

Desarrollo de perfil y cultura de emprendimiento para la integración de un clúster de turismo alternativo para el desarrollo de la región sureste del Municipio de La Paz

RESUMEN: En Baja California Sur existen áreas que pueden ser beneficiadas para promover el turismo alternativo, hay atractivos que son distintivos y propios para desarrollar esta actividad. El Triunfo se encuentra en la Región Sureste del Municipio de La Paz, cuyos habitantes están interesados en aprovechar los recursos de la zona para su propio desarrollo, en la zona no hay fuentes de empleos, se presenta migración. Una estrategia de mercado como el clúster de turismo alternativo facilita esta posibilidad. Se observa que los habitantes no tienen experiencia como emprendedores, es necesario proponer acciones para propiciar la formación del perfil de emprendimiento. Para alcanzar el objetivo se aplicó una encuesta basada en el modelo de escala Likert la que infiere aspectos como: aptitudes (saber), actitudes (querer) y recursos (poder), con 14 ítems. La evaluación de la confiabilidad se evaluó mediante coeficiente alfa Cronbach cuyo valor fue .906 basada en elementos estandarizados, se infiere instrumento válido y fiable para medir el perfil de emprendimiento de los habitantes del Triunfo, es encontraron oportunidades para proponer como son: Gestión, capacitación, diseño de unidades de negocios y administrativa por medio de Coaching además del diseño del plan de intervención para fortalecer el perfil de emprendimiento.

PALABRAS CLAVE: Clúster, turismo alternativo, Desarrollo regional, perfil de emprendimiento.



Colaboración

Valdez Guerrero, Raquel; Robles Arias, Isela Margarita; Ríos Calderón Graciela Guadalupe, Instituto Tecnológico de La Paz

ABSTRACT: In Baja California Sur there are areas that can be benefited to promote alternative tourism, there are attractions that are distinctive and unique to develop this activity. El Triunfo is located in the Southeast Region of the Municipality of La Paz, whose inhabitants are interested in taking advantage of the resources of the area for their own development, in the area there are no sources of employment, migration occurs. A market strategy such as the alternative tourism cluster facilitates this possibility. It is observed that the inhabitants do not have experience as entrepreneurs, it is necessary to propose actions to promote the formation of the entrepreneurship profile. To achieve the objective, a survey based on the Likert scale model was applied, which inferred aspects such as: aptitudes (knowing), attitudes (wanting) and resources (power), with 14 items. The evaluation of reliability was evaluated using the Cronbach alpha coefficient whose value was .906 based on standardized elements. A valid and reliable instrument is inferred to measure the entrepreneurial profile of the inhabitants of El Triunfo, and they found opportunities to propose such as: Management, training, design of business and administrative units through Coaching as well as the design of the intervention plan to strengthen the entrepreneurial profile.

KEYWORDS: Cluster, alternative tourism, regional development, entrepreneurship profile.

INTRODUCCIÓN

Baja California Sur, posee dos polos turísticos de dimensión mundial, y su especialidad es la oferta de servicios turísticos, a partir de esta actividad principal, se desprenden otros servicios complementarios en donde existen empresas especializadas para otorgar estos servicios como son: pesca deportiva, agencias de viajes, bienes y raíces, visitas guiadas, buceo, snorkel, paseos en yate, etc. Considerando un análisis empírico, estas empresas trabajan de acuerdo a normativas locales o de cadenas, de donde proviene esta investigación, cuyo fin es el desarrollo de perfil y cultura de emprendimiento para la integración de un clúster de turismo alternativo para el desarrollo de la Región Sureste del Municipio de La Paz.

En esta región se puede observar que la actividad minera desarrollada con anterioridad en la localidad, dejó como legado un extenso tesoro: monumentos históricos, legados de música con instrumentos originales, construcciones con estilos únicos, panteones con arquitectura e historia de ingleses, chinos y mexicanos.

Sin embargo, estas poblaciones carecen de actividades productivas que permitan mantener una dinámica económica de sostenimiento, la población joven abandona la región de origen, busca mejores condiciones económicas en poblaciones más urbanizadas, primero por motivos de estudios y luego por posiciones laborales, por lo que las tradiciones están en franco declive.[6].

Un gran reto representa contar con acciones que permitan detonar el desarrollo de esta región, tomando en consideración el factor relevante de la participación de los habitantes en la creación de autoempleo aprovechando las características de los elementos que existen en el contexto, por lo que es importante reforzar éste aspecto con información relevante a la participación activa de los pobladores, y acciones entorno al desarrollo de la formación de competencias, el perfil empresarial y la cultura de emprendimiento, con la intención de potenciar los esfuerzos.

En su obra Moya [7] resalta una serie de atributos que requieren los emprendedores en su quehacer de "hacer que las cosas sucedan", así mismo González Salazar [10] menciona algunos elementos necesarios para ser emprendedor, como son características y cualidades que deben tener los emprendedores, y destaca que pueden ser aprendidos y así desarrollar las competencias necesarias para ser exitoso al emprender negocios.

El Clúster como estrategia de negocio

Toda empresa que compita en una industria debe contar con una estrategia competitiva, ya sea explícita o implícita dentro de las actividades especificadas en cada uno de sus departamentos funcionales como or-

ganización, el conocimiento las dimensiones esenciales de la industria son una guía específica para la formulación de estrategias en ese ambiente. [9] En la nueva economía las empresas y los mercados son los que dominan la dinámica del cambio. Las principales características que rigen a todas las actividades económicas son los cambios estructurales y la transformación de la organización y la operación del capitalismo con la globalización, la interdependencia y la incertidumbre por los cambios, la nueva economía está determinada por tres impulsores fundamentales:

1- La transición de la era industrial a la nueva era del conocimiento.

2.- El cambio continuo, rápido y simultáneo.

3.- La globalización de los mercados. En la producción, vía la fábrica mundial; en las finanzas internacionales, vía dinero electrónico; en el comercio, vía los acuerdos de liberalización comercial e integración regional; y en las comunicaciones, vía la globalización de los flujos de información y del conocimiento.

Según Villarreal los impulsores de la nueva economía tienen como soporte la revolución tecnológica en la información, las telecomunicaciones y la manufactura asistida por computadora, la marcha acelerada de la tercera revolución tecnológica (con grandes transformaciones en informática, la microelectrónica, los nuevos materiales, la biotecnología, la nanotecnología y las telecomunicaciones), promueve y posibilita los procesos de globalización de las industrias, del comercio, los servicios y las finanzas, componentes característicos del capitalismo global [12].

Ante estos retos la micro empresa tiene por ende que incursionar en nuevas estrategias que le permitan ser competitivo en estos nuevos foros, no existe otra opción que salir a competir al mercado local e internacional con los recursos necesarios y suficientes para entrar en el nuevo juego de la hipercompetencia global. Este nuevo juego se demandan empresas, sectores, regiones y países competitivos y sustentables, dando lugar al nuevo enfoque de competitividad sistémica. De acuerdo con el Modelo de Competitividad Sistémica de Villarreal [12], existe una interacción dinámica entre varios sistemas que afecta el desempeño competitivo de las empresas:

a) El sistema definido por el grado de apertura económica y exposición a la globalización.

b) El sistema macroeconómico que define el ritmo de crecimiento y las condiciones de financiamiento e inversión; el sistema sectorial-industrial que define la densidad y solidez del tejido productivo de un país, estado o región.

d) El sistema institucional, definido por las reglas bajo las cuales funcionan los mercados y opera la economía en su conjunto, lo mismo que el Estado.

e) El sistema micro - empresarial, que es el núcleo base de la competitividad.

El funcionamiento de cualquiera de estos sistemas afecta a los demás de manera directa. De ahí que es imposible un entendimiento correcto de la competitividad o del crecimiento competitivo sin darse cuenta que existe interacción dinámica entre estos sistemas. Villareal define seis niveles dentro del sistema y formando parte de estos niveles define en ellos, diez capitales, sostenidos por sus respectivos pilares de la competitividad sistémica: microeconómico, meso económico, macroeconómico, internacional, institucional y político - Social [12].

En el nivel meso económico se ubica la competitividad consistente en:

- Empresas: articulando la micro, pequeña y mediana empresa con la grande.
- Sectores: formando conglomerados industriales y productivos (clúster).
- Regiones: formando polos de desarrollo regional.

Esto implica: Competitividad organizacional, competitividad logística, capital intelectual y sistema regional de innovación.

La competitividad sustentada en el Capital Organizacional, ésta se rige por la lógica de la articulación productiva entre empresas, entre sectores productivos e industrias (clúster) y finalmente entre regiones y países. Esta articulación cuando es eficiente, genera las economías de la aglomeración. La articulación productiva se da a su vez en tres subniveles, en los que incorporan esfuerzos específicos de organización empresarial y de promoción gubernamental, que son: Cadenas empresariales, conglomerados productivos o clúster y polos regionales.

El capital logístico se refiere al desarrollo de la infraestructura física, transporte y tecnológica que facilite la reducir los costos de transacción entre las empresas, e incorpora además la infraestructura para el desarrollo de capital humano y para la innovación y absorción tecnológica básica como los es: carreteras, puertos industriales, vías fluviales, aeropuertos, infraestructura energética y telecomunicaciones que sean además eficientes y competitivos internacionalmente.

El capital intelectual implica la innovación y construye una ventaja competitiva sustentable apoyada en el uso efectivo de las últimas tecnologías. La capacidad de mantener una ventaja competitiva en la investigación y el desarrollo tecnológico se explica por la creación y desarrollo de un entorno institucional óptimo, que incluye elementos como:

- Altas tasas de inversión en Investigación y Desarrollo.
- La capacidad de atraer al mejor talento de cualquier parte del mundo.
- La capacidad de innovar constantemente a lo largo de la cadena de valor en los procesos productivos.
- La capacidad de formar alianzas estratégicas entre instituciones públicas y las empresas.

En el nuevo enfoque de clúster se visualiza al individuo o la empresa, en la búsqueda su propio beneficio, pero también la del grupo como un sistema, optimiza la competitividad de su empresa y genera economías de aglomeración, que logra mediante:

- Alianzas estratégicas con: competidores, clientes y proveedores.
- Articulación entre empresas; cámaras empresariales.
- Cadena de confianza entre: sectores, empresas, trabajadores y gobierno.

En el mundo de hoy la ventaja competitiva básica reside en la capacidad de lograr mejoras en costo, calidad y servicio integral al cliente, mantener esta perspectiva es condición básica para sobrevivir.

La perspectiva regional surge como una mejor forma de representar las realidades económicas actuales. En la base de este enfoque se encuentra lo que se denomina análisis de clúster o encadenamientos productivos.

Las concentraciones de empresas que obtienen ventaja económica derivada de sus interacciones pueden relacionarse de dos maneras: entre "iguales" a través de la cooperación y la competencia, o jugando el rol de proveedores o clientes en la cadena de valor.

La forma de obtener ventaja es por medio del desarrollo y fortalecimiento de empresas competitivas sustentables tipo IFA: Inteligentes en organización, Flexibles en la producción y Ágiles en la comercialización. [12]

Para el caso de la puesta en marcha de conglomerados de micro empresas en micro regiones que posean atractivos distintivos, es relevante determinar competencias de perfil y cultura de emprendimiento para que la formación y desarrollo de capacidades y competencias contribuya, a que, desde su nacimiento, el conglomerado desarrolle competitividad.

La prestación de servicios de turismo alterativo.

El turismo alternativo es un concepto que agrupa actividades turístico-recreativas y que las personas realizan durante sus viajes y estancias, las cuales, a pesar de la diversa temática, convergen en que el atractivo focal en torno al cual giran es la naturaleza.

Este tipo de turismo surge como una contraposición al turismo convencional, pues busca que los viajes se lleven a cabo en localidades con un gran capital ambiental, en espacios y lugares desconocidos, que estimulen el desarrollo y la superación personal. Por otra parte, los practicantes de este tipo de turismo están dispuestos a pagar grandes sumas de dinero para conocer atractivos únicos de carácter natural o cultural.

Así pues, el Turismo Alternativo es más que una moda o un simple término para atraer visitantes, es el nombre

que se le da a un segmento de mercado bien definido y de gran relevancia en la sociedad contemporánea. La Secretaría de Turismo define al Turismo Alternativo, también llamado Turismo de Naturaleza, como “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”. Dentro del turismo alternativo se encuentran distintas modalidades, relacionadas entre sí por usar el capital ambiental como eje de las actividades tales como: Ecoturismo o Turismo Ecológico, Turismo Rural y Turismo de Aventura. [1]

Inventario de Atractivos Turísticos.

SECTUR lo define como “Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos: a) registro de información y, b) evaluación de los atractivos turísticos”. [1]

En base a esto, Casal [2] sugiere dos tipos de inventario: el inventario de ordenamientos para el primer punto, que se divide a su vez en dos grandes grupos: necesidades y recursos; y el inventario de atractivos para el segundo punto, que se divide también en dos grupos: reales y potenciales, dado que en las comunidades rurales se tiene mucho que ofrecer a todos aquellos que estén dispuestos a afrentarse a un mundo diferente del que conocen, dejando de lado la exuberancia de la ciudad y adentrándose a un mundo donde el hombre depende directamente del medio natural que lo rodea.

Lo que más llama la atención al turista que visita las comunidades rurales son: las costumbres, el folklore, los bailes, vestimenta, leyendas, la gastronomía, flora y fauna y demás elementos distintivos de la región [5].

MATERIAL Y MÉTODOS

Esta investigación es: campo, descriptiva, cualitativa. Para recopilación de la información: en un primer momento se realizó una entrevista cara a cara, con un grupo de 30 personas habitantes del lugar, con el apoyo del subdelegado del poblado El Triunfo quien convocó a la reunión. Se presentó el proyecto y los asistentes determinaron su interés en la participación en la integración del clúster, se establecieron los compromisos con los interesados a fin de recopilar la información y determinar que atractivos turísticos se tienen la zona, así como productos y servicios que son factibles de ofrecer, como son la fabricación artesanías y gastronomía, además del conocimiento sobre tradiciones de legados históricos y atractivos de la zona como son flora y fauna.

En la reunión se aplicó una plantilla de 5 preguntas básicas (ver tabla 1) a las personas que acudieron al llamado e interesadas en obtener información al respecto, se

tomó esta población por la demostración e interés por la asistencia al evento, teniendo:

Tabla 1. Productos que se ofrecen en la región/ manifiesto de interés de participar por los habitantes del Triunfo

Pregunta	Número de personas: Si	Número de personas: No
¿Cuál es el platillo típico de la localidad, sabe la receta para la preparación de este platillo?	20 (La Machaca Regional)	10
¿Elabora productos artesanales típicos de esta región?	1 (Cestos de palma y marcos de madera Choya)	29
¿Existen fuentes de autoempleo para sus descendientes en esta localidad?	5 (Temporal)	25
¿Está interesado en iniciar un proyecto de negocio para prestar servicios o vender productos a los visitantes y turistas que acuden a este lugar?	30 (Si, pero no sabe cómo hacerlo)	
¿Le interesa recibir capacitación o asesoría para formación de perfil emprendedor?	30	

Con el interés de visualizar que otras áreas alternativas de negocios potenciales existen en la región para aprovechar y diversificar opciones se identificó la flora y fauna endémicos del lugar, utilizando cédulas (ver tabla 2) que incluye información acerca de:

Tabla 2. Formato cedula de identificación. Fuente propia

Titulo
Fotografía
Video de muestra
Audio de entrevista
Bibliografías o consultas
Notas / Observaciones:
Datos de registros
¿Quién registró?
Fecha de registro:

Derivado de esta información se tiene como resultado que existen áreas de oportunidad para la generación de las unidades de negocios para la integración del clúster de turismo alternativo, con la participación de 30 emprendedores interesados en la participación en las áreas de:

- Ecoturismo: observación de la naturaleza, atractivos naturales del área, observación de flora, fauna y ecosistemas, talleres para salvar el medio ambiente y educación ambiental
- Turismo de aventura: montañismo, rapel, cabalgata y escalada.
- Turismo rural: fotografía rural, gastronomía, medicina natural, agroturismo, ecoarqueología, etnoturismo, talleres artesanales y vivencias místicas.

Así mismo fue aplicado un cuestionario para hacer un estudio socioeconómico a fin de establecer cuál es el ambiente, la dinámica y algunos atributos que rodea a los interesados, para tal efecto se consideraron los siguientes aspectos relevantes como son: ingreso económico, nivel de estudios, vivienda, servicios, cultura de ahorro entre otros.

Para procesar la información se graficó en Excel, de donde se obtiene:

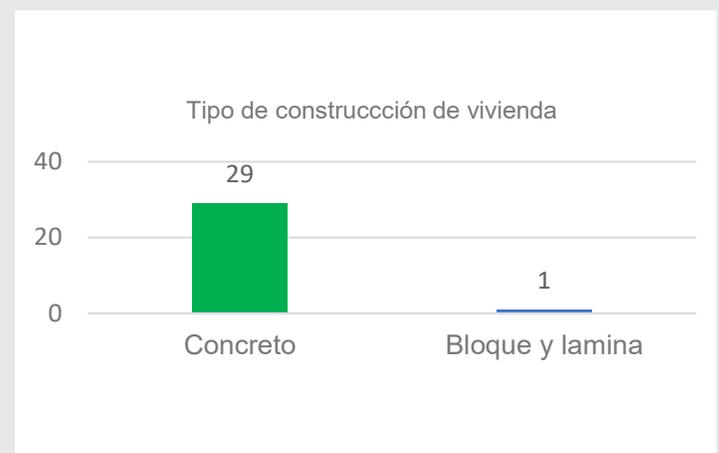


Figura 3. Tipo construcción vivienda habitantes del lugar. Fuente propia

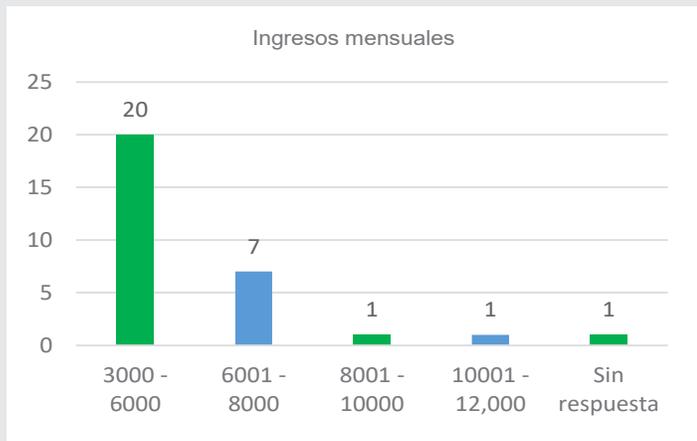


Figura 1. Ingreso económico, habitantes del lugar. Fuente propia

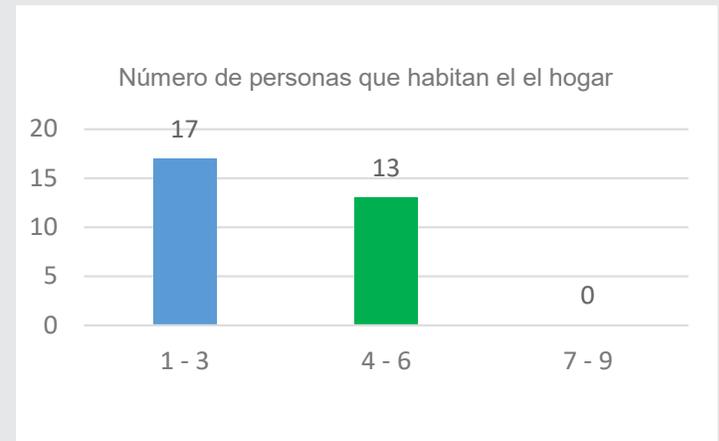


Figura 4. Personan habitan los hogares el lugar. Fuente propia

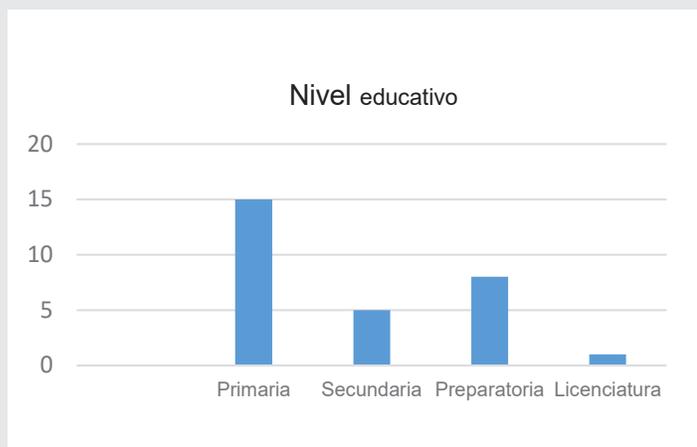


Figura 2. Nivel educativo habitantes del lugar. Fuente propia

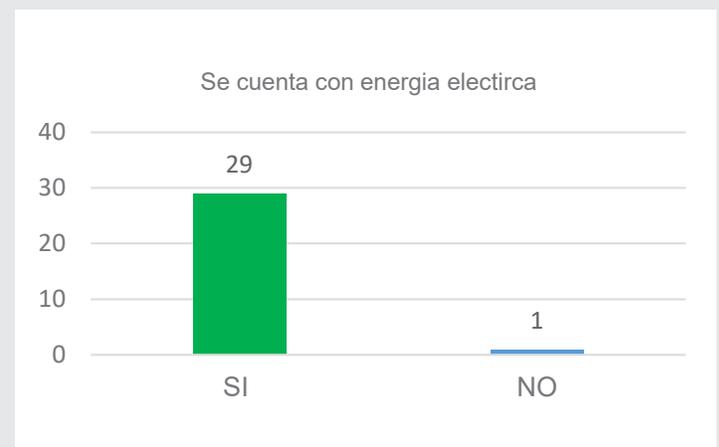


Figura 5. Servicios habitantes del lugar. Fuente propia

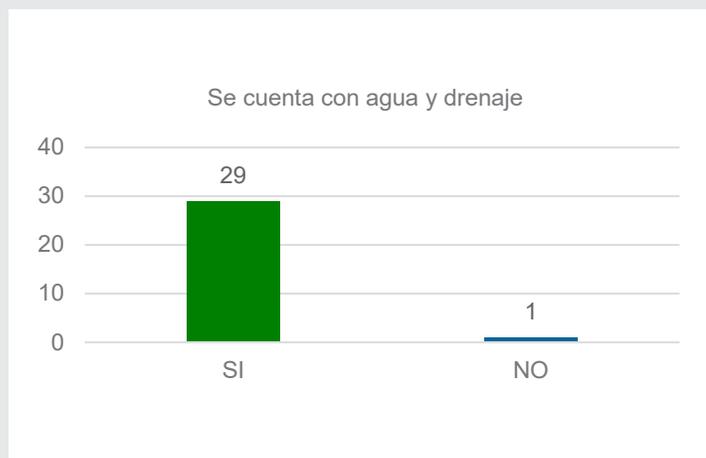


Figura 6. Servicios habitantes del lugar.
Fuente propia



Figura 7. Sistemas de comunicación en los hogares de los habitantes del lugar. Fuente propia



Figura 8. Cultura de ahorro de los habitantes del lugar.
Fuente propia

De igual forma se aplicó un cuestionario abierto, para saber si existe interés de los habitantes de la región en participar en la prestación de servicios de turismo alternativo, o venta de productos en la comunidad enfatizando, en el conocimiento las preferencias de los turistas y requerimientos de los mismos, los recursos naturales de la zona, el conocimiento de las actividades económicas y los ingresos, de la aplicación del cuestionario abierto se obtuvo que los habitantes del lugar:

- Visualizan beneficios potenciales en el sector turismo
- Comunidad si interés en enfocarse en otorgar servicios al turismo, pero no saben cómo hacerlo.
- Existen actividades en la región que denotan incremento del turismo.
- Se tienen en la actualidad más visitantes locales y extranjeros.
- Se han visto mejoras en relación al incremento del turismo.
- Es de su interés se respeten sus tradiciones.
- Los visitantes no le han generado problemas.
- Consideran que sus principales recursos son la tierra, el agua y la naturaleza.
- Se han percatado que en últimas fechas hay cambios con nuevos negocios y mejoras en la comunidad.
- Ignoran la existencia de programas de conservación de los recursos naturales en la región.

En relación a conocer aspectos relativos a la formación del perfil de emprendimiento, se aplicó la autoevaluación por medio de cuestionario ubicado en escala de frecuencia Likert, la que asume que la fuerza e intensidad de la experiencia es lineal, por lo tanto, va desde un totalmente de acuerdo a un totalmente desacuerdo, y considera que las actitudes pueden ser medidas. Aplicada en esta investigación para medir la percepción del nivel de desarrollo del perfil y cultura de emprendimiento en habitantes de la región, esta información permite: saber sobre fortalezas y debilidades en relación con la formación de perfil y cultura emprendimiento, y además conocer el compromiso del desempeño de las capacidades. Se ha utilizado la escala de valoración Likert considerando que es de fácil aplicación, y ofrece la medición de la autoevaluación. También permite analizar aspectos como actitudes o disposición a reaccionar de manera favorable o desfavorable ante un estímulo de una percepción respecto a la calidad, y engloba componentes: cognoscitivo (creencias), afectivo (sentimientos) y conductual, es un método en el que las personas aportan directamente datos y hacen una observación directa de sus conductas, es además muy sencilla de contestar.

Para estructurar la escala de valoración se consideraron 14 ítem, esta fue integrada por los criterios referidos por Moya Muñoz (2016) quien los denomina como "Competencias para el emprendimiento", quien coincide con González Salazar (2007) al referir los mismos

critérios para llevar a cabo el emprendimiento (Ver tabla 3)

Tabla 3. Criterios de autoevaluación referida al nivel de desarrollo del perfil y cultura de emprendimiento. Fuente propia con base en (Moya Muñoz, 2016)

Criterios	Atributos agrupados
1) Liderazgo	Capacidad de fijar objetivos, realizar seguimiento, orientar y motivar a los demás en consecución de objetivos, creando ambiente basado en confianza mutua y desarrollo personal/profesional
2) Tolerancia a incertidumbre	Capacidad para adaptarse y trabajar en diferentes y variadas situaciones cambiantes
3) Gestión de recursos	Capacidad para organizar y establecer los planes de acción necesarios para alcanzar objetivos fijados con los recursos disponibles: técnicos, económicos y humanos.
4) Negociación	Capacidad de resolver conflictos de intereses logrando acuerdos satisfactorios para ambas partes, crear un ambiente de colaboración con compromisos duraderos que fortalezcan la relación.
5) Creatividad	Capacidad para plantear soluciones nuevas y diferentes, resolución de problemas reales, análisis de requerimientos por clientes o por actividad.
6) Trabajo en equipo	Capacidad para fomentar ambiente de colaboración, comunicación y confianza entre los miembros del equipo y con socios estimulándolos hacia el logro de los objetivos comunes.
7) Gestión de riesgo	Capacidad de desenvolverse en escenarios arriesgados y de incertidumbre, toma decisiones asertivas, con actitudes investigativas bien informados, y sentido de responsabilidad.
8) Visión de negocio	Capacidad para detectar y generar oportunidades, interpretar variaciones de tendencias en el mercado y reconocer los peligros y las fuerzas externas que repercuten en la competitividad y efectividad del negocio.
9) Necesidad de independencia	Capacidad para tomar decisiones propias, asumir responsabilidad de resultados logrados, favorables o desfavorables sin pensar en culpables o benefactores.
10) Resolución de problemas	Capacidad de aportar soluciones factibles ante problemáticas actuales y previsibles que respondan a expectativas del cliente.
11) Comunicación	Capacidad para transmitir de forma efectiva: ideas, intenciones, conocimientos, información; hacer preguntas, comprender y escuchar activamente para llevar adelante un propósito
12) Capacidad de aprendizaje	Capacidad para evaluar con frecuencia y profundidad el comportamiento propio ubicado en el contexto real, desaprender y mirar desde otra perspectiva lo que se consideraba seguro, realizar mejoras en el comportamiento a partir del análisis de experiencias anteriores.
13) Orientación a resultados	Predisposición de actuar con interés por conseguir objetivos establecidos previamente, con metas y actividades estratégicas, buscando el desempeño competitivo.
14) Proactividad	Capacidad para actuar con anticipación, demostrando interés y preocupación por los requerimientos de los clientes (interno/externo).

Para la determinación de la fiabilidad la frecuencia se utilizó la aplicación de SPSS, teniendo:

Tabla 4. El coeficiente Alfa de Cronbach oscila entre el 0 y el 1. Cuanto más próximo este a 1 más consistentes serán los ítems entre si (y viceversa), a mayor longitud del test, mayor es alfa (α).

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.896	.906	14

El análisis de fiabilidad ha permitido determinar el grado en que los elementos del cuestionario se relacionan entre sí, y así identificar elementos que deberían ser excluidos de la, escala. Para este caso Alfa de Cronbach mide la correlación entre elementos promedio.

Se obtuvieron todas las tablas de frecuencias referidas a los 14 criterios establecidos de ellos, se incluyen: Liderazgo, tolerancia a incertidumbre y gestión de recursos.

Tabla 5 Liderazgo

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
V	Sin respuesta	1	3.2	3.2
Á	En desacuerdo	1	3.2	6.5
L	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	16.1	22.6
I	De acuerdo	8	25.8	48.4
D	Totalmente de acuerdo	16	51.6	100.0
O	Total	31	100.0	100.0

Tabla 6. Tolerancia a incertidumbre

	Frecuencia	%	% Válido	% acumulado
V	Sin respuesta	2	6.5	6.5
Á	Ni De acuerdo ni en desacuerdo	7	22.6	29.0
L	De acuerdo	13	41.9	71.0
I	Totalmente de acuerdo	9	29.0	100.0
D	Total	31	100.0	100.0

Así mismo fue utilizada la escala de autoevaluación Likert, método de investigación para evaluar opiniones y actitudes de las personas respectivamente a los crite-

rios considerados. La información obtenida se concentró en una matriz, (ver tabla 4) en donde se muestra la valoración del resultado de la aplicación de la escala Likert, y posteriormente graficar en Excel (ver gráfico 9)

Tabla 7. Gestión de recursos

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
V				
á				
li				
d				
o				
	Sin respuesta	4	12.9	12.9
	Totalmente en desacuerdo	1	3.2	16.1
	En desacuerdo	2	6.5	22.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	22.6	45.2
	De acuerdo	6	19.4	64.5
	Totalmente de acuerdo.	11	35.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0

con las repuestas de la autoevaluación en el nivel de medición 5 Totalmente de acuerdo, identificado como el nivel positivo más alto, por lo que se han tomado en consideración para su ubicación en la matriz de análisis FODA.

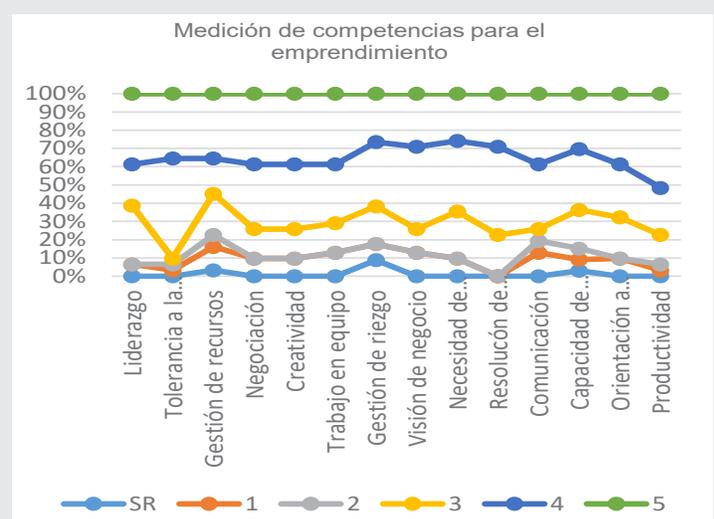


Figura 9 Medición de competencias para el emprendimiento. Fuente propia, aplicación del cuestionario de autoevaluación.

Así mismo existen debilidades que se pueden considerar como oportunidades de mejora como aspectos de: comunicación, tolerancia a la incertidumbre, la gestión de recursos y productividad.

Tabla 8 Matriz de concertación de respuestas de la autoevaluación de la escala Likert.

CRITERIOS	S/R	1	2	3	4	5
1 Liderazgo		2		10	7	12
2 Tolerancia a la incertidumbre		1	1	1	17	11
3 Gestión de recursos		4	2	7	6	11
4 Negociación		3		5	11	12
5 Creatividad		3		5	11	12
6 Trabajo en equipo		4		5	10	12
7 Gestión de riesgo	3	3		7	12	9
8 Visión de negocio		4		4	14	9
9 Necesidad de independencia		3		8	12	8
10 Resolución de problemas				7	15	9
11 Comunicación		4	2	2	11	12
12 Capacidad de aprendizaje	1	2	2	7	11	10
13 Orientación a resultados		3		7	9	12
14 Productividad		1	1	5	8	16

Se graficó la información en Excel obteniendo:

En las tablas de datos se observa que se cuenta acentuadas fortalezas que se pueden capitalizar en favor de participación de los habitantes en la formación del conglomerado de empresas de turismo alternativo, tomando en consideración los atributos relacionados con los 14 criterios establecidos (ver tabla 2), e identificado

ANÁLISIS

Aplicación de la herramienta que proporciona la planeación estratégica (Steiner, 1998), Matriz FODA para detectar oportunidades de mejora, y la generación de estrategias.

Con este análisis se determinan 5 acciones estratégicas para que conformación de la propuesta:

- 1.- Gestionar coordinación entre agentes privados y públicos.
- 2.- Plan de capacitación y desarrollo de habilidades y competencias en: proceso de producción, atención y servicio al cliente.
- 3.- Bajo el esquema de Coach, Duhne [3] Diseñar las unidades de negocios que integren el clúster. Tipo IFA: Organización inteligente, Producción flexible y Comercialización ágil.
- 4.- Diseñar la unidad administrativa del clúster a fin de conglomerar las unidades de negocio, así como integrar la cadena de valor que englobe todo el sistema organizativo
- 5.- Programa de intervención, conocimiento de conceptos y beneficios. para fortalecer el perfil y cultura de emprendimiento.

Tabla 9. Identificación de FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo sostenible relacionado con naturaleza. -Monumentos históricos y artísticos. -Turismo alternativo. -Habitantes carácter abierto y hospitalario -Productos regionales. -Destino "seguro" y atractivo -Buena ubicación geográfica. -Diversidad de recursos para confeccionar productos y servicios -Potenciales emprendedores dispuestos a la participación -Sector privado y público cualificados y abiertos a las nuevas tendencias promocionales y a la utilización de las tecnologías de la información. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Escasa gestión en coordinación de destinos. -Productos regionales desconocidos por turistas -Sin señalización identificable de la zona. -Escasa conexión entre agentes turísticos -Vías de comunicación deficientes. -No identificado el grado de satisfacción de usuarios -Escasa comunicación de la oferta turística -Escasa producción de productos regionales. -Escasa cualificación del personal en atención al turista -Escasa cualificación en tecnicismo en inglés. -Pocos recursos económicos asignados al turismo. -Recursos económicos bajos de los habitantes. - No existe página web.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marcas de Destino mejor posicionadas - Rutas con mejores accesos y vista. - Destinos de competencia muy directa con mayores presupuestos dedicados a sus estrategias turísticas 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gestionar coordinación entre agentes privados y públicos. -Plan de capacitación y desarrollo de habilidades y competencias en: proceso de producción, atención y servicio al cliente. -Diseñar las unidades de negocios que integren el clúster. -Diseñar la unidad administrativa del clúster a fin de conglomerar las unidades de negocio, así como integrar la cadena de valor que englobe todo el sistema organizativo. -Fortalecer el perfil y cultura de emprendimiento en los interesados a integrar el clúster con la intervención en un programa de información, conocimiento de conceptos y beneficios, determinación de objetivos y acciones estratégicas. -Utilización de tecnología para proyecto de comercialización del destino turístico. -Gestionar permisos y apoyos para el proyecto en dependencias del gobierno. -Gestionar certificaciones de normas de calidad según aplique para la elaboración de productos y servicios - Cursos idioma inglés básico. - Gestionar la promoción de la región a través de Secretaria de Turismo.

RESULTADOS

Esta propuesta el resultado de la investigación llevada a cabo en la Micro región Sur de La Paz B.C.S, se desarrolló a través de la aplicación de instrumentos para recopilar datos esa localidad, en la que como en muchas localidades de nuestro entorno se está presentando el fenómeno de pueblos fantasmas, por la migración de la población en la búsqueda de mejores oportunidades de vida. Sin embargo, con esta propuesta se rescata la posibilidad de la generación del autoempleo dado que, con la formación del perfil y cultura de emprendimiento, se facilita se pongan en marcha estrategias de mercadotecnia como es la formación del clúster de turismo alternativo, estrategia que en otros países (España) así como en otros estados de México tal como el ejemplo en León, Guanajuato, en la industria del calzado con la formación del clúster, han tenido casos de éxito.

Tomando en consideración las acciones estratégicas se estructura el plan de acción a saber:

Plan de acción para la formación del perfil y cultura de emprendimiento.

Objetivo: Presentar acciones que permitan en conjunto representar una estrategia para que los interesados en pertenecer al clúster de turismo alternativo fortalezcan el perfil y cultura de emprendimiento.

Misión: Crear y mantener el perfil de emprendimiento con base en el desarrollo de las habilidades, conocimientos y características que deben tener las personas para llevar a cabo cualquier idea, sin tener el temor a emprender y así lograr la realización de sus metas con éxito.

Visión: Lograr el desarrollo constante del perfil de emprendimiento adquiriendo habilidades, conocimientos y características para emprender con éxito.

Propuesta para fortalecer el perfil y cultura de emprendimiento de los habitantes de la región sureste del municipio de La Paz. Fuente propia (Ver Anexo A) Tabla 10.

CONCLUSIONES

Esta propuesta de acciones se diseñó con base en el interés de incidir en la problemática que se presenta en esta región, la disminución de la población por falta oportunidades de trabajo en el lugar. El objetivo planteado, diseñar propuesta para fortalecer el perfil y cultura de emprendimiento, se ha cumplido a través de la recopilación de la información, procesamiento y análisis de los datos. Un elemento clave para la obtención de la información ha sido el interés y la participación del Subdelegado de El Triunfo quien está comprometido para que se logre el desarrollo de la región, fue el punto de unión entre los habitantes de la localidad y la disponibilidad de la información para llevar a cabo la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

[1] 2012, I. d. (2012). *Estrategia: hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos*. México: Secretaría de Turismo.

[2] Casal, F. (2002). *Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*. Turismo alternativo. México: Trillas.

[3] Duhne, Carmen. Garza L. Quintanilla A.M. (2008). *Coaching Ejecutivo. Una opción practica para lograr el desarrollo de la gente*. México.: Trillas

[4] Gronroos, C. (1994). *Marketing y Gestión de Servicios*. Madrid, España,: Diaz Santos.
Margarita, M. L. (2007). *Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert*. México: Trillas .

[5] Meza, S. F. (2018). *Plan estratégico para la operación de una red de productos y servicios turísticos en la comunidad de San Antonio B.C.S. La Paz: ITLP.*

[6] Morales Santos, A. M. (2017). *El turismo alternativo a través de redes de servicios para el desarrollo de la comunidad de San Antonio, La Paz BCS. La Paz: ITLP.*

[7] Moya Muñoz, P. (2016). *Competencias para el emprendimiento*. Santiago de Chile: Laboratorio de Innovación y Emprendimiento.

[8] Murillo Acevedo, A. L. (2012). *Tesis: "Diagnostico y Perspectivas del Turismo Alternativo en Todos Santos, Baja California Sur"*. La Paz, B.C.S. La Paz .

[9] Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva. tecnicas para el analisis de los sectore industriales y de la competencia*. México: Patria.

[10] Salazar, D. M. (2007). *Plan de negocios para emprendedores al éxito*. Monterrey N.L. Mc. Graw Hill.

[11] Steiner, G. A. (1998). *Planeación estratégica, lo que todo director debe saber, una guía paso a paso*. México: CECSA.

[12] Villareal, R. (2015). *Un Modelo de Asociatividad y Competitividad Sistemica, en la Cadena Global de Valor*. México: Centro de Capital Intelectual y Competitividad.

[13] www.datatur.sectur.gob.mx/SitePage/Glosario. n.d.

[14] www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/m5mh.aspx?c=28004&s=est. n.d.

[15] www.nuestro-méxico.com/Baja-California- Sur/ La Paz/Áreas. n.d.

[16] www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/AsistenciaCapacitacion/Documents/boletin/b58/reseñas/resena3.htm. n.d.

ANEXO A: Tabla 10 Acciones estratégicas

Objetivos	Acciones estratégicas	Plazo	Recursos	Indicadores	Unidad/medida
1.-Gestionar coordinación entre agentes privados y públicos.	1.1-Programa de comunicación 1.2-Contenido temático 1.3-Bitácora y gestión de acuerdos	3 meses	-Computadora -Papelería: material de oficina. Internet	Seguimiento de bitácora cubriendo el 100% de contenidos en el tiempo estimado	%
2.-Plan de capacitación y desarrollo de habilidades y competencias en: proceso de producción, atención y servicio al cliente	2.1-Diseño del plan 2.2-Contendidos, competencias a desarrollar. 2.3- Planeación de recursos. 2.4- Puesta en marcha	6 meses	Área para cursos. Mesas sillas, Computadora, proyector de multimedia. Papelería.	Número de participantes, cubriendo el 100% de contenidos del plan de capacitación en el tiempo estimado para el programa de cursos	%
3.-Bajo el esquema de Coach, Diseñar las unidades de negocios que integren el clúster. Tipo IFA: -Organización inteligente -Producción flexible -Comercialización ágil	3.1-Estudio de mercado 3.2-Ingeniería del proyecto 3.3 -Diseño organizativo 3.4-Análisis financiero 3.5-Descripción y análisis de impactos	6 meses	Área para de trabajo. Mesas sillas, Computadora, proyector de multimedia. Papelería.	Diseño de 100% de las unidades de negocios	%
4.-Diseñar la unidad administrativa del clúster a fin de conglomerar las unidades de negocio, así como integrar la cadena de valor que englobe todo el sistema organizativo	4.1-Integración de la cadena de valor: -Innovación -Manufactura -Logística y distribución -Marketing, 4.2- Tecnología a fin de implementar estrategias de comercialización. 4.3-Gestiones públicas y privadas 4.4-Identificación y cumplimiento de normas de calidad y certificaciones aplicables. 4.5-Capacitaciones y entrenamientos. 4.6- Gestión de recursos.	6 meses	Área para de trabajo. Mesas sillas, Computadora, proyector de multimedia. Papelería	Unidad administrativa de negocios con capacidad de atención al conglomerando 100% de las Unidades de Negocio en el tiempo estimado.	1
5.-Diseño del programa de intervención, conocimiento de conceptos y beneficios. para fortalecer el perfil y cultura de emprendimiento.	5.1-Determinación de objetivos, metas, acciones estratégicas y plazos para la puesta en marcha.	6 meses	Área para de trabajo. Mesas sillas, Computadora, proyector de multimedia. Papelería	Número de participantes en el clúster, cubriendo el 100% del programa	%