce su visibilidad y restringe las oportunidades de desarrollo turístico y económico en la región.

Desde una perspectiva integral, esta situación puede entenderse como una necesidad y, al mismo tiempo, como una oportunidad de mejora en el ámbito social, económico y turístico.

A pesar de que el municipio cuenta con elementos naturales, culturales y sociales que pueden ser aprovechados como atractivos turísticos, la falta de una estrategia digital estructurada limita su proyección hacia un público más amplio. Entre los factores que influyen en esta problemática destacan la escasa utilización de herramientas digitales, la falta de organización de la información disponible, la limitada promoción en medios formales y la ausencia de una plataforma oficial que concentre y difunda contenidos relevantes para los visitantes.

Ante este panorama, se plantea la posibilidad de desarrollar una solución basada en el diseño de una página web que permita mejorar la difusión del patrimonio natural del municipio, facilitando el acceso a información clara, actualizada y atractiva. Esta propuesta no solo responde a una necesidad detectada, sino que también representa una alternativa viable para fortalecer el turismo local, fomentar la participación comunitaria y promover la conservación del entorno natural.

El presente estudio se desarrolla bajo un enfoque descriptivo, explicativo y analítico. Es descriptivo porque permite identificar y caracterizar las condiciones actuales del patrimonio natural y su difusión en el municipio; es explicativo porque analiza las causas que originan la limitada promoción del recurso; y es analítico porque interpreta la información obtenida para proponer una solución fundamentada. Asimismo, la investigación integra un enfoque mixto, al utilizar tanto métodos cualitativos como cuantitativos, lo que permite obtener una visión más completa del fenómeno estudiado. El enfoque cualitativo se apoya en técnicas como el análisis FODA y el checklist, mientras que el enfoque cuantitativo se respalda en instrumentos como la entrevista, el cuestionario y la encuesta, los cuales permiten analizar la percepción de la comunidad y de actores clave.

La realización de esta investigación se justifica en la necesidad de mejorar la difusión y valoración del patrimonio natural de Jáltipan, Veracruz, mediante el uso de herramientas digitales que permitan fortalecer su posicionamiento turístico. El propósito principal radica en contribuir al desarrollo local, promoviendo el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, generando beneficios económicos y fortaleciendo la identidad cultural de la

comunidad. En este sentido, el estudio no solo busca identificar problemáticas, sino también proponer soluciones que respondan a las necesidades actuales del entorno.

En relación con lo anterior, la pregunta de investigación que guía este trabajo es la siguiente: ¿El análisis del diseño de una página web en el municipio de Jáltipan, Veracruz, promoverá la difusión del patrimonio natural y su valoración? A partir de esta interrogante, se establece como objetivo general analizar el diseño de una página web en el municipio de Jáltipan, Veracruz, para promover la difusión del patrimonio natural y su valoración. De igual manera, se plantea como hipótesis de trabajo que el análisis del diseño de una página web en el municipio de Jáltipan, Veracruz, promoverá la difusión del patrimonio natural y su valoración.

Los beneficios esperados de la propuesta son diversos y abarcan distintos ámbitos. En el ámbito económico, se busca incentivar la llegada de visitantes y fortalecer la actividad turística; en el ámbito social, se pretende fomentar la participación comunitaria y el sentido de pertenencia; en el ámbito ambiental, se promueve la conservación y el uso responsable de los recursos naturales; y en el ámbito tecnológico, se impulsa la incorporación de herramientas digitales que faciliten la difusión de información y mejoren la experiencia del usuario.

## **Metodología**

“Las tecnologías digitales han transformado la manera en la que la sociedad interactúa con su entorno, eliminando barreras geográficas y culturales” (Fresnadillo & Núñez, s. f.). A partir de esta perspectiva, la presente investigación analiza el diseño de una página web para promover la difusión y valoración del patrimonio natural de Jáltipan, Veracruz, mediante herramientas digitales que contribuyan al turismo sostenible y a la conservación ambiental.

### **Método Cualitativo**

El método cualitativo se enfoca en la comprensión profunda de fenómenos sociales y humanos mediante la recopilación y análisis de datos no numéricos. Su objetivo es interpretar los significados y experiencias de los sujetos en su contexto natural. Para lograrlo, emplea diversas técnicas de investigación que permiten obtener información detallada y contextualizada. La selección de estas técnicas depende de los objetivos del estudio, la naturaleza del fenómeno y el contexto en el que se desarrolla la investigación (Taylor & Bogdan, 2016).

### **Método Cuantitativo**

“La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor” (Neill y Cortez. 2018: 69).

Por otro lado, el método cuantitativo puede ser desarrollado mediante el muestreo por conveniencia el cual permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentando en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. (Otzen y Manterola, 2017).

### **Marco Teórico**

#### **El patrimonio**

“El patrimonio es el conjunto de bienes materiales e inmateriales heredados del pasado que una sociedad conserva y transmite a las futuras generaciones como parte de su identidad cultural y social.” (UNESCO, 2025). Además de representar la memoria colectiva de los pueblos, el patrimonio fortalece la identidad local, fomenta el sentido de pertenencia y puede convertirse en un recurso importante para el desarrollo turístico y cultural.

## **La importancia del patrimonio natural y cultural para el turismo**

El patrimonio cultural es esencial para la construcción de identidades locales, pues integra símbolos, prácticas y memorias compartidas que permiten a las comunidades reconocerse como parte de una historia común. Higgins y Douglas (2022) sostienen que cuando los pobladores participan en la preservación de su patrimonio, los lazos sociales se fortalecen y aumenta la resiliencia ante los procesos de globalización. Paralelamente, Zhang, Gao y Chen (2023) destacan que la autenticidad percibida en los bienes patrimoniales motiva a los habitantes a valorar y proteger su entorno cultural. La identidad local se fortalece a través de los rituales, las tradiciones y los espacios históricos, que actúan como referentes simbólicos capaces de unir a los miembros de una comunidad. De esta manera, el patrimonio no solo representa la continuidad cultural, sino que también impulsa el desarrollo social, la cohesión y el sentido de pertenencia.

## **La difusión y promoción**

“La difusión consiste en transmitir información y conocimientos a diferentes públicos para ampliar su alcance y comprensión, mientras que la promoción utiliza estrategias de comunicación para dar visibilidad y generar interés sobre un producto, servicio o recurso.” (UNESCO, 2023; Kotler y Keller, 2022). Ambas contribuyen a que las personas conozcan, valoren y participen en la conservación del patrimonio.

## **Tipos de campaña de difusión**

Las campañas de difusión se clasifican en distintos tipos de acuerdo con su propósito, su público meta y los medios de comunicación que utilizan. Algunos de los tipos más comunes son los siguientes:

**Campañas educativas:** Están orientadas a difundir conocimientos, valores o prácticas que promueven el aprendizaje y la concientización social. Suelen aplicarse en temas de salud, medio ambiente o educación cívica, con el objetivo de generar cambios positivos en la conducta.

**Campañas turísticas:** Se enfocan en dar a conocer destinos, productos o servicios relacionados con el turismo, con el propósito de atraer visitantes y fortalecer la economía regional. Estas campañas combinan estrategias visuales, emocionales y culturales para generar interés en el público.

**Campañas digitales:** Utilizan plataformas tecnológicas, redes sociales, sitios web y medios interactivos para difundir mensajes de manera inmediata y dinámica. Este tipo de campaña permite segmentar audiencias y evaluar resultados en tiempo real

### **El impacto de las campañas de promoción en las localidades**

Las campañas de promoción turística en México han generado un impacto significativo en el desarrollo económico, social y cultural de diversas localidades, al incrementar la visibilidad de sus atractivos naturales, gastronómicos y tradicionales. Estas estrategias han favorecido la mejora de infraestructura, el fortalecimiento de la identidad regional y la atracción de inversiones que dinamizan la economía local. De acuerdo con Vargas (2021), una promoción bien diseñada incrementa la llegada de visitantes, favorece la creación de empleos y estimula la actividad económica dentro de las comunidades. Esta tendencia también es respaldada por Hernández y Salgado (2020), quienes señalan que la promoción turística contribuye al posicionamiento de los destinos y a la revalorización de los recursos culturales y ambientales. Un ejemplo de ello se evidencia en el estado de Veracruz, donde campañas enfocadas en lugares como el Puerto de Veracruz, Los Tuxtlas y el Pico de Orizaba han resaltado su riqueza histórica y ecológica, impulsando el turismo sostenible y ampliando su reconocimiento a nivel nacional e internacional. Sin embargo, ambos autores coinciden en la necesidad de equilibrar el crecimiento turístico con la preservación del entorno, garantizando que los beneficios obtenidos sean duraderos y respetuosos con las comunidades locales.

### **La página web**

“Una página web es un conjunto de documentos digitales interconectados que permiten presentar información de manera organizada, accesible e interactiva a través de Internet.” (Robbins y Beighley, 2019). Actualmente constituye una herramienta fundamental para

difundir información, promover destinos turísticos y acercar contenidos a un mayor número de personas.

### **Tipos de páginas web**

Las páginas web pueden clasificarse según su función, el tipo de contenido que presentan y el nivel de interacción que ofrecen a los usuarios. Cada tipo cumple un papel específico dentro del entorno digital y responde a necesidades comunicativas distintas. Entre las categorías más comunes se encuentran:

**Páginas informativas:** Su objetivo es proporcionar contenidos claros, estructurados y accesibles sobre temas de interés general o especializado. Suelen incluir textos, imágenes y datos organizados para facilitar la consulta rápida y confiable (Robbins y Beighley, 2019).

**Páginas interactivas:** Se distinguen por permitir la participación del usuario mediante formularios, encuestas, comentarios, chats o recursos multimedia. Estas páginas fomentan la retroalimentación y generan experiencias más dinámicas y personalizadas.

**Páginas turísticas:** Orientadas a la promoción de destinos, servicios o actividades turísticas, integran galerías fotográficas, mapas, videos, información histórica y sistemas de reservación en línea. Según Morrison (2022), estas páginas contribuyen al posicionamiento del destino y mejoran la experiencia del viajero

### **Municipio de Jáltipan, Veracruz**

Jáltipan de Morelos es un municipio ubicado al sur del estado de Veracruz que destaca por su riqueza natural, cultural e histórica. Sus tradiciones, recursos ambientales y patrimonio local representan un importante potencial para impulsar el turismo sostenible y fortalecer la identidad de la región.

### **Localidad de Galeras**

Galeras es una comunidad perteneciente al municipio de Jáltipan que cuenta con diversos recursos naturales, culturales y sociales. Su río, tradiciones y organización comunitaria la

convierten en un espacio con potencial turístico, capaz de contribuir al desarrollo local mediante estrategias adecuadas de promoción y difusión.

### Principales recursos turístico de la Localidad

La localidad de Galeras, situada en el municipio de Jáltipan de Morelos, en el sur del estado de Veracruz, cuenta con una variedad de recursos turísticos que integran elementos naturales, culturales, sociales y gastronómicos. Dentro de sus recursos naturales, destaca un entorno de vegetación tropical, suelos fértiles y paisajes rurales donde predominan las áreas verdes y la presencia de cuerpos de agua. Uno de sus recursos más importantes es el río que atraviesa la comunidad, el cual forma parte de un sistema de corrientes conectadas con el río Coatzacoalcos. Este recurso hídrico permite el desarrollo de actividades de recreación, caminatas ecológicas, observación de fauna y flora, y representa un espacio clave para el impulso del turismo ecológico y la valoración del patrimonio ambiental (Gobierno del Estado de Veracruz, 2023).

### Análisis del diseño de una página Web en el municipio de Jáltipan, Veracruz.





KIRJTO uwu · hace 8 horas · 3 Min. de lectura



# Explora la Ruta del Río en Jáltipan las Galeras

La Ruta del Río de Las Galeras en Jáltipan es un destino que combina la belleza natural con la cultura local, ofreciendo a los visitantes una experiencia única en el corazón de Veracruz. Este recorrido no solo es un deleite para los sentidos, sino que también permite a los viajeros sumergirse en la rica historia y tradiciones de la región. En este artículo, exploraremos todo lo que necesitas saber sobre esta fascinante ruta, desde su ubicación y atracciones hasta consejos prácticos para disfrutar al máximo de tu visita.

## PATRIMONIO NATURAL DE JÁLTIPAN

enrique2597luna@gmail.com  
229 818 04 60

Jáltipan de Morelos, Ver.,  
México

Política de Privacidad  
Declaración de  
Accesibilidad  
Términos y  
Condiciones  
Política de  
Reembolso



© 2026 by Patrimonio natural  
de Jáltipan. Powered and  
secured by [Wix](#)



### **Comprobación de hipótesis**

Los resultados de la investigación permitieron comprobar la hipótesis planteada, ya que se identificó que el patrimonio natural de Jáltipan, especialmente el río y su entorno, posee un importante valor turístico y ambiental, aunque actualmente tiene poca difusión. Las encuestas y entrevistas mostraron que la población considera útil la creación de una página web para promover este recurso, brindar información accesible y fortalecer su valoración. Además, se concluyó que una plataforma digital contribuiría a mejorar la promoción turística, generar beneficios económicos y fomentar la conciencia ambiental. Por ello, el diseño de una página web se considera una estrategia viable para difundir y fortalecer el patrimonio natural del municipio.

### **Conclusión**

La investigación permitió identificar que el patrimonio natural de Jáltipan posee un importante potencial turístico, pero presenta limitaciones en su difusión debido a la falta de herramientas digitales adecuadas. Los resultados obtenidos demostraron que existe aceptación por parte de la comunidad hacia la creación de una página web como medio para promover y valorar estos recursos. Además, se comprobó que esta herramienta puede contribuir al fortalecimiento del turismo, la economía local y la conciencia ambiental. Por ello, el diseño de una página web se considera una estrategia viable que favorecerá la difusión del patrimonio natural, impulsando el desarrollo sostenible y la proyección turística del municipio.

## Referencias

- Fresnadillo, M., & Núñez, J. (s. f.). *Tecnologías digitales y transformación social*. (Completar datos de la fuente consultada).
- Gobierno del Estado de Veracruz. (2023). *Información turística y ambiental de la región sur de Veracruz*. Gobierno del Estado de Veracruz.
- Hernández, R., & Salgado, M. (2020). *Promoción turística y desarrollo regional*. (Completar editorial o revista).
- Higgins, P., & Douglas, S. (2022). *Patrimonio cultural e identidad local*. (Completar editorial o revista).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Dirección de marketing* (16.<sup>a</sup> ed.). Pearson.
- Morrison, A. M. (2022). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Neill, D. A., & Cortez, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. UTMACH.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.
- Robbins, J. N., & Beighley, L. (2019). *HTML5 y CSS3*. Anaya Multimedia.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2016). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- UNESCO. (2023). *Difusión, promoción y patrimonio cultural*. UNESCO.
- UNESCO. (2025). *Patrimonio cultural y natural*. UNESCO.
- Vargas, J. (2021). *Impacto de la promoción turística en el desarrollo local*. (Completar editorial o revista).
- Zhang, Y., Gao, L., & Chen, H. (2023). *Autenticidad y valoración del patrimonio cultural*. (Completar editorial o revista).

## Anexos

Encuesta: Difusión del patrimonio natural en Jáltipan, Veracruz

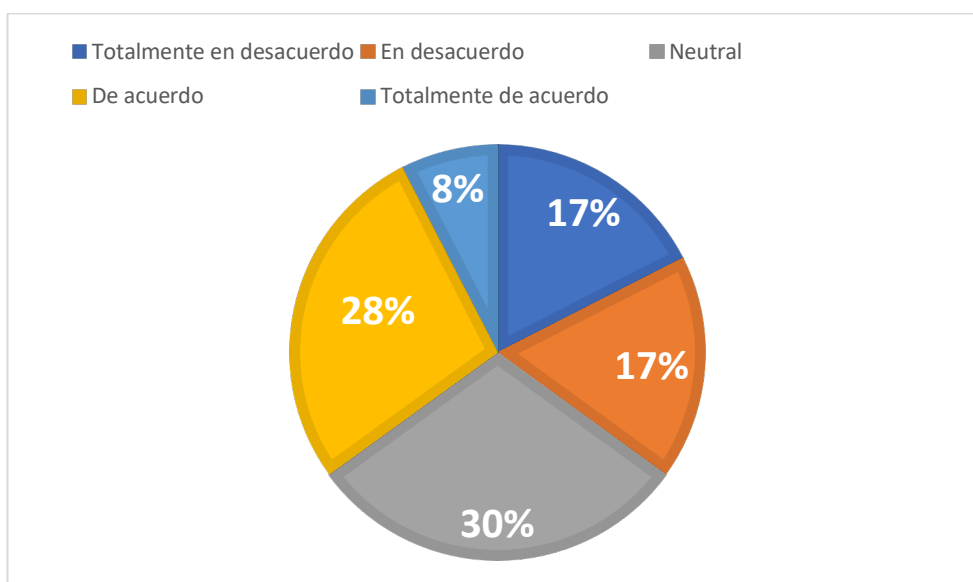
Instrucciones: Seleccione la opción que mejor refleje su opinión según la escala:

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

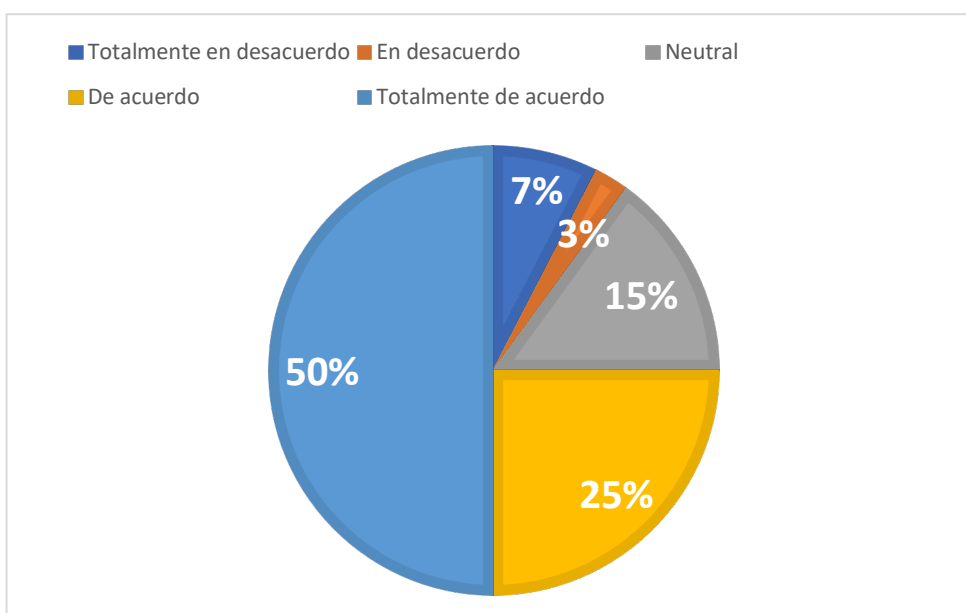
| No. | Pregunta                                                                                                        | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1   | Considero que el patrimonio natural de Jáltipan es suficientemente valorado por la comunidad.                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2   | Es importante promover el patrimonio natural de Jáltipan a nivel local y regional.                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3   | Actualmente los medios de difusión utilizados son suficientes para dar a conocer el patrimonio natural.         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4   | Una página web sería una herramienta útil para promover el patrimonio natural de Jáltipan.                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5   | La información sobre flora, fauna e historia del municipio debería estar disponible para los visitantes.        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6   | Es importante incluir mapas, rutas de acceso y actividades recomendadas en la página web.                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7   | La difusión digital del patrimonio natural puede generar beneficios económicos para la comunidad.               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8   | La difusión digital del patrimonio natural puede ayudar a concienciar sobre la conservación ambiental.          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9   | La comunidad debería participar activamente en la promoción del patrimonio natural.                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10  | La creación de una página web oficial mejoraría la visibilidad y valoración del patrimonio natural de Jáltipan. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Elaboración propia.

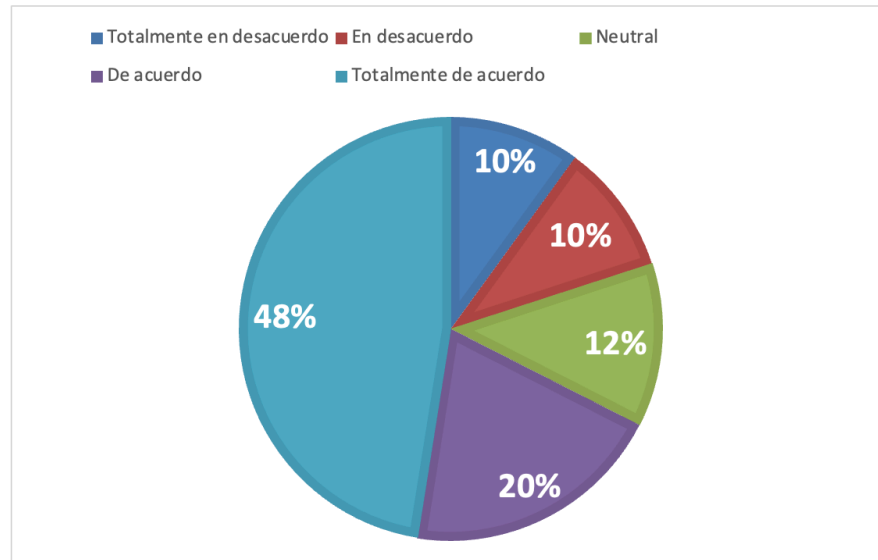
1 Considero que el patrimonio natural de Jáltipan es suficientemente valorado por la comunidad.



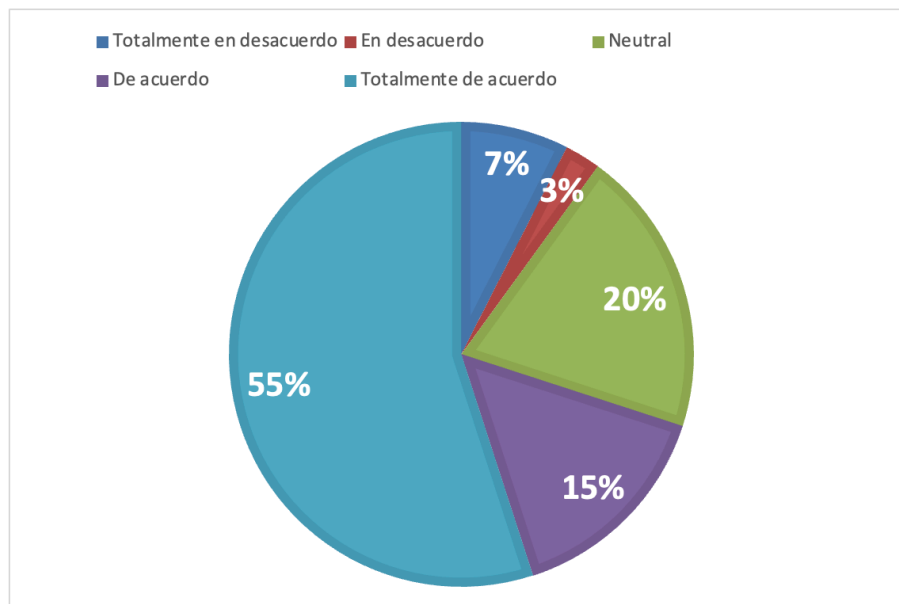
2 Es importante promover el patrimonio natural de Jáltipan a nivel local y regional.



4 Una página web sería una herramienta útil para promover el patrimonio natural de Jáltipan



10 La creación de una página web oficial mejoraría la visibilidad y valoración del patrimonio natural de Jáltipan.



**Cuestionario: Difusión del patrimonio natural en Jáltipan, Veracruz****Nombre del participante:** \_\_\_\_\_**Fecha:** \_\_\_\_\_

1. ¿Qué tanto consideras que la comunidades valorarían el patrimonio natural de un municipio?  
a) Mucho  
b) Regular  
c) Poco  
d) Nada
2. ¿Qué tan importante considera la promoción del patrimonio natural de un municipio?  
a) Mucho  
b) Regular  
c) Poco  
d) Nada
3. ¿Qué tanto considera que una página web ayudaría a dar a conocer el patrimonio natural de un municipio?  
a) Mucho  
b) Regular  
c) Poco  
d) Nada
4. ¿Qué tipo de información considera más relevante difundir en una página web?  
a) Flora y fauna  
b) Historia y cultura  
c) Actividades y rutas turísticas  
d) Todo lo anterior
5. ¿Qué medio digital considera más efectivo para atraer visitantes a un patrimonio natural?  
a) Redes sociales  
b) Página web  
c) Videos promocionales  
d) Influencers/locales
6. ¿Qué tanto participaría la comunidad en la promoción del patrimonio natural mediante una página web?  
a) Mucho  
b) Regular  
c) Poco  
d) Nada
7. ¿Qué tan útiles serían los mapas interactivos y rutas guiadas en una página web para los visitantes?  
a) Mucho  
b) Regular  
c) Poco  
d) Nada

8. ¿Qué beneficio considera más importante que aportaría una página web a la comunidad local?

- a) Concienciación ambiental
- b) Aumento de visitantes/turismo
- c) Promoción de eventos culturales
- d) Todo lo anterior

9. ¿Qué tan necesario cree que es incluir fotografías y videos del patrimonio natural en la página web?

- a) Mucho
- b) Regular
- c) Poco
- d) Nada

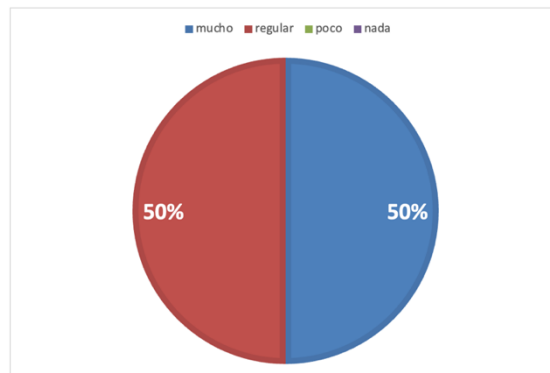
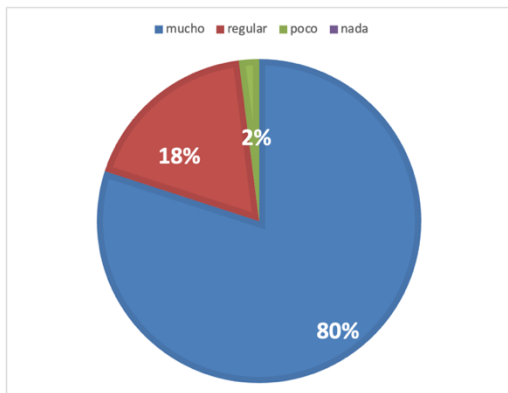
10. ¿Qué tan probable considera que una página web oficial mejore la valoración del patrimonio natural de un municipio?

- a) Mucho
- b) Regular
- c) Poco
- d) Nada

Les agradecemos su atención prestada para resolver este cuestionario, cabe mencionar que sus respuestas son de manera confidencial y de ayuda para elaborar este proyecto de investigación.

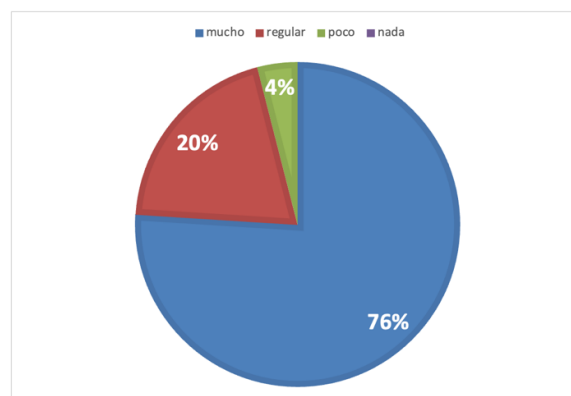
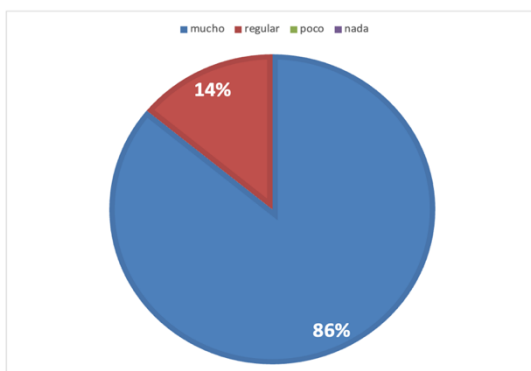
2. ¿Qué tan importante considera la promoción del patrimonio natural de un municipio?

3. ¿Qué tanto considera que una página web ayudaría a dar a conocer el patrimonio natural de un municipio?



7. ¿Qué tan útiles serían los mapas interactivos y rutas guiadas en una página web para los visitantes?

10. ¿Qué tan probable considera que una página web oficial mejore la valoración del patrimonio natural de un municipio?



# ANÁLISIS DE LA CONFIABILIDAD DE LA DIVERSIFICACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE MÉXICO CON OTROS PAÍSES.

## Resumen

La presente investigación analiza la diversificación del comercio internacional de México como una estrategia confiable para fortalecer su desarrollo comercial y reducir la dependencia económica con Estados Unidos. El propósito de esta investigación surge de la necesidad de replantear la estructura comercial mexicana ante un contexto global caracterizado por tensiones políticas, imposición de aranceles y cambios en las relaciones internacionales.

La investigación se desarrolló haciendo uso de un enfoque mixto, donde se integraron 2 técnicas la cualitativas y cuantitativas. Se aplicaron instrumentos como check list, bitácora, entrevistas, encuestas y cuestionarios, con el propósito de obtener una visión integral sobre la viabilidad de diversificar mercados.

Los resultados evidencian que México cuenta con oportunidades reales para ampliar sus relaciones comerciales con regiones como la Unión Europea y Asia-Pacífico, aprovechando sus tratados, ventajas geográficas y capacidad productiva.

Se concluye que la diversificación comercial representa una estrategia de largo plazo que contribuirá a reducir vulnerabilidades externas, fortalecer la competitividad nacional y consolidar un crecimiento económico más equilibrado y sostenible para el país.

**Palabras claves:** Confiabilidad, Diversificación, Comercio Internacional

## Introducción

La concentración de exportaciones hacia un solo mercado ha generado beneficios económicos importantes; sin embargo, también ha evidenciado vulnerabilidades ante decisiones políticas, arancelarias y económicas externas. Por ello, resulta indispensable evaluar nuevas rutas oportunidades comerciales que permitan a México consolidar un modelo comercial internacional más equilibrado, competitivo y sostenible.

La presente investigación manifiesta la búsqueda de alternativas que contribuyan a una mayor autonomía económica y a la construcción de relaciones comerciales más diversificadas. Más allá de presentar un cambio estructural en la política comercial mexicana, esta propuesta plantea una visión complementaria, orientada a fortalecer los vínculos existentes con Estados Unidos mientras se expanden relaciones con otras regiones estratégicas, como la Unión Europea y Asia-Pacífico. De esta manera, se busca responder a los retos del comercio global mediante una estrategia integral de crecimiento.

Asimismo, la investigación permite reflexionar sobre el impacto social y económico que una estrategia comercial más equilibrada puede generar en distintas regiones del país.

Este propósito adquiere especial importancia al responder a la necesidad de identificar alternativas viables que permitan al país consolidar un comercio exterior más sólido, estable y preparado frente a escenarios internacionales complicados. En esencia, la investigación busca aportar bases para la toma de decisiones estratégicas orientadas al crecimiento económico sostenible.

El objetivo general es analizar la confiabilidad sobre la diversificación de mercados de México hacia otras economías, a fin de reducir la dependencia económica del país con Estados Unidos y fortalecer su desarrollo comercial. Entre los objetivos específicos podemos determinar; Examinar las ventajas de enfocar el comercio internacional de México a países de la Unión Europea y Asia-Pacífico. Examinar las desventajas del comercio con Estados Unidos. Examinar las graves afectaciones de la aplicación de aranceles por parte

de Estados Unidos. Realizar entrevistas al gerente y director de distintas agencias aduanales. Efectuar la aplicación de encuestas y cuestionarios para la recopilación de datos. Con respecto a la hipótesis de trabajo es el análisis de la confiabilidad sobre la diversificación de mercados de México hacia otras economías reducirá la dependencia económica del país con Estados Unidos y fortalecer su desarrollo comercial.

México posee excelentes socios comerciales más allá de los Estados Unidos, siendo los principales Canadá con 1,844 millones de dólares en exportaciones, la Unión Europea con 1,521 millones de dólares, Japón con 1,054 millones de dólares y la región de centro américa con un total de 1,004 millones de dólares, A pesar de esto el gobierno de México decide seguir dando prioridad a los Estados Unidos (Chimal et al., 2023).

Esto ha provocado una grave dependencia de la economía estadounidense llegando así al punto en el que solo la propuesta de aranceles por parte de E.U afecta la economía de México y su posición en el mercado global. Actualmente con la llegada del presidente Donald Trump la imposición de aranceles se ha vuelto realidad, además de amenazas de seguir incrementándolos si México llegase a implementar aranceles a E.U. Igualmente el presidente Trump ha sido claro en su intención de llegar a una guerra economía con la mayoría de sus principales socios comerciales, esto ha provocado pronósticos sumamente negativos para la economía de México, algunos de ellos inclusive llegando a mencionar la posibilidad de una recesión en el país (BBC News Mundo, 2025).

La posibilidad de una recesión económica en México surge en el momento en que los aranceles del 25% son aplicados a todos los productos provenientes de México, esta acción provoca que la económica mexicana vaya a la baja y de seguir en esta caída, se vería un grave desplome de la economía mexicana de entre 0,5% a 1% en 2025. Es decir, la economía mexicana se moverá de un alza del 1,2% en 2024 a una caída de 0,8% en 2025. (Suárez,2025)

Actualmente ya podemos ver las consecuencias de los aranceles del presidente Donald Trump, específicamente con el impuesto al acero lo cual provoco una alarmante caída del

60% en las exportaciones de este metal, esto contrasta con la caída de exportaciones de otros socios comerciales de Estados Unidos como Canadá y Brasil, que registraron descensos menores, del 13% y 30% respectivamente (Metalmecánica, 2025).

Todos los problemas anteriores se pueden intensificar a partir del 2026, esto provocado por la revisión del T-MEC, el cual, en reiteradas ocasiones, el presidente Donald Trump ha cargado contra él y ha amenazado con cancelarlo por considerar que contraviene los intereses de los estadounidenses. Aunque esto no significa la cancelación del tratado si da una idea de cómo será la revisión por parte del gobierno del presidente Trump y las afectaciones que puede tener a México de ser altanamente modificado después de la revisión de Julio del 2026, sin considerar las imposiciones que Estados Unidos tome antes de esta fecha (Suárez, 2025).

Habiendo visto los actuales y futuros problemas que se pueden presentar en el comercio de México y Estados Unidos, esta es una oportunidad para que México voltee a ver a sus demás socios comerciales los cuales ya aportan miles de dólares a la económica mexicana, un punto a provechar es el tipo de economía de Asia y Europa, la cuales cuentan con un alto poder adquisitivo y su dinamismo de crecimiento (sobre todo la economía de Asia), ofrecen una demanda diferenciada y de alto valor agregado para productos mexicanos (agroindustriales, manufacturas especializadas y servicios), permitiendo un crecimiento de las exportaciones menos sensible al ciclo económico estadounidense (Reforma, 2025).

## **Marco Teórico**

### **Diversificación de mercados**

La diversificación de mercados se refiere a una estrategia adoptada por un país con el propósito de reducir los riesgos derivados de la alta dependencia de uno o de un número limitado de socios comerciales. Esta estrategia se basa en ampliar los flujos de comercio exterior (tanto de exportaciones como de importaciones) hacia nuevos destinos o proveedores, priorizando aquellos mercados que representen oportunidades de crecimiento y fortalecimiento de las relaciones comerciales internacionales.

## **Definición**

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2018), hablan de la diversificación de mercados como una estrategia mediante la cual una empresa o país se expande hacia diferentes entornos internacionales o segmentos de consumidores con el fin de reducir su exposición al riesgo derivado de operar en un solo mercado y aprovechar las oportunidades de crecimiento presentes en otros contextos.

Por otro lado, Fernando Treviño (2025), vicepresidente nacional de asuntos internacionales de coparmex, define la diversificación de mercados como una política económica y empresarial que se traduce en empleos, crecimiento y bienestar para una región.

## **Objetivos**

De acuerdo con Daniels, Radebaugh y Sullivan (2018), los principales objetivos que motivan la participación de los países en los mercados internacionales son la expansión de las ventas, la adquisición de recursos, la diversificación de las fuentes de comercio y la minimización de riesgos.

Para la Coparmex (2025) la diversificación de mercados debe de lograr reducir riesgos, ampliar el alcance de las exportaciones y hacer más competitiva la economía de un país, en el caso de la coparmex la económica mexicana. Esta misma organización empresarial ha remarcado en diferentes lugares que diversificar no solo implica abrir nuevas rutas comerciales, sino que se debe de fortalecer la presencia del mercado nacional para lograr que la diversificación realmente funcione.

Como vemos la diversificación de mercados a nivel internacional implica ampliar la base de socios comerciales, tanto para las exportaciones como para las importaciones, con el fin de reducir la dependencia de un mercado único. Este objetivo está estrechamente relacionado con la minimización de riesgos, ya que distribuir las relaciones comerciales entre distintos países contribuye a disminuir el impacto de crisis económicas, conflictos políticos o variaciones en la demanda global. Por ello todos estos objetivos reflejan una estrategia

integral orientada a consolidar una posición más estable y sostenible en el sistema económico internacional.

### **Beneficios**

Entre los principales beneficios de una diversificación de mercados destaca la mitigación de riesgos, puesto que al depender de múltiples socios comerciales se reduce la exposición ante crisis económicas, conflictos geopolíticos o variaciones en los precios internacionales. Este proceso no solo persigue el aumento de las ganancias derivadas de ciertos productos o sectores, sino también la reducción de la vulnerabilidad estructural de la economía. En este sentido, una adecuada diversificación permite evitar el estancamiento del Producto Interno Bruto (PIB) y fortalecer la resiliencia macroeconómica del país, promoviendo un crecimiento más sostenible y equilibrado a largo plazo. (BlackRock, s. f.)

Esto se vuelve aún más importante con el actual escenario comercial incierto debido a las decisiones de muchos países como la implementación de aranceles, cerrar el comercio a ciertos países y conflictos comerciales entre potencias diversificar mercados ayudara a enfrentar la incertidumbre global, reducir el impacto de las barreras comerciales y adaptarse a nuevas regiones geográficas en las cuales enfocarse. (Paz Villa, 2025)

### **Importancia para México**

México posee una de las redes de tratados de libre comercio más amplias del mundo, que incluye acuerdos con países de América, Europa y Asia, lo que le ofrece un potencial significativo para acceder a nuevos mercados y ampliar su base exportadora. No obstante, a pesar de esta apertura, cerca del 80 % de las exportaciones mexicanas se concentran en los Estados Unidos, reflejando una dependencia estructural de un solo socio comercial. Si bien esta relación ha sido clave para el crecimiento económico y la atracción de inversión extranjera, también expone a México a vulnerabilidades externas, tales como variaciones en la demanda, crisis financieras o modificaciones en las políticas comerciales de Estados Unidos. Por tanto, la diversificación de mercados se presenta como una estrategia esencial para fortalecer la estabilidad macroeconómica, estimular el crecimiento del Producto Interno

Bruto (PIB) y garantizar un desarrollo más equilibrado y sostenible en el largo plazo. (Nieto, 2013).

Además, esta es una estrategia que no puede llevarse a cabo únicamente mediante negociaciones comerciales, sino que debe estar acompañada de mejoras estructurales — infraestructura logística, educación, innovación tecnológica y un marco institucional robusto— para que la economía mexicana pueda aprovechar plenamente las oportunidades que brindan sus tratados y reducir su dependencia de un solo destino de exportación. (BBVA Research, 2024)

### **Dependencia económica de México respecto a Estados Unidos**

Debido a su ubicación geográfica, México y Estados Unidos han desarrollado una estrecha relación comercial a lo largo de varias décadas. Su integración económica se ha fortalecido especialmente a partir de acuerdos como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y posteriormente el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.

A pesar de esto si se analiza la balanza comercial bilateral, se puede observar un desequilibrio en el flujo de exportaciones e importaciones. México concentra la mayor parte de sus exportaciones en el mercado estadounidense, mientras que Estados Unidos mantiene una mayor diversificación de socios comerciales. Esto genera una relación asimétrica, donde la economía mexicana depende en mayor medida del comportamiento económico y comercial de su vecino del norte.

Si bien México suele registrar superávit comercial frente a Estados Unidos en términos de balanza bilateral, la concentración excesiva de exportaciones en un solo mercado representa un riesgo estructural, ya que cualquier cambio en la política comercial, arancelaria o económica estadounidense puede impactar significativamente en el crecimiento económico mexicano.

### **Implicaciones económicas**

Gracias a la ubicación geográfica de México y Estados Unidos, ambos países han sido históricamente importantes socios comerciales. Sin embargo, México destina aproximadamente el 84 % de sus exportaciones a Estados Unidos, lo que representa 264,383 millones de dólares. Esta relación ha impulsado el crecimiento del comercio mexicano, pero al mismo tiempo genera una alta dependencia, lo que expone al país a riesgos significativos. Por ejemplo, una decisión de cierre temporal de la frontera por parte de Estados Unidos podría traducirse en pérdidas multimillonarias para cientos de empresas mexicanas que exportan sus productos diariamente.

Además, esta estrecha relación económica tiene un impacto directo en el empleo: uno de cada seis empleos en México está vinculado al comercio con Estados Unidos, lo que equivale a aproximadamente 13,3 millones de personas. La interrupción del comercio con Estados Unidos no solo afectaría las exportaciones, sino también estos empleos, que podrían verse gravemente comprometidos o incluso desaparecer. Por tanto, la concentración de las exportaciones en un solo mercado representa un desafío importante para la estabilidad económica y laboral del país.

También es importante considerar que la economía mexicana depende significativamente de otros flujos vinculados a Estados Unidos, como las remesas enviadas por los trabajadores mexicanos a sus familias en el país, el turismo de ciudadanos estadounidenses que visitan México y la inversión extranjera directa (IED) proveniente de Estados Unidos. En conjunto, estos factores representan aproximadamente el 50 % del Producto Interno Bruto (PIB) mexicano, lo que evidencia aún más la profunda interdependencia económica entre ambos países y la vulnerabilidad de México frente a cambios en la economía estadounidense. (Morales Fredes, 2025)

### **Importancia para México**

México posee una de las redes de tratados de libre comercio más amplias del mundo, que incluye acuerdos con países de América, Europa y Asia, lo que le ofrece un potencial significativo para acceder a nuevos mercados y ampliar su base exportadora. No obstante,

a pesar de esta apertura, cerca del 80 % de las exportaciones mexicanas se concentran en los Estados Unidos, reflejando una dependencia estructural de un solo socio comercial. Si bien esta relación ha sido clave para el crecimiento económico y la atracción de inversión extranjera, también expone a México a vulnerabilidades externas, tales como variaciones en la demanda, crisis financieras o modificaciones en las políticas comerciales de Estados Unidos. Por tanto, la diversificación de mercados se presenta como una estrategia esencial para fortalecer la estabilidad macroeconómica, estimular el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y garantizar un desarrollo más equilibrado y sostenible en el largo plazo. (Nieto, 2013).

Además, esta es una estrategia que no puede llevarse a cabo únicamente mediante negociaciones comerciales, sino que debe estar acompañada de mejoras estructurales — infraestructura logística, educación, innovación tecnológica y un marco institucional robusto— para que la economía mexicana pueda aprovechar plenamente las oportunidades que brindan sus tratados y reducir su dependencia de un solo destino de exportación. (BBVA Research, 2024)

### **Dependencia económica de México respecto a Estados Unidos**

Debido a su ubicación geográfica, México y Estados Unidos han desarrollado una estrecha relación comercial a lo largo de varias décadas. Su integración económica se ha fortalecido especialmente a partir de acuerdos como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y posteriormente el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.

A pesar de esto si se analiza la balanza comercial bilateral, se puede observar un desequilibrio en el flujo de exportaciones e importaciones. México concentra la mayor parte de sus exportaciones en el mercado estadounidense, mientras que Estados Unidos mantiene una mayor diversificación de socios comerciales. Esto genera una relación asimétrica, donde la economía mexicana depende en mayor medida del comportamiento económico y comercial de su vecino del norte.

Si bien México suele registrar superávit comercial frente a Estados Unidos en términos de balanza bilateral, la concentración excesiva de exportaciones en un solo mercado representa un riesgo estructural, ya que cualquier cambio en la política comercial, arancelaria o económica estadounidense puede impactar significativamente en el crecimiento económico mexicano.

### **Implicaciones económicas**

Gracias a la ubicación geográfica de México y Estados Unidos, ambos países han sido históricamente importantes socios comerciales. Sin embargo, México destina aproximadamente el 84 % de sus exportaciones a Estados Unidos, lo que representa 264,383 millones de dólares. Esta relación ha impulsado el crecimiento del comercio mexicano, pero al mismo tiempo genera una alta dependencia, lo que expone al país a riesgos significativos. Por ejemplo, una decisión de cierre temporal de la frontera por parte de Estados Unidos podría traducirse en pérdidas multimillonarias para cientos de empresas mexicanas que exportan sus productos diariamente.

Además, esta estrecha relación económica tiene un impacto directo en el empleo: uno de cada seis empleos en México está vinculado al comercio con Estados Unidos, lo que equivale a aproximadamente 13,3 millones de personas. La interrupción del comercio con Estados Unidos no solo afectaría las exportaciones, sino también estos empleos, que podrían verse gravemente comprometidos o incluso desaparecer. Por tanto, la concentración de las exportaciones en un solo mercado representa un desafío importante para la estabilidad económica y laboral del país.

También es importante considerar que la economía mexicana depende significativamente de otros flujos vinculados a Estados Unidos, como las remesas enviadas por los trabajadores mexicanos a sus familias en el país, el turismo de ciudadanos estadounidenses que visitan México y la inversión extranjera directa (IED) proveniente de Estados Unidos. En conjunto, estos factores representan aproximadamente el 50 % del Producto Interno Bruto (PIB) mexicano, lo que evidencia aún más la profunda

interdependencia económica entre ambos países y la vulnerabilidad de México frente a cambios en la economía estadounidense. (Morales Fredes, 2025)

## **Metodología**

### **Enfoque Cualitativo**

El enfoque cualitativo se caracteriza por buscar principalmente la “dispersión o expansión” de los datos de información recolectados, el método cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Hernández, 2003)

### **Check list**

La aplicación del check list permitió evaluar y observar el nivel del comercio internacional de México con el resto del mundo; además, facilitó conocer las oportunidades de las que dispone el país para ampliar sus relaciones internacionales. Durante el análisis, a través de este instrumento, se pudo apreciar el interés que distintos países tienen en establecer vínculos comerciales con México y en fortalecer sus relaciones económicas.

### **Bitácora**

La claridad en esta etapa garantizó que el estudio se mantuviese enfocado y relevante para la hipótesis propuesta, destacando la importancia de una buena fundamentación teórica que permitió abordar las diversas facetas de un análisis de la confiabilidad de la diversificación de mercados de México hacia otras regiones.

### **Enfoque Cuantitativo**

El enfoque cuantitativo es una forma de recolección de datos secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no es posible “saltar” o eludir pasos. Parte de una idea que va desentrañándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisan las fuentes y se construye un marco o una perspectiva teórica. A partir de la recolección de los datos se establece una hipótesis y se determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto;

se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones a partir de los mismos. (Hernández, 2003)

### **Entrevista**

Esta entrevista tiene el fin de ser aplicada a directivos de distintas agencias aduanales, con el fin de recolectar la mayor cantidad de información proveniente de expertos del área del comercio exterior, con este mismo motivo, la entrevista estará compuesta de diez preguntas abiertas.

### **Resultados de entrevista**

Las entrevistas que se muestran a continuación, donde se tuvo la autorización previa de mostrar nombre y puesto de las personas entrevistadas, permitió conocer puntos muy importantes para la investigación, desde la perspectiva de la actual situación económica de México hasta las afectaciones o beneficios, así como la capacidad de México de diversificar su comercio internacional. Esto debido a que personas entrevistadas poseen una opinión profesional y cercana al tema de la investigación

Con esta entrevista se buscó conocer desde un punto de vista profesional y experimentado si México tiene las capacidades para diversificar su comercio y si se tendrían verdaderos beneficios.

Las entrevistas realizadas a Karla López Cabrera y Ani Luz Soto García, ambas especialistas en comercio exterior, permiten identificar una visión coincidente sobre la situación actual de la relación comercial entre México y Estados Unidos, así como sus implicaciones económicas.

En términos generales, ambas coinciden en que la relación comercial bilateral atraviesa un momento crítico, caracterizado por tensiones políticas, imposición de aranceles y deficiencias en la comunicación y estrategia entre ambos gobiernos. Esta situación es considerada delicada debido a la alta dependencia económica de México hacia Estados Unidos, especialmente en sectores clave como el agrícola y el automotriz.

Las entrevistadas señalan que existe un riesgo real de recesión económica en México, ya que gran parte de su actividad productiva, comercial y laboral está vinculada al comercio exterior con Estados Unidos. En particular, el sector agrícola es identificado como uno de los más vulnerables, debido a la dependencia de importaciones de productos básicos, lo que refleja un rezago estructural en el desarrollo del campo mexicano.

En cuanto a la diversificación comercial, ambas reconocen que México cuenta con oportunidades para fortalecer relaciones con otras regiones como Asia, Europa y Sudamérica. No obstante, destacan que estas alternativas difícilmente podrían sustituir a Estados Unidos como principal socio comercial, sino que funcionarían como un complemento. Además, se identifican limitantes como la falta de acuerdos comerciales con algunos países, barreras administrativas internas y un contexto político y normativo que no favorece plenamente la expansión hacia nuevos mercados.

Por otro lado, se enfatiza que la dependencia entre México y Estados Unidos es mutua, ya que sectores estadounidenses, particularmente el agrícola e industrial, también dependen del mercado mexicano. Sin embargo, una posible reducción del comercio bilateral tendría consecuencias severas para México, como desabasto de productos de primera necesidad, aumento del desempleo y afectaciones económicas generales.

Finalmente, ambas expertas coinciden en que, para aprovechar las oportunidades de crecimiento y diversificación, México requiere implementar estrategias estructurales, entre ellas el fortalecimiento del sector agrícola, el impulso al desarrollo industrial, la mejora en la eficiencia del sistema aduanero y, sobre todo, la creación de un plan de desarrollo económico claro a mediano y largo plazo que permita reducir la dependencia externa y fomentar un crecimiento más equilibrado.

### **Encuesta**

En este sentido, la aplicación de esta técnica se limitó únicamente a colaboradores de distintas empresas del área aduanal de la ciudad de Veracruz, como lo son a concesionarios ubicados en el recinto portuario, agencias aduanales y transportistas, esto

con motivo de evaluar cómo se percibe la situación actual del comercio internacional de México con Estados Unidos, Europa y Asia, en las áreas enfocadas en el comercio internacional.

### **Resultados de la encuesta**

En este sentido, la aplicación de esta técnica se limitó únicamente a colaboradores de distintas empresas del área aduanal de la ciudad de Veracruz, como lo son a concesionarios ubicados en el recinto portuario, agencias aduanales y transportistas, esto con motivo de evaluar cómo se percibe la situación actual del comercio internacional de México con Estados Unidos, Europa y Asia, en las áreas enfocadas en el comercio internacional.

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a trabajadores de agencias aduanales permiten identificar patrones relevantes sobre la dinámica actual del comercio exterior de México y su relación con Estados Unidos, así como con otras regiones como Europa y Asia. En primer lugar, se observa que una proporción significativa de las exportaciones mexicanas continúa dirigida hacia Estados Unidos, lo que confirma la fuerte dependencia comercial del país hacia este mercado. Aunque existe cierta diversificación hacia otros destinos, está aún no representa un cambio sustancial en la estructura del comercio exterior mexicano.

Por otro lado, las exportaciones hacia Europa y Asia presentan una participación considerablemente menor, lo que evidencia un bajo nivel de integración comercial con estas regiones. Sin embargo, esta situación también se interpreta como un área de oportunidad para el crecimiento económico, dado el potencial que representan estos mercados para la diversificación.

En contraste, las importaciones muestran un comportamiento distinto, ya que una alta proporción de estas proviene de Europa y Asia, lo que indica una mayor diversificación en el abastecimiento internacional. Este equilibrio parcial sugiere que, aunque México depende

de Estados Unidos para exportar, mantiene relaciones comerciales más amplias en términos de importación.

Respecto a la operatividad del comercio exterior, los encuestados señalan que las exportaciones hacia Estados Unidos no han presentado un aumento significativo en dificultad, a pesar de la imposición de aranceles. No obstante, estos sí han generado un impacto en los costos, más que en los procesos operativos. Asimismo, se percibe que la relación con clientes estadounidenses sigue siendo, en general, estable y funcional.

En cuanto a la complejidad operativa, las importaciones provenientes de Europa y Asia son consideradas más complicadas, debido a mayores regulaciones, requisitos y tiempos logísticos. Esto pone en evidencia la necesidad de mejorar los procesos administrativos y aduaneros para facilitar el comercio con estas regiones.

Por otra parte, las políticas comerciales recientes de Estados Unidos han tenido impactos directos en ciertas operaciones, afectando sectores específicos, lo que refuerza la percepción de vulnerabilidad ante decisiones externas. A pesar de ello, no se identifica una prioridad absoluta por parte de la autoridad aduanera hacia operaciones vinculadas con Estados Unidos, lo que sugiere apertura hacia otros mercados.

Finalmente, la mayoría de los encuestados considera viable y necesaria la diversificación del comercio exterior mexicano hacia Europa y Asia. Esta estrategia es vista como una medida clave para reducir la dependencia de Estados Unidos, mitigar riesgos económicos y aprovechar nuevas oportunidades comerciales, especialmente en un contexto de políticas proteccionistas.

### **Comprobación de la hipótesis**

Con base en los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos de investigación (entrevista, cuestionario y encuesta), así como de las técnicas de checklist y bitácora, es posible afirmar que dicha hipótesis se comprueba como verdadera. Los hallazgos del estudio demuestran que la diversificación de mercados representa una

estrategia confiable para México, ya que contribuye a disminuir la dependencia económica que mantiene con Estados Unidos y, al mismo tiempo, fortalece su desarrollo comercial.

La investigación evidenció que la alta concentración del comercio exterior mexicano hacia Estados Unidos (superior al 80 % de sus exportaciones), genera una vulnerabilidad estructural ante cambios en la política comercial, aranceles o crisis económicas de ese país. En contraste, la apertura hacia nuevos mercados en América Latina, Europa y Asia ofrece oportunidades para ampliar la base exportadora, reducir riesgos y aprovechar nichos estratégicos para sectores como el automotriz, agroindustrial y tecnológico. Estos elementos fueron sustentados tanto en el marco teórico como en el análisis de resultados presentado en el trabajo

Asimismo, se comprobó que la diversificación no solo depende de acuerdos internacionales, sino también del fortalecimiento del mercado interno, la innovación, la infraestructura logística y la competitividad nacional. Por ello, la hipótesis se valida al demostrar que analizar la confiabilidad de esta estrategia permite identificarla como una vía efectiva y necesaria para consolidar un desarrollo comercial más equilibrado, sostenible y menos dependiente de un único socio económico.

## **Conclusión**

La presente investigación permitió demostrar que la diversificación del comercio internacional de México es una estrategia confiable y necesaria para fortalecer el desarrollo comercial del país y reducir la dependencia comercial que mantiene con Estados Unidos. El proyecto trata de evidenciar que, ante el contexto internacional de tensiones comerciales, imposición de aranceles y cambios constantes en la política exterior estadounidense, México debe de tomar una visión más estratégica que le permita ampliar sus relaciones económicas con otras regiones del mundo, especialmente con la Unión Europea y Asia-Pacífico.

La relevancia de esta propuesta se sustenta en la necesidad de construir un modelo comercial más equilibrado, resiliente y competitivo. La excesiva concentración de exportaciones hacia un solo mercado es un riesgo para la estabilidad económica mexicana, ya que cualquier modificación en las políticas comerciales de dicho socio afectaría directamente en sectores estratégicos del país. Por ello, la diversificación no solo responde a una necesidad económica inmediata, sino a una estrategia de largo plazo orientada a garantizar un crecimiento sostenible, reducir vulnerabilidades externas y fortalecer la posición de México dentro del comercio global.

En este sentido, los beneficios que trae la propuesta son amplios y significativos. Entre ellos destacan la disminución del riesgo económico derivado de la concentración comercial, la posibilidad de acceder a nuevos nichos de mercado, el fortalecimiento de sectores estratégicos nacionales, la atracción de inversión extranjera diversificada y la generación de condiciones más favorables para la competitividad internacional de México. Asimismo, una estrategia de diversificación comercial contribuiría al desarrollo social y económico al promover mayores oportunidades de empleo, innovación tecnológica y crecimiento regional.

El objetivo general de la investigación adquirió una relevancia central al analizar la confiabilidad de la diversificación de mercados como mecanismo para fortalecer el desarrollo comercial del país. Su importancia radica en establecer un diagnóstico integral sobre la viabilidad de esta estrategia y, sobre todo, en responder al propósito fundamental del estudio: identificar un camino que permita a México consolidar un comercio exterior más sólido, estable y preparado ante escenarios internacionales adversos. En otras palabras, el análisis realizado buscó aportar elementos que orienten la toma de decisiones estratégicas para el futuro económico del país.

De igual forma, los objetivos específicos fueron desarrollados mediante la aplicación articulada de dos técnicas de investigación: el enfoque cualitativo y el cuantitativo. Dentro del primero, se emplearon el check list y la bitácora, herramientas que permitieron evaluar factores estratégicos, riesgos y oportunidades en la diversificación comercial. En el enfoque

cuantitativo, se aplicaron tres instrumentos: entrevistas a expertos del sector, encuestas dirigidas a trabajadores vinculados al comercio exterior y cuestionarios aplicados a estudiantes de carreras afines al comercio internacional. Esta combinación metodológica proporcionó una visión amplia, objetiva y fundamentada, fortaleciendo la validez de los resultados obtenidos.

Finalmente, la investigación concluye que México cuenta con condiciones favorables para diversificar su comercio internacional de manera estratégica y progresiva. Sin embargo, para que esta transición sea efectiva, es indispensable fortalecer el mercado interno, mejorar la infraestructura logística, impulsar la innovación y diseñar políticas públicas orientadas a consolidar la competitividad nacional. La diversificación comercial no representa únicamente una alternativa económica, sino una decisión estratégica que puede definir el rumbo del desarrollo comercial de México en el mediano y largo plazo. Su implementación adecuada permitirá construir una economía más estable, menos vulnerable y con mayores oportunidades de crecimiento integral.

## Referencia

- Chimal, D., Hernández Mendoza, A., Herrera Capetillo, H. E., **et al.** (2023). Paz y seguridad y desarrollo. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://ciid.politicas.unam.mx/www/libros/9786073082969.pdf>
- BBC News Mundo. (2025, marzo 12). Escalada en la guerra comercial de Trump. <https://www.bbc.com/mundo/articles/cjd3jkd5ny5o>
- Metalmecánica. (2025, junio 9). Este es el impacto del arancel del acero y su efecto en la industria mexicana. <https://mexico.fabtechexpo.com/es/noticias/este-es-el-impacto-del-arancel-del-acero-y-su-efecto-a-la-industria-mexicana-ya-se-evidencia>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). Metodología de la investigación (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2007). Metodología de la investigación cualitativa (5.<sup>a</sup> ed.). Universidad de Deusto.
- Morales Fredes, F. (2025, mayo 28). Aranceles de Trump ponen en riesgo 1.7 % del empleo en México y Canadá, según la OIT. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/capital-humano/aranceles-trump-ponen-riesgo-17-empleo-mexico-canada-oit-20250528-761021.html>
- Nieto, A. (2013). Competitividad, clave para alcanzar los anhelos de diversificación del comercio exterior de México. Estudios Políticos, (34). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/article/view/37590>
- BBVA Research. (2024, junio 26). México | Mexico's trade is more concentrated towards the United States. <https://www.bbvarsearch.com/en/publicaciones/mexico-mexicos-trade-is-more-concentrated-towards-the-united-states/>
- Reforma. (2025). Recomendán a México ampliarse hacia Europa, Asia y AL. <https://www.reforma.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=2984377>
- BlackRock. (s. f.). Qué es diversificación y cómo puede beneficiar tu inversión. <https://www.blackrock.com/mx/intermediarios/educacion/que-es-diversificacion>

## Anexos

### *Encuesta*

1. ¿Qué porcentaje de sus operaciones de exportación se dirige actualmente a Estados Unidos?
  - a) 80 %
  - b) 60%
  - c) 40%
  - d) 20%
2. ¿Qué porcentaje de sus operaciones de exportación se dirige actualmente a Europa o Asia?
  - a) 80 %
  - b) 60%
  - c) 40%
  - d) 20%
3. ¿Qué porcentaje de sus operaciones de importación vienen de Asia o Europa actualmente?
  - a) 80 %
  - b) 60%
  - c) 40%
  - d) 20%
4. ¿Qué porcentaje de sus operaciones de importación vienen de Estados Unidos actualmente?
  - a) 80 %
  - b) 60%
  - c) 40%
  - d) 20%
5. ¿Qué tan problemático han sido sus operaciones de exportación a Estados Unidos actualmente?
  - a) Sumamente problemáticas
  - b) No tan problemáticas
  - c) Las operaciones se hacen sin problemas
  - d) No tenemos operaciones con Estados Unidos
6. ¿Es complicado tratar con clientes de los Estados Unidos?
  - a) La mayoría de las ocasiones
  - b) Solo ocasionalmente
  - c) No lo es
  - d) Es más complicado tratar con clientes de Europa y Asia
7. ¿Cuáles de sus operaciones suelen ser más complicadas?
  - a) Operaciones de exportaciones a Asia y Europa
  - b) Operaciones de exportaciones a Estados Unidos
  - c) Operaciones de importación desde Asia y Europa
  - d) Operaciones de importación desde Estados Unidos

8. ¿Las actuales políticas del presidente Donal Trump han complicado sus operaciones con los Estados Unidos?

- a) Solo con las nuevas operaciones
- b) Todas las operaciones se han complicado
- c) Solo con algunas mercancías
- d) Las operaciones se mantienen sin complicaciones

9. ¿La autoridad suele darles prioridad a sus operaciones de los Estados Unidos al momento de expedir permiso de algún tipo?

- a) Con algunas mercancías si
- b) Solo con algunos clientes
- c) El tiempo de espera es el normal
- d) Siempre es tardado

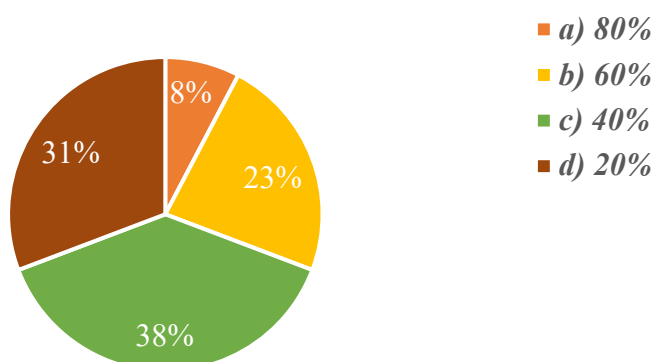
10. ¿Considera factible el aumento del comercio con Europa y Asia y disminuir con Estados Unidos?

- a) Si
- b) No
- c) Sería muy complicado

#### Anexo 6. Gráficos - Encuestas

1- ¿Qué porcentaje de sus operaciones de exportación se dirige actualmente a Estados Unidos?

##### *Respuestas*

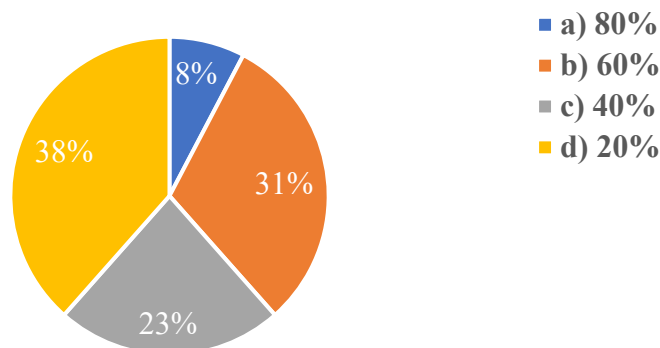


De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede ver que al menos la mitad de las operaciones de exportación de los encuestados tienen como destino los Estados Unidos, y el resto de sus exportaciones se dividen en distintos países del mundo. Este porcentaje nos muestra la importancia que los Estados Unidos tienen para México, ya que abarcar este porcentaje ellos solo también significan un alto y constante movimiento de capital. Por otro lado, estos resultados demuestran la dependencia económica de México con los Estados Unidos, lo que significa que cualquier afectación a las exportaciones mexicanas hacia los Estados Unidos puede impactar severamente la economía de cientos de empresas e incluso toda la economía de México.

Además, se puede ver que la distribución restante de las exportaciones hacia otros países sugiere la existencia de esfuerzos de diversificación comercial, aunque todavía siguen sin representar un cambio significativo al comercio de México.

2- ¿Qué porcentaje de sus operaciones de exportación se dirige actualmente a Europa o Asia?

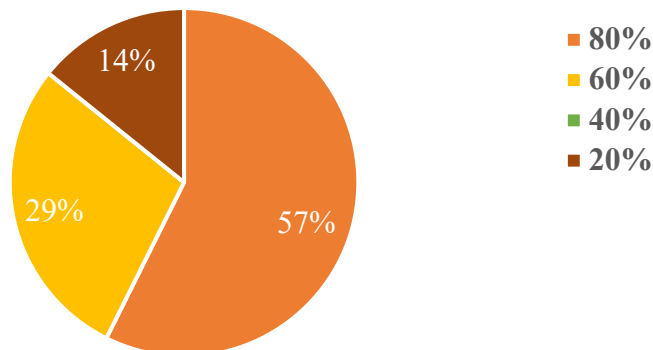
### Respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de los encuestados tienen muy pocas operaciones de exportación a Europa o Asia, lo cual refleja un muy bajo movimiento de capitales entre México y otros países que no sean Estados Unidos. Esto a su vez sirve para apreciar la vulnerabilidad que tiene México ante posibles cambios en la económica, política o comercio de su principal socio comercial. No obstante, estos resultados también permiten identificar un área de oportunidad para el comercio internacional de México, ya que la baja participación de Europa y Asia sugiere un potencial de crecimiento en estas regiones.

3- ¿Qué porcentaje de sus operaciones de importación vienen de Asia o Europa actualmente?

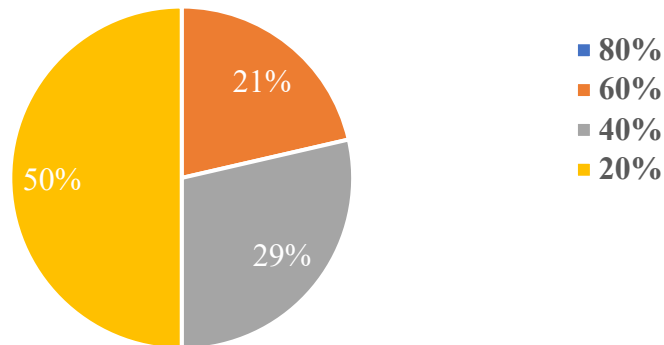
### Respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que al menos el 80% de las operaciones de los encuestados provienen de Asia o Europa. Lo cual indica una alta participación de estas regiones en el comercio internacional de México. Asimismo, podemos apreciar que un 28.6% de los encuestados señala que el 60% de sus importaciones proviene de dichas regiones, mientras que solo un 14.3% indica una participación menor del 20%. En conjunto, esto nos permite observar que Asia y Europa actualmente ya tienen interés en el comercio internacional de México, lo cual a largo plazo puede ser de gran beneficio para la diversificación comercial de México. Esto a su vez permite observar una oportunidad para el fortalecimiento de las relaciones comerciales y así establecer estrategias que favorezcan a las empresas de México y atraigan el interés de estas regiones para las inversiones en el país.

4- ¿Qué porcentaje de sus operaciones de importación vienen de Estados Unidos actualmente?

### *Respuestas*

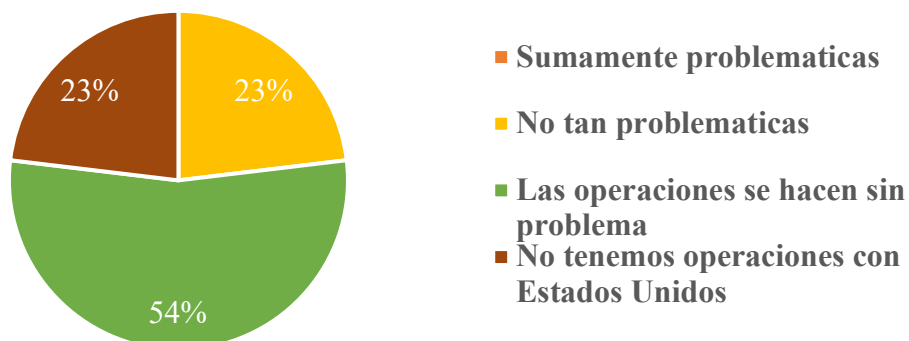


De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de las operaciones de importación de los encuestados no provienen de Estados Unidos y la mayoría de las operaciones provienen de otras regiones del mundo, estos resultados contrastan enormemente con las operaciones de exportación que tienen como destinos los Estados Unidos. Estos resultados sugieren una mayor diversificación comercial, lo que indica que la participación de otros países representa un papel más importante.

Los resultados pueden interpretarse como favorables, ya que reduce la dependencia de un solo aliado comercial y permite a las empresas mexicanas acceder a una mayor variedad de mercados, costos y condiciones comerciales.

5- ¿Qué tan problemático han sido sus operaciones de exportación a Estados Unidos actualmente?

### *Respuestas*



De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de los participantes concuerdan en que a pesar de la implementación de aranceles a todas las exportaciones que llegan a Estados Unidos, no se ha presentado un aumento en la dificultad que se tiene al exportar hacia este país. Estos resultados también sugieren que los efectos de los aranceles no se ven directamente reflejados en los procesos de exportación, sino que estos se reflejan en los gastos que los exportadores tienen al momento de iniciar un proceso de exportación a Estados Unidos, lo que no afectaría directamente a la percepción que los colaboradores de las agencias aduanales tienen respecto a sus operaciones con destino a los Estados Unidos.



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-968-9798)

Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.

Presentación en medio electrónico digital: Descargable

La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.

Formato PDF 5 MB

Fecha de aparición 09/10/2026

ISBN 978-968-9798-01-9