

**Universidad Autónoma de Baja California  
Facultad de Economía y Relaciones Internacionales  
Programa de Maestría en estudios del Desarrollo global**



**“La internacionalización de las MiPYMEs del sector turístico mexicano: un enfoque al turismo sostenible”**

Para obtener el grado de:

**Maestra en Estudios del Desarrollo Global**



Presenta:

**María de los Ángeles Higuera Cota**

Directora de tesis:

**Dra. Jocelyne Rabelo Ramírez**

**Tijuana, B.C., diciembre de 2023.**

“El progreso y el desarrollo son imposibles si uno sigue haciendo las cosas tal como siempre las ha hecho”.

-Wayne Dyer

A la memoria de mi compañero de vida, Blake Higuera.

## **Agradecimientos**

Gracias a Dios por brindarme esta oportunidad de seguir creciendo profesional y personalmente, y porque gracias a este viaje conocí a seres que dejaron huella en mi corazón. Gracias a mi hermana María Fernanda por acompañarme, apoyarme y compartir esta experiencia de vida conmigo.

Al **Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías** (CONAHCYT), por el apoyo al fomento y desarrollo científico y tecnológico a través del apoyo al programa de maestría.

A la **Facultad de Economía y Relaciones Internacionales** (FEyRI) de la Universidad Autónoma de Baja California por ser mi *host* durante estos dos años.

A mi directora de tesis la **Dra. Jocelyne Rabelo Ramírez** por ser mi guía en este *trip* dentro de la academia. Porque hizo de esta experiencia un camino pacífico.

A mis sinodales el **Dr. Emilio Hernández Gómez** y la **Dra. Karina Isabel Salinas Solís**, por sus acertados comentarios y sugerencias en mi itinerario de trabajo.

Por último, quiero agradecer a tres excelentes docentes que marcaron mi estancia en este programa, al **Dr. José de Jesús Sosa López**, al **Dr. Arturo Serrano Santoyo** y al **Dr. Santos López Leyva** por sus enseñanzas, por su amistad, por su vocación dentro y fuera del aula.

## **Resumen**

El estudio tiene como objetivo evaluar el diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs turísticas en México, con un enfoque en sostenibilidad. México destaca en la actividad turística, y las empresas de este sector son importantes generadoras de empleo y contribuyen significativamente al PIB del país. Sin embargo, la pandemia por COVID-19 ha afectado a la industria turística, resultando en el cierre de muchas empresas.

El trabajo se basa en una investigación cualitativa que incluye la revisión de políticas públicas y programas dirigidos al sector turístico y a las MiPyMEs. Se analiza la formación de la agenda gubernamental, el diseño de la política y la implementación de iniciativas concretas para fortalecer la internacionalización de las empresas turísticas. Se destaca la importancia de políticas enfocadas en la competitividad, sostenibilidad y desarrollo económico del sector turístico mexicano.

Las conclusiones muestran que la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque en sostenibilidad es crucial para el crecimiento económico y desarrollo sostenible de México. Las políticas implementadas hasta la fecha demuestran un compromiso con el fortalecimiento del sector turístico. Se sugiere continuar apoyando a las MiPyMEs turísticas mediante acceso a capacitación, financiamiento y herramientas para la internacionalización. Además, se recomienda evaluar el impacto de las políticas implementadas y explorar nuevas tecnologías y estrategias de marketing digital para una mayor internacionalización sostenible.

**Palabras clave:** internacionalización, MiPyMEs, turismo y desarrollo sostenible.

## **Abstract**

The study aims to evaluate the design and implementation of the public policy to promote the internationalization of small and medium-sized tourism enterprises (SMEs) in Mexico, with a focus on sustainability. Mexico stands out in the tourism industry, and companies in this sector are significant job creators and make a substantial contribution to the country's GDP. However, the COVID-19 pandemic has severely impacted the tourism industry, leading to the closure of many businesses.

The research is based on a qualitative investigation, including a review of public policies and programs directed towards the tourism sector and SMEs. It analyzes the formation of the government's agenda, policy design, and the implementation of specific initiatives to strengthen the internationalization of tourism companies. The importance of policies centered on the competitiveness, sustainability, and economic development of the Mexican tourism sector is emphasized.

The findings demonstrate that the internationalization of SMEs in the tourism sector, with a focus on sustainability, is crucial for Mexico's economic growth and sustainable development. The policies implemented so far indicate a commitment to strengthening the tourism sector. It is recommended to continue supporting tourism SMEs through access to training, financing, and tools for internationalization. Additionally, evaluating the impact of the implemented policies and exploring new technologies and digital marketing strategies for further sustainable internationalization is advised.

**Keywords:** internalization, SMEs, tourism and sustainable development.

## Índice

.....	9
Introducción .....	10
Planteamiento del problema .....	12
Justificación .....	18
Delimitación del tema de investigación .....	21
Objetivos .....	22
Hipótesis .....	22
Capítulo 1. Marco Teórico .....	23
1.1. La internacionalización desde la teoría económica.....	23
1.2. Internacionalización de las empresas .....	26
1.2.1. El ciclo de vida de las empresas.....	27
1.2.2. El Modelo de Uppsala o Internacionalización Gradual.....	28
1.2.3. Teoría de la internacionalización o de costos de transacción.....	30
1.2.4. Paradigma ecléctico o Modelo OLI .....	31
1.2.5. Teoría de los recursos y capacidades de la empresa.....	32
1.2.6. Economía creativa como estrategia de internacionalización .....	33
1.3. Economía de servicios .....	34
1.3.1. Economía de servicios y la agenda 2030 .....	37
1.4. Clasificación de las empresas.....	38
1.5. Contextualización del sector turístico mexicano.....	41
1.6. El rol del turismo en el desarrollo sostenible .....	42
Capítulo 2. Metodología .....	48
2.1 Ciclo de la política pública.....	48
2.1.1. Medición de la política pública .....	49

2.1.2. Formación de la agenda .....	50
2.1.3. Definición del problema .....	51
2.1.4. Diseño.....	52
2.1.5. Implementación.....	53
2.1.6. Evaluación .....	54
2.2. Discusión metodológica .....	55
2.3. Descripción de variables .....	59
Capítulo 3. Aproximación a la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad.....	62
3.1. Aplicación del ciclo de políticas públicas con énfasis en el diseño e implementación de la política pública.....	63
3.1.1. Formación de la agenda .....	63
3.1.2. Definición del problema .....	63
3.1.3. Diseño.....	65
3.1.4. Implementación.....	68
3.1.4. Evaluación .....	73
Conclusiones.....	78
Referencias .....	81

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Descomposición del PIB Turístico por actividad económica .....	18
<b>Tabla 2.</b> Fortalezas y debilidades de la economía creativa .....	34
<b>Tabla 3.</b> Clasificación de empresas de acuerdo con la OCDE.....	40
<b>Tabla 4.</b> Clasificación de la Comisión de las Comunidades Europeas .....	40
<b>Tabla 5.</b> Operacionalización de las variables.....	59
<b>Tabla 6.</b> Principales instrumentos para impulsar el turismo, con una especial atención en el fomento del emprendimiento de las MiPyMEs en la industria turística.....	62
<b>Tabla 7.</b> Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2018-2019.....	68
<b>Tabla 8.</b> Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2019-2020.....	70
<b>Tabla 9.</b> Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2020-2021.....	72
<b>Tabla 10.</b> Seguimiento de programas presupuestarios del Fondo Nacional de Fomento al Turismo .....	76

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> <i>Ventaja comparativa</i> .....	24
<b>Figura 2.</b> <i>Supuestos teóricos de la competencia perfecta</i> .....	25
<b>Figura 3.</b> <i>Teorías de la internacionalización</i> .....	27
<b>Figura 4.</b> <i>El rol del sector servicio dentro de la economía</i> .....	36
<b>Figura 5.</b> <i>Dependencia de los ODS al acceso a los servicios básicos y de infraestructura</i> .....	38
<b>Figura 6.</b> <i>Proceso de construcción de las políticas públicas</i> .....	50
<b>Figura 7.</b> <i>Evaluación en el ciclo de formulación e implementación de políticas públicas</i> .....	58

## Introducción

México es un país que destaca en la actividad turística, no solo por los turistas que lo visitan sino también por la derrama económica<sup>1</sup> que generan los visitantes, De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT 2016), México siempre ha estado presente en el *ranking* de los países más visitados, permaneciendo siempre entre los 15 primeros lugares. Las empresas dentro de este sector turístico son una fuente generadora de empleos, captan divisas e inversión extranjera y tienen una considerable aportación económica en el PIB del país.

De acuerdo con el INEGI (2020), la participación del 100% del PIB generado, el 8.7 pertenece a la aportación de la actividad turística, destacando la importancia de las empresas turísticas las cuales van desde venta de artesanías, transporte de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos, agencias de viajes y hoteles.

El estudio sobre la demografía de los negocios del INEGI (2020) destacó que, en el 2019 existían 4.9 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos del sector privado, pero, para el año 2020 se percataron que 1 millón 10 mil (20.81%) de las empresas habían cerrado definitivamente. Es por ello que es relevante conocer los motivos de la natalidad y mortalidad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMEs) ya que son una fuente generadora de empleos y ayudan con la actividad económica y social del país.

Esta investigación es una construcción de un objeto de estudio constituido por un planteamiento del problema, en el cual se mencionan las transformaciones, por las que ha atravesado el sector turístico de manera global y como han afectado a las empresas que trabajan en este sector, dónde tuvieron que cerrar de forma abrupta debido a la pandemia, también cuenta con una justificación, en ésta se destaca la importante participación de las empresas turísticas en el PIB del país, además de una pregunta de investigación, objetivo general y específicos, con los cuales se formuló una hipótesis y sus respectivas variables dónde el estudio busca realizar un análisis de la política pública mexicana en el periodo de gobierno correspondiente del 2018-2023, en materia de internacionalización de las empresas turísticas, particularmente de las MiPyMEs con fines de sostenibilidad.

---

<sup>1</sup> Captación de divisas.

En el primer capítulo se presenta el marco teórico abordando las principales teorías de la internacionalización con una perspectiva económica, posteriormente se explica la internacionalización de las empresas (mediante la descripción de cinco modelos), también se detallan los elementos que se toman en cuenta en el contexto internacional, Latinoamérica y México para la clasificación de las empresas, esto con la finalidad de tener un panorama más amplio acerca del desarrollo de las MiPyMEs. Por otro lado, en este mismo capítulo se contextualiza el sector turístico mexicano para cerrar con una distinción del rol del turismo en el desarrollo sostenible.

En el segundo capítulo se aborda la metodología, con la cual se busca evaluar el diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico en México, con un enfoque de sostenibilidad. Para ello, se realizó una investigación cualitativa mediante una revisión documental y análisis de políticas públicas dirigidas al sector turístico y a las MiPyMEs. La investigación se basa en el modelo de evaluación en el ciclo de formulación e implementación de políticas públicas, centrándose en una evaluación *ex ante* y *concomitante*.

El tercer capítulo, ofrece un análisis completo y detallado de la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas en México, con un enfoque de sostenibilidad. Se analiza la formación de la agenda gubernamental y la definición del problema, destacando los instrumentos clave que impulsan el desarrollo turístico en el país, como el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y la Secretaría de Turismo (SECTUR). A partir de la conceptualización de la formación de la agenda y la definición del problema, se examina el diseño de la política, enfocándose en las estrategias y acciones dirigidas a fortalecer las MiPyMEs turísticas y su internacionalización. Asimismo, se evalúa la implementación de la política a través de iniciativas concretas que buscan potenciar el crecimiento económico sostenible en el sector turístico. Por último, se analiza la evaluación *ex ante* y *concomitante* de la política, identificando los esfuerzos realizados para monitorear y evaluar el desempeño de

los programas relacionados con la internacionalización de las MiPyMEs turísticas en el país.

Por último, se aborda la conclusión la cual reveló que la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque en sostenibilidad es crucial para el crecimiento económico y desarrollo sostenible de México, y se requiere una continua evaluación y adaptación de las políticas para maximizar su efectividad y beneficios.

### **Planteamiento del problema**

Desde hace más de seis décadas, el turismo se ha posicionado como uno de los principales actores del comercio internacional, pues es una de las fuentes de ingresos más importante para múltiples países - ejemplo de ello son Alemania, Austria, China, EE. UU., España, Francia, Italia, Japón, México, Reino Unido, Tailandia y Turquía, al encontrarse entre los 10 principales destinos turísticos que reciben al 40% de las llegadas mundiales esto según la OMT en el año 2016- . Al generar empleos, captar divisas, diversificar la economía, ampliar los conocimientos culturales y educativos, preservar el patrimonio cultural y fomentar la tradición, *etc.* Lo que lo convierte en un sector clave para el desarrollo económico y social.

De acuerdo con la OMT “el turismo representa el 10% del producto interno bruto mundial y uno de cada diez empleos en el mundo” (2021, p.5), lo que pone de manifiesto, la relación que existe entre la actividad turística y el desarrollo económico y social. Igualmente, el fomento de la actividad turística tiene como resultados, el ingreso de divisas, contribución a ingresos públicos, generación de empleos, apertura de empresas, *etc.*, otro ejemplo de la estrecha relación del turismo con el desarrollo.

Así pues, la creación de empleos formales y especializados, la inversión extranjera, la captación de divisas y la diversificación de los servicios y productos son algunos de los beneficios que ofrece el escenario turístico; no obstante, los beneficios que han recibido los países de dicha actividad son dispares. Por un lado, en los países emergentes o en vías de desarrollo, la actividad ha permitido la reactivación económica, captación de inversión extranjera, ha generado empleos, mejorado los ingresos y bienestar, entre otros, y por otro, ha fortalecido la mayor

parte de los sectores involucrados – agencias de viajes, hotelero, restaurantero, transportista, entre otros - en los países desarrollados.

Aunado a lo anterior, el sector ha experimentado intensas transformaciones, ejemplo de estas son:

El acontecimiento del 11 de septiembre del 2001, el cual trajo consecuencias que perduran hasta hoy en día, después del atentado se implementaron medidas de seguridad que vinieron a cambiar para siempre el transporte aéreo<sup>2</sup>, además que los gastos en los que se incurre por el aumento de medidas de seguridad se han visto reflejados en las tasas aeroportuarias.

El terremoto de 2004, el cual provocó un inmenso tsunami en Tailandia. Las consecuencias incluyen la destrucción de hoteles, centros turísticos, playas, caída de la demanda y la muerte de miles de personas.

En el mismo año, el 11 de marzo se suscitó un ataque terrorista en la estación de trenes de Atocha en Madrid. El resultado 59 occisos y cientos de heridos. Para el siguiente año en Londres, se suscitaron otras cuatro explosiones que también paralizaron el sistema de transporte de la ciudad y la infraestructura de telecomunicaciones. De ahí que, la amenaza terrorista se haya convertido en un factor a tener en cuenta por la industria turística.

“La crisis económica internacional iniciada en 2008, provocó un descenso de la actividad económica a nivel mundial (...)” (Montaño, Pérez y de la O, 2012). El panorama se caracterizó por ser incierto y por presentar los peores resultados de la economía mundial en las últimas dos décadas. El turismo, se vio afectado por la disminución de los ingresos y afluencia turística internacional, aumento de desempleo, por la contracción de inversiones en el sector, entre otros cambios negativos que vinieron a frenar el desarrollo del sector.

“El estallido de la Primavera Árabe en 2011 marcó un punto histórico para la industria turística” (El-Badry, 2015). El sector presentó un descenso de 33% de visitantes y casi un 32% de los ingresos por divisas respecto al año anterior

---

<sup>2</sup> Volar se ha convertido en una experiencia tediosa dónde arcos detectores, controles, escáneres y colas se hacen presentes.

(Businesswire, 2011), posicionando al sector turístico como el área más afectada por el escenario político de Egipto.

Al igual que en Madrid y Londres, el 13 de noviembre de 2015 en París la normalidad abandonó la capital a causa de un terrorista suicida que activó su cinturón explosivo cerca del Estadio. En total fueron tres atentados suicidas, dos comandos armados que atacaron las terrazas de varios cafés de los distritos 10 y 11 en el centro de París, y un ataque en la sala de espectáculos de Bataclan, durante un concierto de la banda de rock *Eagles*. Un total de ocho atentados en una sola noche, dejando un total de 130 muertos, cientos de heridos, familias rotas, y un sentimiento de inseguridad que hasta la actualidad perdura (France24, 2021).

En 2020 los devastadores incendios forestales en Australia, donde decenas de personas murieron, miles de hogares y edificios fueron absorbidos por las llamas, gran parte de la vegetación y fauna del lugar se perdió<sup>3</sup>. Igualmente, varios de los centros turísticos de la isla fueron destruidos o gravemente dañados.

Como se puede apreciar a partir de las transformaciones antes descritas, el sector turístico se ve afectado por acontecimientos de distinta índole -económicas, medioambientales, políticas, sanitarias, etc.- esto se debe a que, además de las cuestiones normales<sup>4</sup> que se plantea el turista a la hora de elegir que destino visitar, la seguridad es un elemento clave, donde todas las cuestiones anteriores tienen repercusión.

A propósito de transformaciones otra situación de gran trascendencia ha sido la que se dio tras la reciente pandemia del COVID-19, donde el sector turístico es uno de los más afectados, pues con ella se desató una severa crisis sanitaria, económica y social sin precedentes. En palabras de la Organización Mundial de Turismo (OMT) o por sus siglas en inglés UNWTO (2020) el turismo fue uno de los sectores más afectados pues la mayoría de sus actividades fueron consideradas como no esenciales, debido a esto los establecimientos se encontraban cerrados,

---

<sup>3</sup> De acuerdo con WWF (2020) esta pérdida incluyó miles de koalas, y otros animales representativos como canguros, ulabíes, petauros, potorúes, cacatúas y melifágidos.

<sup>4</sup> La razón del viaje, si es por fiesta, aventura, trabajo, etc., la compañía, van con amigos, colegas, pareja, la comida, idioma, clima, presupuesto, entre otros.

entre ellos los hoteles, restaurantes, además de que se aplicaron restricciones de viaje en prácticamente todos los países del mundo.

Con ello, la pandemia ha reducido las llegadas de turistas internacionales y la percepción de derrama económica ha disminuido en gran medida en casi todos los países, pues el 100% de los destinos del mundo ha introducido restricciones de viaje en respuesta a la pandemia unos antes de que otros, y unos más restrictivas que otros como en el caso de Argentina, Estados Unidos y Rusia por mencionar algunos, que cerraron las fronteras a los extranjeros desde el inicio de la pandemia, dándole prioridad a los connacionales para retornar.

Referente a lo anterior, el barómetro de la OMT de mayo 2020 registró que 97 (45%) destinos turísticos cerraron total o parcialmente sus fronteras, 65 más (30%) suspendieron total o parcialmente sus vuelos internacionales y 39 (18%) implementaron un cierre de fronteras de manera diferenciada, prohibiendo la entrada a pasajeros de países específicos como el caso de los países de la Unión Europea que prohibieron la entrada a países que no formaran parte de la Unión.

En México, la actividad turística presentó desafíos a causa de la pandemia por COVID-19, pero no tan marcados como en otros países, pues a pesar de la disminución de la llegada de turistas en 2020 respecto al año anterior en un 44.3% (Zepeda, Medina y Flores, 2020), fue el tercer país más visitado a nivel mundial. Esto se debió a que, hasta el 25 de abril, el país no había emitido restricción alguna en cuanto al traslado de ciudadanos extranjeros.

No obstante, a inicios de marzo, la Asociación de Secretarios de Turismo (ASETUR) de México tomó la decisión de suspender temporalmente la llegada de cruceros. Y no fue hasta el 23 de abril del 2020 que, tanto la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud emitieron la actualización del protocolo de atención a personas en centros de hospedaje y restaurantes durante la cuarentena obligatoria por COVID-19.

En México, es evidente la ausencia de estrategias integrales para hacer frente a este tipo de transformaciones y su afectación al sector turístico, por lo que se busca analizar las políticas públicas encaminadas a aportar una experiencia de calidad medioambiental al turista, con una visión a largo plazo, donde su eje

principal sea la sostenibilidad. Es ahí donde la internacionalización cobra relevancia, por su naturaleza como estrategia debido a que es considerada como la adopción de éstas últimas, en las cuales se consideran los recursos, capacidades, las oportunidades y amenazas del entorno, otorgando un canal de mejora para las organizaciones y controlar las actividades que desarrollan a través de una visión única de internacionalización con un enfoque sostenible.

La internacionalización se configura como un procedimiento mediante el cual las entidades territoriales adquieren conciencia acerca de la relevancia de desempeñar un papel activo frente a los desafíos emanados del entorno, con el fin de propiciar procesos continuos de desarrollo en sus territorios. Este compromiso se manifiesta a través de acciones sistemáticas y metódicas, basadas en enfoques novedosos y comprensivos de la dimensión internacional, según lo planteado por Jiménez (2012).

Es así como, la internacionalización se ha convertido en una necesidad para las empresas, pues, aunque se encuentren posicionadas a nivel nacional, los retos y oportunidades que suponen los mercados internacionales<sup>5</sup> - costos más bajos de producción, diversificación de productos y servicios, tratados de libre comercio, entre otros- hacen que la empresa se plantee consolidarse en ellos. De igual manera, en el marco del proceso de globalización empresarial, se busca evaluar la naturaleza estratégica del procedimiento que las empresas siguen al seleccionar los mercados potenciales en los cuales pretenden llevar a cabo sus operaciones internacionales (Aranda y Alonso, 2006).

Según Villareal (2006), la internacionalización de una empresa constituye una estrategia corporativa que busca expandir su crecimiento mediante la diversificación geográfica a nivel internacional. Para lograr esto, es esencial llevar a cabo un proceso evolutivo y dinámico a largo plazo, con el objetivo de reorganizar las distintas actividades de la cadena de valor y la estructura organizativa de la empresa. Este enfoque implica una filosofía que fomente un compromiso y una

---

<sup>5</sup> Espacio donde se llevan a cabo las transacciones económicas entre compañías de diferentes países.

implicación cada vez mayores de los recursos y capacidades de la empresa con su entorno internacional, fundamentado en el conocimiento.

Asimismo, según las perspectivas de Root (1994) y Welch y Loustarinen (1988), la internacionalización de empresas se concibe como un procedimiento destinado a expandir la presencia de las compañías más allá de las fronteras nacionales. Este enfoque abarca todas las actividades que favorecen el establecimiento de relaciones más o menos duraderas entre la empresa y los mercados internacionales.

La internacionalización de las empresas favorece el crecimiento de la economía, al ser un elemento que promueve el intercambio de bienes, servicios y asentamiento de empresas en otros países diferentes a su lugar de origen (Hernández, N. y Hernández, R. 2013). Por esta razón, se ha convertido en un componente significativo de la agenda gubernamental, ya que se refleja como una prioridad en el Plan Nacional de Desarrollo. La promoción y fortalecimiento de la internacionalización de las empresas se implementa mediante diversas instituciones, predominantemente de carácter público, aunque también se cuentan con entidades privadas o semiprivadas que respaldan la iniciativa de internacionalización.

Para el Gobierno de México, la internacionalización de las empresas es un factor clave, pues en el Primer Informe de Gobierno 2018-2019 del Presidente, Lic. Andrés Manuel López Obrador, se dieron a conocer las acciones del Gobierno de la República a favor de esta iniciativa, destacando que, a través de los consulados y embajadas de México, se promovió la exportación de servicios y productos mexicanos fuera del país, así como inversiones y la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas.

De manera similar, en el Segundo Informe de Gobierno 2019-2020, se dio a conocer la implementación de un plan para internacionalizar 50 ciudades mexicanas con el objetivo de promover un desarrollo local sostenible. Este programa surge a partir de una propuesta de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) conocida como el "ABC de la internacionalización de las ciudades mexicanas". Su propósito es proporcionar recomendaciones y directrices que faciliten y orienten las acciones

exteriores de las ciudades en diversos ámbitos relacionados con su vinculación internacional.

Es relevante resaltar que esta guía reconoce la posibilidad de que cada municipio y ciudad diseñe su propia estrategia de internacionalización, adaptada a sus competencias específicas, prioridades, intereses y potencialidades, dadas sus características particulares. En este contexto, la SRE propone la implementación de un programa de internacionalización focalizado en ciudades mexicanas, especialmente aquellas con perfiles de ciudades capitales, turísticas, patrimonio cultural y ubicadas en zonas fronterizas. Es importante señalar que los esfuerzos descritos en esta guía están alineados con el Objetivo 11 de la Agenda 2030, que busca lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Como se puede observar la internacionalización es un factor clave para el desarrollo en México, pues la internacionalización es abordada desde las empresas en el PND y en el Primer Informe de Gobierno 2018-2019, y desde las ciudades en el Segundo Informe de Gobierno 2019-2020 poniendo énfasis en aquellas ciudades que sean capitales, turísticas o patrimonio cultural y fronterizas.

### **Justificación**

Tal como plantea Sánchez (2014) con un enfoque en el emprendimiento y creación de empresas se requiere un diseño del proceso que se ajuste al mercado extranjero al que se desea penetrar, dicho diseño cuenta con las metas y el plan para llevarlas a cabo. En ambos factores (emprendimiento e internacionalización) las empresas requieren de un bien y/o servicio que logre satisfacer mejor las necesidades de los usuarios finales que la competencia local y nacional.

. Enseguida, se presenta una descomposición de la participación del PIB Turístico por actividad económica.

**Tabla 1.** Descomposición del PIB Turístico por actividad económica

<b>Concepto/ % del PIB</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Participación del PIB Turístico/ Descomposición	8.7	8.7	6.7	7.5
Transporte de pasajeros	18.7	18.7	-41.3	23.1
Restaurantes, bares y centros nocturnos	15.2	15.3	-33.4	15.0
Alojamiento	28.1	29.2	-13.3	14.2
Agencia de viajes y otros servicios de reserva	0.8	0.7	-51.6	7.7
Bienes y artesanías	11.7	11.4	-17.2	3.9

Comercio	8.1	7.8	-25.1	12.4
Servicios culturales	1.0	1.0	-38.1	21.3
Servicios deportivos y recreativos	1.1	1.0	-51.5	48.1
Otros	15.3	14.9	-22.8	15.6

Nota: elaboración propia con información del INEGI (2019- 2022).

La anterior tabla, permite visualizar cuáles son las actividades que tienen una mayor participación en el PIB Turístico por año, considerando los periodos correspondientes a 2018, 2019, 2020 y 2021. En general, se observa que la participación del PIB turístico en el PIB total se mantuvo estable en 8.7% en 2018 y 2019, pero disminuyó en 2020 a 6.7% debido a la pandemia de COVID-19. En 2021, la participación del PIB turístico se recuperó ligeramente a 7.5%.

En cuanto a las actividades económicas específicas, el transporte de pasajeros representó el 18.7% del PIB turístico en 2018 y 2019, pero se desplomó en un 41.3% en 2020 debido a las restricciones de viaje relacionadas con la pandemia. Sin embargo, en 2021, la actividad se recuperó a un 23.1%.

Los restaurantes, bares y centros nocturnos representaron el 15.2% y el 15.3% del PIB turístico en 2018 y 2019, respectivamente, pero disminuyeron en un 33.4% en 2020 debido a los cierres y limitaciones de capacidad. En 2021, la actividad se recuperó ligeramente a un 15.0%.

El alojamiento representó el 28.1% y el 29.2% del PIB turístico en 2018 y 2019, respectivamente, pero disminuyó en un 13.3% en 2020 debido a la reducción de la demanda. En 2021, la actividad se recuperó ligeramente a un 14.2%.

Las agencias de viajes y otros servicios de reserva, tuvieron una ligera disminución de 2018 a 2019 pasando de 0.8% al 0.7% del PIB turístico. En el año 2020, esta categoría experimentó una fuerte caída del -51.6% en comparación con el año anterior, probablemente debido a las restricciones de viaje y cierre de fronteras durante la pandemia. Sin embargo, en el 2021 hubo una recuperación del 7.7%.

Los bienes y artesanías, al igual que la actividad anterior experimentó una leve disminución de 2018 a 2019, pasando de 11.7% a 11.4% del PIB turístico. Para 2020 disminuyó un -17.2% probablemente debido a la menor demanda de turistas como resultado de las restricciones de viaje y cierre de establecimientos turísticos durante la pandemia. En 2021, la actividad aumentó un 3.9%.

El comercio, presentó una leve disminución de 2018 a 2019, de 8.1% a 7.8% del PIB, lo cual es preocupante mas no alarmante como la caída del -25.1% que se experimentó en 2020, debido a las medidas de cierre y restricciones de movilidad por el confinamiento. No obstante, el sector se recuperó y aumentó un 12.4% para 2021.

Los servicios culturales se mantuvieron en 1% en 2018 y 2019. Sin embargo, la actividad disminuyó un -38.1% probablemente debido al cierre de instalaciones turísticas y la menor afluencia de turistas. Sin embargo, para 2021 hubo un aumento significativo de 21.3% en esta categoría.

Los servicios deportivos y recreativos experimentaron algo parecido a los servicios culturales, al mantenerse en 1% en 2018 y 2019, y experimentar una fuerte caída del -51.5% en 2020, probablemente debido a la suspensión de eventos deportivos y la reducción de la actividad turística en general. Sin embargo, en 2021, hubo una recuperación significativa del 48.1%.

La categoría otros<sup>6</sup>, presentó un 15.3% en 2018 y 14.9% en 2019. Al igual que el resto de actividades presentó una disminución del -22.8%. Y experimentó una recuperación del 15.6% en 2021.

En resumen, se puede observar que el sector turístico en general experimentó una disminución significativa debido a la pandemia por COVID-19 y las restricciones relacionadas con los viajes y la movilidad. Sin embargo, en 2021, algunas actividades económicas relacionadas al turismo han mostrado una recuperación en comparación con el año anterior. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la recuperación del sector turístico sigue siendo desigual en todo el mundo y puede depender en gran medida de factores como las políticas de viaje, las restricciones gubernamentales y la propagación del virus en diferentes regiones. De modo que se analizará aquellas políticas públicas enfocadas a mejorar la gestión de las MiPyMEs enfocadas a los tres giros comerciales antes mencionados.

---

<sup>6</sup> Esta categoría incluye todas las demás actividades económicas relacionadas al turismo que no se mencionan específicamente en las categorías anteriores, como servicios de transporte turísticos, autobús, trenes turísticos, taxis, servicios de hospedaje no gestionados por agencias de viajes o plataformas de alojamiento compartido, servicios de guías turísticos, servicios de entrenamiento, servicios de seguridad turística, servicios de turismo médico, entre otras.

La importancia de este trabajo radica en la evaluación del diseño e implementación de la política pública para la promoción de la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano, al permitir identificar los recursos, capacidades, oportunidades y amenazas del entorno y con ello identificar el rumbo que ésta debe tomar.

### **Delimitación del tema de investigación**

El estudio está delimitado espacialmente a los Estados Unidos Mexicanos, lo anterior obedece a que el turismo para México es una actividad económica importante, pues tan solo en el 2019 el sector turístico aportó un 8.7% del total del PIB obtenido ese año, además de generar cerca de 3 millones 360 mil empleos, es decir 8% del empleo total del país (INEGI, 2020).

En materia de delimitación temporal, se pretende utilizar datos del periodo de gobierno actual (2018-2023), para realizar inferencias acerca de las estrategias de internacionalización empleadas, por parte, del sector turístico

Por último, en términos de internacionalización, ésta es entendida como el proceso y actividades que emplea y adapta la empresa en los mercados extranjeros, la cual debe contar con un producto y/o servicio terminado para ofrecer a los clientes y que logre satisfacer sus necesidades de mejor manera que los comerciantes locales. La internacionalización no se lleva a cabo de la misma manera, cada empresa debe analizar sus capacidades y las de sus competidores para tener un mejor panorama del mercado al que desea entrar y posicionar su marca y productos.

## **Preguntas**

Pregunta general:

- ¿Cuáles son las estrategias y diseño de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico (alojamientos, transportes de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos) con fines de sostenibilidad?

## **Objetivos**

Objetivo general:

- Evaluar el diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico (alojamientos, transportes de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos) con fines de sostenibilidad.

Objetivos específicos:

- Describir las políticas públicas dirigidas a mejorar el sector turístico y las actividades económicas que lo componen (alojamientos, transportes de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos).
- Identificar las políticas públicas encaminadas al fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico.
- Categorizar las estrategias de internacionalización que otorguen un canal de mejora para las MiPyMEs y control de las actividades que desarrollan con un enfoque sostenible.

## **Hipótesis**

El diseño e implementación de las políticas públicas dirigidas a promover las estrategias de internacionalización de las MiPyMEs mexicanas con fines sostenibles del giro alojamiento, transportes de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos otorgan un canal de mejora para las actividades que desarrollan.

Esta hipótesis se concibe a raíz del primer acercamiento al concepto de internacionalización y la descomposición del PIB Turístico por actividad económica, llevado a cabo en el planteamiento del problema, pues se encontró que, a través de la internacionalización las empresas pueden establecer un vínculo estable con los mercados internacionales, así como adoptar estrategias, en las cuales se

consideren los recursos, capacidades, oportunidades y amenazas, estableciendo con ello un canal de mejora para las organizaciones.

## **Capítulo 1. Marco Teórico**

### **1.1. La internacionalización desde la teoría económica**

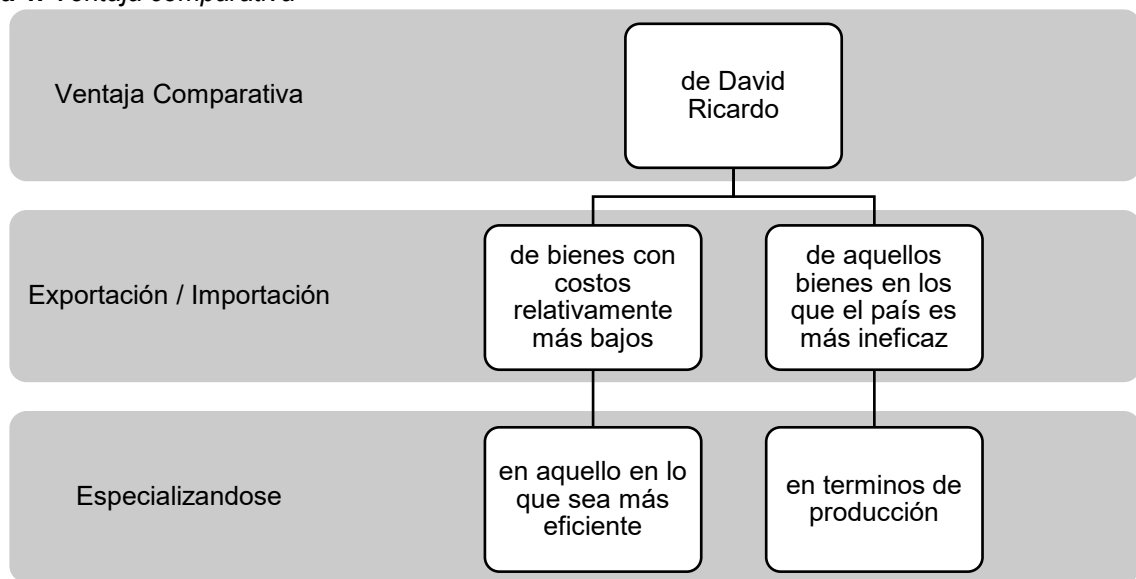
La internacionalización encuentra sus raíces en la teoría clásica del comercio internacional, la cual aborda el intercambio de bienes entre dos o más naciones, fundamentándose en las disparidades existentes entre dichos países. Es decir, cada país tiene una dotación diferente de recursos, lo que da lugar a la especialización y división del trabajo, con el objetivo de producir aquellos bienes que generen menores costos de producción y así exportarlos, e importar aquellos bienes que no se produzcan en su país. Además, la teoría sostiene que el intercambio de bienes es un ganar-ganar para aquellos países que operen bajo la presencia de ventaja absoluta y ventaja comparativa.

Adam Smith formuló la teoría de la ventaja absoluta, la cual examina la relación comercial entre dos naciones (...)” haciendo énfasis en la importancia de reconocer la escasez de los recursos y sugiriendo, consecuentemente, la necesidad de establecer un sistema de distribución” (Cardozo, Chavarro y Ramírez, 2007, p. 4).

De este modo, los países tienden a especializarse en la producción y exportación de bienes que requieren recursos abundantes localmente, mientras importan aquellos que necesitan insumos escasos para su fabricación.

Según la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, incluso si un país enfrenta desventajas absolutas en la producción de ambos bienes, aún puede obtener beneficios a través del comercio internacional (García, 2010; Ibarra, 2016). Aunque el país pueda tener ventajas absolutas en la producción de ciertos bienes, estas desventajas serán menores en otros, lo que implica la existencia de ventajas relativas o comparativas.

**Figura 1. Ventaja comparativa**

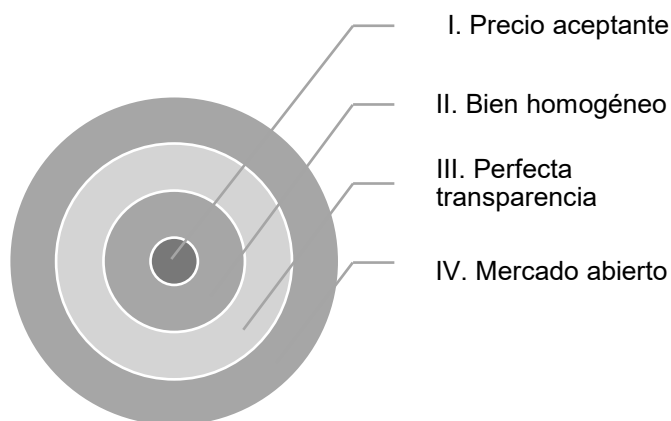


Nota: la figura muestra la perspectiva de la ventaja comparativa desarrollada por David Ricardo con información obtenida de García (2010) e Ibarra (2016).

La figura 1 explica la ventaja comparativa, a través de los precios relativos de los bienes. Esto es, que los precios se diferencian de manera que constituyen la base de actividades comerciales entre dos países con beneficios mutuos. Como se muestra en la figura, el país se especializará en aquel bien en el que, comparado con otro país, incurra en menor costo relativo y en consecuencia exportará dicho bien.

Otro personaje importante de la teoría clásica del comercio internacional, es el economista británico John Stuart Mill, quien desarrolló la teoría de la demanda recíproca, en la cual contempló no solo la oferta como en el caso del modelo ricardiano, sino que introdujo la demanda y determinó la relación real de intercambio de equilibrio en el punto donde la oferta se iguala a la demanda (Palmieri, 2019). En otras expresiones, a medida que la demanda de bienes exportados por un país sea más alta en comparación con su demanda de importaciones, dicho país experimentaría mayores beneficios. Estos aportes previamente mencionados facilitan la comprensión del intercambio de bienes, fundamentándose en un modelo de competencia perfecta.

**Figura 2.** *Supuestos teóricos de la competencia perfecta*



Nota: la figura muestra los supuestos teóricos propuestos por Atucha y Gualdoni (2018) de la competencia perfecta.

El modelo de competencia perfecta requiere reunir las características mostradas en la figura 2 para ser considerado como tal. El concepto de precio aceptante implica que las acciones individuales no tienen impactos notables en el mercado debido a la ausencia de competencia entre las empresas. Atucha y Gualdoni (2018) definen un bien homogéneo como una situación en la cual tanto los compradores como los vendedores son indiferentes acerca de a quién comprar o vender, equivalente a la inexistencia de marcas distintivas en el mercado. Al supuesto de que todos los compradores y vendedores tienen pleno conocimiento de las condiciones generales del mercado se le denomina perfecta transparencia. De esta manera se establece el punto de equilibrio, partiendo del entendimiento de que los oferentes están al tanto de la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por el bien, y, a su vez, los compradores tienen conocimiento previo de los precios a los cuales los oferentes desean vender. Por último, el mercado abierto considera que debe existir libre movilidad de los recursos.

El modelo antes descrito es de mucha utilidad al analizar situaciones hipotéticas. Sin embargo, la situación en los mercados internacionales dista mucho de los supuestos que componen el modelo de competencia perfecta. Por ejemplo, en lo referente al bien homogéneo en la actualidad hay marcas tan posicionadas que casi no tienen competidores, empresas que dirigen sus esfuerzos hacia un nicho de mercado en específico, o ingresos distintos al exportar productos similares. Este último es de gran importancia, puesto a que las exportaciones representan una

actividad importante para la economía de los países. Según Castillero (2016), las exportaciones representan un elemento que impulsa la producción y asegura la sostenibilidad del crecimiento económico, especialmente en economías en desarrollo. De ahí, la necesidad de explicar las razones por las cuales una empresa (específicamente las MiPyMEs) puede presentar una expansión a nivel internacional. Según Hernández y Hernández (2013), la internacionalización de las empresas se percibe como una acción que fomenta su crecimiento y desarrollo. Además, se valora como un elemento crucial y una manifestación de la competitividad en distintos niveles, ya sea a nivel empresarial, industrial, regional o nacional.

## **1.2. Internacionalización de las empresas**

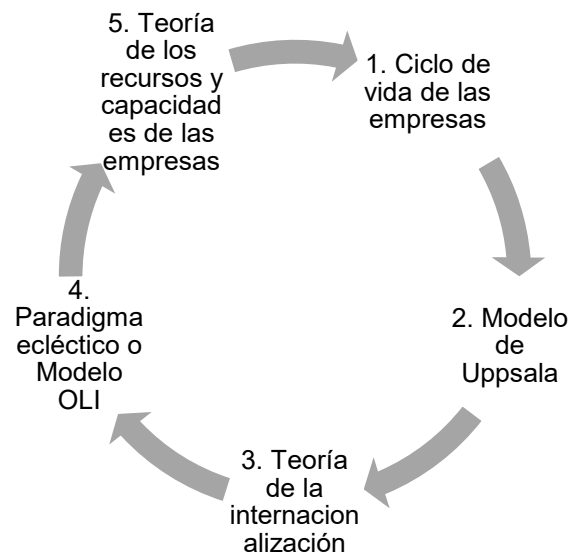
En los últimos cincuenta años las empresas han emprendido un viaje en el que han tenido que competir a causa del mundo globalizado, por ello fue necesario estudiar las formas de crecimiento para la organización o la búsqueda de nuevos mercados para que las empresas sean más eficientes (competitivas). Hennart (1982), Markowitz (1959) y Tobin (1958) explican el fenómeno de la internacionalización bajo la óptica de la inversión extranjera directa (IED), como parte de las diferencias relativas entre los niveles de rentabilidad<sup>7</sup> y las tasas de interés entre países. Además, la IED representaba una forma de diversificar el riesgo, a fin de maximizar la rentabilidad de la inversión y, de forma paralela minimizar los riesgos de sus operaciones.

Sin embargo, las teorías antes desarrolladas no son suficientes para captar la complejidad detrás de la elección de la IED sobre las inversiones de cartera. Entonces, se hicieron necesarias nuevas teorías a fin de explicar la internacionalización de las empresas, unas que van más allá de las imperfecciones de los mercados de capitales.

---

<sup>7</sup> Hace referencia a la capacidad de una empresa, industria o país para aprovechar sus recursos y generar ganancias.

**Figura 3. Teorías de la internacionalización**



Nota: la figura muestra las cinco principales teorías de la internacionalización de las empresas.

### **1.2.1. El ciclo de vida de las empresas**

Vernon (1966) y Teece (1976) elaboraron la teoría del ciclo de vida de las empresas, la cual considera la Inversión Extranjera Directa (IED) como un medio para aplicar la innovación tecnológica. Esta innovación se refiere al proceso mediante el cual una empresa crea un nuevo producto y/o servicio, proceso o modelo de negocio, o mejora de manera significativa las características de uno ya existente, utilizando herramientas tecnológicas, en la escala global. La teoría busca explicar el desarrollo del comercio internacional a partir de las etapas de vida del producto, es decir, el tiempo durante los cuales el producto tiene vida útil en el mercado.

Son cuatro las etapas que considera Vernon (1966), 1) introducción, 2) crecimiento, 3) madurez y 4) declive. La fase inicial implica la comercialización del producto en el país de origen, ya que se percibe a los consumidores locales como exigentes y con un elevado poder adquisitivo, lo cual estimula la innovación. En la segunda etapa, el producto comienza a ganar reconocimiento en el mercado, y esta fase también se desarrolla principalmente en el mercado local. Por esta razón, tiene sentido mantener la producción en el país de origen para minimizar los costos de transporte y contar con un mejor conocimiento de los clientes y clientes potenciales, según Vernon (1966).

La tercera etapa, la etapa de madurez se produce cuando el producto ha ganado una posición estable en el mercado y una audiencia constante, y es ahí

cuando la empresa comienza a vender en otros países desarrollados, pero para ello abre otra filial en el país al que desea ingresar. Por último, el ciclo se cierra cuando se produce el declive, y el producto se produce exclusivamente en países emergentes, de donde se importa a los países desarrollados (Cuervo-Cazurra, 2012).

No obstante, dicha teoría no es capaz de abordar todos los matices que encierran las empresas multinacionales. Por ejemplo, no contempla los diversos tipos de propiedad que existen hoy en día, como las empresas conjuntas o *joint ventures*, las licencias de producción (Hennart, 1982), además, no considera que en algunos casos las empresas abren otra filial en donde ya está posicionada la empresa líder en su rubro. Por otro lado, Teece (1976) al desarrollar la idea de Vernon, señala que no es la innovación tecnológica sino la transferencia tecnológica el principal agente de internacionalización. Esto se debe a que los costos de una innovación tecnológica disminuyen a medida que se aplica repetidamente, y la transferencia de tecnología es una actividad cuyos costos van disminuyendo.

De modo que la teoría del ciclo de vida del producto manifiesta que las empresas comienzan a invertir en el extranjero una vez que su producto se encuentra en la fase de desarrollo y que primero invierten en países desarrollados y posteriormente migran a países en vías de desarrollo o emergentes.

### **1.2.2. El Modelo de Uppsala o Internacionalización Gradual**

El proceso de internacionalización se ha posicionado como un eje fundamental de los negocios internacionales y la globalización, por esta razón se decidió abordar el enfoque de Uppsala. A su vez, esta perspectiva ha sido utilizada como un marco de referencia para explicar tanto las motivaciones como las etapas de internacionalización de las empresas en las últimas tres décadas.

Asimismo, se considera fundamental para la explicación de dicho proceso en las PyMEs ya que considera semejanzas geográficas y culturales, así como la apropiación de conocimiento y experiencia y con ello convertirse en una empresa global. “El enfoque de Uppsala es una de las teorías de comercio internacional que explica oportunamente el proceso de internacionalización desarrollado en cuatro etapas el cual permite generar ventaja competitiva en empresas que se ven

inmersas en la necesidad de acceder a mercados extranjeros” (Estupiñan y Pérez, 2015, 2).

Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y Johanson y Vahlne (1990), analizaron el comportamiento de internacionalización de las empresas en Suecia. Su motivación para investigar este tema surge de la comprensión de que la falta de recursos y conocimientos sobre los mercados internacionales genera incertidumbre en las empresas. Esta incertidumbre solo puede mitigarse a través de la experiencia adquirida al incursionar en nuevos mercados. El modelo describe la internacionalización como un proceso progresivo que las empresas llevan a cabo en diversas etapas durante un período considerable, con la finalidad de ingresar a mercados exteriores. Los autores hacen “énfasis en el aprendizaje obtenido y en el control de las variables organizacionales, así como la capacidad de análisis del entorno y de su impacto en cada momento del tiempo” (Gómez y González, 2011, p.60).

Según Root (1994), la perspectiva escandinava se centra en aumentar de manera continua los recursos físicos e informativos, con la intención de que la exportación se consolide como un proceso de aprendizaje en el ámbito internacional. Alonso y Donoso, en el mismo año, comparten con Root la idea de que uno de los aspectos más destacados del modelo de Uppsala radica en las consideraciones acerca del conocimiento del entorno internacional, el aprendizaje y la percepción de los mercados exteriores.

La Universidad de Uppsala en Suecia identifica cuatro etapas en este proceso. En primer lugar, se encuentran las exportaciones esporádicas o no regulares, donde la incursión en el mercado externo se inicia con información limitada, y la característica principal es una baja inversión en el conocimiento del mercado. En la segunda etapa, la exportación se realiza a través de representantes independientes (exportación indirecta), siendo estos agentes los que proporcionan información del mercado. En esta fase, la empresa realiza esfuerzos significativos para adquirir conocimiento del mercado con el propósito de consolidar las exportaciones y ejercer

un mayor control sobre las ventas. La tercera etapa implica el establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero (exportación directa), determinada principalmente por el control de las ventas y la amplia información sobre el comportamiento del mercado. La cuarta y última etapa implica el establecimiento de unidades productivas en el país extranjero, evidenciando en cada una de estas fases una entrada gradual a los mercados internacionales.

Y aunque el modelo de Uppsala ha recibido diversas críticas en los últimos años, como, por ejemplo, que el que una empresa tenga un mercado doméstico establecido, no es necesariamente indispensable para tener éxito en las exportaciones (Bell, 1995), o que el modelo adjudica la internacionalización exclusivamente a la comercialización, cuando pudieran ser otros los intereses como la reducción de costos (Lynn, 2005), no obstante, cuando se trata de pequeñas y medianas empresas, es aplicable.

### **1.2.3. Teoría de la internacionalización o de costos de transacción**

Teoría que estudia aquellos procesos de incursión de las empresas multinacionales a un mercado externo. A la vez plantea que la internacionalización se cimienta en el reconocimiento de las imperfecciones del mercado y del conocimiento (Buckley y Casson, 1976). Para Williamson “las dificultades innatas de los mercados se remontan sin ambigüedad alguna a una causa: los costos de transacción” (1981, p.551). En términos diferentes, el mercado presenta deficiencias que resultan en costos de transacción que la institución debe afrontar. Bajo condiciones particulares, estos costos pueden ser excesivamente elevados, por lo que resulta más rentable internalizar una actividad económica a través de una inversión extranjera directa (IED) en lugar de adquirir el bien en el mercado.

Desde una visión más amplia Douglas North (1990) define a las instituciones como las reglas del juego (lineamientos, reglas formales, normas informales, etc.), esto es, como determinantes del volumen de los costos de transacción existentes y por ende del nivel de eficiencia alcanzable en la economía. Volviendo a la visión de Buckley y Casson (1976) en Cardozo, Chavarro y Ramírez (2007), las multinacionales se encuentran consolidadas como un engranaje capaz de gestionar actividades de valor más allá de las fronteras nacionales, y que, para que las

empresas opten por la IED es necesario que en el lugar destino se propicien dos condiciones: 1) la existencia de ventajas a partir de la relocalización del proceso productivo, “transnacionalización” y 2) que el producir dicho bien y/o servicio sea más rentable que subcontratar.

Así, la esencia fundamental de la teoría de internacionalización se justifica a partir de las ventajas derivadas de eludir los costos vinculados a las imperfecciones presentes en los mercados externos. Esto se logra mediante el establecimiento de una empresa multinacional que trasciende las fronteras nacionales.

#### **1.2.4. Paradigma ecléctico o Modelo OLI**

Para John Dunning (1988) las teorías desarrolladas hasta este momento solo explicaban una parte de la internacionalización de las empresas. El paradigma ecléctico, también conocido como modelo OLI por sus iniciales en inglés (Ownership, Locational, Internalization), es un enfoque utilizado para explicar el proceso de internacionalización de las organizaciones, especialmente en el contexto de la inversión extranjera directa (IED). Para lo cual las empresas deben cumplir con las tres condiciones del paradigma OLI, 1) ventajas de propiedad, 2) ventajas de localización y 3) ventajas de internacionalización.

La primera ventaja alude a la presencia de un activo, ya sea tangible o intangible, que pertenece a la multinacional y le otorga una ventaja sobre sus competidores. Dado que el costo de adquirir este activo ya fue asumido en el pasado, la empresa puede aprovecharlo en los mercados internacionales. La segunda ventaja está compuesta por (...) “las características que hace atractivo a un país para la producción de las multinacionales. Este tipo de ventaja explica, porque las inversiones se concentran en un grupo reducido de países tanto de origen como destino” (Spencer, 2018, p.10). Por último, la tercera ventaja explica por qué una organización opta por producir un bien en particular de manera interna, en lugar de subcontratar, para ello Dunning propone cuatro criterios de decisión, de riesgo, de control, de retroalimentación y de recursos.

Y aunque el modelo abarca bastantes elementos, el autor es consciente de que aún existen otros factores a considerar en los contextos particulares de cada empresa. Entre los principales Dunning menciona características políticas y

económicas del país de origen y destino y las razones por las cuales las empresas quieren hacer una IED.

### **1.2.5. Teoría de los recursos y capacidades de la empresa**

Teoría que argumenta que la actuación de las empresas en los mercados internacionales se comprende mediante factores internos, como las capacidades y recursos que poseen, así como la búsqueda de establecer una posición destacada en los mercados internacionales. A la vez que plantea que las organizaciones cuentan con recursos o capacidades específicas que los directivos aprovechan para producir bienes y/o servicios capaces de satisfacer necesidades específicas, y así posicionarse frente a los competidores.

Según Monreal, esta perspectiva se ajusta a la dinámica del proceso de internacionalización en mercados tumultuosos y altamente competitivos, al conectar la participación de la empresa en mercados exteriores con el desarrollo de recursos y habilidades que sean acordes tanto con el mercado de exportación como con los objetivos de la empresa (2009, p. 8).

En la actualidad el recurso más importante es el conocimiento, y de acuerdo con algunos autores (Kogut y Zander, 1993), dicho conocimiento sería el recurso más importante, puesto a que permite determinar el valor del resto de los recursos (Nonaka, 1994). Y partiendo de la premisa de que el principal obstáculo de esta teoría consiste en proponer una adecuada definición de capacidades y recursos, ya que es necesario establecer cuáles son las más relevantes, para poder diseñar y adoptar las estrategias correctas para consolidar una ventaja competitiva, uno de los grandes retos sería lograr captar toda la información existente acerca de las capacidades de la empresa.

Al ser la internacionalización una necesidad para las empresas en la actualidad, y la base creativa otro aspecto a no olvidar debido a que la economía globalizada se ha vuelto cada vez más relevante dando lugar a sectores, la economía creativa se ha consolidado como un campo de estudio y de acción política de interés. En aras de identificar y describir los principales retos económicos y sociales a los que se enfrentan los países en la actualidad, enseguida se presenta un análisis de la situación actual de las industrias basadas en el pensamiento creativo como

respuesta ante la falta de estrategias adecuadas para promover el desarrollo potencial creativo.

#### **1.2.6. Economía creativa como estrategia de internacionalización**

La economía creativa hace alusión a las actividades que además de generar rendimientos, crean valor cultural o expresivo. De acuerdo con Newbiggin (2010) el valor cultural del que se habla se genera cuando los productos o servicio determinan nuevas perspectivas, al propiciar placer y emociones, al construir conocimiento y finalmente al producir un valor económico.

La importancia de la creatividad en las actividades empresariales ha posicionado cada vez más a la economía creativa a nivel global. La misma ha ido ganando terreno a partir de la relación innegable que existe entre la cultura, la economía y la tecnología. “Vivimos en un mundo con más imágenes, sonidos, símbolos e ideas que generan nuevos tipos de empleos, más riqueza y una cultura nueva (...)” (Araujo, 2015, p.10).

Por lo tanto, se hace necesario examinar políticas y medidas que los gobiernos pueden implementar en beneficio de las economías creativas y las sociedades. Es fundamental destacar que este concepto es relativamente reciente y está en proceso de desarrollo, lo que implica que cada país o región debe ajustar el término según sus necesidades particulares.

Según Araujo, al abordar la economía creativa, los países en desarrollo deben concentrarse en mejorar las capacidades e identificar los sectores creativos con potencial. Esto se lograría mediante políticas integrales que atraigan inversión extranjera, con el propósito de actuar como inversionistas, colaborar en el fortalecimiento de habilidades empresariales, optimizar los procesos productivos y aprovechar el potencial comercial de los servicios creativos en los mercados globales, entre otras estrategias (2015).

Es decir, es necesario evolucionar hacia la generación de una economía creativa donde los gobiernos asuman el compromiso de fomentar dicha economía y su internacionalización. “Lo que se debe buscar es un equilibrio natural entre las actividades culturales que son centrales en la construcción de una forma del ser,

estar e interrelacionarse en y con el mundo, y aquellas que más contribuyen al crecimiento de la economía nacional” (Ordóñez, 2014, p.54).

**Tabla 2. Fortalezas y debilidades de la economía creativa**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Mayor agregación de valor, debido al contenido simbólico e identidad nacional.	Se considera un sector de alto riesgo debido a que su valor es mayormente intangible y centrado en la propiedad intelectual.
Mayores facilidades de distribución comercial y mayor acceso a nuevos consumidores.	Existe primacía de la oferta sobre la demanda, debido a que no se pueden detectar los niveles de consumo que se logre con un producto de carácter creativo.
Respaldo de confianza para las empresas exportadoras de cualquier sector productivo.	La definición de precios es particularmente complicada, ya que los productos de carácter creativo o cultural contemplan analizar una serie de variables de carácter subjetivo.
Los subsectores que la componen tienen un alto impacto multisectorial.	En algunas ocasiones existe una fuerte dependencia de los fondos públicos o de organizaciones no gubernamentales
Mejora los niveles de competitividad en otros sectores sobre todo en el turismo y servicios en general.	No todos los sectores son afectados en el mismo grado. Requieren ser tratados según sus requerimientos específicos.

Nota: elaboración propia con información de Ordóñez (2014).

La situación presentada en la tabla anterior muestra un panorama más completo acerca de las bondades y retos que se le presentan al sector. Igualmente, la caída del mercado local, especialmente en el caso de bienes y servicios de consumo cultural, ponen de manifiesto la necesidad de gestionar una estrategia orientada hacia la internacionalización en donde se aprovechen los cambios vinculados a los nuevos escenarios a través de la intervención pública en el ámbito de las industrias culturales y creativas. En palabras de Rueda “los procesos de internacionalización de las actividades culturales y creativas requieren de algún mecanismo de soporte por parte de las políticas públicas” (Celaya, Rausell y Villarroya, 2013, p.74). Como esfuerzos complementarios a la intervención pública en el proceso de internacionalización es necesario contar con financiamiento, conocimientos plenos del mercado destino, así como contar con capacidades internas para adaptarse a las necesidades que supone la incursión a los mercados.

### **1.3. Economía de servicios**

El sector servicios, es uno de los tres grandes sectores en los que se dividen las actividades económicas. El también llamado sector terciario es entendido como aquel que abarca todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales o intangibles de manera directa. La relevancia de dichas actividades

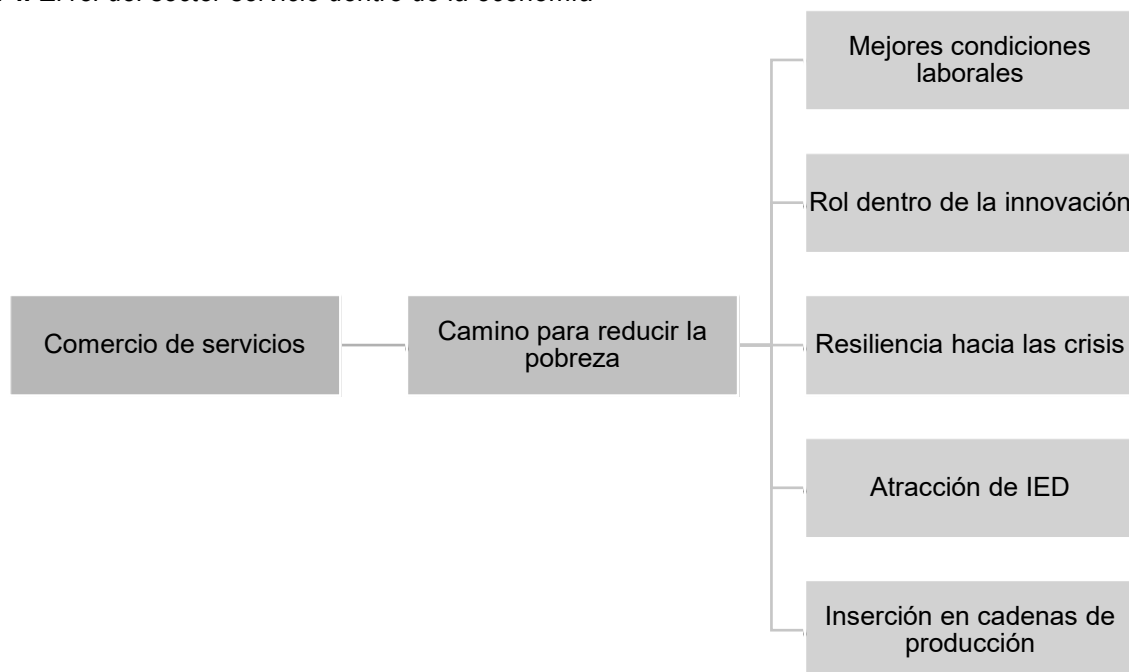
obedece a que en las últimas décadas se han ido posicionando como un importante generador de empleos además de representar una gran parte del PIB de las economías, (...) “su crecimiento y especialización han sido evidentes prácticamente en todos los ámbitos del quehacer humano” (Romero, 2016, p.1). La situación anterior hace suponer que el desarrollo del pensamiento económico de las últimas décadas estaba encausado al análisis y estudio del sector terciario, sin embargo, la historia económica apunta a que la transformación de sociedades agrícolas y centros industriales solían ser el foco de atención.

No fue sino hasta que aparecieron nuevas actividades del sector servicios con importantes funciones sociales como servicios energéticos, de finanzas, de salud, de transportes, de telecomunicaciones, etc., que este sector comenzó a tomar relevancia dentro del debate sobre políticas de desarrollo productivo y sus efectos. De acuerdo con López y Muñoz (2015) los servicios pertenecen a una lógica distinta a la de los bienes, y esto se debe a la naturaleza de los servicios, al ser intangibles, heterogéneos, inseparables de la producción, perecederos, no almacenables, después de la adquisición por lo general hay ausencia de propiedad además de ser altamente diferenciados.

Hoy en día los servicios se han posicionado en la economía como una actividad de gran relevancia, y aunque el conocimiento acerca de los servicios globales, tanto como las oportunidades que estos brindan y los desafíos que presentan entre audiencias no especializadas es limitado, aun así, las estadísticas del sector forman parte de las balanzas de pago, aunque esta solo ha logrado captar los rendimientos del sector de transportes y turismo (López y Muñoz, 2015).

Por otro lado, autores como Coll-Hurtado y Córdoba (2006) perciben a los servicios como actividades capaces de mitigar la pobreza a partir del surgimiento de una nueva especialización y división del trabajo, además de posicionarse como una actividad capaz de atraer inversiones. Ejemplo de las actividades anteriores serían, la educación, servicios de salud o de servicios sociales, al influir de manera directa en las mejoras del desarrollo social.

**Figura 4.** El rol del sector servicio dentro de la economía



Nota: elaboración propia con información de World Bank (2010), Wölf (2005) y UNCTAD (2010).

En cuanto a las mejores condiciones laborales, el sector terciario ha presentado un crecimiento salarial mayor al manufacturero o agrícola durante los últimos años (World Bank, 2010). Por otro lado, el sector se caracteriza por el uso de la tecnología y el desarrollo de mejoras, lo que hace evidente la inversión en investigación y desarrollo y a la vez su estrecha relación con la innovación. En lo que a la capacidad para adaptarse a los cambios se refiere, específicamente en las repercusiones generadas por los ciclos económicos la UNCTAD (2010) señala que el sector ha experimentado una recuperación más rápida ante las crisis respecto al sector productivo, lo cual las hace altamente rentables y atractiva para los inversionistas. Además, con el paso de los años y el uso de las TIC el sector servicio se ha logrado consolidar como una red de apoyo necesaria para el desarrollo de casi cualquier actividad (Wölf, 2005).

En suma, el sector provee un abanico de posibilidades capaz de mejorar el desempeño económico a la par que brinda un sinnúmero de oportunidades para desarrollarse. A la vez que la complejidad del sector y todas estas incertidumbres de las que se hablaba al inicio de este apartado como las barreras que pueden encontrar las empresas en su inserción internacional hacen necesarios los apoyos

por parte de los gobiernos. Enseguida se abordará brevemente el diseño de políticas públicas encausadas al entendimiento y fortalecimiento del sector desde el contexto internacional.

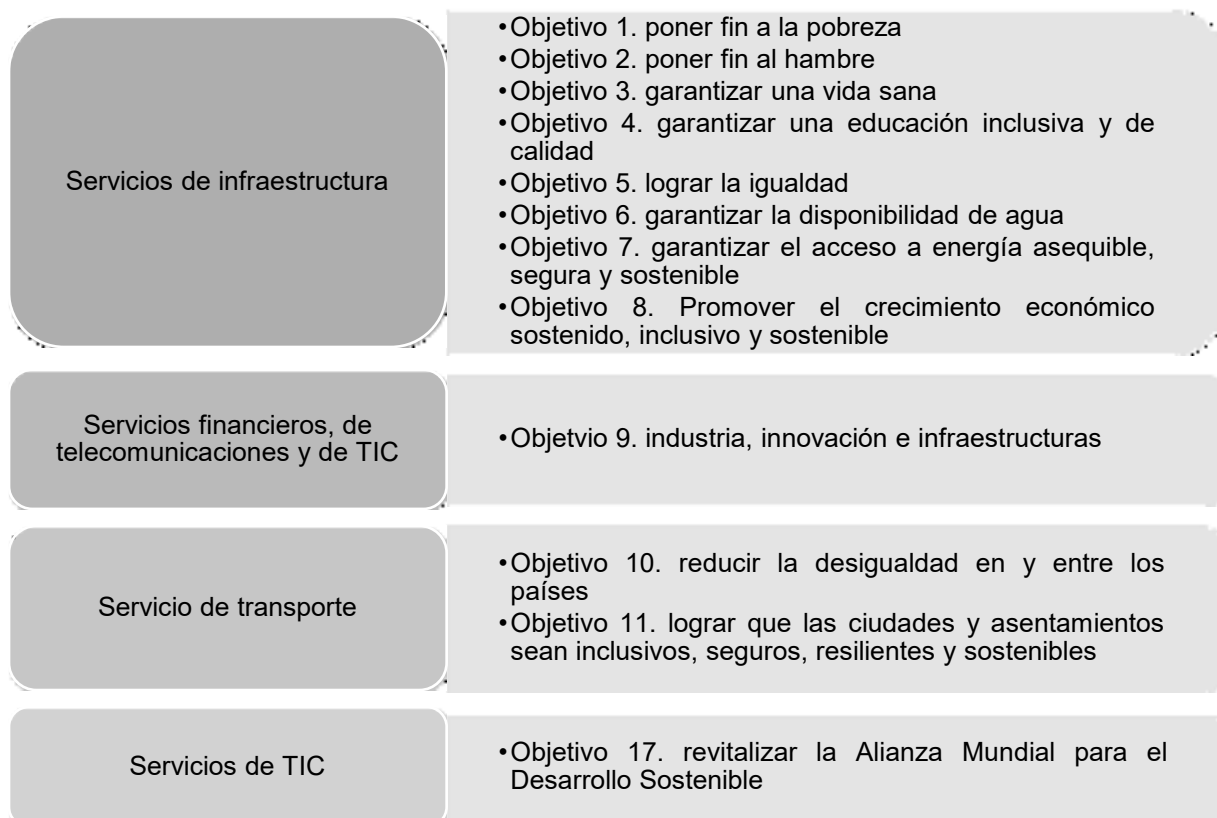
### **1.3.1. Economía de servicios y la agenda 2030**

El sector servicios encarna un sinfín de posibilidades capaces de transformar la economía actual, es decir, el sector tiene el potencial de aumentar la productividad nacional a la vez que beneficia en la consolidación de entornos favorables para la competitividad. En palabras de Jola “el crecimiento económico tiene sustento en el aumento de productividad de la economía, y esta última en el desarrollo de los servicios” (2013, p. 46). Y desde que el comercio de servicios supone un apoyo al cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (UNCTAD, 2017), la discusión en torno a esta temática se hace necesaria con el objetivo de comprender la importancia de las políticas encaminadas al cumplimiento de los 17 objetivos de la agenda, así como al fomento del aprovechamiento del sector.

La agenda 2030 representa el compromiso asumido por todos los países miembros de las Naciones Unidas para poner fin a la pobreza extrema, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y proteger el planeta. Lo anterior a partir del reconocimiento de los retos que suponen los cambios sin precedentes que ha venido experimentando el mundo en las últimas cuatro décadas.

Por otro lado, el sector de servicios contribuye a la productividad y el crecimiento de toda la economía, además de representar (...) “una proporción creciente del producto interno bruto (PIB), el comercio y el empleo” (UNCTAD, 2017, p. 2). Servicios como los de las telecomunicaciones y las TIC se han vuelto rentables al grado que vislumbran un rol significativo en el desarrollo de los países. Además, muchos de estos servicios son considerados indispensables para el logro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible que plantea la Agenda 2030.

**Figura 5.** Dependencia de los ODS al acceso a los servicios básicos y de infraestructura



Nota: elaboración propia con información de UNCTAD (2017).

La figura 5, pone de manifiesto la correspondencia que existe entre el acceso a los servicios básicos y de infraestructura para el logro de los ODS, lo que reafirma la relevancia del sector terciario para la consecución de la Agenda 2030. Para Jola (2013), es trascendental la consolidación de políticas públicas en las que se contemple el fomento de la industria de servicios tanto de alta tecnología como la de la economía doméstica, además de la eliminación de las barreras al comercio internacional de servicios. En suma, los servicios son necesarios para la transformación económica, lo que hace apremiante que los países fijen estrategias con la finalidad de aprovechar los rendimientos procedentes del sector.

#### **1.4. Clasificación de las empresas**

El desarrollo de los países descansa en su fuerza económica, la cual está constituida por el sector industrial (actividad transformadora de materias primas en productos de consumo final o intermedio), el lugar más común para que dicha actividad ocurra es la empresa, conformada por un grupo social que a través de

capital, trabajo y administración produce o distribuye bienes y/o servicios, con fines lucrativos o no en búsqueda de satisfacer necesidades. De ahí la importancia del análisis del desarrollo del sector empresarial.

Para conocer la situación de las MiPyMEs en cuanto a su definición, número, conformación sectorial e importancia económica, es (...) de utilidad para tener un panorama de las diferentes formas que se siguen para clasificar a las MiPyMEs (Saavedra, Moreno y Hernández, 2008, p.58). El conocer la clasificación de las empresas permite a los tomadores de decisión poseer mayor información referente a esta temática para así afrontar los procesos decisionales en contextos complejos de modo que contar con información más certera permitirá un más acertado diseño y gestión por parte del Estado y sus instituciones intergubernamentales que apoyen al desarrollo de este tipo de empresas.

Es importante mencionar que los criterios para definir y clasificar las empresas varían dependiendo el país, además de que existen características generales para todo tipo de organización, independientemente de su tamaño, proceso productivo o naturaleza mercadológica de sus bienes y/o servicios. Lo que hace que clasificar las empresas no sea una tarea fácil, además de las características generales, las actividades a las que se dedican son muy variadas, sus estructuras organizativas y productivas también son desiguales, igualmente, pueden tomar tamaños y formas jurídicas muy dispares, igualmente siguen objetivos y metas inmensurables. Por esos motivos es que cada país define las MiPyMEs utilizando pautas esencialmente cuantitativas, las cuales poseen ciertas similitudes, pero a su vez diferencias significativas.

Entre las principales variables para clasificar a las empresas se encuentran, el consumo de energía, valor del capital invertido, volumen de producción o de ventas, inversión de bienes de producción por persona ocupada, nivel de tecnología de producción, número de trabajadores, orientación de mercados, separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa, tamaño de mercado, tipo de producto, trabajo personal de socios o directores, ubicación o localización y valor de producción (Tunal, 2003; Shimabuku, 2012 y Saavedra, Moreno y Hernández, 2008).

En el contexto internacional, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) clasifica a las empresas a partir del número de trabajadores de la siguiente manera:

**Tabla 3. Clasificación de empresas de acuerdo con la OCDE**

<b>Criterio/clasificación</b>	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Medianas</b>	<b>Grandes</b>
Número de trabajadores	0-19	20-99	100-499	500 a +

Nota: elaborada con información de la OCDE (2005).

Asimismo, en el ámbito internacional la Comisión de las Comunidades Europeas propone su clasificación a partir del número de empleados, ventas y activos disponibles.

**Tabla 4. Clasificación de la Comisión de las Comunidades Europeas**

<b>Clasificación</b>	<b>Empleados</b>	<b>Ventas</b>	<b>Activo</b>
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de €	Hasta 2 millones de €
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de €	Hasta 10 millones de €
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de €	Hasta 43 millones de €

Nota: recomendación oficial de 6 de mayo de 2003 de la CE.

En el contexto de Latinoamérica, la definición de las MiPyMEs no sigue un estándar homogéneo, lo que complica su estudio y análisis. En una investigación titulada "Caracterización de las MiPyMEs en Latinoamérica: un estudio comparativo", los autores descubrieron que ocho de los trece países examinados utilizan más de un criterio para clasificar a las MiPyMEs. Encontrando que el criterio más aplicado en un 85% del total de los países analizados es el número de personas ocupadas, seguido de un 62% por el criterio de las ventas realizadas por empresas y en tercer lugar en un 38% el criterio de los activos que lo aplican de forma única o combinada.

En México de acuerdo con Hernández (2006), las empresas se clasifican de acuerdo con 1) su actividad o giro, 2) de acuerdo a su origen de capital y 3) de acuerdo a la magnitud de la empresa.

1) De acuerdo a su actividad o giro se pueden clasificar en: empresas industriales (extractivas, manufactureras), empresas comerciales (mayoristas, minoristas, comisionistas o de servicio).

2) De acuerdo a su origen de capital se clasifican en empresas públicas o privadas, las primeras obedecen a que el capital pertenece al Estado y generalmente la finalidad es satisfacer necesidades de carácter

social, mientras que en la segunda el capital proviene de inversionistas privados y la finalidad es puramente lucrativa.

3) Según el tamaño de la empresa, se aplican diversos criterios para su categorización, como el criterio financiero que se basa en el monto de su capital, el criterio de personal ocupado, donde se considera pequeña a una empresa con menos de 250 empleados, mediana a aquella con entre 250 y 1000 trabajadores, y grande a la que cuenta con más de 1000 empleados. También se utiliza el criterio de producción, que clasifica las empresas según el nivel de maquinización o sistematización en su proceso de producción.

Es relevante destacar que los criterios mencionados anteriormente no son los únicos para definir el tamaño de una empresa. Sin embargo, son los más comunes en el ámbito empresarial. Aunque existen otros parámetros, como los criterios legales o económicos, que se podrían utilizar para la clasificación, lo fundamental aquí es establecer políticas que impulsen y protejan a este tipo de entidades económicas. Esto se debe a que constituyen un sector significativo en las economías latinoamericanas, tanto en términos económicos como sociales. En el siguiente segmento, se llevará a cabo un breve análisis teórico para caracterizar el sector turístico mexicano, que es el foco de estudio en esta investigación.

### **1.5. Contextualización del sector turístico mexicano**

El turismo tiene un papel crucial para la economía de México, tan solo en 2020 se percibieron ingresos por visitantes internacionales de 6,013 mil millones de dólares (SECTUR y DATATUR), y para 2021 se reportaron casi 4,13 millones de puestos de trabajo en el sector turístico en México. Además, en lo que al turismo doméstico se refiere, este contribuye 88 de cada 100 pesos mexicanos consumidos por el turismo nacional (Statista, 2022). De ahí que el turismo ocupe un lugar preponderante en la agenda política de México.

No obstante, los resultados alcanzados en el desarrollo turístico del país, sobre todo después de la pandemia por COVID-19, nos llevan a cuestionarnos acerca de las oportunidades que se presentan después del cierre de las actividades no esenciales, se hace necesario realizar importantes esfuerzos para modificar los

esquemas turísticos (internacionalización), contemplando cambios en el transporte, creación de nuevos atractivos, diversificando destinos, y a través de nuevas estrategias de promoción y comercialización.

En la actualidad, es necesario el desarrollo de actividades económicas que consideren todas las potencialidades del país para impulsar las MiPyMEs y apoyar la capacidad productiva de la población. “El turismo plantea inigualables oportunidades en la atención de esta prioridad, pues ofrece oportunidades ideales para lograr un desarrollo económico sostenible, particularmente en regiones del país donde no existe un potencial pleno para el impulso de otras actividades productivas” (FONATUR, 2020, p.1).

Sin embargo, el diseño y gestión de una política pública dirigida a impulsar el desarrollo de la actividad productiva turística, requiere de una cooperación interinstitucional y multidisciplinaria capaz de establecer vínculos de participación entre las diferentes dependencias gubernamentales en sus tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal. Sobre este tema Vellas (2004) señala que la reestructuración de una política turística integral, eficiente, efectiva y responsable, en búsqueda del desarrollo y crecimiento equilibrado del país (desarrollo sostenible) parece ser una asignatura pendiente en México.

Partiendo de la idea de que el turismo tiene un considerable potencial para fomentar un crecimiento inclusivo y sostenible, así como para contribuir al desarrollo local y regional en México, y reconociendo que aún hay oportunidades significativas por explorar, se examinará a continuación el papel del turismo en el contexto del desarrollo sostenible.

#### **1.6. El rol del turismo en el desarrollo sostenible**

El turismo se percibe como un medio para alcanzar un equilibrio entre el desarrollo humano, el crecimiento económico y la preservación del patrimonio histórico y cultural. Esta perspectiva también aborda la promoción de valores y la preservación de costumbres éticas, implicando así una cultura ética que asegure la sostenibilidad de los recursos turísticos.

El término sostenible proviene de debates acerca de la sociedad y su interacción con la naturaleza, comenzó a tomar relevancia al posicionarse en la

conciencia internacional debido a la escasez de recursos naturales. Los recursos naturales son de vital importancia para el ser humano pues a través de estos se satisfacen sus necesidades de subsistencia -alimentación, vestimenta, salud, etc.-, convirtiéndose en una fuente de vida y desarrollo para la comunidad. Es así como, los problemas ambientales se han ido posicionando en la agenda internacional y agendas nacionales.

La Conferencia Científica de las Naciones Unidas, también reconocida como la Primera Cumbre para la Tierra, que tuvo lugar en Estocolmo en 1972, representa el hito que elevó la cuestión ambiental a la esfera de importancia a nivel mundial. En este evento se establecieron "los principios para la conservación y mejora del medio humano y un plan de acción que incluía recomendaciones para la acción ambiental a nivel internacional" (Jackson, 2021, párr. 4). Es así como, la política internacional introdujo la temática ambiental en la agenda, dando como resultado los objetivos de desarrollo enfocados en la protección de la naturaleza (Catalano, 2017).

En 1987 se publicó el informe denominado "*Our common future*" o "Informe de Brundtland", en él se contempla el desarrollo sostenible como parte de la política internacional, y se insiste en que para afrontar los desafíos futuros es necesario salvaguardar los intereses de las generaciones venideras. En otras palabras, resulta imprescindible garantizar la satisfacción de las necesidades actuales sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras. Esto implica mejorar la calidad de vida humana de manera sostenible, sin exceder los límites de los ecosistemas que la respaldan. La razón detrás de esta necesidad radica en la perspectiva de la ONU (1987), la cual sostiene que los modelos de crecimiento económico a nivel global conllevan al agotamiento progresivo de los recursos naturales del planeta, la degradación del entorno y el aumento de la pobreza.

Para 1992 se llevó a cabo la "Segunda Cumbre de la Tierra" en Río de Janeiro -Brasil-, en la que se adoptaron un conjunto de acuerdos internacionales con el objetivo de mitigar los problemas ambientales planteados en el "Informe de Brundtland". Existen otros sucesos que marcaron la conciencia medioambiental en la sociedad, como la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático

en Kioto, la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo (2002) y la Conferencia de las Naciones Unidas también sobre Cambio Climático en Copenhague (2009).

Es así como, las preocupaciones por el medio ambiente y la incorporación de estas a los objetivos de desarrollo dieron origen a lo sostenible. De modo que, el desarrollo sostenible está “diseñado para construir una alternativa al modelo vigente que integre dos dimensiones enfrentadas, desarrollo y medio ambiente” (Toro, 2007, p. 154). A su vez, es necesario enfatizar que el hablar de desarrollo sostenible es abordar un tema de gran complejidad, por sus connotaciones políticas, sociales, económicas y ecológicas. Como consecuencia, organismos, agencias y gobiernos han incluido el desarrollo sostenible como eje general dentro de sus planes de desarrollo, lo que pone de manifiesto la conciencia en torno a la asociación entre lo sostenible y el desarrollo.

De acuerdo con Gómez (2013) los temas ambientales hoy en día son de gran importancia para los medios masivos de comunicación, y los espectadores tienen mayor interés y una percepción más completa de la importancia de los recursos naturales y las consecuencias derivadas de los problemas ambientales.

Los problemas más serios en materia de medio ambiente tienen origen en el continuo crecimiento de la producción y consumo, dando como resultado un desgaste y agotamiento de los recursos naturales, al contaminar y crear desigualdades entre las naciones. En este sentido hay que destacar la influencia del medio ambiente en la disponibilidad de recursos naturales, diversidad - biodiversidad y ecosistemas-, territorio -espacios protegidos, energías renovables y huella ecológica-, medio rural, costero y marino, y urbano, y emprendimiento.

Con respecto al emprendimiento, Oyarvide, Nazareno, Roldán y Ferrales (2016) lo describen como una de las vías más efectivas para el crecimiento económico, tanto a nivel individual, organizacional como a nivel nacional. El crecimiento en esta área ha sido tan notable en las últimas décadas que los gobiernos han puesto en marcha programas y proyectos para impulsar y respaldar este enfoque de desarrollo.

“Una de las manifestaciones más significativas que el emprendimiento pro-sostenible está teniendo en los últimos años se encuentra vinculada con las iniciativas empresariales de turismo sostenible puestas en marcha en los espacios protegidos” (Gessa y Toledano, 2011, p. 1159).

Millones de personas viajan cada año y es por ello que el turismo se considera una de las principales actividades económicas a nivel mundial, tan solo en 2019 se contabilizaron un total de 2,28 mil millones de arribos de turismo internacional (Banco Mundial, 2021). El turismo es un sector industrial constituido en gran parte por pequeñas y medianas empresas (PyMEs), dedicadas a la gastronomía, hospedaje, organización de viajes, guía de viajes, tour operadoras, transporte, venta de productos, fomento cultural, entre otros rubros.

Para Millán, Hidalgo y Arjona (2015) el turismo es un sector de contacto directo entre cliente y medio ambiente, es por ello que en las empresas dedicadas a este rubro recae una responsabilidad directa con el entorno, dónde recursos naturales y comunidades étnicas de varias zonas rurales se ven comprometidas. Nieto, Román, Bonillo y Nastute (2016) describen al turismo como una actividad económica que se ha ido expandiendo en las últimas décadas.

Es así como el turismo se ha convertido en un pilar importante de la economía de los países, de ahí la importancia de conocer las esferas donde este puede llegar a impactar -ambiental, cultural, económico, social, entre otras. -. Ejemplo de esto, son los diversos efectos negativos de gran repercusión debido a la magnitud de la industria: modificación y destrucción de hábitats, cambios de uso de suelo forestal, generación de residuos, contaminación de reservas naturales y suelos, introducción de especies exóticas, desplazamiento de la población local por la llegada de visitantes. En este contexto, se considera cada vez más relevante guiar la actividad turística hacia lo sostenible.

Cardoso, 2006 señala que, “gracias a la visión sostenible que se puede tener de los recursos naturales y culturales, desde la perspectiva de la actividad turística ayuda a generar las condiciones necesarias para proteger sitios naturales y culturales amenazados” (p.9). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1998, el turismo sostenible se define como un enfoque que busca una adecuada

administración de los recursos, asegurando la satisfacción de necesidades mientras preserva la integridad cultural, los procesos ecológicos, la diversidad y los ecosistemas.

Un acontecimiento internacional que sustenta la relación del turismo y la sostenibilidad es la conciencia hacia las problemáticas sobre desarrollo humano, plasmadas en los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) retomados en los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), para la OMT (2016) el turismo puede contribuir directa o indirectamente a los 17 objetivos que constituyen el marco de la nueva agenda mundial de desarrollo para los próximos 9 años. Sin embargo, de manera específica, se manifiesta en las Metas de los Objetivos 8, 12 y 14, los cuales están vinculados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles, así como el uso sostenible de océanos y recursos marinos. En el caso del objetivo 11, que se centra en lograr que las ciudades y asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, el turismo puede desempeñar un papel significativo al mejorar las infraestructuras urbanas, impulsar la regeneración de áreas y preservar tanto el patrimonio cultural como el natural.

Es en la esfera política, dónde se deben ver plasmadas las políticas públicas bajo las cuales se incorporará el concepto de turismo sostenible a los objetivos de desarrollo. Es ahí donde genera conflicto, pues por un lado el turismo se concibe como un modelo de desarrollo económico y por otra parte desde una visión de conservación (lo que genera un conflicto de intereses).

Como se puede apreciar el turismo es considerado como una de las mayores industrias a nivel global, capaz de beneficiar a las comunidades locales mediante la generación de empleos y captación de divisas. No obstante, el turismo también puede amenazar los recursos naturales, al destruir hábitats, afectar la calidad del agua, alterar la cultura local, entre otros efectos negativos. Como consecuencia el turismo es una actividad económica muy redituable pero que a la vez puede destruir los insumos de los que depende. Es por ello que tanto individuos como organizaciones y el gobierno deben orientarse al turismo sostenible, ya que busca

el beneficio de los locales, respetando la cultura y con la premisa de conservar los recursos.

Por ende, el turismo sostenible es más un punto de vista que una definición operativa precisa. De acuerdo con Hall (1998) el turismo sostenible debe verse como un intento de reconciliar los valores con el medio ambiente. Aunque para Saarinen este se traduce en un desarrollo capaz de mantener la calidad ambiental de los destinos, la calidad de las experiencias turísticas y la salvaguarda de los sistemas sociales y culturales de la población local (2001). Por esta razón Butler (1994) sostiene que las operaciones turísticas deben ser planificadas, controladas e integrarse al resto de las operaciones económicas, sociales y ecológicas de la localidad. En otras palabras, para asegurar el éxito del sector turístico es necesario que las actividades estén pensadas desde una visión sostenible, dónde los planes e iniciativas promuevan la colaboración de varias partes interesadas con el compromiso de monitorear los impactos del turismo.

De esta manera, el turismo sostenible se presenta como un componente esencial con la capacidad de garantizar que las comunidades locales obtengan beneficios equitativos de los recursos ambientales y la biodiversidad, incentivándolos a cuidar y preservar estos recursos.

Hasta aquí ya hemos definido el turismo sostenible, y los alcances de este sobre el desarrollo económico y social, pero, ¿qué elementos se deben tener en cuenta para asegurar que el turismo se desarrolle bajo la premisa de sostenibilidad?

En palabras de la Organización Mundial del Turismo “las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos” (2021, par. 1). Son tres los principios de sostenibilidad que señala la OMT y la Sociedad de Ecoturismo (2004), los aspectos medioambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico.

- Desde una perspectiva medioambiental, se enfatiza que la actividad turística debe gestionarse de manera que optimice el uso de los recursos medioambientales. Estos recursos son considerados fundamentales para el desarrollo turístico, y se busca preservar los procesos ecológicos esenciales,

asegurando la diversidad biológica. Se establece la necesidad de minimizar cualquier impacto negativo sobre el medio ambiente, abarcando aspectos como la flora, fauna, hábitats, agua, recursos marinos vivos, uso de energía y la prevención de la contaminación.

- Desde una perspectiva social y cultural, se destaca la importancia de respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas. Se hace hincapié en la conservación de los activos culturales y arquitectónicos, así como en la preservación de los valores tradicionales. Esto se considera crucial para fomentar la comprensión y tolerancia intercultural. Se aboga por la participación activa de diversos actores (individuos, comunidades, operadores turísticos, instituciones gubernamentales) en todas las etapas de la planificación, desarrollo y monitoreo de la actividad turística, educándolos sobre la importancia de preservar y promover las tradiciones culturales.

- Finalmente, se subraya que la actividad turística debe contribuir al bienestar económico de la comunidad, generando ingresos de manera sostenible. Se destaca que esta contribución económica beneficia a todos los actores involucrados en la actividad, incluyendo dueños de negocios, empleados y operadores turísticos.

Se reconoce que el turismo sostenible considera aspectos económicos, pero al mismo tiempo se fundamenta en la cultura local, teniendo en cuenta la importancia de los recursos naturales y el patrimonio cultural. Se enfatiza el papel crucial de los actores tanto receptores de turismo como los propios turistas.

## **Capítulo 2. Metodología**

### **2.1 Ciclo de la política pública**

Las políticas públicas se pueden entender como el conjunto de decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar problemas que son concebidos como prioritarios y posicionados dentro de la agenda pública. De ahí su utilidad, al “representar el instrumento principal que tienen los gobiernos para resolver las cuestiones que han problematizado, sin que esté garantizado *a priori* un resultado favorable” (Bertranou, 2019, p. 152). La situación anterior obedece a que los gobiernos enfrentan desafíos cada vez más complejos (subordinación de

los intereses públicos a los privados, la multicausalidad de los problemas públicos, mala gestión, entre otros), lo que hace necesario el desarrollo de mecanismos para evaluar y mejorar el desempeño de las políticas públicas.

### **2.1.1. Medición de la política pública**

Para poder llevar a cabo la medición y mejoras en el desempeño de las políticas públicas, primero es necesario entender que la política pública es un proceso y como tal posee un carácter cíclico. Este ciclo (...) “se inicia cuando un gobierno detecta la existencia de un problema que, por su importancia, merece su atención y termina con la evaluación de los resultados que han tenido las acciones para eliminar, mitigar o variar ese problema” (Vargas, 2007, p.128).

**Figura 6.** *Proceso de construcción de las políticas públicas*



Nota: elaboración propia con información de Delgado (2009) e Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (2018).

La figura anterior muestra las etapas que conforman el ciclo de políticas públicas, el cual es una propuesta metodológica para su análisis, su objetivo principal es servir de guía para la toma de decisiones durante el proceso de planificación y ejecución de la política pública, programa o proyecto (Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (2018). Cabe señalar que la principal característica del proceso de política pública es que no se trata de etapas causales y consecutivas, sino de momentos analíticos, de calidad y duración heterogéneas.

Las principales fases del ciclo de las políticas públicas son las siguientes: 1) entrada en la agenda gubernamental, 2) definición del problema, 3) diseño, 4) implementación y 5) evaluación.

### **2.1.2. Formación de la agenda**

La agenda gubernamental es el conjunto de prioridades (demandas o problemas públicos) que un gobierno selecciona y plantea a manera de proyecto o plan y que busca materializar a lo largo de su administración o mandato (Aguilar-Villanueva, 1993). El momento en el que una demanda o problema es planteado como un punto

o tema en la agenda de gobierno es considerado como una etapa del proceso de elaboración de política pública el cual (...) “se inicia en el momento o paso del proceso que está dirigido a identificar problemas y, por ende, a fijarlos en la agenda” (Alzate y Romo, 2017, p.18).

Referente a lo anterior, la selección gubernamental depende de múltiples cuestiones como, la disponibilidad de recursos, tiempo, la experiencia previa, el interés de los participantes en la toma de decisiones, razones políticas, económicas, ámbito de jurisdicción entre otros. Lo anterior, obliga a un diagnóstico armonizado dentro de las organizaciones gubernamentales (Alzate y Romo, 2017). En suma, la formación de la agenda es un proceso complejo y sumamente estructurado, que puede depender de las preocupaciones, conflictos o necesidades de los ciudadanos y a su vez en algunos de los casos determinar la agenda de gobierno.

Una vez que el problema ha sido aceptado en la agenda de gobierno, viene la etapa de definición del problema. Cabe señalar que analíticamente estas etapas se consideran interdependientes, es por ello que en muchos de los casos solo se menciona una de las dos como inicio del proceso de política pública. La situación anterior se debe a que posicionar una cuestión como prioritaria en la agenda apunta a ir definiendo el problema.

### **2.1.3. Definición del problema**

Esta etapa se centra en la formulación del problema, se trata del marco de análisis de las políticas, entendido como un diagnóstico general donde intervienen intereses, diversidad de características propias del problema en cuestión y limitantes. En palabras de Poom “el inicio de su definición consiste en empezar a plantearlo para estructurarlo” (2015, p.81). El autor a la vez hace hincapié en que para llegar a ello es necesario determinar la magnitud, efectos, impactos, relaciones y buscar las posibles soluciones.

Definir el problema implica ubicar el problema y encontrar las posibles soluciones a este. Dentro del análisis de política pública consiste en crear problemas que los decisores puedan tratar echando mano de los recursos con los que disponen en un determinado lapso de tiempo (usualmente el periodo administrativo). La definición del problema hace necesaria la identificación de la relevancia del

problema, así como el desarrollo de mecanismos de análisis capaces de sintetizar los elementos antes descritos, de tal forma que se logró estructurar y plantearlo de manera que sea tratable gubernamentalmente (Poom, 2015).

Hasta aquí pareciera que la definición de problema público y la solución son sinónimos, sin embargo, dentro del proceso, se trata de una conexión o interdependencia en términos de intervención del Estado. Por último, es necesario tener presente que el definir y estructurar un problema es el primer paso hacia su solución, es decir, una vez definido el problema, es más probable saber que se puede hacer a través de las capacidades estatales.

#### **2.1.4. Diseño**

La etapa de diseño de política pública abarca la identificación de respuestas y la propuesta de alternativas de solución al problema público. En otras palabras, la etapa de diseño está integrada por las proposiciones de la política, entendidas como los fines, metas y medios de efectuación. De acuerdo con Aguilar-Villanueva (1993) esta etapa es considerada el momento más creativo del oficio del analista o hacedor de política pública, ya que permite vincular lo que se quiere lograr con lo que se puede alcanzar. Un elemento central a considerar dentro del diseño de política pública es la factibilidad de las intervenciones, si bien puede existir una gran variedad de cursos de acción para atacar a un problema en cuestión, pero, solo algunos serán considerados. “En efecto, lo que realmente puede hacer una organización depende de los factores que pueda alterar, en el marco del contexto donde opera” (Aguilar-Villanueva, 1993, p. 246).

Un consejo viable a la hora de diseñar las acciones factibles para la resolución de problemas es identificar las variables (factores) que pueden ser modificadas en el curso de acción para mitigar o erradicar un problema público. Después de identificar las variables fundamentales de una política, es necesario delimitar el grado de acción de la política y considerar las restricciones presentes en el diseño de las políticas, por ejemplo, el marco normativo bajo el cual se ejecuta la política puede limitar o promover la ejecución de la misma. Asimismo, el no contar con los recursos económicos (presupuesto público) suficientes evitará que el programa o plan sea ejecutado.

Otro aspecto a destacar dentro del diseño de política pública es la capacidad que debe tener el hacedor de política pública para entender el contexto en que operan los actores y cómo funcionan los programas. A la acción de esbozar un modelo descriptivo de los elementos que entorpecen el avance de la política pública y la visualización clara de los incentivos necesarios para que los diferentes actores involucrados actúen según los resultados esperados es denominada mapeo retrospectivo, otra capacidad que deben tener muy presentes los gobiernos al momento de diseñar la política pública (Aguilar-Villanueva, 1993).

Igualmente, resulta útil analizar las situaciones previas en torno a la problemática en cuestión, sin importar la temporalidad, o si hayan implicado otras organizaciones, lo importante es identificar aquellas acciones que hayan funcionado, e identificar las que no, para no repetir errores. En suma, el diseño es el bosquejo de las estrategias a asumir por parte de los gobiernos, también pueden ser denominadas como alternativas u opciones.

#### **2.1.5. Implementación**

Es el área de análisis dirigida al cumplimiento de los objetivos decididos en la etapa previa, abarca la ejecución y monitoreo. Este último es de gran importancia porque permite evaluar si el curso que está llevando la acción de política es el esperado o no y de ello depende si hay un rediseño o modificación de la misma en la ejecución.

La fase conocida como implementación se define como el conjunto de actividades destinadas a convertir las decisiones en principios operativos, implicando esfuerzos continuos para llevar a cabo los cambios prescritos por las decisiones políticas. En términos simples, la implementación se refiere al proceso de interacción entre el establecimiento de objetivos y las acciones desplegadas para alcanzarlos, según lo señalado por Revuelta (2007).

Para su análisis es necesario tomar en cuenta las declaraciones explícitas o formales de la política y el resultado previo (cuando se trata de un monitoreo) o resultado final (al hablar de evaluación de política pública). A la vez es necesario considerar los actores y factores que pueden servir de soporte, modificar u obstruir el cumplimiento de los objetivos de la política.

### **2.1.6. Evaluación**

La evaluación de las políticas públicas pareciera ser la última etapa del proceso de política pública, no obstante, esta se encuentra presente a lo largo de todo el proceso, en la etapa de formación de la agenda y definición en el diagnóstico, en el diseño en el mapeo retrospectivo, en la implementación en el monitoreo y finalmente a la hora de determinar los efectos de política pública y evaluar los efectos de la misma. La evaluación se realiza principalmente para tomar decisiones sobre el futuro de la política o programas.

Según Salcedo (2011), la evaluación de políticas públicas se describe como el análisis y juicio sobre las acciones llevadas a cabo por las autoridades gubernamentales para resolver un problema identificado en la agenda pública. Al analizar esta definición el autor hace referencia a una evaluación previa a conocer los efectos de la política.

Y aunque son distintos los fines de la evaluación dependiendo el momento en que se realice, el objetivo es el mismo, (...) “proporcionar evidencias suficientes, pertinentes, competentes y relevantes del grado con que la implementación de una política pública ha conseguido los fines que se proponía cumplir y del grado en que ha producido otras consecuencias colaterales” (Salcedo, 2011, p. 23).

En sí con la evaluación se pretende describir y explicar un hecho ocurrido a partir del actuar público, por lo que es considerada como una investigación retrospectiva. Y aunque el principal objetivo del análisis de política pública es la prospectiva, en múltiples ocasiones se empata con la retrospectiva especialmente en las situaciones planteadas al inicio de este apartado, diagnóstico (contextualización), mapeo retrospectivo (histórico) y establecimiento de metas y objetivos (análisis de los efectos).

La internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano se presenta como una oportunidad para el desarrollo económico y sostenible del país. En este sentido, resulta fundamental abordar este tema desde una perspectiva de política pública, y diseñar una metodología que permita evaluar parcialmente y analizar el proceso de internacionalización de estas empresas con un enfoque en el turismo sostenible.

## **2.2. Discusión metodológica**

La internacionalización de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) del sector turístico mexicano es un tema de gran relevancia en la actualidad, pues se busca mejorar la competitividad y sostenibilidad de la industria turística en México, a través de la promoción de la internacionalización de las empresas que la conforman. Lo anterior, debido a la importancia que reviste al turismo dentro del comercio internacional o en la generación de empleos y más aún si se analiza desde un enfoque de emprendimiento y creación de empresas, lo que hace cuestionarse acerca de las estrategias de internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico en México.

En este sentido, el objetivo general de la presente investigación es evaluar el diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico, con fines de sostenibilidad. Para ello, se plantean tres objetivos específicos: describir las políticas públicas dirigidas a mejorar el sector turístico y las actividades económicas que lo componen, identificar las políticas públicas encaminadas al fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico, y categorizar las estrategias de internacionalización que otorguen un canal de mejora para las MiPyMEs y control de las actividades que desarrollan con un enfoque sostenible.

En este contexto, se optó por un abordaje metodológico con enfoque cualitativo, ya que este tipo de investigaciones procura generar una descripción holística (Quevedo y Castaño, 2002), de modo que permitirá contribuir al estudio de los instrumentos generales de promoción, fomento e impulso al turismo en México, con énfasis en los que atienden o involucran a las MiPyMEs con un enfoque de sostenibilidad.

La investigación propuesta se enfoca en una revisión documental y análisis de políticas públicas, por lo cual se trata de un método no experimental, debido a que se analizaron acciones (políticas públicas) que hasta ahora ya se han llevado a cabo. Y de acuerdo con lo descrito por Sánchez y Mejía (2018), una investigación no experimental es aquella en la que las variables no son manipuladas, sino que el estudio se limita a describir y a analizar el fenómeno tal como se presenta en la realidad.

El alcance del estudio es descriptivo-analítico, descriptivo porque, por un lado, se propone una revisión documental para describir y categorizar las políticas públicas dirigidas al sector turístico y a la internacionalización de las MiPyMEs. Y analítico porque se plantea la identificación de estrategias de internacionalización con un enfoque sostenible, lo que requiere de un análisis más profundo y detallado.

Al tratarse de una investigación que busca evaluar el diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano, se hará uso de una técnica de recolección de datos de segunda mano, es decir, se recopilará y analizará información relevante sobre las políticas públicas y estrategias relacionadas con la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico en México procedente del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, y los informes de gobierno correspondientes al periodo de gobierno actual, así como información procedente de las páginas oficiales de las dependencias y programas desplegados por el gobierno.

En lo que se refiere a las herramientas a utilizar para llevar a cabo la descripción y categorización de las políticas públicas, e identificación de las estrategias de internacionalización con un enfoque sostenible, se hará uso del modelo de evaluación en el ciclo de formulación e implementación de políticas públicas propuesto por Asenjo (2016) centrándonos en una evaluación *ex ante* y *concomitante*. Para ello es necesario definir qué es una evaluación y hacer un contraste entre evaluación y monitoreo o seguimiento (véase figura 7).

Según Ballart (1992), la evaluación en el ámbito del sector público representa una herramienta para detectar las modificaciones generadas a partir de la política pública y los Programas presupuestarios implementados. Para poder identificar, cuándo se trata de una evaluación, *ex ante*, *concomitante* y *ex post*, es necesario hacer una diferenciación entre una evaluación y un seguimiento o monitoreo. De acuerdo con Asenjo (2016), la evaluación se realiza en momentos específicos (*ex ante* o *ex post*, en la etapa del diagnóstico o mapeo retrospectivo y para conocer los efectos de la política pública), definidos claramente para una intervención, además deben ser llevados a cabo por agentes ajenos a la implementación de la política pública o del Programa presupuestario. Mientras que el seguimiento o monitoreo,

se utiliza para generar y analizar información sobre el avance del ejercicio o del uso que se le está dando a los recursos asignados al mismo. Además, de ser una actividad realizada de manera continua durante la etapa de implementación con el objetivo de identificar áreas de oportunidad.

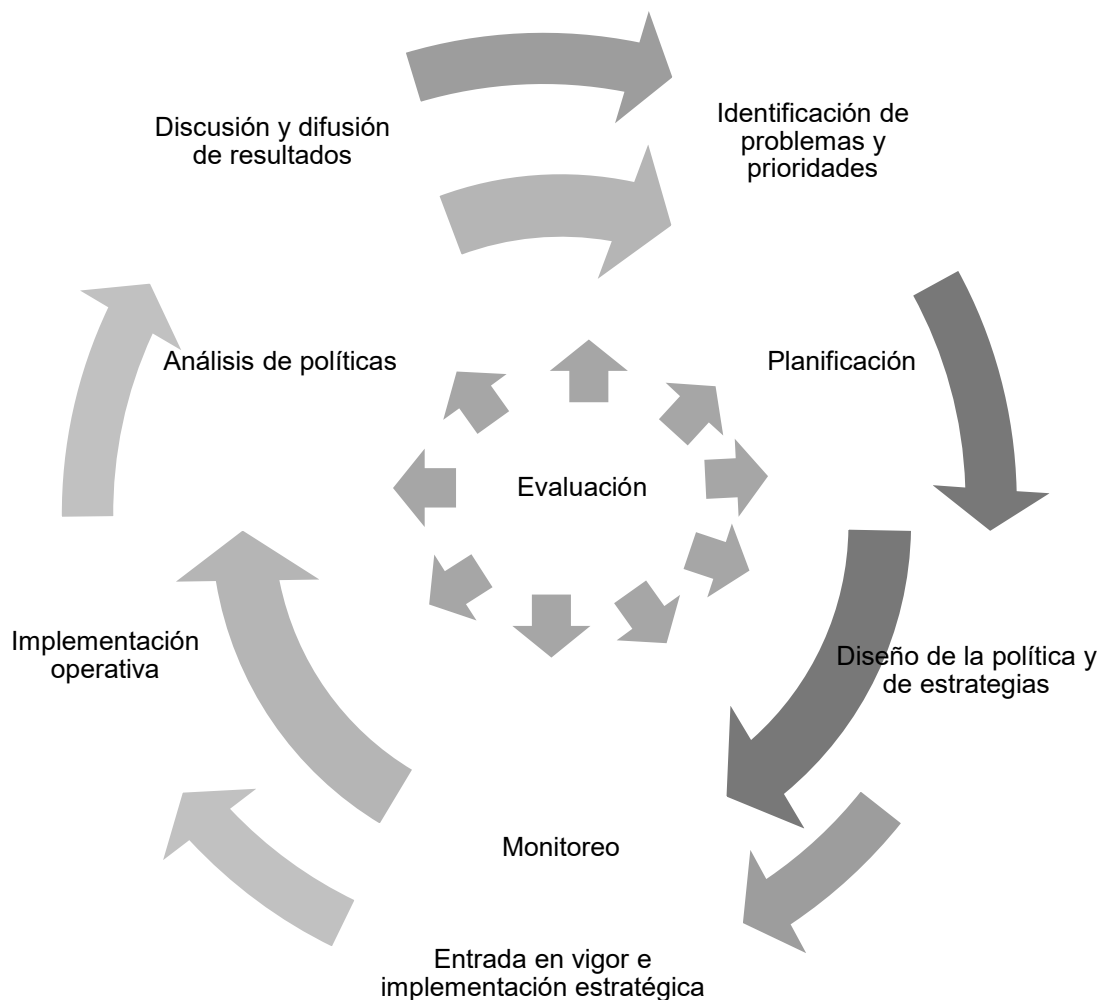
A continuación, se explica brevemente a qué se refiere cada etapa del ciclo de formulación e implementación de políticas públicas de la figura 7 y posteriormente se abordarán los elementos que conforman la evaluación en la misma figura.

- En la etapa de identificación de problemas y prioridades políticas, se identifican y definen los problemas públicos que requieren atención y se establecen las prioridades en términos de qué problemas o cuáles son los que deben ser abordados primero.
- En el diseño de la política y estrategias, se establecen los fines, metas y medios de actuación para abordar los problemas públicos identificados. O cómo afirma Aguilar-Villanueva se detallan los factores y el presupuesto público (1993).
- La entrada en vigor e implementación estratégica contempla la puesta en marcha de la política pública, al establecerse los procedimientos y protocolos para la implementación. Asimismo, se identifican los actores responsables de la implementación y se asignan los recursos necesarios para su ejecución.
- Es en la Implementación operativa donde se llevan a cabo las acciones concretas para implementar la política pública. De acuerdo con Revuelta (2007) es aquí donde se ejecutan los programas y proyectos diseñados y se llevan a cabo las actividades planificadas para alcanzar los objetivos y metas establecidos.
- Discusión y difusión de resultados.

En lo que se refiere a la evaluación dentro de la figura 7, la evaluación constituye la etapa para determinar el desempeño de la política pública, su efectividad y su impacto, a su vez a través de esta se identifican las fortalezas y debilidades de la política pública y se proponen recomendaciones para mejorar su diseño y su implementación. Cabe señalar que la evaluación se encuentra presente a lo largo de todo el proceso de política pública. En un primer momento, la podemos

encontrar en el diagnóstico o mapeo retrospectivo y es conocida como evaluación *ex ante*. En la parte del monitoreo o seguimiento también denominada como evaluación *comitente*. Y por último, a la hora de determinar los efectos de la política pública, es lo que conocemos como evaluación *ex post* (Salcedo, 2011; Ballart, 1992; y Asenjo 2016).

**Figura 7.** Evaluación en el ciclo de formulación e implementación de políticas públicas



Fuente: elaboración propia con información de Asenjo (2016).

El presente estudio se enfoca en la evaluación del diseño e implementación de la política pública para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano con fines de sostenibilidad. En este sentido, la definición y análisis de variables permitirá una comprensión más profunda del fenómeno

estudiado para la formulación de recomendaciones y propuestas de mejora en la política pública para el sector turístico en México.

### 2.3. Descripción de variables

Evaluar el proceso y resultados de las políticas públicas que tienen como objetivo promover la expansión internacional de MiPyMEs del sector turístico mexicano, asegurando que dicha expansión se lleve a cabo de manera sostenible en términos ambientales, económicos y sociales requiere identificar y describir las tendencias de las principales variables que inciden en este sector. Para ello es necesario identificar los indicadores que permitan medir los cambios en las estructuras turísticas y en los factores internos que puedan reflejar los cambios en los factores externos que afectan la demanda del mercado turístico, desde una perspectiva de sostenibilidad.

Para ello, se utilizarán diferentes variables (independiente y dependiente), con el fin de medir la efectividad de estas políticas en la promoción de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas en México. Las variables independientes podrían incluir medidas gubernamentales y estrategias empresariales enfocadas en la internacionalización, mientras que las variables dependientes podrían medir el crecimiento de la industria turística y su impacto en la economía local y el medio ambiente.

**Tabla 5.** Operacionalización de las variables

<b>Variab</b> les	<b>Definiciones</b>	<b>Operatividad</b>
Variable independiente: políticas públicas para promover la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico.	La política pública se conceptualiza como el conjunto de acciones estratégicas y ejecuciones implementadas por un gobierno con el fin de abordar asuntos considerados prioritarios y que han sido destacados en la agenda pública.	Identificación y descripción de políticas públicas publicadas en materia de internacionalización.
Variable dependiente: desarrollo sostenible del sector turístico.	Los efectos de la política pública son entendidos como lo que resulta de la acción política.	Análisis del proceso de política pública, desde la entrada a la agenda hasta el monitoreo como parte de la implementación de la política pública.

Nota: la tabla muestra la relación de variables a utilizar en esta investigación.

El éxito de las MiPyMEs turísticas en México en su proceso de internacionalización y su contribución al desarrollo sostenible del país dependerá en gran medida de la implementación de políticas públicas que promuevan su internacionalización de manera efectiva. Para que esto suceda, estas políticas deben formar parte de una estrategia integral que aborde las necesidades y desafíos específicos del sector turístico en cuanto a sostenibilidad.

Partiendo de la noción de que la internacionalización de las MiPyMEs turísticas en México es una estrategia fundamental para el crecimiento y la expansión del sector económico. Y que para ello es necesario desarrollar políticas que incentiven a las empresas a expandirse a nivel internacional.

En la siguiente sección se llevará a cabo un análisis de las políticas públicas dirigidas a promover, fomentar e impulsar el turismo en México, con énfasis en aquellas con un enfoque de emprendimiento y creación de empresas o que involucren las MiPyMEs. Primero se describirá de manera general los programas y herramientas prioritarias para impulsar la industria turística en México (tabla 6). Para el análisis se hará uso del ciclo de políticas públicas con énfasis en el diseño e implementación de la política pública.

Para abordar las etapas de formación de la agenda y diseño se hará uso de la información contenida en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 y el Programa Sectorial de Economía 2020-2024, esto con la finalidad de identificar las estrategias y acciones concretas para la promoción y fomento de la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano con un enfoque de sostenibilidad.

Durante la etapa de implementación, se crearon matrices (tabla 7, 8 y 9) con el objetivo de capturar las acciones destinadas a fortalecer la internacionalización de las MiPyMEs con un enfoque de sostenibilidad. Para la construcción de las matrices se utilizó información procedente del 1er Informe de Gobierno (2018-2019), del 2do Informe de Gobierno (2019-2020) y del 3er Informe de gobierno (2020-2021).

Para que una acción se considerará efectiva en este contexto, se analizó minuciosamente su objetivo y alcance, teniendo en cuenta los elementos que

promueven la Internacionalización, el fortalecimiento de las MiPyMEs, Turismo y Desarrollo Sostenible. Para ello se tuvieron en cuenta las siguientes definiciones o conceptos de los elementos antes mencionados:

- *Internacionalización*: es entendida como el proceso y actividades que emplea y adapta la empresa en los mercados extranjeros, la cual debe contar con un producto y/o servicio terminado para ofrecer a los clientes y que logre satisfacer sus necesidades de mejor manera que los comerciantes locales. La internacionalización no se lleva a cabo de la misma manera, cada empresa debe analizar sus capacidades y las de sus competidores para tener un mejor panorama del mercado al que desea entrar y posicionar su marca y productos ( Jimenez, 2012; Aranda y Alonso, 2006; Villareal, 2006; Root y Loustarinen, 1998; Hernández, N. y Hernández R., 2013).
- *MiPyMEs*: es importante mencionar que los criterios para definir y clasificar las empresas varían dependiendo el país, en el contexto internacional la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) clasifica a las empresas a partir del número de trabajadores (2005), la Comisión de Comunidades Europeas (CE), los criterios que toma en cuenta son el número de empleados, ventas y los activos, en México de acuerdo con Hernández (2006), las empresas se clasifican por su actividad o giro, al origen de capital y a la magnitud de la empresa.
- *Turismo*: es considerada como una de las principales actividades económicas a nivel mundial y a su vez concebida como una acción correcta para la gestión de los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades, preservando la integridad cultural, la diversidad y los ecosistemas. (banco mundial, 2021; OMT, 1998).
- *Sostenibilidad*: de la Conferencia Científica de las Naciones Unidas denominada como la Primera Cumbre para la Tierra, Jackson (2021), rescata “los principios para la conservación y mejora del medio humano y un plan de acción que contenían recomendaciones para la acción

medioambiental internacional”, es decir satisfacer las necesidades de la sociedad actual sin comprometer el futuro de las próximas generaciones.

### Capítulo 3. Aproximación a la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad

En la tabla 6, se muestran tres instrumentos clave para el fomento del turismo en México.

**Tabla 6.** Principales instrumentos para impulsar el turismo, con una especial atención en el fomento del emprendimiento de las MiPyMEs en la industria turística

Instrumento	Objetivo y/o acción
Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR 2020-2024)	Es el principal instrumento de planificación estratégica para la industria turística en México. Este programa establece los objetivos, metas y estrategias para el desarrollo del turismo en el país, y cuenta con una sección específica para fomentar el emprendimiento y la creación de empresas turísticas denominada “Estrategia 4: Fortalecimiento del tejido empresarial y fomento al emprendimiento”.
Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)	Es el documento que guía las acciones para fomentar el turismo y forma parte del Sistema Nacional de Planeación Democrática para el Desarrollo Nacional.
Secretaría de Turismo (SECTUR)	Es el organismo gubernamental encargado de promover el turismo en México y de contribuir al desarrollo económico y social de las regiones turísticas.

Fuente: elaboración propia con información de Gobierno de México (2020), Gobierno de México (2023), DOF (2020), Presidencia de la República (2019a).

El primero es el Programa Sectorial de Turismo (Prosectur), que busca mejorar la competitividad de la industria turística en el país. El segundo es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), que brinda apoyo financiero a proyectos turísticos de alto impacto y fomenta el emprendimiento de las MiPyMEs en la industria turística mediante diferentes esquemas de financiamiento. Finalmente, la Secretaría de Turismo (SECTUR) es la entidad encargada de diseñar y ejecutar políticas y estrategias para el fomento del turismo en México, y de promover el emprendimiento de las MiPyMEs en la industria turística mediante capacitación, asesoría, promoción y financiamiento.

En conjunto, estos programas y herramientas buscan impulsar la competitividad, sostenibilidad y desarrollo económico de la industria turística en México.

### **3.1. Aplicación del ciclo de políticas públicas con énfasis en el diseño e implementación de la política pública**

#### **3.1.1. Formación de la agenda**

Se puede afirmar que México cuenta con una política dirigida a fortalecer la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad. Esto se basa en la presencia de los tres instrumentos clave (Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, Fondo Nacional de Fomento al Turismo y la Secretaría de Turismo) para el fomento del turismo en el país, con especial atención en el impulso del emprendimiento de las MiPyMEs en la industria turística.

La conceptualización de formación de la agenda de Aguilar-Villanueva y Alzate Romo (2017) se refiere al proceso mediante el cual se seleccionan y plantean prioridades y problemas públicos que un gobierno busca abordar a lo largo de su administración o mandato. En este sentido, los programas y herramientas mencionados en la tabla 6 o el apartado 3 muestran un enfoque gubernamental para impulsar la competitividad, sostenibilidad y desarrollo económico de la industria turística en México, lo que se alinea con la formación de la agenda gubernamental para fortalecer la internacionalización de las MiPyMEs turísticas.

#### **3.1.2. Definición del problema**

La información proporcionada en el Plan Nacional de Desarrollo (2019-2024) destaca principalmente los principios y objetivos generales, que enfatizan temas como la honestidad, la lucha contra la corrupción, el desarrollo económico, la justicia social, la seguridad, la democracia y proyectos energéticos. Si bien el Plan resalta la importancia del desarrollo sostenible y menciona proyectos específicos como el Tren Maya y el Programa de Desarrollo del Istmo de Tehuantepec, no hay una sección específica ni una elaboración detallada sobre la política de internacionalización de MiPyMEs en el sector turístico.

Por otro lado, en el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR) se mencionan dos estrategias prioritarias relacionadas con las MiPyMEs turísticas (objetivo prioritario 1.3 y objetivo prioritario 2.2) y su internacionalización con un enfoque de sostenibilidad. Y aunque el texto no proporciona una definición explícita del problema que se pretende abordar, se pueden identificar algunos elementos que sugieren una posible definición.

El primer objetivo prioritario (1.3) menciona la necesidad de impulsar el desarrollo turístico integral mediante esquemas de coordinación interinstitucional para favorecer la generación de bienestar en destinos turísticos, incluyendo proyectos turísticos de MiPyMEs, personas vulnerables, pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas.

El segundo objetivo prioritario (2.2) se enfoca en fortalecer la integración de productos y servicios para consolidar la actividad turística, específicamente mediante la realización de talleres de orientación sobre productos financieros ofrecidos por la Banca de Desarrollo a las MiPyMEs del sector turístico para mejorar su desempeño.

A partir de esta información, se puede inferir que el problema que se busca abordar es el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico, en particular, las MiPyMEs turísticas, para lograr un crecimiento sostenible, inclusivo y equitativo. El enfoque de sostenibilidad en atención a sectores vulnerables como comunidades indígenas y afromexicanas, resalta la preocupación por asegurar que el desarrollo turístico tenga un impacto positivo en todos los aspectos incluyendo el social y ambiental.

Por último, en el Programa Sectorial de Economía 2020-2024 (PROSECO) se reconoce y define la problemática de baja productividad y consolidación de las MiPyMEs turísticas y establece acciones concretas para abordarla. Por lo tanto, se puede considerar que la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad cuenta con una adecuada definición del problema dentro del Programa Sectorial.

En la sección 5.1 del programa, se identifican varias problemáticas relevantes que han inhibido el crecimiento económico de México, y entre ellas se menciona específicamente la "baja productividad y dificultades de consolidación de las MIPYMES" (Secretaría de Economía, 2020, p.7). Se proporcionan datos y causas que explican la situación, como el acceso insuficiente o deficiente al financiamiento, el capital humano deficiente, la falta de tecnologías y capacidades empresariales, el entorno institucional desfavorable y la limitada capacidad de innovación.

Posteriormente, en el tercer objetivo prioritario, se expresa la intención de "Promover la creación y consolidación de las MIPYMES productivas para una mayor inclusión productiva" (Secretaría de Economía, 2020, p.11). Se plantean estrategias y acciones específicas que abordan las problemáticas identificadas, como promover el acceso al capital físico y financiero, impulsar la capacitación del capital humano, fomentar un entorno institucional y ambiente de negocios adecuados y estimular la capacidad de innovación y desarrollo tecnológico.

Adicionalmente, se establecen objetivos orientados al bienestar, junto con indicadores específicos para evaluar el progreso hacia el logro de dichas metas. Entre estos indicadores se encuentran la tasa de aumento del ingreso real de los individuos empleados en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y el valor agregado censal bruto por persona ocupada en dichas entidades.

Considerando lo antes descrito y la importancia que reviste a la definición del problema en el proceso de formulación de políticas públicas Poom (2015). Se llega a la conclusión de que la falta de una definición clara en el Plan Nacional de Desarrollo puede dificultar la implementación efectiva de la política, mientras que la identificación y definición clara en los Programas Sectoriales de Turismo y de Economía permiten una focalización precisa y coordinada de las acciones para lograr un crecimiento económico inclusivo y sostenible. La situación anterior, hace imprescindible que futuras políticas públicas integren una definición explícita del problema para orientar de manera más efectiva sus objetivos y estrategias.

### **3.1.3. Diseño**

En el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 (PND), se mencionan diversas políticas y programas en temas como la lucha contra la corrupción, el rescate del sector energético, el desarrollo sostenible, el Tren Maya, el Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec, entre otros. Sin embargo, no se brinda información específica sobre la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad.

Por otra parte, en el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, se mencionan dos estrategias específicas que apuntan a impulsar el desarrollo de las MiPyMEs turísticas:

1. Estrategia Prioritaria 1.3: Impulsar el desarrollo turístico integral mediante esquemas de coordinación interinstitucional para favorecer la generación de bienestar en destinos turísticos. En particular, se busca impulsar proyectos turísticos de MiPyME, incluyendo aquellas donde participen personas vulnerables, pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas. Esta estrategia tiene como objetivo fomentar la participación de MiPyMEs en el sector turístico, con un enfoque en la inclusión y el desarrollo integral de los destinos turísticos.
2. Estrategia Prioritaria 2.2: Fortalecer la integración de productos y servicios para consolidar la actividad turística. Se propone impulsar la realización de talleres de orientación sobre productos financieros que ofrece la Banca de Desarrollo a MiPyMEs del sector turístico para mejorar su desempeño. Esta estrategia busca fortalecer las capacidades financieras de las MiPyMEs turísticas para que puedan consolidarse y contribuir de manera más sólida al desarrollo del sector turístico en el país.

Estas estrategias muestran un enfoque claro hacia la promoción y el fortalecimiento de las MiPyMEs turísticas, con especial atención en la inclusión de grupos vulnerables, comunidades indígenas y afroamericanas. Asimismo, se reconoce la importancia de proporcionar orientación financiera a estas empresas para mejorar su desempeño.

Por último, en el Programa Sectorial de Economía 2020-2024 (PROSECO), se mencionan acciones específicas para promover la creación y consolidación de las MiPyMEs productivas, con el objetivo de lograr una mayor inclusión productiva.

Entre las estrategias prioritarias y acciones específicas se encuentran:

1. Estrategia 3.1: Promover el acceso al capital físico y financiero para ampliar el potencial productivo de las MiPyMEs. Con acciones como promover el otorgamiento de productos financieros adaptados a las necesidades de las MiPyMEs y personas emprendedoras, establecer esquemas de garantías que permitan el acceso al financiamiento en sectores estratégicos, y facilitar el acceso al financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas mineras.

2. Estrategia 3.2: Impulsar la capacitación del capital humano para elevar la capacidad competitiva de las MiPyMEs. Con acciones como establecer mecanismos para promover acompañamiento, asistencia técnica y capacitación a las MiPyMEs y las personas emprendedoras, y establecer mecanismos para promover la certificación de MiPyMEs y personas emprendedoras.
3. Estrategia 3.3: Fomentar un entorno institucional y ambiente de negocios adecuados para aumentar la productividad de las MiPyMEs. Con acciones como impulsar cambios en el marco legal que faciliten el tránsito a la formalidad, coordinar acciones que permitan mejorar el marco regulatorio y la transparencia en beneficio de las MiPyMEs, y facilitar los trámites para la constitución de empresas a través del uso de herramientas tecnológicas.
4. Estrategia 3.4: Impulsar la capacidad de la innovación y el desarrollo tecnológico para incentivar la competitividad de las MiPyMEs. Con acciones como generar conocimiento sectorial especializado para el desarrollo de estrategias y proyectos de alto valor, apoyar con la transferencia de tecnología y de conocimiento a las MiPyMEs, e impulsar proyectos e iniciativas para incorporar a un mayor número de empresas MiPyMEs en cadenas de valor y proveeduría.

Las estrategias y acciones antes descritas muestran una clara orientación hacia el fortalecimiento y desarrollo de las MiPyMEs, con el objetivo de promover su inclusión productiva, fomentar su crecimiento y competitividad en el mercado.

En términos generales, si las acciones concretas derivadas de estas estrategias se implementan de manera efectiva y coherente con los principios de diseño de política pública mencionados por Aguilar-Villanueva (1993) (identificación de respuestas y proposiciones de la política, factibilidad de las intervenciones, identificación de las variables y delimitación del grado de acción, entendimiento del contexto y mapeo retrospectivo, análisis de situaciones previas, entre otros) es posible que el diseño de la "política de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad" en el Programa Sectorial de Turismo

2020-2024 sea adecuado y contribuya al desarrollo sostenible del sector turístico en México.

### 3.1.4. Implementación

Partiendo de la noción de que la implementación supone el despliegue de la maquinaria estatal y que se materializa en acciones (Revuelta, 2007) enseguida se analizarán las iniciativas para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad en tres diferentes momentos (los periodos correspondientes a 2018-2019, 2019-2020 y 2020-2021).

#### - *Primer Informe de Gobierno (2018-2019)*

**Tabla 7.** Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2018-2019

Programas y/o proyectos	Internacionalización	MiPyMEs	Turismo	Desarrollo sostenible
Agencia Federal de Aviación Civil	X			
Consejo de Diplomacia Turística*	X		X	
Fondo Nacional Emprendedor		X		
Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales	X	X		
Programa de Construcción y Modernización de Carreteras Federales			X	
Programa de difusión y capacitación para incrementar el uso de medios de comunicación electrónica ante el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE)	X			
Programa de rehabilitación de la Infraestructura del Aeropuerto Internacional de la Cd. de México.	X		X	
Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)	X	X		
Programas Jóvenes construyendo el futuro		X		X
Proyecto DataMéxico	X	X	X	X
Servicios a la Navegación en el Espacio Aéreo Mexicano (SENEAM)				X

Nota: elaboración propia con información de Gobierno de México (2019). El (\*) indica que el proyecto o programa aparece en otro de los periodos de gobierno analizados.

La tabla 7 muestra que, tan solo el Proyecto DataMéxico se encuentra vinculado con los cuatro indicadores considerados en la tabla (internacionalización,

MiPyMEs, Turismo y Desarrollo sostenible), y aunque no se menciona explícitamente, la disponibilidad de datos e información sobre México, lo vuelve una iniciativa fundamental para la toma de decisiones estratégica en materia de desarrollo sostenible y atracción de inversiones internacionales. Por otro lado, tener datos actualizados y accesibles facilita el análisis de oportunidades y desafíos para la internacionalización, las MiPyMEs y el turismo sostenible.

El Consejo de Diplomacia Turística, es una iniciativa relacionada directamente con el turismo y busca fortalecer la promoción y vinculación internacional de México como destino turístico. En cuanto al Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales, este se encuentra enfocado en el fortalecimiento de las MiPyMEs con el objetivo de impulsar el crecimiento y el desarrollo de las empresas, brindándoles acceso a capacitación, recursos y oportunidades para internacionalizarse.

En lo que se refiere al Programa de difusión y capacitación para incrementar el uso de medios de comunicación electrónica ante el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE), este busca fomentar la inversión extranjera y la internacionalización de empresas mexicanas al facilitar y promover el uso de medios electrónicos para el registro de inversiones extranjeras. Mientras que, el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario está dirigido a brindar acceso y financiamiento y capacitación para fortalecer los negocios de los microempresarios en México. Al impulsar el crecimiento de las microempresas, se promueve su participación en el mercado internacional y se fomenta la internacionalización de la economía mexicana.

No obstante, es importante señalar que algunos de los programas y/o proyectos de la tabla 7 también podrían tener impactos indirectos en los indicadores analizados, aunque no se mencionen de forma explícita en sus nombres o descripciones como en el caso del Proyecto DataMéxico. La colaboración y coordinación entre diferentes iniciativas gubernamentales pueden generar sinergias y un mayor impacto en el fortalecimiento de estos sectores clave para el desarrollo económico y sostenible de México.

- *Segundo Informe de Gobierno (2019-2020)*

**Tabla 8.** Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2019-2020

Programas y/o proyectos	Internacionalización	MiPyMEs	Turismo	Desarrollo Sostenible
Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA)		X	X	X
Guía para la preparación, compra y entrega de pedidos de comercio electrónico	X	X		
Impulso al uso de plataforma de entregas para aminorar el impacto de emergencia del COVID-19 en los pequeños negocios	X			
Istmo de Tehuantepec*	X		X	X
Plan de Desarrollo Integral (PDI)				X
Plataforma Digital Mercado Solidario y MiPyMEs MX	X	X		
Programa de apoyo financiero a Microempresas Familiares, también conocido como "Crédito a la palabra"		X		
Programa de comunidades sustentables "Sembrando Vida"		X		
Programa de Internacionalización de 50 ciudades mexicanas para un desarrollo local sostenible	X	X	X	X
Programa Especial para Contingencias		X		
Programa Playas Limpias			X	X
Tren Maya*		X	X	X

Nota: elaboración propia con información de Gobierno de México (2020a). El (\*) indica que el proyecto o programa aparece en otro de los periodos de gobierno analizados.

De los programas presentados en la tabla 8, los que constituyen una iniciativa para el fortalecimiento de la internacionalización, MiPyMEs, Turismo y Desarrollo sostenible son los siguientes:

El programa de Internacionalización de 50 ciudades mexicanas para un desarrollo local sostenible, tiene como objetivo impulsar la internacionalización de ciudades mexicanas, lo que implica fortalecer la presencia y competitividad de las empresas locales en los mercados internacionales. Al enfocarse en la internacionalización, busca abrir nuevas oportunidades comerciales para las MiPyMEs, lo que puede fomentar su crecimiento y desarrollo sostenible.

Mientras que, la construcción y operación del nuevo Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles puede tener un impacto significativo en el turismo y el desarrollo

económico sostenible. Un aeropuerto moderno y eficiente puede mejorar la conectividad y facilitar el flujo de turistas e inversionistas, beneficiando así a las MiPyMEs locales y fomentando un desarrollo más equilibrado y sostenible en la región.

En cuanto al proyecto del Istmo de Tehuantepec, este busca aprovechar la ubicación geográfica estratégica para desarrollar corredores logísticos y de transporte, lo que puede impulsar la internacionalización de las empresas locales al facilitar el comercio y la movilización de mercancías. Además, puede contribuir al desarrollo turístico sostenible de la región al promover sus atractivos naturales y culturales.

Por último, el Tren Maya constituye un proyecto de infraestructura turística y de transporte en el sureste de México. Si se implementa de manera sostenible, podría impulsar el turismo en la región y, al mismo tiempo, beneficiar a las MiPyMEs locales que ofrecen productos y servicios turísticos.

Es importante destacar que algunos de los otros programas y proyectos mencionados también pueden tener impactos positivos en términos de desarrollo económico y social, pero no se mencionan directamente en el contexto de la internacionalización, MiPyMEs, turismo y desarrollo sostenible. Cada iniciativa tiene sus objetivos específicos y áreas de enfoque, y su impacto dependerá de cómo se implementen y gestionen en la práctica.

Por último, es importante señalar que las siguientes acciones fueron llevadas a cabo en el contexto de la crisis sanitaria por COVID-19, Crédito a la palabra, Guía para la preparación, compra y entrega de pedidos de comercio electrónico, Impulso al uso de plataforma de entregas para aminorar el impacto de emergencia del COVID-19 en los pequeños negocios, Plataforma Digital de Mercado Solidario y MiPyMEs MX, y el Programa Especial para Contingencias. Se menciona lo anterior, porque posiblemente a estos programas no se les dé seguimiento por la naturaleza de su diseño e implementación.

- *Tercer Informe de Gobierno (2020-2021)*

**Tabla 9.** Acciones para el fortalecimiento de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad 2020-2021

Programas y/o proyectos	Internacionalización	MiPyMEs	Turismo	Desarrollo Sostenible
Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe (Acuerdo de Escazú)		X		X
Agenda de reactivación turística y conectividad		X	X	X
Capacitación Digital para las MiPyMEs		X		X
Consejo de Diplomacia Turística*	X		X	
Fondo de Cooperación de la Alianza del Pacífico	X	X	X	
Formato Virtual Tianguis de Pueblos Mágicos		X	X	X
Mujer Exporta Mx	X	X		X
Observatorio Turístico Permanente		X	X	X
Plan Maestro de Desarrollo Turístico Integral de la Huasteca Potosina y del Centro Turístico Sustentable de la Huasteca Potosina.		X	X	X
Programa de Conservación para el Desarrollo Sostenible		X	X	X
Programa de subsidio para la conservación y aprovechamiento sustentable		X	X	X
Programa Emergente de Reactivación Económica SE-FOCIR		X	X	X
Programa Mejora tu Hotel		X	X	
Programa México Renace Sostenible		X	X	X
Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec 2020-2024 (PDIT)*	X		X	X
Programa para la protección y restauración de ecosistemas y especies prioritarias (PROREST)		X	X	X
Programa Playas Limpias		X	X	X
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR)		X	X	X
Programa Transporte Sustentable			X	X
Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica	X	X	X	X
Pueblos Mágicos		X	X	X
Tren maya*		X	X	X

Nota: elaboración propia con información de Gobierno de México (2021). El (\*) indica que el proyecto o programa aparece en otro de los periodos de gobiernos analizados.

Cada uno de los programas y proyectos contribuye de una u otra forma al fortalecimiento de la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad. Sin embargo, algunos de estos al implementarse tan solo generan un impacto positivo directo a una de las áreas de acción señaladas en la tabla 9.

Por otro lado, proyectos y/o programas como la Agenda de reactivación turística y conectividad, Fondo de Cooperación de la Alianza del Pacífico, Observatorio Turístico Permanente, Programa de Desarrollo del Istmo de Tehuantepec y el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, buscan potenciar el desarrollo económico, social y sostenible apoyando a las MiPyMEs y fomentando la internacionalización de los negocios, especialmente en el ámbito del turismo, que es un sector clave para el crecimiento de muchas economías de la región. Además, estas iniciativas también contribuyen a mejorar la cooperación entre países y regiones, lo que puede generar beneficios mutuos en términos de comercio, inversión y desarrollo conjunto.

#### **3.1.4. Evaluación**

Teniendo en cuenta que la evaluación no es la última etapa del proceso de política pública, sino que se encuentra presente a lo largo de todo el proceso. Y considerando que el periodo de gobierno (2019-2024) a analizar aún no culmina, este apartado se centrará en analizar la evaluación *ex ante* y *concomitante*. La primera corresponde a una evaluación y la segunda a un seguimiento (Ballart, 1992).

##### **- Evaluación *ex ante***

El Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, presenta información centrada en el contexto político y económico de México, así como en principios y objetivos generales del PND. Considerando lo previsto por Ballart (1992), el que el PND no muestre indicios de una evaluación *ex ante* específica para la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad supone:

- 1) Falta de rigor en la planificación, al no llevar a cabo esta evaluación, el PND puede carecer de un análisis sólido de las diferentes opciones, posibles

impactos y riesgos asociados. Lo cual puede llevar a decisiones poco informadas y a la implementación de políticas que no son efectivas en el logro de los objetivos deseados.

- 2) Ausencia de fundamentación, pues este tipo de evaluación permite fundamentar decisiones tomadas en el PND. Al proporcionar una base sólida para justificar las inversiones, los programas y las acciones propuestas.
- 3) Limitación en el logro de objetivos, la evaluación *ex ante* ayuda a identificar que políticas o medidas son las más adecuadas para alcanzar los objetivos establecidos en el PND. Sin este análisis, existe la posibilidad de que algunas acciones no contribuyan de manera efectiva a los propósitos generales del plan, lo que podría desviar recursos y esfuerzos de metas más importantes.

El Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, a diferencia del PND 2019-2024 presenta un apartado denominado análisis del estado actual, y una fundamentación clara acompañada de estadísticas del porqué de cada estrategia prioritaria. Por ejemplo, el establecimiento del objetivo prioritario 2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México, obedece a que:

(...) “de la actividad turística dependen 4.4 millones de empleos directos y presenta una balanza comercial del sector en el orden de 14 mil 715 millones de dólares, solo superado por el saldo neto de los ingresos por remesas, que ascendieron a 35 millones de dólares en 2019. En este marco, cabe mencionar que el turismo nacional es el principal motor del sector, ya que, conforme a las cifras del INEGI, en 2018 el 82.7% del consumo turístico se derivó del mercado doméstico” (Gobierno de México, 2020, p. 28).

Además de la información de la importancia de la actividad turística, el PROSECTUR 2020-2024, señala que en 2019 se registraron 97.4 millones de visitantes internacionales. Y que en 2018 México se posicionó en la séptima posición a nivel mundial con más turistas internacionales recibidos, superado por Francia, España, Estados Unidos, Italia y Turquía.

Por otro lado, el Programa también da a conocer que en anteriores administraciones en modelo de desarrollo turístico se caracterizó por la concentración de infraestructura y servicios en áreas geográficas específicas, (...)

“limitando las oportunidades para el desarrollo regional, lo que provocó un vacío de actividad turística en regiones completas de México, así como la falta de aprovechamiento de la gran diversidad del patrimonio turístico nacional” (Gobierno de México, 2020, p. 28).

Aunque el estado de la situación actual del PROSECTUR es completamente limitado, el ejercicio que se realizó en el apartado 6 para describir los objetivos prioritarios sirve para evidenciar la realización de una evaluación *ex ante* por parte de los hacedores de política pública en materia de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque sostenible.

El Programa Sectorial de Economía 2020-2024, al igual que el PROSECTUR no menciona explícitamente una evaluación *ex ante* de “a política de la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad”. Sin embargo, la información presentada en el apartado 5 “Análisis del estado actual”, brinda un contexto sobre las problemáticas y los objetivos que se enfrenta el sistema económico de México, así como las estrategias y acciones que se llevarán a cabo para enfrentar estos desafíos (Gobierno de México, 2020).

En suma, la falta de mención de una evaluación *ex ante* en los textos antes presentados no implica necesariamente que esta evaluación no se haya realizado o que no se vaya a realizar en el futuro. La evaluación *ex ante* al ser una evaluación previa a la implementación de una política o programa y, en muchos casos, se realiza de manera interna como parte del proceso de diseño y planificación de políticas.

- *Seguimiento o evaluación concomitante*

El apartado de implementación dejó ver que son múltiples los programas y/o proyectos destinados a fortalecer la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con enfoque de sostenibilidad. De ahí que para evaluar el seguimiento o evaluación *concomitante* se utilicen solo algunas las acciones llevadas a cabo por el Fondo Nacional del Fomento al turismo.

**Tabla 10.** Seguimiento de programas presupuestarios del Fondo Nacional de Fomento al Turismo

Unidad Responsable	Programa presupuestario	Modalidad	Índice de seguimiento al desempeño (ISeD)	Presupuesto
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Mantenimiento de Infraestructura	Modelos de inversión	Medio bajo (valoración cualitativa en 2021) 0.20 a 0.39	Aprobado \$755,502,937.00, Pagado \$35,260,090.00
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Actividades de apoyo administrativo	Apoyo al proceso presupuestario para mejorar la eficiencia institucional	Medio bajo (valoración cualitativa en 2021) 0.20 a 0.39	Aprobado \$233,972,086.00, Pagado \$58,461,0651.00
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno	Apoyo a la función pública y al mejoramiento de la gestión	Medio (valoración cualitativa en 2021) 0.40 a 0.59	Aprobado \$31,518,513.00, Pagado \$31,518,514.00

Fuente: elaboración propia con información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2023).

Considerando la información de la tabla 10, la política de internacionalización de las MiPyMEs turísticas con un enfoque de sostenibilidad ha sido objeto de seguimiento y evaluación *concomitante* por parte del Fondo Nacional de Fomento al Turismo. El seguimiento se realiza a través del Índice de Seguimiento al Desempeño (ISeD), que es un instrumento que proporciona información cuantitativa y cualitativa sobre el desempeño de los Programas Presupuestarios (Pp), con el objetivo de mejorar la asignación del gasto público basándose en sus resultados (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2023a).

El análisis del ISeD incluye 13 variables distribuidas en 4 dimensiones:

- 1) Diseño: diagnóstico: calidad del diseño, documento normativo de la operación e instrumento de seguimiento
- 2) Seguimiento: sistema Integral de Información de Padrones de Programas Gubernamentales (SIIPP-G), consistencia operativa, cumplimiento de metas: bienes y/o servicios de gestión y cobertura promedio anual
- 3) Resultados: cumplimiento de metas: resultados estratégicos, evaluaciones con enfoque de resultados.

- 4) Mejora continua: atención de Aspectos Susceptibles de Mejora (ASM), cultura de la evaluación y calidad de información del gasto federalizado Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2023a.

La tabla muestra que algunos programas tienen un seguimiento medio-bajo, con un ISeD en el rango de 0.20 a 0.39. Otros programas tienen un seguimiento medio, con un ISeD en el rango de 0.40 a 0.59.

En términos generales, el hecho de que exista un índice de seguimiento y que se haya realizado una valoración cualitativa muestra que hay un esfuerzo por parte del Fondo Nacional de Fomento al Turismo para monitorear y evaluar el desempeño de los programas relacionados con la internacionalización de las MiPyMEs turísticas.

En lo que se refiere a la evaluación *ex post*, esta implica analizar los resultados y el impacto de una política después de que ha sido implementada y haya transcurrido el tiempo necesario para que sus efectos se manifiesten (Asenjo, 2016). En este caso, el periodo a analizar corresponde del 2019-2024 y al estar actualmente en el año 2023 este aún no ha finalizado, de modo que, no sería adecuado realizar una evaluación *ex post*, ya que los resultados y efectos de la política aún no están completamente disponibles y no se ha dado el tiempo suficiente para que se materialicen sus impactos.

## **Conclusiones**

El estudio acerca de la internacionalización de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en el sector turístico de México, con un enfoque en la sostenibilidad, ha revelado resultados significativos que indican la presencia de una política gubernamental enfocada en fortalecer la expansión internacional de dichas empresas. Esta política se fundamenta en la ejecución de una serie de programas y proyectos específicos, los cuales ponen un énfasis particular en el fomento del espíritu emprendedor y el desarrollo de las MiPyMEs en la industria del turismo.

La relevancia de esta investigación radica en el papel crucial que juegan las empresas turísticas, especialmente las MiPyMEs, en la economía y el desarrollo social de México. La actividad turística es una fuente importante de empleo, captación de divisas e inversión extranjera, y su contribución al PIB del país es significativa. Sin embargo, la pandemia por COVID-19 ha afectado severamente al sector turístico, resultando en el cierre de un número significativo de negocios no solo temporalmente, en algunos casos de forma definitiva.

En respuesta a la hipótesis “el diseño e implementación de las políticas públicas dirigidas a promover las estrategias de internacionalización de las MiPyMEs mexicanas con fines sostenibles del giro alojamiento, transportes de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos otorgan un canal de mejora para las actividades que desarrollan”, los resultados muestran que el diseño e implementación de las políticas públicas para promover la internacionalización de las MiPyMEs turísticas con fines sostenibles han otorgado un canal de mejora para las actividades que desarrollan. Las iniciativas gubernamentales, como el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, y otras acciones específicas, demuestran un enfoque hacia la internacionalización, sostenibilidad y desarrollo económico del sector turístico mexicano.

Las implicaciones de este estudio son relevantes para el gobierno y los actores involucrados en el sector turístico. La identificación de políticas y programas que fomenten la internacionalización de las MiPyMEs puede impulsar la recuperación económica y la generación de empleo, especialmente después de los múltiples efectos provenientes de la crisis sanitaria provocada por la pandemia. Además, el

enfoque en la sostenibilidad asegura que el crecimiento turístico sea equilibrado y respetuoso con el medio ambiente y las comunidades locales.

En términos de recomendaciones, este estudio sugiere que las políticas públicas deben seguir enfocadas en el fortalecimiento de las MiPyMEs turísticas, brindándoles acceso a capacitación, financiamiento y herramientas para la internacionalización. Como en el caso del centro ecoturístico en la comunidad pesquera Lázaro Cárdenas “El Muellecito” situado en Ahome, Sinaloa. En el cual se les brindó capacitación a los prestadores de servicios turísticos en cuanto a la atención al cliente a través de la Secretaría de Turismo del Estado. A su vez, se les otorgaron recursos económicos para la construcción de habitaciones, un restaurante, instalación de paneles solares, y se les capacitó mediante talleres para la elaboración de manualidades y *souvenirs* aprovechando los recursos naturales de la zona (coco, conchas, esqueleto de peces, etc.) estos últimos mediante el Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI).

Siguiendo las recomendaciones, es esencial incorporar una definición explícita del problema de la internacionalización en los programas y proyectos. Esto permitirá orientar de manera más efectiva los objetivos y estrategias a seguir. En particular, para las MiPyMEs que buscan expandirse internacionalmente, se les sugiere comenzar su incursión en un mercado donde la barrera del idioma no sea un obstáculo. En el caso de México, un mercado latinoamericano podría ser una elección acertada.

Es común que muchas empresas, debido a su proximidad con los Estados Unidos y la atractiva tasa de cambio de la moneda, consideren el mercado estadounidense como una primera opción. Sin embargo, esto puede conllevar a pérdidas financieras o a enfrentar dificultades considerables debido a la falta de experiencia en el mercado y a la carencia de personal que hable el idioma.

Por tanto, es fundamental que las MiPyMEs se enfoquen en expandirse en un mercado latinoamericano, donde el idioma no sea un obstáculo y donde puedan adquirir experiencia en la internacionalización antes de considerar mercados más complejos. Esto permitirá una transición más suave hacia mercados más desafiantes, como el estadounidense, cuando estén mejor preparadas y cuenten

con recursos humanos capaces de comunicarse efectivamente en inglés u otros idiomas relevantes.

En cuanto a futuras líneas de investigación, es de interés llevar a cabo una evaluación *ex post* una vez que haya transcurrido el periodo del Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, para analizar los resultados y el impacto real de las políticas implementadas. Además, sería relevante explorar el desarrollo de nuevas tecnologías y estrategias de *marketing* digital que permitan una mayor internacionalización de las MiPyMEs turísticas de manera sostenible.

En conclusión, el estudio demuestra que la internacionalización de las MiPyMEs del sector turístico mexicano con un enfoque en la sostenibilidad es una política pública relevante y necesaria para el crecimiento económico y desarrollo sostenible del país. Las acciones gubernamentales implementadas hasta la fecha muestran un compromiso con el fortalecimiento de este sector clave. Sin embargo, es importante continuar evaluando y adaptando las políticas para lograr un mayor impacto y beneficio tanto para las empresas turísticas como para la sociedad en su conjunto.

## Referencias

- Aguilar-Villanueva, L. (1993). *Problemas públicos y agenda de gobierno*. México: Miguel Ángel de a Porrúa.
- Alonso, J. y Donoso, V. (1994). *La competitividad de la empresa exportadora española*. Madrid: ICEX.
- Alzate, M. y Romo, G. (2017). La agenda pública en sus teorías y aproximaciones metodológicas. Una clasificación alternativa. *Revista Enfoques*, 15(26), 13-35.
- Aranda, Y. y Alonso, I. (2006) Principales enfoques conceptuales explicativos del proceso de internacionalización de empresas. *Agronomía Colombiana*, 24, (1), 170-181. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-99652006000100019](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652006000100019)
- Araujo, R. (2015). La economía creativa, una fuente creciente de desarrollo. *HE*, (27),7-29. <https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/1490>
- Asenjo (2016). Guía para el diseño, gestión y utilización de evaluaciones de programas de políticas públicas. EUROsocial.
- Atucha, A. y Gualdoni, P. (2018). *El funcionamiento de los mercados: Material de cátedra de Introducción a la Economía correspondiente a la Unidad 2: Funcionamiento de los mercados*. Argentina: Universidad Nacional del Mar de Plata.
- Ballart, X. (1992). ¿Cómo evaluar programas y servicios públicos? Aproximación sistemática y estudios de caso. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Banco Mundial (2021, 19 de noviembre). Turismo internacional, número de arribos. Datos. <https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL>
- Bell, J. (1995). The internationalization of small computer software firms. A further challenge to stage theories. *European Journal of Marketing*, 29(8), 60-75.
- Bertranou, J. (2019). El seguimiento y evaluación de políticas públicas: modelos disponibles para producir conocimiento y mejorar el desempeño de las intervenciones públicas. *Revista Digital de Ciencias Sociales*, 11(10), 151-188.
- Buckley, P. y Casson, M. (1999). A theory of international operations. En Chertman, J. y Leontiades, J. *European Research in International Business*. Amsterdam: North Holland.

- Businesswire (2011). Research and Markets: Egypt tourism Report Q2 2011. Foreign Tourist totalled close to 15mn. Recuperado de: <https://www.businesswire.com/news/home/20110510006386/en/Research-and-Markets-Egypt-Tourism-Report-Q2-2011---Foreign-Tourists-Totalled-Close-To-15mn>
- Butler, R. (1994). *Sustainable tourism: looking backwards in order to progress? In: Hall, Longman*, New York. P. 25-34.
- Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una visión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, (11), 5-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420679001>
- Cardozo, P., Chavarro, A. y Ramírez, C. (2007). Teorías de la internacionalización. *Politécnico Gran Colombiano*. 1(3), 4-23.
- Castillero, M. (2016). Importancia de las exportaciones para la economía. Centro Nacional de Competitividad. Recuperado de: <https://cncpanama.org/cnc/index.php/opinion-cnc/category/150-comercio-exterior?download=1962:importancia-de-las-exportaciones-para-la-economia>
- Catalano, B. (2017). Turismo sostenible: una perspectiva realista y reflexiva desde las ciencias sociales. (51), 1-3. [https://www.academia.edu/35223373/Turismo\\_sostenible\\_una\\_perspectiva\\_realista\\_y\\_reflexiva\\_desde\\_las\\_ciencias\\_sociales](https://www.academia.edu/35223373/Turismo_sostenible_una_perspectiva_realista_y_reflexiva_desde_las_ciencias_sociales)
- Celaya, J., Rausell, K. y Villarroya, A. (2013). La internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas. España: Fundación alternativas.
- Coll-Hurtado, A. y Córdoba, J. (2006). La globalización y el sector servicios en México. *Investigaciones geográficas*, (61), 114-131.
- Corzo, J. (2012). *Una guía práctica para transformar ideas en proyectos viables*. Diseño de políticas públicas. México: Polaris, S.A.
- Cuervo-Cazurra, A. (2002). *Transforming the firm through the Co-evolution of resources and Scope*. En *Strategy Process: Sharpening the Contours of the Field*, Chakravarthy, G., Mueller-Stewens, P., Lechner, C. (eds.). Londres: BlackWell.
- Delgado, L., "Las políticas públicas. El ciclo de las políticas públicas. Clases de políticas públicas. Eficacia, legalidad y control. Indicadores de gestión" (2009) en Villoria (coord.) Documentación sobre gerencia, subgrupo A2. Escuela de Administración.
- DOF (2020). Programa Institucional 2020-2024 del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, recuperado de

[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5605471&fecha=20/11/2020#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5605471&fecha=20/11/2020#gsc.tab=0)

- Dunning, J. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production. A Restatement of Some Possible Extensions. *Journal of International Business Studies*, 19(1) 1-31. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490372>
- El-Badry, S. (2015). *Las repercusiones de la Primavera Árabe en el turismo de Egipto y posibles vías de solución para la recuperación*. Madrid: Comillas.
- Estupiñan, J. y Pérez, N. (2015). Aplicación del modelo de Uppsala como generador de ventaja competitiva en los procesos de internacionalización en las medianas empresas ubicadas en el sector industrial de Sogamoso y Duitama. Tunja: Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/35070/1/Trabajo%20principal.pdf>
- France24 (2021). Fatídico 13 de noviembre en París: cuatro claves de un juicio excepcional. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/francia/20210908-francia-atentados-paris-noviembre-retos-juicio-excepcional>
- FONATUR (2020). Gran visión del turismo en México 2020. México: FONATUR. <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/000668Pri0000.pdf>
- García, A. (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: una explicación al comercio internacional. *Publicaciones Icesi*. (60), 46-53.
- Gessa, A. y Toledano, N. (2011). Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos: el caso de Andalucía-España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1154-1174.
- Gutiérrez de Garandilla, A. y Heras, L., (2000) La proyección exterior de las empresas españolas: una contrastación empírica de la teoría gradualista de la internacionalización. *Sector Exterior Español*, N°788. Pp7-18.
- Gobierno de México (2019). Primer informe de gobierno 2018-2019. Ciudad de México: Editorial Gobierno de México.
- Gobierno de México. (2020). Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>
- Gobierno de México (2020a). Segundo informe de gobierno 2019-2020. Ciudad de México: Editorial Gobierno de México.

- Gobierno de México (2021). Tercer informe de gobierno 2020-2021. Ciudad de México: Editorial Gobierno de México.
- Gobierno de México (2023). Secretaría de Turismo, recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/#197>
- Gómez, C. (2013). El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- Gómez, E. y González, G. (2011). Proceso de internacionalización de empresas del área metropolitana de Bucaramanga. *Revista LEBRET*, (3), 57-81. <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/46>
- Hall, C. (1998). *Historical antecedents of sustainable development and ecotourism: new labels on old bottles*. En Hall, C. and Lew, A. (eds.). *Sustainable tourism: a geographical perspective*. Nueva York: Longman.
- Hennart, J. (1982). *A Theory of the Multinational Enterprise*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Hernández, J. (2006). Introducción a la administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia, México: MC-Graw Hill. [https://www.academia.edu/36640009/JORGE\\_HERNANDEZ\\_Y\\_RODRIGUEZ\\_ADMINISTRACION](https://www.academia.edu/36640009/JORGE_HERNANDEZ_Y_RODRIGUEZ_ADMINISTRACION)
- Hernández, N. y Hernández, R. (2013). Internacionalización de la PYME en México: un estudio exploratorio. XVIII Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática. México: ANFECA <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.16.pdf>
- Ibarra, D. (2016). Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. *Economía informal*. (397), 61-79.
- Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (2018). Curso 2. Diagnóstico, diseño y planeación estratégica de una propuesta de intervención. México: Secretaria de Gobernación.
- INEGI (2020). Producto Interno Bruto turístico, Base 2013. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/>

- Jackson, P. (2021, 22 de noviembre). De Estocolmo a Kyoto: Breve Historia del cambio climático. Crónica ONU. <https://www.un.org/es/chronicle/article/de-estocolmo-kyotobreve-historia-del-cambio-climatico>
- Jiménez, W. (2012) *Gestión pública e internacionalización como estrategia para el desarrollo de los gobiernos subnacionales en Colombia*. Colombia: Instituto de administración pública.
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1990). The Mechanism of Internationalization, *International Marketing Review*, 7(4).
- Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm-four Swedish Cases, *Journal of Management Studies*, 12.
- Jola, A. (2013). Desarrollo del sector servicios y su papel en la consolidación del crecimiento económico mundial. *Ecos de Economía*. 17(36) 43-68. <http://www.scielo.org.co/pdf/ecos/v17n36/v17n36a3.pdf>
- Kogut, B. y Zander, U. (1993). Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation. *Journal of International Business*, 24(1), 625-645.
- Lesá, C. (2021). *Evaluación de diseño de política pública aplicado al proyecto en contextos de encierro: "viajeras de la vida"*. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/12098/1/evaluacion-dise%C3%B1o-politica-publica.pdf>
- López, D. y Muñoz, F. (2015). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en discurso. *Sociedad y economía*, (30), 255-280.
- Lynn, R. (2005). *Empresas internacionales en la economía global*. Perspectivas de la Administración Internacional. México: Thomson Ed.
- Newbiggin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Londres: British Council.
- Nieto, J., Román, I., Bonillo, D. y Nastute, P. (2016). El turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2, 129-144.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>

- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Markowitz, H. (1959). *Portfolio selection: Efficient diversification of Investments*. Nueva York: Brasil Blackwall.
- Millán, M., Hidalgo, L. y Arjona, J. (2015). El óleo turismo: una alternativa para presentar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía- España. *Revista de Geografía Norte Grande*, 60, 195-214. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34022015000100011&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34022015000100011&script=sci_arttext)
- Montaño, A., Pérez, J. y de la O, V. (2012). Crisis económica y turismo en México: Impacto y alternativas para los destinos turísticos de playa.
- Monreal, J. (2009). Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y capacidades. Tesis doctoral Universidad de Murcia.
- OCDE (2005). *SME Entrepreneurship Outlook*. París: OCDE. <https://doi.org/10.1787/9789264009257-en>
- OCDE (2017). *Estudio de la Política Turística de México: Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones*. México: OCDE. [https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW\\_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS\\_ESP.pdf](https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf)
- ONU (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. [https://www.are.admin.ch/dam/are/en/dokumente/nachhaltige\\_entwicklung/dokumente/bericht/our\\_common\\_futurebrundtlandreport1987.pdf.download.pdf/our\\_common\\_futurebrundtlandreport1987.pdf](https://www.are.admin.ch/dam/are/en/dokumente/nachhaltige_entwicklung/dokumente/bericht/our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf.download.pdf/our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf)
- OMT (1998). Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. OMT. España.
- OMT (2016). Barómetro OMT del Turismo Mundial. *UNWTO*. 14.
- OMT (2020). Las vacunas y la reapertura de las fronteras impulsan la recuperación del turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

- OMT (2021). Desarrollo sostenible. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- OMT (2021). La contribución del turismo a los objetivos del desarrollo sostenible en Iberoamérica.
- Ordoñez, L. (2014). *Una firma es acción dos son transacción*. Tercer encuentro Iberoamericano de arte, trabajo y economía. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56066.pdf>
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A. y Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor de desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Recuperado el 15 de noviembre de 2021, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552016000100006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006)
- Presidencia de la República. Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024: Juntos haremos Historia. Ciudad de México: Presidencia de la República.
- Poom, J. La definición de un problema público a partir del enfoque de políticas públicas en Pineda, N. (2015). *Modelos para el análisis de políticas públicas*. México: El Colegio de Sonora.
- Quecedo, R. y Castaño C. (2002). Introducción a la metodología de la investigación cualitativa. *Revista de Psico didáctica*, (14), 5-39. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Renau, J. (1996). El porqué, el Cómo y el Dónde de la internacionalización de la empresa. *Revista Asturiana de Economía-RAE* N°6.PP41-62.
- Revuelta, B. (2007). La implementación de las políticas públicas. *Díkaion*, 21(16), 135-156. <https://www.redalyc.org/pdf/720/72001610.pdf>
- Romero, J. (2016). El sector servicios en la economía: el significado de los servicios a empresas intensivo en conocimiento. México: UNAM.
- Root, F. (1994). *Entry strategies for international markets*. Massachusetts: Lexington Books.
- Palmieri, F. (2019). *Comercio internacional: repensando las teorías del comercio internacional*. Argentina: Instituto de Estrategia Internacional.
- Presidencia de la república (2018). Primer Informe de Gobierno 2018-2019.

- Presidencia de la república (2019). Segundo Informe de Gobierno 2019-2020.
- Presidencia de la república (2019a). Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.
- Saavedra, M., Moreno, H. y Hernández, G. (2008). Caracterización de las MiPyMEs en Latinoamérica: un estudio comparativo. *Revista Internacional la Nueva Gestión Organizacional*, 4(7), 57-74.  
[https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI\\_SisInfoFin/Herib\\_More/mipymes.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SisInfoFin/Herib_More/mipymes.pdf)
- Saarinen, J. (2001). The transformation of tourist destination: theory and case studies on the production of local geographies in tourism in Finnish Lapland. *Nordia Geographical Publications*, 30(1).
- Sánchez, H., C. Reyes y K. Mejía (2018), Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística, Perú, Universidad Ricardo Palma  
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Salcedo, R. (2011). Evaluación de políticas públicas. México: Siglo XXI.  
[http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i\\_epp\\_eap.pdf](http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i_epp_eap.pdf)
- Sánchez, J. (2014). Plan de internacionalización con estilo Canvas. Mapa práctico para internacionalizar tu empresa, *Agencia de promoción exterior, S.A.*
- Secretaría de Economía (2020). Programa Sectorial de Economía 2020-2024. Ciudad de México: Secretaría de Economía.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2 de abril de 2023a). Mantenimiento de infraestructura. Recuperado de <https://nptp.hacienda.gob.mx/programas/jsp/programas/fichaPrograma.jsp?id=21K027>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (4 de abril de 2023b). Actividades de apoyo administrativo. Recuperado de <https://nptp.hacienda.gob.mx/programas/jsp/programas/fichaPrograma.jsp?id=21M001>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (11 de abril de 2023c). Actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno. Recuperado de

<https://nptp.hacienda.gob.mx/programas/jsp/programas/fichaPrograma.jsp?id=21O001>

Secretaría de Turismo (2020). Programa Sectorial de Turismo 2020-2024. Ciudad de México: Secretaría de Turismo.

Secretaría de Turismo y DATATUR (2020). Resultados de la Actividad Turística. [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2020-03\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2020-03(ES).pdf)

Shimabuku, L. (2012). Las clasificaciones en las empresas. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 20(38), 139-153. <https://doi.org/10.15381/quipu.v20i38.4443>

Spencer, E. (2018). *Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes*. Santiago: Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/164008/Sintesis-de-teorias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SRE (2019). El ABC de la Internacionalización de las ciudades mexicanas.

Statista (4 de febrero de 2022). México: fuerza laboral del sector turístico 2017-2021. Disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/1123846/mexico-numero-empleos-sector-turistico/>

Subirats, J. (2008). Cap. 10. La evaluación de las políticas públicas y sus efectos. En *Análisis y gestión públicas*. España: Editorial Ariel, S.A.

Teece, D. (1976). *The Multinational Corporation and the Resource Cost of International Technology Transfer*. Cambridge: Ballinger Publishing Company.

The international Ecotourism Society (2004). The simple User's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism.

Toro, F. (2007). El desarrollo sostenible: un concepto de interés para la geografía. *Cuadernos geográficos*, 40, 149-181.

Tobin, J. (1958). Liquidity Preference as Behavior Towards Risk. *The Review of Economic Studies*, 25(2), 65-86. <https://doi.org/10.2307/2296205>

Tunal, G. (2003). El Problema de Clasificación de las Microempresas. *Actualidad Contable Faces*, 6(7), 78-91. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700707.pdf>

- UNCTAD (2010). *Services, Trade and Development*. Genova: UNCTAD.
- UNCTAD (2017). El papel de la economía y el comercio de servicios en la transformación estructural y el desarrollo inclusivo. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [https://unctad.org/system/files/official-document/c1mem4d14\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/c1mem4d14_es.pdf)
- UNWTO (2021). *El turismo: un fenómeno económico y social: ¿POR QUÉ EL TURISMO?* Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Vargas, C. (2007). Análisis de las políticas públicas. *Perspectivas*, (19), 127-136.
- Villareal, O. (2006). *La estrategia de internacionalización de la empresa. Un estudio de casos de multinacionales vascas*. [disertación doctoral, Universidad del país vasco]. [https://www.ehu.eus/documents/3020595/3024903/Estrategia\\_internacionalizacion\\_empresa\\_1.pdf](https://www.ehu.eus/documents/3020595/3024903/Estrategia_internacionalizacion_empresa_1.pdf)
- Vellas, F. (2004). *Economía y Política del turismo internacional*. Fundación Gaspar. España: Editorial Síntesis.
- Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207. <https://doi.org/10.2307/1880689>
- Welch, L. y Luostarinen, R. (1988). Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.
- Williamson, O.E. (1981). The economics of organizations. The Transaction Cost Approach. *Journal of Sociology*, 87(3), 548-577.
- Wölf, A. (2005). *The service economy in OECD countries*. París: OECD.
- World Bank (2014). *World Development Indicators*. Washington D.C.: World Bank.
- WWF (2020). Devastadores incendios forestales en Australia. Recuperado de: <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/devastadores-incendios-forestales-en-australia>
- Zepeda, A., Medina, L. y Flores, A. (2020). Política turística ante el COVID-19: el caso de México. *Dimensiones Turísticas*. 4, 69-94. [https://www.fec-chiapas.com.mx/sistema/biblioteca\\_digital/politica-turistica-ante-el-covid-19-el-caso-de-mexico.pdf](https://www.fec-chiapas.com.mx/sistema/biblioteca_digital/politica-turistica-ante-el-covid-19-el-caso-de-mexico.pdf)