

## Diagnostico al desempeño gerencial para justificar una alternativa formativa que impulse la mejora en la competitividad turística de empresas.

*Diagnosis to the managerial performance to justify a formative alternative that promotes the improvement in the tourist competitiveness of companies.*

*Diagnóstico de desempenho da gestão para justificar uma alternativa educacional que impulsiona a melhoria da competitividade das empresas de turismo.*

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.23913/ride.v7i14.269>

**Francisco Javier Maldonado Virgen**

Universidad de Guadalajara

[fcomv@valles.udg.mx](mailto:fcomv@valles.udg.mx)

### Resumen

Se realizó un diagnostico aplicando la metodología desarrollada por la Secretaria de Turismo para medir las variables del programa Moderniza a prestadores de servicios turísticos en la comunidad de Mascota Jalisco; con relación a la variables humanizar el trabajo, satisfacción del cliente, gerenciamiento de rutina y mejora se encontró que el nivel de desempeño se posicionó en el rango intercuartil de 0 a 2.75 que los categoriza como no competentes.

El no poseer una competencia básica o intermedia los limitó a la obtención del distintivo, lo que significa desventajas contra los establecimientos que cumplen los criterios de desempeño específicos, -rango intercuartil superior a 2.76-, excluyéndolos entre otros al acceso a créditos, apoyo para la difusión de sus productos o servicios al turista.

Se trabajó con empresarios interesados en mejorar su desempeño gerencial implementando un trayecto formativo integrando el enfoque de la socioformación.

**Palabras Claves:** Competencias, Desempeño, Gestión, Medición, Socioformación.

## Abstract

A diagnosis was made applying the methodology developed by the Secretary of Tourism to measure the variables of the program Modernize to providers of tourist services in the community of Mascota Jalisco;

With respect to the variables humanizing work, customer satisfaction, routine management and improvement it was found that the performance level was positioned in the interquartile range of 0 to 2.75 that categorizes them as non-competent.

Not having a basic or intermediate competence limited them to obtaining the badge, which means disadvantages against establishments that meet the specific performance criteria, - interquartile range greater than 2.76 -, excluding them, among others, access to credit, support for Dissemination of its products or services to the tourist.

We worked with entrepreneurs interested in improving their managerial performance by implementing a training course integrating the socio-training approach.

**Key words:** Competencies, Performance, Management, Measurement, Socio-training

## Resumo

Um diagnóstico utilizando a metodologia desenvolvida pelo Ministério do Turismo para medir as variáveis do programa de Modernização prestadores de serviços turísticos na comunidade de Jalisco Mascota foi realizada; em relação às variáveis humanizar o trabalho, satisfação do cliente e melhoria da rotina de gestão verificou-se que o nível de desempenho foi posicionado no intervalo interquartil de 0 a 2,75 que categoriza-los como competente.

Não ter uma competição básico ou intermediário limitou-se a obtenção de distintivo, o que significa desvantagens contra estabelecimentos que atendam a critérios específicos de desempenho, -range que 2.76- interquartil, entre outros excluindo-lhes o acesso ao crédito, o apoio à divulgação dos seus produtos ou serviços para os turistas.

Nós trabalhamos com empresários interessados em melhorar seu desempenho gerencial através da implementação de uma abordagem curso de formação para a integração socioformación.

**Palavras-chave:** competências, gestão de desempenho, medição, Socioformación.

**Fecha recepción:** Junio 2016

**Fecha aceptación:** Diciembre 2016

---

## Introducción

El turismo es una de las actividades generadoras de divisas de nuestro país que más auge han tenido a lo largo de los últimos años.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) ha impulsado diversos programas que incluyen la revisión del inventario turístico nacional para detectar poblaciones que se caractericen por contar con infraestructura y atractivos diferenciadores.

Una vez que estos sitios en su mayoría rurales obtienen el distintivo, los empresarios locales se enfrentan a la problemática de ofrecer servicios turísticos con estándares mínimos de calidad para acceder a apoyos para la mejora en gestión e infraestructura de sus empresas turísticas.

Se presenta el caso de Mascota Jalisco, donde un grupo de empresarios demandan obtener el distintivo Moderniza de la SECTUR.

Se realizó el diagnóstico en dos vertientes, primero identificando el nivel de desempeño en competencias de gestión y después en las posibilidades de cubrir los requisitos mínimos en puntaje para la obtención del reconocimiento.

El diagnóstico inicial evidenció un bajo desempeño en competencias de gestión; además de contar con los procesos mínimos y su documentación para participar de la convocatoria.

Se propone a los interesados realizar una gestión ante el ayuntamiento para aplicar un trayecto formativo que ya se implementó en otro municipio con el propósito de mejorar el desempeño en competencias de gestión y elaboración de procesos para implementar en las unidades económicas.

## Contexto

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 2015, refiere que la actividad turística representa el 10% del Producto Interno Bruto Mundial y contribuye con 1 de cada 11 de los empleos en el mundo.

México en lo que va del año 2016 ocupa el lugar número 10 del listado que da a conocer la Organización Mundial de Turismo (OMT), por lo que para las instituciones educativas es una

variable de estudio e intervención para estar al tanto de los progresos de esta industria, de los beneficios y especialmente los retos que enfrenta para mantenerse y posicionarse entre las preferencias de los turistas a nivel mundial.

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores del desarrollo de nuestro país; por ello en el Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018 se alinea con el Plan Nacional de Desarrollo para atender entre otras líneas estratégicas impulsar la innovación, la competitividad, fomento a la inversión y promoción para respaldar iniciativas y proyectos de los emprendedores a fin de fortalecer la vocación turística, sustentabilidad y beneficio social.

El Estado de Jalisco, como en todos los rincones de México goza de una situación privilegiada por los recursos naturales, arqueológicos, arquitectónicos, culturales, religiosos, además del gran bagaje de íconos tradicionales culturales (el tequila, el mariachi y la charrería).

Actualmente el sector aporta el 8.6% del PIB estatal, generando más de 265 mil empleos directos y atienden una demanda de visitantes de 23.2 millones de visitantes.

Con relación al número de visitantes Guadalajara y Puerto Vallarta ocupan el mayor porcentaje de visitantes, existe la posibilidad de potenciar un santuario religioso que cuenta con gran afluencia y recién nombrado Pueblo Mágico. Mascota Jalisco, sobre la ruta que conecta ambas ciudades.

Dentro de los objetivos del Plan Estatal de Desarrollo, se incluye el desarrollar modelos que incrementen la capacidad de las empresas del sector, uno de estos es favorecer la integración productiva de las personas, propiciando condiciones necesarias para crear trabajo que represente oportunidades de desarrollar calificaciones y puestos de trabajo bien remunerados.

### ***Situación del Turismo en Mascota Jalisco, Pueblo Mágico,***

Cómo principal atractivo del destino Turístico Mascota Jalisco, se asienta la Basílica de Nuestra Señora de los Dolores, destaca su importancia por su arquitectura y continuas festividades religiosas; otra obra que impulsa el turismo religioso es un templo inconcluso “De la preciosa Sangre” que data del siglo XIX; además de una serie de sitios en el que tienen cabida actividades ecoturísticas: montañismo, senderismo, escalada.

También es famoso por la fabricación de alimentos artesanales como rollo de guayaba, arrayan, mango y duraznos en conserva, rompopes, y chiltle cuyos procesos se siguen manteniendo

caseros y transmitiéndose de generación en generación, actualmente operan 40 microempresas que realizan esta actividad.

En referencia a infraestructura turística cuenta con 25 establecimientos para brindar servicios de hospedaje 13 sin categoría, 4 de dos estrellas, 3 de tres estrellas y sólo 1 categoría 2 estrellas y de categoría Gran Turismo

El determinante sociológico del visitante nacional y extranjero es el turismo de paso, y de aventura con relación al extracto social el 90% corresponde a la clase media y baja; la permanencia dentro del municipio es de menos de 1 día, debido a que los costos de alimentación son altos y no existe difusión de los atractivos y zonas para realizar otras actividades que no sea la visita al santuario y al mercado

El sector enfrenta una serie de problemáticas en las que se destaca: falta de infraestructura necesaria para atender grandes concentraciones, la atención a los turistas es insuficiente debido a los bajos niveles de cultura y educación.

Además el turista percibe poca calidad de servicio en hoteles, restaurantes, transportes, servicios sanitarios y servicios públicos.

Como respuesta a algunas de las problemáticas el ayuntamiento y el sector comercio y turístico del municipio aspiran a una mejora en la actividad turística a través del acercamiento con empresarios y prestadores de servicios con una estrategia de capacitación que les permita la obtención de créditos y acceso a la distinción turística que garantiza la operación de la actividad con estándares mínimos de calidad. Centros, V. De. (2009). Municipal, P., & Sustentable, D. R. (2015.).

## **Marco Teórico**

### ***Turismo:***

La Organización Mundial del Turismo (2016) lo define como un fenómeno social, cultural y económico relativo a la movilidad de las personas a lugares fuera de su residencia habitual por motivos diversos que van desde visitas a familiares, conocer algún atractivo, realizar alguna actividad recreativa, cultural o de negocios y que a quien lo realiza una vez que se encuentra fuera de su lugar de origen se denominan visitantes, turistas o excursionistas; existen tres formas fundamentales de turismo: interno, receptor y emisor.

### ***La industria turística***

Está integrada por aquellas empresas que generan productos característicos del turismo incluyendo a aquellas que brindan servicios de: alojamiento, provisión de alimentos y bebidas, transporte aéreo, marítimo, terrestre, ferrocarril, alquiler, agencias de viaje, culturales, deportivos, recreativos, explotando así los bienes y servicios característicos de cada país. Sectur, & Universidad Anáhuac del Sur A. C. (2014).

### ***Producto Turístico***

Una persona que valora su calidad de vida, busca una opción de recreación que va de un pueblo pequeño, tranquilo, con naturaleza viva y cultura local atrayente a un destino de playa, sitio arqueológico, ciudades coloniales, o grandes urbes. En cualquier caso requiere de servicios cuyo personal requiere determinado nivel de profesionalización para satisfacer la exigencia de calidad de los clientes, que sirva para comercializar los productos y atender los servicios que los visitantes demandan.

El turismo en los espacios rurales y religiosos ha de reunir al menos tres condiciones: a) poner en el mercado productos y servicios de calidad y b) una comercialización correcta (Altés, 1995) c) asegurarse que los atractivos reúnan condiciones de conservación y limpieza.

La oferta turística rural ha de adaptarse a las exigencias de esta demanda, pero se ha de tener en cuenta que la oferta turística no sólo está compuesta por recursos naturales sino que es un conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, así como recursos naturales y arquitectónicos existentes en zonas de economía predominantemente agrícola, situación por la cual se debe estimular la creación de empresas que contribuyan a completar y se integran a los atractivos locales.

Los productos turísticos son intangibles, por ello, es fundamental diseñar el contenido informativo para conseguir su tangibilidad (Bigné, 2000), capacitar a los prestadores de servicios turísticos para que impulsen mejoras en sus empresas, y las transmitan a sus colaboradores.

La calidad involucra a todo el negocio y su relación e interdependencia con su entorno. Por ejemplo, un simple saludo a los turistas, cuando empieza la mañana, hace que ellos tengan una imagen diferente (positiva) de los propietarios o trabajadores.

Las características más importantes y valoradas de la calidad en turismo rural están orientadas a atributos de la prestación del servicio y de la actitud de los propietarios, si no se posee una cultura

empresarial, por más atractivo que sea el entorno, se desvaloriza el sitio provocando la baja en la permanencia del mismo, el público busca otras opciones para su esparcimiento. Henche, G., & Henche, B. G. (2005).

***Prestador de servicios turísticos***

La industria turística, busca que el personal que labora para ellos, cuente con la capacidad intelectual, administrativa y operativa que les permita ofrecer a los clientes el mejor servicio; con esto, será más fácil lograr uno de los grandes objetivos: preferencia del visitante, satisfacción y recomendación de servicios que hoy en día no es sólo de boca en boca, sino que a través de redes sociales y blogs, los usuarios recomiendan positiva o negativa el sitio o los establecimientos, lo anterior traerá como consecuencia una mejora o caída en los beneficios económicos y sociales de las empresas.

En el documento De, G., & Del, O. (2014). “Agendas de Competitividad de Destinos Turísticos del estado de Jalisco” se establecen las competencias, actitudes, valores y habilidades que más demanda el mercado, con las que el profesional en turismo debe contar para acceder a mejores puestos de trabajo.

**Tabla 1.** *Competencias, actitudes, valores y habilidades de los prestadores de servicios turísticos.*

<b>Habilidades</b>	<b>Actitudes y valores</b>	<b>Competencias para puestos operativos</b>
Conciencia ambientalista	Orientación al cliente	Comunicación oral y escrita
Tecnologías de la información	Compromiso ético	Comunicación en lengua extranjera
Otros idiomas	Actitud proactiva	Capacidad de resolver problemas
Valores culturales	Iniciativa	Adaptarse a nuevos ambientes
Compromiso social	Motivación por la calidad	Escuchar
	Pulcritud en la apariencia	Trabajo bajo presión
	Disponibilidad de horarios	Relacionarse con otras personas
	Seguridad en la comunicación	

Fuente: Elaboración propia a partir de “Agenda de competitividad de Destinos Turísticos Estado de Jalisco”

Con relación al empresario propietario existe una relación de las competencias específicas para la persona que las administra se incluyen dentro de los resultados del proyecto Tunning para Latinoamérica, a continuación se relacionan: (Universidad de Deusto, 2007).

**Tabla 2** *Competencias, actitudes, valores y habilidades de los empresarios de servicios turísticos.*

<b>Categoría</b>	<b>Competencias de Gestión</b>
Desarrollo personal y organizacional.	Compromiso ético y responsabilidad social.
	Ejercer el liderazgo para el logro de los objetivos de la organización.
	Capacidad de aprender a aprender.
	Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.
Innovación y emprendimiento.	Detectar oportunidades para emprender negocios innovadores /Capacidad de emprendimiento e innovación.
	Formular, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones
Gestión estratégica	Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo, en distintos escenarios.
	Mejorar e innovar el proceso administrativo y de negocios.
	Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.
	Formular y utilizar sistemas de información para la gestión.
Análisis del negocio.	Interpretar la información contable y financiera para la toma de decisiones.
	Administrar los recursos humanos físicos, financieros y otros de la organización.
	Evaluar el impacto del marco jurídico en la gestión de las organizaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de “Proyecto Tunning Latinoamérica”

### ***Socioformación***

Tobón, Gonzalez , Nambo (2015) describen que es un enfoque que enfatiza el desarrollo de las personas que un contexto social, no propiamente el aula, es en su entorno real, la sociedad, sus problemas, busca que los actores desarrollen sus talentos en áreas concretas de actuación; se orienta a la formación integral de los ciudadanos en un marco de trabajo colaborativo, integrando

el proyecto ético de vida de cada uno de los interesados, estimula el emprendimiento mediante proyectos transversales, articula la gestión y co-creación de saberes y la metacognición integrando las tecnologías de la información y actividades formativas en secuencias didácticas, integradas en un trayecto formativo.

Además aborda la mejora en el desempeño de competencias articulando el saber ser, saber hacer, saber conocer, saber convivir.

Se han identificado tres tipos de socioformación: educativa, organizacional y comunitaria; para los propósitos de la presente se utilizará el énfasis de la socioformación organizacional, que tiene lugar en organizaciones formales para asegurar que todos los integrantes se realicen y sean competentes para cumplir con metas establecidas y su finalidad es la formación integral de competencias para actuar en la organización y contribuir al logro de la visión de la empresa.

El eje metodológico de este enfoque deberá cubrir con los aspectos siguientes:

- Identificación del problema a resolver y productos a lograr
- Determinar y articular los saberes previos.
- Inclusión del Trabajo colaborativo
- Gestión y co-creación del conocimiento
- Contextualización y diagnóstico
- Aplicación y contribuciones para resolver problemas

### ***Distintivo M (Moderniza)***

El Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Turismo creó un programa de Calidad denominado Moderniza, un sistema para el mejoramiento de la calidad a través del cual las empresas turísticas podrán motivar que los empresarios las administren de una forma moderna, adoptando mejores prácticas, estimulando el liderazgo lo que permitirá incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad lo que permitirá satisfacer las expectativas de los clientes.

El programa está dirigido a micro y pequeñas empresas del sector turístico.

Para la obtención del distintivo M, el empresario deberá demostrar un nivel de desempeño en tres áreas: calidad humana, satisfacción del cliente, gerenciamiento de rutina. Empresario, G. D. E. L. (2015). Guía del empresario.

### **Planteamiento del Problema**

El municipio de Mascota Jalisco, recibió la categoría de pueblo mágico, distinción otorgada por la Secretaria de Turismo, esta distinción obliga a que los prestadores de servicio realicen su actividad atendiendo criterios de calidad que demandan los visitantes, esta situación en algunos de los restaurantes, hoteles y atractivos turísticos que se encuentran en el centro de la comunidad no se logra, lo que ha imposibilitado a algunos establecimientos el acceso a programas de capacitación y crédito para impulsar mejoras en la gestión de los establecimientos ya que entre los criterios esta la capacitación para la obtención del distintivo moderniza, no todos han accedido a este programa, provocando rezago en la competitividad empresarial y preferencia del turista.

### ***Método:***

El alcance de la presente investigación es elaborar un diagnóstico, el propósito es evaluar el nivel de impacto en el desempeño en competencias de gestión previo y después proponer la participación a los interesados a participar en una intervención en un trayecto formativo, y a partir de los productos desarrollados durante el proceso medir su aplicación para valorar su reúnen los criterios contenidos en la guía para la obtención del distintivo moderniza.

La investigación realizada es de tipo cuantitativo, el diseño es no experimental de tipo longitudinal panel, donde las variables a evaluar son las competencias de gestión.

### ***Muestra***

La muestra empleada es del tipo no probabilística o dirigida, los criterios de inclusión fueron: empresarios de micro y pequeñas empresas, que cuenten con una empresa que brinde servicios turísticos, disposición a participar en el diagnóstico para identificar el nivel de desempeño en sus competencias de gestión, se convocó por medio de invitación directa, se realizó una reunión informativa a la que asistieron 20 interesados, finalmente se contó con la participación de 8 empresarios.

### ***Materiales:***

Para la medición del desempeño en competencias de gestión se utilizó el Inventario de Gestión de Alto Rendimiento de Igar Harris.

**Hipótesis:**

El éxito de una empresa turística, cuyo producto reúne criterios específicos como la no tangibilidad, la satisfacción del cliente al momento a partir de una buena atención, hospitalidad, limpieza recreación e intangibles que cada cliente valora depende en gran medida de las competencias que el prestador de servicios turísticos posea, y ponga a disposición para una correcta operación de la empresa, lo que resultará en la posibilidad de ser acreditado por especialistas del sector y obtener un distintivo cuyos beneficios serán el acceso a créditos, difusión del producto, y obtención de las preferencias del cliente ha llevado al investigador a formular las siguiente hipótesis:

*Hi:* La evaluación de desempeño en competencias de gestión que poseen los prestadores de servicios se ubican en los siguientes rangos intercuartiles ( $q= 2.76$ ) o intermedias ( $q= 5.39$ ) por lo tanto requieren participar en un proceso formativo.

*Hii:* La evaluación de desempeño en competencias de gestión que poseen los prestadores de servicios se ubican en los siguientes rangos intercuartiles ( $q= 5.40$ ) o superior por lo tanto no requieren participar en un proceso formativo.

**Variables:**

En la siguiente tabla se relacionan y describen las variables que intervendrán en el análisis de la situación.

**Tabla 3** Definición de variables de investigación.

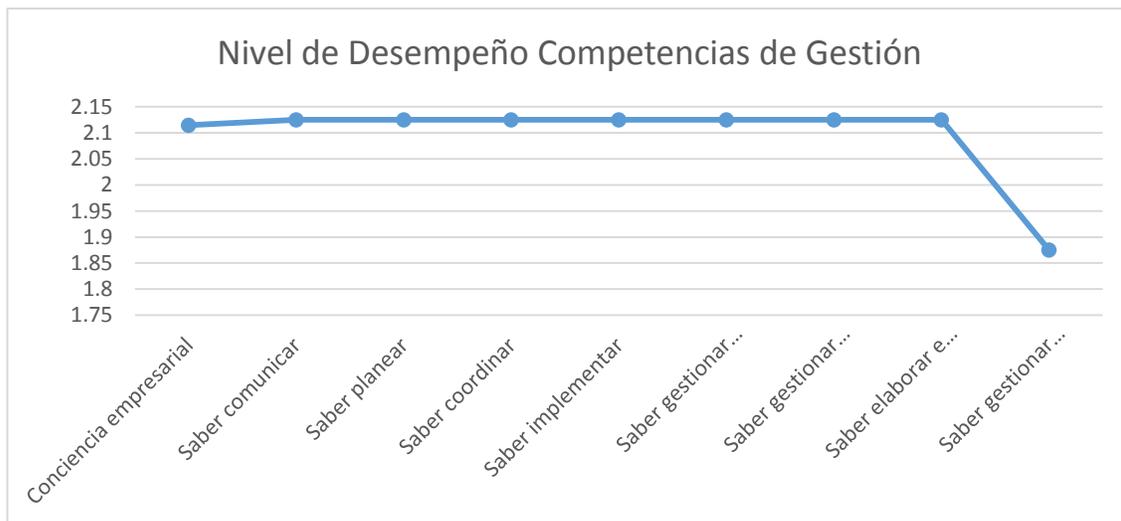
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Competencias de Gestión	Para la medición del desempeño de la competencia inicial y final se aplicara el inventario de gestión de alto rendimiento (IGAR). Las áreas a evaluar y que se adecuan al trayecto formativo para su medición son: cultura empresarial, saber comunicar, saber planear, saber coordinar, saber implementar, saber gestionar recursos materiales, saber gestionar recursos financieros	Para la evaluación cada una de las evaluaciones evidencia el nivel de desempeño del empresario ubicándolo en alguno de los siguientes cuartiles: $Q1 = 0 - 2.75 =$ No competente. $Q2 = 2.76 - 5.37 =$ Competencia Básica $Q3 = 5.39 - 8.24 =$ Competencia Intermedia. $Q4 = 8.25 - 9 =$ Competencia Avanzada

Fuente: Elaboración propia.

## Resultados

La recolección de datos se realizó en varios momentos, se trabajó primeramente con la aplicación del inventario de gestión de alto rendimiento utilizando la entrevista directa y observación in-situ; la información obtenida se capturo en el software SPSS para la obtención de la medición inicial. Durante el desarrollo del diagnóstico se evaluó el desempeño con la utilización de rubricas a las actividades de rutina, gestión, atención al cliente y la observación del desempeño en diversas visitas, entrevistando a colaboradores, y clientes de los establecimientos para validar los resultados que arrojó el instrumento

**Grafico 1.** Resultados obtenidos por empresario: Medición de desempeño competencias de gestión.



**Tabla 4** Estadísticos descriptivos por competencia de gestión. Resumen global de participantes.

Variable	Media antes	Varianza antes
Conciencia empresarial	2.1145	0.06792
Saber comunicar	2.125	0.05729
Saber planear	2.125	0.05729
Saber coordinar	2.125	0.05729
Saber implementar	2.1249	0.05728
Saber gestionar recursos humano	2.125	0.05729
Saber gestionar recursos materiales	2.125	0.05729
Saber elaborar e implementar planes de marketing	2.125	0.05729
Saber gestionar recursos financieros	1.875	0.05692

Fuente: Elaboración propia.

El diagnóstico describe que los empresarios demandan apoyo formativo en las áreas básicas de gestión, se observa que es necesario el trabajo en desarrollar un curso integral que permita generar las bases administrativas básicas como una alternativa en la mejora en sus competencias.

Máximo	90.00	Máximo	70.00	Máximo	90.00	Máximo	90
--------	-------	--------	-------	--------	-------	--------	----

Se puede observar que de aplicarse la evaluación, todavía no alcanzan el promedio mínimo de 80 para la obtención del distintivo M moderniza.

**Discusión**

De acuerdo a los hallazgos reportados en este trabajo, se probó la efectividad de un diagnóstico que mide el desempeño gerencial; se trabajó con ocho micro empresarios del sector comercio y servicios de la industria turística. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía., 2009)

Se descubrió que los empresarios asumen su responsabilidad haciendo frente a sus limitaciones y problemáticas con características similares (Wuarke, 2009) a los empresarios de otro sector afrontando problemas ocasionados por tener acceso restringido a fuentes de financiamiento, bajos niveles de capacitación de recursos humanos , limitado nivel de innovación y desarrollo tecnológico (Millan,2012) los que se presentan por una mala gestión y desconocimiento de herramientas empresariales, aunado a la exigencia de una demanda de satisfacción de los visitantes por un lado.

Se realizó medición del nivel de desempeño en las competencias de gestión para los prestadores de servicios turísticos y de gestión propuestas por el proyecto Tunning Latinoamérica, (2007), para los propósitos de la investigación, en la que se obtuvo un promedio de 2.09 en el nivel de desempeño inicial por lo que se deduce que la intervención con el trayecto formativo planteado es necesario.

Con relación a los resultados obtenidos se revisó el estudio realizado por (Palmero - Piña, Padrón - Díaz, Rizo - Hernández, & Tejo - Rodríguez, 2012) en el que evaluaron el nivel de mejora en el desempeño a dueños de empresas antes de recibir capacitación en temas de gestión los participantes obtuvieron un rango de calificaciones dentro de 3 y 6 puntos, considerado como brecha moderada y brecha considerable; las competencias evaluadas en una brecha considerable en dicho estudio fueron la de planificación, comunicación efectiva y toma de decisiones.

Se constató que un empresario para encaminar su empresa hacia la obtención del éxito requiere desarrollar las competencias que fueron identificadas en el proyecto Tunning para Latinoamérica y que deberán ser abordadas de forma transversal (Tobón Tobón, Pimienta Prieto, & García Fraile. 2010) por considerarse elementales para el buen funcionamiento de la empresa:

Desarrollo personal y organizacional. Para el abordaje de esta competencia dentro de las secuencias didácticas se incluirá dentro del Saber Ser impulsar entre los empresarios el compromiso ético y su responsabilidad social; la promoción del liderazgo participativo, la motivación al aprendizaje permanente y la comunicación eficaz. (Gallart M. A., 2004) -

Gestión Estratégica: esta competencia se abordará desde la cultura empresarial, se invitará a los empresarios a reflexionar en su rol, la importancia de cada una de las organizaciones deberán contar con un plan estratégico, puesta en marcha de tácticas y operar para el logro de una visión. (Kurb, 2006)

Una vez identificadas las competencias que requirieron intervención se diseñará el trayecto formativo (Tobón Tobón, Pimienta Prieto, & García Fraile, *Secuencias Didácticas: Aprendizaje y Evaluación de Competencias.*, 2010) denominado “Competencias de Gestión para Microempresarios” en el cual se pondrá de manifiesto que las competencias para demostrarse se deben ejecutar.

Se estimulará a que los empresarios demuestren la ejecución y dominio de sus competencias en la realización y puesta en marcha de tareas específicas y cuyo resultado sean productos valorados por los empleados y clientes (Salazar Botello & Chiang Vega, (2007)

## **Conclusiones**

El propósito principal de este estudio, fue medir el nivel de desempeño en competencias de gestión para desarrollar en un futuro mediano una propuesta para capacitar a empresarios que les apoye a mejorar sus competencias de gestión integrando el enfoque educativo de la socioformación.

Se logró evaluar el nivel de desempeño en las competencias de gestión a los empresarios participantes que reunieran las características de inclusión del estudio, evidenciando el nivel de competencia básica en las variables evaluadas: conciencia cultural, comunicación, relaciones

públicas, coordinación, planeación, implementación, gestión financiera, gestión de recursos materiales y humanos, supervisión y seguimiento y análisis.

A partir de los resultados obtenidos en el pre test, se detectó la oportunidad de diseñar un trayecto formativo basado en el enfoque de la socioformación por competencias con el objetivo de mejorar los niveles de desempeño en las variables evaluadas.

El trayecto formativo se presentará al Ayuntamiento de Mascota Jalisco, a la dirección de Turismo y Promoción Económica, para su valoración y asignación de recursos para la implementación del mismo.

Se espera evidenciar que el enfoque de la socioformación es eficaz para resolver problemas que se puedan abordar a partir de una propuesta formativa.

Se comprobó la hipótesis de trabajo al afirmar que, el nivel de desempeño que poseen los prestadores de servicios se ubican en los siguientes rangos intercuartiles ( $q= 2.76$ ) o intermedias ( $q= 5.39$ ) por lo tanto requieren participar en un proceso formativo.

Se considera necesario iniciar con la puesta en marcha del proceso formativo.

## Bibliografía

- Bercial, R. Á., & Timón, D. A. B. (2005). Nuevas Tendencias En El Desarrollo De Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales Y Operativos Para su Planificación Y Gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15(15), 27–44. Retrieved from <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- (CIFE-México), S. T., (CIFE-México), L. G., (CIFE-México), J. S. N., & (CIFE-México), J. M. V. A. (2015). La Socioformación: Un Estudio Conceptual. *Paradigma*, 36(1), 7–29. Retrieved from <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/2661>
- De, G., & Del, O. (2014). Agenda De Competitividad Del Destino Turístico Pueblo Mágico : Loreto.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship ☆. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.003>
- Gallart, M. A. (s.f.). <http://www.oei.es/>. Recuperado el 16 de 12 de 2013, de [http://www.oei.es/etp/habilidades\\_competencias\\_sector\\_informal\\_AL\\_gallart.pdf](http://www.oei.es/etp/habilidades_competencias_sector_informal_AL_gallart.pdf)
- Gobierno del Estado de Jalisco, M. (n.d.). 12. *Desarrollo turístico*. Retrieved from [http://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/Plan\\_Estatal\\_apartado\\_Turismo.pdf](http://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/Plan_Estatal_apartado_Turismo.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. *México: Editorial Mc Graw Hill*.
- Javier, F., & Virgen, M. (2015). *Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla Centro Interdisciplinario de Posgrados Investigación y Consultoría Escuela de Negocios Doctorado en Dirección de Organizaciones socio formación para impulsar las competencias de gestión en Doctor En Dirección*.
- Melrose, J., Perroy, R., & Careas, S. (2015). *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015, 1*. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Millán, B. (12 de Agosto de 2012). Micros, pequeñas y medianas empresas, base del crecimiento. México.

Municipal, P., & Sustentable, D. R. (2015). Mascota Jalisco, Plan Municipal de Desarrollo Rural Sustentable.

Palmero - Piña, M., Padrón - Díaz, M., Rizo - Hernández, J. E., & Tejo - Rodriguez, L. (2012). Procedimiento para evaluar el impacto de la capacitación en la empresa. *Ingeniería Industrial*, XXXIII(3), 215 -225.

Plan Municipal de Desarrollo. (2012). Mascota Jalisco

Setur, & Universidad Anáhuac del Sur A. C. (2014). *Metodología para la medición de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos inscritos en las certificaciones y los sellos de calidad de la Secretaría de Turismo (SECTUR)*.

Tobón Tobón, S. (2010). *Formación Integral y Competencias. Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación*. Bogotá, Colombia.: Ecoe, Ediciones.

Tobón Tobón, S. (2010). *Formación Integral y Competencias*. Bogotá, Colombia: ECOE. Tobón Tobón, S., Pimienta Prieto, J., & García Fraile, J. A. (2010). *Secuencias Didácticas: Aprendizaje y Evaluación de Competencias*. México: Pearson.

Universidad de Deusto. (2007). *Reflexiones y Perspectivas de la Educación Superior en América Latina*. Proyecto Tunning.

Wuarke, G. (2009). *La gerencia por competencias en el desarrollo de personas*. Caracas, Venezuela.: Udospace.

9 cifras para conocer la situación del sector turístico en México. (2016, Septiembre 17). *Excélsior*. Retrieved from <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/04/27/1089268>