

# **Desempeño económico y competitividad de empresas turísticas de transporte de pasajeros en Colima (2018)**

Economic performance and competitiveness of tourist passenger transport companies in Colima (2018)

---

Pablo Adrián Magaña Sánchez<sup>1</sup>

---

Mario de Jesús Naranjo González<sup>2</sup>

---

Recibido: 25/10/2019

Aceptado: 25/11/2019

---

<sup>1</sup> Profesor-investigador de la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad de Colima. Correo electrónico: pablo\_magana@ucol.mx

<sup>2</sup> Profesor-investigador de la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad de Colima. Correo electrónico: naranjo@ucol.mx

## Resumen

Este trabajo muestra cuáles son los subfactores y las variables de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima. Se utilizó un cuestionario para obtener información. Los resultados más relevantes, son: El riesgo de incremento en los precios en el transporte de servicios turísticos es alto, el tipo de cambio beneficia la competitividad de las empresas de transporte turístico del Estado de Colima. La conclusión principal es de que se lograron el objetivo general, objetivo el específico, preguntas de investigación e hipótesis planteados en esta investigación.

## Palabras clave

Competitividad, desempeño económico, empresas turísticas.

## Abstract

This work shows which are the subfactors and the variables of Economic Performance that affect the competitiveness of the tourist companies that provide passenger land transport services in the state of Colima. A questionnaire was used to obtain information. The most relevant results are: The risk of increasing prices in the transport of tourist services is high, the exchange rate benefits the competitiveness of the tourist transport companies of the State of Colima. The main conclusion is that the general objective, specific objective, research questions and hypotheses raised in this investigation were achieved.

## Keywords

Competitiveness, Economic Performance, Tourism companies.

## Introducción

**H**oy en día todas las empresas buscan ser competitivas, los diferentes clientes cada día se encuentran más informados de lo que pasa en el mundo por el fácil acceso al internet, por lo tanto los diferentes proveedores de productos o servicios deben estar más ocupados en cómo poder satisfacer las diferentes necesidades, deseos o temores de los clientes cada vez más exigentes y que, podemos comentar, que se encuentran en su derecho de exigir ya que son éstos los que pagan por dichos productos o servicios. Por lo anteriormente expuesto los diferentes proveedores se encuentran obligados a realizar el máximo esfuerzo y al menos poder cumplir las expectativas de sus clientes donde algunos de estos proveedores van más allá que cumplir, sino que buscan superar las expectativas de sus consumidores o usuarios. Para Porter (2006) las empresas tienen ventajas competitivas que nacen de muchas actividades que se ejecutan al diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar su producto. Cada una de éstas contribuye a su posición relativa en costos y sienta las bases de la diferenciación. Las empresas son un conjunto de actividades cuyo fin es diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar sus productos o servicios. Ésta se puede representar por medio de la cadena de valor que es una herramienta básica para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar medios para crearla y mantenerla. La cadena de valor también puede contribuir al diseño de la estructura organizacional.

## Planteamiento del problema

En relación con lo que comenta Porter (2006), tiene cierta similitud con las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima al prestar sus servicios, por lo tanto es imprescindible, necesario e importante llevar a cabo un estudio a detalle de este tipo de problema, con la finalidad de que los dueños o gerentes de estas empresas puedan conocer cuáles son los subfactores y variables que inciden en la competitividad bajo el

factor de eficiencia en los negocios, de esta manera estas empresas podrían tener datos importantes que les permitieran tomar decisiones para lograr potencializar los diferentes servicios que otorgan día con día. Si consideramos esto como un punto inicial será necesario identificar las diferentes actividades que generan valor para los usuarios, a partir del análisis de la cadena de valor de las empresas objeto de estudio de esta investigación.

Al enfocarnos en las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima, hemos logrado investigar que éstas se encuentran trabajando sin realizar un diagnóstico a través de la cadena de valor, para poder identificar, reconocer y diferenciar las diversas actividades de donde emergen las ventajas competitivas, de la misma forma poder alcanzar el éxito llevando a cabo estrategias y tácticas de diferenciación o liderazgo a bajo costo y de igual manera el cómo utilizar las tecnologías de información y comunicación (TIC) como parte de una estrategia que permita ser más competitivo en este sector. Es importante señalar que no sólo implica crear una estrategia competitiva, sino que también es necesario sostener dichas ventajas competitivas. Al hacer referencia a las empresas objeto de estudio de esta investigación, se han tenido algunos acercamientos con los empresarios de éstas y podemos percatarnos de que no están cumpliendo al cien por ciento sus objetivos, es decir, no están siendo competitivas. Es éste el punto de partida del problema de esta investigación, por lo que se consideró estudiar a detalle a este tipo de empresas en el estado de Colima. Es importante que los dueños o gerentes de estas empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima puedan crear propuestas tangibles y reales, esto ayudaría a resolver su problemática.

## Objetivos

### Objetivo general

Conocer cuáles son los subfactores de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima

### Objetivos específicos

Identificar cuáles son los variables de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima

### Preguntas de investigación

¿Los subfactores de desempeño económico inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima? ¿Cuáles son los subfactores de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima? ¿Cuáles son las variables de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima?

### Hipótesis general

Los subfactores de desempeño económico y las variables de desempeño económico inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima.

### Hipótesis específicas

H1. Los subfactores de desempeño económico inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima. H2. Las variables de

desempeño económico inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima. H3. Los subfactores economía doméstica, comercio internacional, empleo y precios inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima. H4. Las variables de desempeño económico que más inciden en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima, son: El riesgo de incremento en los precios en el transporte de servicios turísticos es alto; el tipo de cambio beneficia la competitividad de las empresas de transporte turístico del estado de Colima; el costo anual de las rentas de oficinas para el transporte de servicios turísticos es alto; y la tasa de inflación de los precios de consumo anual en el estado de Colima es alta.

## Marco teórico/revisión de la literatura

Para efectos de esta investigación es necesario hacer referencia al concepto de desempeño económico. Se entiende por desempeño económico como la forma en que las empresas trabajan de manera efectiva para aumentar la calidad de sus productos o servicios para que sea reconocida en su ramo y además posicionarse con los diferentes públicos existentes para poder facilitar un crecimiento económico sostenido. De esta manera el desempeño económico va de la mano con el crecimiento económico y que se refiere a la capacidad que tiene un país para crear riqueza, prosperidad y bienestar económico y social de sus habitantes. Además de los accionistas, la empresa necesita posicionarse adecuadamente ante sus consumidores, proveedores y gobierno, cuyas interacciones se caracterizan por relaciones de poder asimétrico y, en ocasiones, intereses contrarios; esto es, los objetivos de maximización individual de los intereses de cada uno de los grupos admiten una vasta gama de variantes, sin existir una que pueda maximizar todos ellos simultáneamente (Oliveira, López, & Moneva, 2013).

## Conceptos de competitividad

La competitividad se puede definir desde varias perspectivas por lo cual nos hemos dado a la tarea de recopilar los conceptos de competitividad basándonos en diversos autores: Garelli (2004), del IMD, define la competitividad como la capacidad del entorno de una nación para mantener la creación de valor añadido y, por consiguiente, la competitividad de sus empresas (Ramos, 2001), y según Scott y Lodge (1985), definen a la competitividad de las naciones como la habilidad que tiene una nación de crear, producir, distribuir productos o servicios, en el comercio internacional, mientras obtiene utilidades crecientes sobre sus recursos. “Competitividad es la capacidad de un país, un sector o una firma particular de participar en mercados extranjeros” (Feenstra, 1989). Por otro lado, “competitividad es la capacidad de obtener ganancias a través de las exportaciones” (Helleiner, 1989); “competitividad es la habilidad sostenida de obtener ganancias y mantener una participación de mercado [...] Esta definición presenta tres dimensiones importantes y medibles: ganancias, participación de mercado y, por medio de la palabra ‘sostenible’, adopta el aspecto temporal” (Dure, Martin, & Westgren, 1992). “En el mundo de hoy, no son sólo los productos los que compiten, pero en ellos podemos ver la competencia de los sistemas de producción, tecnológicos y educacionales” (Rosales, 1990). La competitividad incluye tanto la eficiencia (alcanzar los objetivos al costo más bajo posible), como la efectividad (tener los objetivos adecuados [Buckley, 1988]). Y es la capacidad técnico-económica y de calidad que tienen las empresas en la forma de elaborar sus productos, siendo eficientes en sus gestiones ante el gobierno, como en sus actividades cotidianas y estando actualizados en todo tipo de infraestructura tanto física como tecnológica (Magaña, 2013). Porter señala que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias, para innovar y mejorar (Porter, 1990).

### *Transporte turístico terrestre*

Se considera que la relación que existe entre el turismo y el transporte nace desde el siglo XIX, cuando los ferrocarriles surgen como medio de transporte en Europa y Estados Unidos, los cuales eran utilizados para transportarse a museos y visitar los monumentos por razones de esparcimiento y recreación. Seguido de esto se crean los primeros vehículos de combustión interna como medio de desplazamiento, los cuales con el paso del tiempo se convierten en uno de los transportes con características turísticas, ya que son un medio de transporte no regular, lo que significa que no cuentan con horario o rutas establecidas si éstos no pertenecen a ninguna línea de transporte en particular. Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, debidamente homologado y habilitado por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes (Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control de Transporte Terrestre, 2018).

## Metodología

El instrumento que se utilizó, para efectos de esta investigación, fue un cuestionario de 23 preguntas con una escala de 1 a 6 que se aplicó en 2018. Este cuestionario tiene validez y confiabilidad a través del alfa de Cronbach del 0.72 y ya se ha utilizado en otras investigaciones, de donde se tomó como base el factor desempeño económico que es uno de los cuatro factores del IMD. Las preguntas estaban divididas de la siguiente manera; cuatro preguntas referentes al factor economía doméstica donde se cuestiona sobre las inversiones para incrementar los activos fijos, gasto del último año, la distribución de la inversión entre los activos y la inversión para adquirir nuevas empresas. Ocho preguntas del factor comercio internacional; aquí se realizan pregun-



tas sobre el valor de las exportaciones de bienes y servicios en el último año, la gestión portuaria en Manzanillo, cantidad de las actividades de importación y exportación de bienes y servicios, costos de importación de las mercancías y las facilidades administrativas que reciben las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros. Cuatro más del factor inversión internacional; aquí se cuestiona sobre los flujos de inversión directa de capital en el extranjero, financiamiento, importaciones y exportaciones realizadas por las empresas mencionadas. Cuatro preguntas del factor empleo, con preguntas relacionadas con el total de empleos que generan las mismas empresas, oferta de trabajo y la tasa de desempleo de la fuerza laboral. Por último, tres preguntas del factor precios del que se realizan preguntas sobre la tasa de inflación de los precios de consumo anual en las empresas señaladas en líneas anteriores, riesgo de incremento en los precios y el costo anual de las rentas de oficinas para la gestión de éstas. La investigación se llevó a cabo en campo, donde se le solicitó al gerente de la empresa su colaboración en el llenado del cuestionario señalado anteriormente. Posteriormente, a través de un análisis estadístico se logró identificar cuáles son los factores y variables que inciden en la competitividad de las empresas motivo de estudio.

Cabe señalar que para poder identificar cuántas empresas de servicios turísticos de transporte terrestre de pasajeros existen, en el estado de Colima, se recurrió a la SECTUR (Secretaría de Turismo) para determinar cuál sería la población objeto de estudio y se encontró que se encuentran registradas en esta Secretaría diez empresas en todo el estado de Colima, de las cuales sólo participaron ocho de estas diez, argumentando diversas situaciones las dos restantes que decidieron no participar en esta investigación. El tratamiento estadístico o las herramientas que se utilizaron fueron las siguientes: 1. Estandarización de las variables (A. Lind, G. Marchal, & A. Wathen, 2012) 2. La media aritmética es una medida de ubicación muy utilizada (A. Lind, G. Marchal, & A. Wathen, 2012). Esta técnica se utilizó para integrar las 23 variables en un solo índice. Para esta investigación se conside-

raron medias diferentes para cada una de las empresas estudiadas y utilizando el programa SPSS versión 22, después estas medias se convirtieron o se estandarizaron y el valor medio es el 50%, es decir, la mediana representa el 50% y la interpretación de los resultados donde se muestran valores del 50% hacia arriba o del 50% hacia abajo significa que están por arriba de la media en términos de competitividad o están por debajo. Las dos herramientas estadísticas anteriores nos permitieron identificar los factores y variables de desempeño económico que inciden en la competitividad de las empresas motivo de objeto de estudio, donde los valores arriba del 50% se considera que son los que están ubicados arriba de la media en relación con la competitividad y del 50% hacia abajo están por debajo de la media en relación con la competitividad.

A continuación, se presenta la validez y confiabilidad del cuestionario que se utilizó, considerando sólo los factores de desempeño económico para la presente investigación.

Índice de competitividad	Cuestionario de competitividad escala 1-6 y una pregunta abierta										Alfa de Cronbach	
Desempeño económico												0.72
1. Economía doméstica	ED1	ED2	ED3	ED4								
2. Comercio internacional	CI1	CI2	CI3	CI4	CI5	CI6	CI7	CI8				
3. Inversión internacional	II1	II2	II3	II4								
4. Empleo	EM1	EM2	EM3	EM4								
5. Precios	P1	P2	P3									
Eficiencia gubernamental												0.678
1. Finanzas públicas	FP1	FP2	FP3									
2. Política fiscal	PF1	PF2										

*Continúa en la página siguiente.*

*Viene de la página anterior.*

Índice de competitividad	Cuestionario de competitividad escala 1-6 y una pregunta abierta												Alfa de Cronbach
3. Marco institucional	MI1	MI2	MI3	MI4	MI5	MI6	MI7	MI8					
4. Legislación empresarial	LE1	LE2	LE3	LE4	LE5	LE6	LE7	LE8	LE9	LE10	LE11	LE12	
5. Marco social	MS1	MS2											
Eficiencia en los negocios													0.913
1. Productividad y eficiencia	PE1	PE2											
2. Mercado laboral	ML1	ML2	ML3	ML4	ML5	ML6	ML7	ML8	ML9	ML10	ML11		
3. Finanzas	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F8						
4. Gestión	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10			
5. Actitudes y valores	AV1	AV2	AV3										
Infraestructura													0.771
1. Infraestructura básica	IB1	IB2	IB3										
2. Infraestructura tecnológica	IT1	IT2	IT3	IT4									
3. Infraestructura científica	IC1												
4. Salud y medioambiente	SMA1	SMA2	SMA3	SMA4									
5. Educación	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7						
													77.05%

## Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de esta investigación:

Tabla 1

Subfactores y variables del factor desempeño económico de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros en el estado de Colima que están por arriba de la media en materia de competitividad de acuerdo con la estandarización de variables

Desempeño económico	Economía doméstica	En el último año las Inversiones que realizó para incrementar sus activos fijos fueron suficientes	0.5162
	Economía doméstica	El consumo (gasto) realizado en el último año fue muy alto	0.5150
	Economía doméstica	El reparto o distribución de una inversión entre diversos valores o activos son insuficientes	0.5126
	Economía doméstica	La inversión para adquirir nuevas empresas, activos y/o valores es insuficiente	0.5073
	Comercio internacional	El transporte de servicios turísticos en el estado de Colima facilita la importación y exportación de bienes y servicios	0.5098
	Comercio internacional	Los costos de Importación de Mercancías en el puerto son muy bajos.	0.5166
	Comercio internacional	El tipo de cambio beneficia la competitividad de las empresas de transporte turístico del estado de Colima	0.5255
	Empleo	El total de empleos que genera el transporte de servicios turísticos anualmente (2018) es alto	0.5000
	Precios	La tasa de inflación de los precios de consumo anual en el estado de Coliman es alta	0.5164
	Precios	El riesgo de incremento en los precios en el transporte de servicios turísticos es alto	0.5370
Precios	El costo anual de las rentas de oficinas para el transporte de servicios turísticos es alto	0.5198	

Fuente: Elaboración propia, aplicando SPSS versión 22.

## Discusión

De la anterior tabla podemos mencionar lo siguiente: Los subfactores y las variables inciden de manera positiva en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima, bajo el factor de desempeño económico, por arriba de la media, donde la media representa el 50%; en total son once variables del factor de infraestructura desglosados de la siguiente manera:

A) Cuatro variables del subfactor economía doméstica que se refieren así:

1. En el último año las inversiones que realizó para incrementar sus activos fijos fueron suficientes.
2. El consumo (gasto) realizado en el último año fue muy alto.
3. El reparto o distribución de una inversión entre diversos valores o activos son insuficientes.
4. La inversión para adquirir nuevas empresas, activos y/o valores es insuficiente.

B) Tres variables del subfactor comercio internacional que se refieren así:

1. El transporte de servicios turísticos en el estado de Colima facilita la importación y exportación de bienes y servicios.
2. Los costos de importación de mercancías en el puerto son muy bajos.
3. El tipo de cambio beneficia la competitividad de las empresas de transportes turísticos del estado de Colima.

C) Una variable del subfactor empleo que se refiere así:

1. El total de empleos que genera el transporte de servicios turísticos anualmente (2018) es alto.

D) Finalmente tres variables del subfactor precios que se refieren así:

1. La tasa de inflación de los precios de consumo anual en el estado de Coliman es alta.

2. El riesgo de incremento en los precios en el transporte de servicios turísticos es alto.
3. El costo anual de las rentas de oficinas para el transporte de servicios turísticos es alto.

## Conclusiones

Como conclusión podemos mencionar que los objetivos, preguntas de investigación e hipótesis planteadas en este documento se cumplieron al 100 %. Con este trabajo se logró tener un acercamiento con los dueños o gerentes de las empresas motivo de objeto de estudio y conocer cuál es su problemática. A través de esta investigación los principales hallazgos encontrados son los subfactores y variables que impactan en la competitividad de las empresas turísticas prestadoras de servicios de transporte terrestre de pasajeros, en el estado de Colima, considerando el factor de desempeño económico, además, podemos mencionar que en el transporte de servicios turísticos el riesgo de incremento en los precios es alto, el tipo de cambio beneficia la competitividad de estas empresas de transporte turístico del estado de Colima, el costo anual de las rentas de oficinas es alto y la tasa de inflación de los precios de consumo anual en el estado de Colima es alta.

Podemos señalar que dentro de las principales limitaciones en este trabajo resaltan el tiempo para poder realizar las entrevistas y aplicación de los cuestionarios, así como la accesibilidad a la información por parte de los empresarios que no colaboraron en este trabajo.

## Bibliografía

- Buckley, J. (1988). Measures of International Competitiveness. A critical Survey; journal of Marketing Management. New York.
- Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control de Transporte Terrestre, T. Y. (2014). *Turismo*. Consultado en 2018. Disponible en <https://www.turismo.gob.ec/w>
- Duren, V., Martin J. & Westgren, R. (1992). Cit. por Rojas P., & Sepúlveda S.

www.eleconomista.com.mx

Feenstra, R. (1989). Cit. por Rojas, P., Chavarría, & Sepúlveda, S.

Fontestad, L. (2003). El transporte marítimo de mercancías y sus incidencias procesales. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga.

Garelli, S. (2004). Competitiveness of Nations: The fundamental. IMD World Competitiveness Yearbook:1.

Gutiérrez, A. (2010). El puerto de Lázaro Cárdenas y su eficiencia en la Cuenca del Pacífico (2003-2008): un análisis envolvente de datos. Edición electrónica gratuita.

Helleiner, G. (1989). Cit. por Patricia Rojas, Hugo Chavarría, & Sergio Sepúlveda.

Lind, D., Marchal W, & Wathen, S. (2012). Estadística aplicada a los negocios y la economía (Vol., 15ª ed.). México: McGraw Hill. Recuperado el 29 de septiembre de 2016.

Magaña, P. (2013). *La Competitividad de las agroindustrias del limón en Colima, México*. Tesis. Santiago de Querétaro, Querétaro, México.

Oliveira, F., López, M., & Moneva, J. M. (2013). *Scielo*. Consultado el 3 de agosto de 2016. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422013000100007&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000100007&lng=es&tlng=es)

Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.

Porter, M. (2006). México: CECSA. Qué es. Significado y concepto (s.f.). Consultado el 3 de agosto de 2016. Disponible en <http://definicion.de/eficiencia/#ixzz4GIS0JsXI>

Ramos, R. (2001). Modelos de evaluación de la competitividad internacional. Una aplicación al caso de Islas Canarias. Suiza, Tesis doctoral.

Rosales, S (1990). Cit. por Rojas, Chavarría & Sepúlveda.

Scott B., y Lodge, G. (1985). *Competitiveness in the World Economy*.