

## GESTIÓN FINANCIERA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA FRONTERA COLOMBO – VENEZOLANA

Brigin José De Ávila Berrio\*  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8965-1306>  
Heylon Pérez \*\*  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0051-0188>  
Rafael Ramiro Vega Brito \*\*\*  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3938-2694>

Fecha de Recepción: 7 de Mayo 2016  
Fecha de Aprobación: 12 de Junio 2016

### Resumen:

El presente artículo tiene como propósito determinar la relación entre la gestión financiera y la competitividad de las empresas turísticas en la frontera Colombo-Venezolana, con la finalidad de ser más competitivas en esta era de la globalización de la economía. La cual está sustentada doctrinalmente en los siguientes autores Loring y Montero (2004), Gitman (2007). Ferraz, Román y Cibrán (2013), Mora (2007 Porter (2005), Sarmiento, Sánchez y Ceuz (2009). Entre otros. Mediante una investigación de carácter, descriptivo, correlacional, apoyada en el instrumento de la encuesta, la cual se aplicó a los administradores y gerentes financieros, con el fin de determinar la relación entre la gestión financiera y competitividad de las empresas turísticas en la frontera colombo venezolana. Llegando a la conclusión que existe correlación consistente entre las variables estrategias financieras y competitividad analizadas y corrobora los planteamientos teóricos estudiados al identificar la planeación financiera y competitividad para el éxito de las de las mismas.

**Palabras Claves:** Gestión Financiera, Competitividad, Turismo.

\* Ingeniero Industrial, Especialista Gerencia en Finanzas Universidad de La Guajira, Magister en Gerencia Empresarial URBE. Docente Universitario e investigador activo. Contacto: [bjdeavilab@uniguajira.edu.co](mailto:bjdeavilab@uniguajira.edu.co)

\*\* Finanzas y relaciones internacionales, Especialista Gerencia en Finanzas Universidad de La Guajira, Magister en Gestión de organizaciones, Docente Universitario e investigador activo. Contacto: [heylong@hotmail.com](mailto:heylong@hotmail.com)

\*\*\* Ingeniero industrial, Especialista en Gerencia de servicios de Salud, candidato a magister en ingeniería de la producción, Docente Universitario e investigador activo. Contacto: [vega@uniguajira.edu.co](mailto:vega@uniguajira.edu.co)

## **FINANCIAL MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS OF THE TOURISM SERVICE COMPANIES ON THE COLOMBIAN-VENEZUELAN BORDER**

### **Abstract:**

The purpose of this article is to establish the relationship between financial management and the competitiveness of the tourism service companies on the Colombian-Venezuelan border, in order to be more competitive in this era of globalization. The study used the theoretical principles of Loring, J. Gallant and Montero (2004), Gitman, L. (2007), Ferraz, Roman and Cibrán (2013), Mora Vanegas (2007), Porter, M (2005), Sarmiento, S., Sánchez Ceuz A and M, (2009), among others. It was based on a descriptive correlational method and a survey was conducted among managers and financial managers in order to establish the relationship between financial management and competitiveness. Results show that there is a consistent correlation between financial strategy and competitiveness and confirms that financial planning and competitiveness are key success factors for the tourism service companies on the Colombian-Venezuelan border. Coming to the conclusion that there is consistent correlation between the variables financial strategies and competitiveness analyzed and corroborates theoretical approaches studied to identify financial planning and competitiveness for the success of the same.

**Keywords:** Financial Management, Competitiveness, Tourism.

## **GESTÃO FINANCEIRA E COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NA FRONTEIRA COLOMBO VENEZUELANA**

### **Resumo:**

O presente artigo tem como propósito estabelecer a relação entre a gestão financeira e a competitividade das empresas prestadoras de serviços turísticos localizadas na fronteira Colombo-Venezuelana, com a finalidade de ser mais competitivas nesta era da globalização. O estudo está sustentado nos seguintes autores Loring, J. Galán e Montero (2004), Gitman, L. (2007). Ferraz, Román e Cibrán. (2013), Mora Vanegas, (2007) Porter, M (2005), Sarmiento, S. Sánchez A e Ceuz M, (2009), entre outros. Utilizou-se uma metodologia descritiva, de correlação e um questionário a qual se aplicou aos administradores e gerentes financeiros, com o fim de estabelecer uma relação entre a gestão financeira e a competitividade. Os resultados mostram que existe uma correlação consistente entre competitividade e estratégia financeira e confirma que o planejamento financeiro e a competitividade são fatores para o sucesso das empresas prestadoras de serviços turísticos localizadas na fronteira Colombo- Venezuelana. Chegando à conclusão de que existe uma correlação consistente entre as variáveis estratégias financeiras e competitividade analisadas e corrobora abordagens teóricas estudadas para identificar o planejamento financeiro ea competitividade para o sucesso do mesmo.

**Palavras-Chave:** Gestión Financiera, Competitividad, Turismo.

## **1. INTRODUCCIÓN:**

Bajo la perspectiva de desarrollo del sector turístico mundial y regional en una economía cada vez más global se requiere de organizaciones sólidas, flexibles e innovadoras derivadas de una eficiente aplicación de procesos científicos de administración y gestión, a fin de lograr eficiencia para la toma de decisiones con el objetivo de hacerlas competitivas en un mercado mundial, el cual es más exigente en cuanto a expectativas y necesidades de los clientes. Por lo anterior, los gerentes deben buscar alternativas encaminadas a lograr rentabilidad, a su vez alcanzar una posición estratégica de liderazgo competitivo.

Sin embargo, las empresas prestadoras de servicios turísticos en la zona fronteriza colombo venezolana al parecer no han asumido esta realidad del entorno mundial a juicio de las deficiencias administrativas y la falta de soluciones innovadoras para enfrentarse a dichos retos que le impone la dinámica económica planteada, sobre todo aquellas actividades relacionadas con la identificación de segmentos de clientes potenciales, en la búsqueda de identificar nuevas demanda, como en la mejora de las condiciones de trabajo.

En ese sentido, las decisiones sobre las cuales se hace referencia, contemplan aspectos tan variados como la selección de productos, servicios, los mercados en los cuales participa, las políticas de precios y descuentos, las normas relativas a compras e inventarios, la tecnología, las instalaciones, equipos, la organización, los recursos humanos, así como el financiamiento. Para el logro de esos cometidos la gestión financiera es un eje fundamental en el proceso general de fortalecimiento y desarrollo de la empresa, así como un apoyo indispensable para la toma de decisiones de carácter financiero.

En ese sentido, el proceso de toma de decisiones, debe contemplar aspectos tales como, elección de productos, servicios, en el entorno el cual participa, en referencia al sistema de precios y rebajas, las medidas encaminadas a compras y existencias, proceso tecnológico, infraestructuras, equipos, la adecuación, el talento humano, de igual manera la parte financiera, el cual es un mecanismo indispensable para el progreso de las empresas, el cual es de vital importancia para tomar decisiones acertadas en el orden financiero.

## **2. MARCO TEORÍCO:**

Para la Organización Mundial de Turismo OMT (2014), es vital para el progreso, desarrollo y calidad de vida, evidenciándose de esta manera un incremento de los

destinos en el mundo, han sido accesibles, el cual ha permitido inversiones en este sector, trayendo de esta manera un avance socioeconómico, creando incrementos en las exportaciones, implementación de nuevos, de organizaciones empresariales así como la realización de importantes infraestructuras. Denotándose que este sector ha experimentado en las últimas décadas diversificación, a la vez expansión, por el cual se ha convertido en unos de los sectores de mayor trascendencia mundial.

Igualmente, en Europa y América del Nortes, considerados como destinos tradicionales, asimismo se suman otros, a pesar de los cambios y coyunturas dentro de su contexto. Por otra parte en Colombia, se ha dado un incremento de turistas internacionales permanentes, siendo que en 1950 era de 25 millones, en 1980 llego a 278 millones, en 1995 fue de 528 millones, y en 2013 la cifra fue 1.087 millones. De acuerdo a las proyecciones en el largo plazo la OMT, (Turismo hacia 2030), prediciendo a escala mundial la llegada de turistas internacionales ascenderán en 3,3% anualmente comprendido en los periodos 2010 -2030, alcanzado los 1,800 millones de turistas.

En consecuencia con lo anterior, en la Agenda Interna de competitividad de La Guajira, aspira a ser destino ecoturístico del Caribe en el 2020, dado sus características y condiciones culturales y naturales, en virtud de esto participando en PIB departamental con 5%, Para ello cuenta con un perfil turístico que actualmente registra potencialidades como agroturismo, ecoturismo, en el municipio de Riohacha en sus corregimientos (agroindustrial corregimiento Tigreras, Choles y Matitas, ecoturismo en zonas como el Santuario de Flora y Fauna los Flamencos en el corregimiento de camarones y el pozo García en Tomarrazón).

Asimismo, el Delta del Río Ranchería o el turismo de playa que abarca nuestro corredor costero y comprende desde la margen oriental de la desembocadura del río Enea hasta la margen occidental de la desembocadura del río Ranchería; pero todas estas tendencias tienen en la cultura un elemento aglutinante, los visitantes cuando llegan a Riohacha quieren saber costumbres, modos de vida, manifestaciones artísticas de los distintos grupos humanos existentes en esta región; en respuesta a la naturaleza humana de conocer lo diferente o atractivo.

Asimismo el corredor costero que comprende el turismo de playa y la desembocadura del Río Ranchería, en el cual se denota el elemento cultural, en consecuencia el arribo de turistas, llegan con las expectativas de conocer sus costumbres, sus hábitos, las tradiciones de los diferentes grupos étnicos de la región.

En lo concierne al contexto venezolano, este sector ha progresado paulatinamente, como consecuencia de su ubicación espacial, dada la diversidad paisajes, su fauna y flora, las expresiones artísticas, su clima tropical, convirtiéndose en un reglón primordial de su economía, dado la naturaleza de las distintas playas que se permiten disfrutar en cada región.

En relación con lo anterior, en Venezuela en el año de 2012 recibió 25.2% más turistas internacionales que el período anterior, de acuerdo a las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo – OMT, los países de donde provienen turistas son Colombia, Brasil, Estados Unidos, España e Italia. Además reportó un incremento de 45,1% de los ingresos por concepto de turismo receptivo, respecto a 2011. El indicador superó el millón de dólares. La meta para 2014 es alcanzar un millón de visitas, para lo cual el despacho emprenderá la campaña "1 millón de turistas, 1 millón de oportunidades.

No obstante, las ventajas comparativas con las que cuentan los dos territorios en materia del inventario turístico y bienes culturales para el desarrollo de un turismo ecológico, etnográfico, de aventura y de negocios, de igual manera es relevante la gestión financiera en las organizaciones, la industria hotelera presenta deficiencias en capacidad hotelera como se aprecia en la ciudad de Maracaibo. De la misma forma, de acuerdo al Observatorio del Mercado Laboral de La Guajira (2011), en el departamento esta industria se caracteriza por ser un sector con lento crecimiento si se tiene en cuenta resultados de incremento de la capacidad hotelera de los últimos 10 años tomando como muestra la capital Riohacha. Además, la calidad del servicio ofertado es de deficiente calidad comparado con la hotelería de distrito turístico de Santa Marta departamento del Magdalena.

Teniendo en cuenta el anterior panorama, se puede inferir que la gestión financiera de los hoteles como variable clave para el desarrollo estructural de los negocios, requiere ser intervenida para identificar las debilidades y las disfuncionalidades que puedan presentar relacionadas con la planificación, dirección y control financiero e implementar acciones atientes a su fortalecimiento. De no hacerlo se corre el riesgo de potencializar dichas deficiencias administrativa relacionadas con la gestión de las finanzas; por lo tanto no se haría esperar el estancamiento o decrecimiento de los hoteles como empresa y del sector hotelero y turístico en su conjunto.

En ese orden de ideas, Colombia y Venezuela tienen regiones con elevado crecimiento y posicionamiento de la industria hotelera. En lo que respecta a Colombia, ciudades como Bogotá, Medellín, Cartagena, Santa Marta, cuentan con una muy buena capacidad hotelera; en el caso de

Venezuela Caracas, Isla Margarita, sin embargo esta situación no caracteriza a la región fronteriza colombo-venezolana, especialmente en los municipios fronterizo del norte (Departamento de la Guajira y el Estado Zulia), que por el contrario presentan bajos ranking de posicionamiento en la capacidad, calidad, gestión tecnológica e innovación de este sector.

A pesar de los indicadores de competitividad y desarrollo del sector turístico a nivel de países, las empresas prestadoras de servicios turísticos en la zona fronteriza colombo venezolana, presentan falta de respuestas innovadoras con la finalidad resolver grandes desafíos, para establecer segmentos de mercados, disminuir la demanda estacional, ofrecer condiciones de trabajo digno. Todo lo anterior justifica la importancia de la investigación en el contexto de la gestión financiera y competitividad, por lo cual se aborda al sector con el propósito de proponer lineamientos que solucionen las falencias de las organizaciones turísticas. Sin embargo, esta responsabilidad subyace a las entidades, el inventario turístico, cultural de las dos naciones, especialmente la Zona de Frontera de la Guajira Venezolana y Colombiana, se presume que las empresas presentan debilidades en sus estructuras financieras lo cual impacta en la competitividad nacional e internacional, afectando como es obvio el posicionamiento del sector, en cuanto a la calidad del servicio, el precio, la capacidad hotelera, las condiciones de infraestructura hotelera u otros indicadores encargados de medir la competitividad empresarial.

#### **Referentes conceptuales de gestión financiera**

En el mundo moderno, se hace necesario que las empresas tengan una buena gestión financiera que las conlleve al logro de sus objetivos, con la finalidad de que sus actuaciones vayan condicionada de eficiencia, eficacia, encaminadas en la adquisición de conocimiento, estrategias, que le garanticen su permanencia en el mercado.

Para Ferraz, et al (2013), definen la gestión financiera como aquel procedimiento sistemático de la realidad económica – financiera de la organización, con el propósito examinar, valorar y controlar los movimientos que desarrollo la empresa en la generación de valor. En donde la gestión financiera tratar de ilustrar el periodo, de manera continua, de aquellas actividades en los niveles de orden de decisiones y operaciones, mediante la aplicación de criterios para comparar resultados, objetivos, brindando métodos en la toma de decisiones.

En consonancia Cardozo (2007), conceptúa la gestión financiera como una serie de elementos y acciones, dirigidas a otorgar a la organización una metodología financiera adecuada, con los objetivos de cumplir una

planificación, control, evaluación, para la utilización y consecución de excelentes recursos financieros.

Por su parte Ortiz (2007), la considera como una fase de la administración general la cual debe fundarse en medida que coadyuven a una armonización efectiva de los flujos financieros, de tal manera que la unión recursos y las reservas primarias de dinero en efectivo, lleven al desempeño adecuado de sus obligaciones y compromisos, siendo un requerimiento para ayudar a mantener excelentes relaciones laborales, comerciales y financieras. Por ende, esta gestión se debe encaminar a una administración eficaz de los recursos, para impedir escenarios en exceso a la falta de ellos.

En función de lo anterior, y para efectos de esta investigación se tomaran los planteamientos de Ortiz (2007), plantea que la gestión financiera son una serie procesos y directrices, orientadas a ofrecer a la empresas un sistema financiero de acuerdo sus objetivos, por ello debe existir una coherencia entre los flujos financieros, de tal manera que sus ingresos como las reservas primarias de efectivo contribuyan al pago de las obligaciones de ella.

#### **Planificación financiera**

De acuerdo a Ferraz, et al (2013), se define planificación financiera como la búsqueda de los resultados de los técnicas que asumen y tienen injerencia en los recursos financieros. Cuya metodología está basada en elaboración de documentos provisionales, que divulguen los efectos de las actividades a comenzar, que se derive de una táctica específica, con la finalidad de calcular previamente las disposiciones generadas por la razón de ser de la empresa.

Dentro de la planificación, se estila como lo plantea Amat (2009), el cual conlleva como aquellos juicios, los cuales valoran las distintas estrategias de planificación. Asimismo se establecer dos parámetros, uno va encaminado al usuario y el otro al sistema, en donde primero se orienta al procedimiento del método; el segundo como los observan los usuarios o las técnicas individuales. En consecuencia los juicios dirigidos al sistema van centrados en el uso eficaz y eficiente del que lo ejecuta.

De igual manera, Gitman (2007), revela que la planeación financiera es un segmento esencial en los procedimientos de la institución, la cual suministra parámetros para regir, sistematizar y controlar las acciones con el fin de conseguir sus objetivos. Conjuntamente instituye como el procedimiento de la planeación, que inicia métodos financieros en el largo plazo, y tácticos, igualmente guían a la exposición de propósitos y presupuestos a la vez operativos.

En relación a lo anterior y lo planteado por Gitman (2007), se infiere que la planificación financiera es un

método que tiene una serie de sistemas, herramientas, propósitos con la finalidad de implantar en las organizaciones predicciones, metas económicas y financieras a lograr, tomando en cuenta los medios disponibles requerido para lograrlo. La planificación financiera le proporciona a la empresa a través de un presupuesto una coordinación general de funcionamiento.

#### **Pronostico financiero**

Según Moyer, McGuiban y Kretlow (2005), la predicción financiera, le concede a una empresa calcular la cantidad de financiamiento adicional que se requiera en un intervalo cercano. Las cantidades de compromisos a corto y largo que constituyen los requerimientos de financiamiento adicional que se estipulan mediante el proceso de análisis de correlación de rentabilidad y riesgo debido a las distintas estrategias de inversión y financiamiento de capital de trabajo.

En este sentido Duarte y Fernández (2011), indican que el pronóstico financiero va más allá del presupuesto, con el presupuesto solo se ponen metas de ventas y gastos, en cuanto al pronóstico se trata de ver como quedara la estructura financiera de la empresa e incluso se puede hacer análisis financiero de la misma. Por lo tanto, el pronóstico se puede construir en un periodo anual, también puede pronosticarse varios años, considerando un crecimiento determinado años tras años, cuestión que plantea una previsión de fuentes de recursos no solo para el próximo a año, sino para los subsiguientes.

Asimismo, González (2009), expresa que esencialmente el efecto del pronóstico, ha de facilitar a la dirección, investigaciones que lo conlleven a resolver situaciones en la administración de efectivo, en relación al tiempo del proyecto, las predicciones se clasifican a corto y largo. En donde los primeros son proyectos que cambian en el tiempo, de acuerdo a la intención o requerimientos, los cuales no pasan más de un periodo determinado. En relación a las previsiones a largo plazo generalmente son superiores a lapso de más de un año, estos coadyuvan a estimar la colocación del efectivo, como consecuencia de la innovación, la extensión, y la organización.

En los marcos de las observaciones anteriores, para efectos de esta investigación, se concuerda con González (2009), se considera que los pronósticos financieros son estimaciones de financiamiento que se necesitaran en un periodo determinado siendo que sean a corto o largo plazo, además le permite hacer un análisis financiero de los años venideros.

### Proyectos de inversión

Conforme a Besley y Brigham (2008), conceptúan que los proyectos de inversión están inmersos en las medidas de los presupuestos de capital normalmente, que se tipifican en decisiones de reemplazo y decisiones de expansión. Por lo tanto involucra proyectos autónomos, asimismo se circunscriben los proyectos recíprocamente excluyentes. Este autor define dos tipos de decisiones y dos tipos de proyectos, relacionados a continuación:

- (a) Decisión de Reemplazo: se fundamentan en establecer la adquisición de activos de capital, que ocupen el lugar de los activos, con la finalidad de lograr y ayudar a las operaciones existentes.
- (b) Decisiones de Expansión: esta aprueba estipular la obtención de un proyecto de capital y sumarlo a los activos existentes para aumentar las operaciones.
- (c) Proyectos Independientes: estos no son afectados por los flujos de efectivo de otros proyectos.
- (d) Proyectos mutuamente excluyentes: son diversos proyectos, el cual no permite ejecutar otro proyecto.

Por otra parte, según Baca (2009), los proyectos de inversión es el plan que se estipula un determinado monto de capital, que permite producir un bien o servicio el cual este en función de beneficiar al ser humano o a la sociedad en general". Por lo cual el autor percibe los proyectos de inversión, como el conjunto de planes que tienes como finalidad incrementar la utilidad de las empresas, así mismo los proyectos de inversión, permitirá mejorar la eficiencia en los distintos procesos que se lleven en las diferentes áreas de las organizaciones.

Por último, los proyectos de inversión para Hernández y Hernández (2005), son el grupo de planes detallados que tienen como finalidad mejorar la productividad o la prestación de servicios. Por lo tanto el autor explica, los proyectos de inversión son una agrupación de herramientas que se usan para llevar a cabo el desarrollo de las actividades de una entidad para hacer crecer su productividad o servicios prestados.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, es de considerar que los proyectos de inversión son aquellos planes en que se hace necesaria la inversión de recursos financieros para desarrollar o producir un bien/servicio que le permita obtener unos beneficios a la sociedad en general, este planteamiento se relaciona con lo planteado Baca (2009).

### Presupuestos

De acuerdo a Escobar (2007), indica que el presupuesto es la sumatoria de una serie de gastos que una empresa prevee tener en un periodo determinado,

acompañado de la previsión de los ingresos para obtener la financiación de estos. Es decir que el presupuesto debe ser entendido como el cálculo anticipado de los gastos e ingresos que se realizan por una entidad en un determinado tiempo.

Por su parte, Zambrano (2007), adiciona conceptos al término presupuesto, como su categoría de instrumento de gobierno, administración y planificación. Al igual que Escobar (2007), este resume el presupuesto como una previsión del total de gastos e ingresos para un determinado tiempo.

Por otra parte, Gabín (2009), define al presupuesto como el actividad a través del cual el la administración pública o gobierno determina la cifra máxima que la administración está podrá gastar durante la anualidad, la cual es desglosada en diferentes rubros de acuerdo de las diferentes atenciones o líneas de gasto asociada con la previsión de ingresos que se espera obtener mediante la aplicación de tributos y normatividad relacionada con los ingresos públicos.

Es posible observar, que los autores anteriormente mencionados aportan que el presupuesto se elabora con el objeto de prever y controlar las actividades financieras de la empresa, para asumir los gastos que se originan dentro de estas equitativamente y de igual forma poder anticipar los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades de la organización; este razonamiento se relaciona con lo planteado por Escobar (2007).

### Plan financiero

Según Muñiz (2005), el plan financiero es la herramienta de gestión que nos va a servir como soporte para poder valorar la consecución de los objetivos mediante las estrategias que se han seleccionado.

Por otro lado, Bodie y Merton (2003), afirman que el plan financiero es una herramienta de la planeación financiera. El punto de partida del desarrollo de un plan financiero es el plan estratégico de la empresa, debido a que la estrategia guía el proceso de planificación financiera estableciendo directrices globales de desarrollo de negocio y metas de crecimiento.

Para Cano et al (2005), el plan financiero involucra el uso de proyecciones basadas en hechos pasados, combinados con lo que los administradores esperan hacer en el futuro, con métodos de retroalimentación y ajustes para mejorarlos y controlar su ejecución. Este proceso de planeación y control financiero, implica proyecciones y hacer planes de desempeño futuro de cada área significativa, de las actividades de la empresa.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, el plan financiero es la ruta que orienta a las empresas en el proceso de su planeación de cada una de las áreas en que está estructurada la organización con el propósito de lograr sus objetivos, metas en un periodo determinado, se evidencia de esta manera que lo planteado se relaciona con lo manifestado por Cano et al (2005).

#### **Matices de competitividad**

En este orden Labarca (2008), señala que la competitividad de las organizaciones, es un estado en que intervienen factores del entorno, que se aglomeran en externas e internas a las empresas. En relación a la primera hace referencia a los elementos macroeconómicos, corporativos, igualmente a las condiciones de empresas, en la cual la competitividad de las instituciones que rivalizan en un mismo contexto. En lo segundo están inmersos los aspectos internos a la vez concretos a la organización, que establecen los parámetros para la creación de valor.

De esta manera Avalos (2009), sostiene que es la habilidad de una organización para maniobrar y mantenerse vigente frente a sus competidores directos e indirectos. Por tal razón una organización alcanza capacidades y habilidades estratégicas, mediante la instauración y el establecimiento de una estrategia, que le retribuya una ganancia sobre su inversión de capital, aumentando de esta manera su valor.

En este orden Muinelo y Hounie (2004), conciben a las organizaciones en la cuales la competitividad en un elemento primordial. Es de anotar que una institución para que sea competitiva debe estar a la vanguardia de los cambios que suceden en el entorno y estar inmerso dentro de ellos, con el propósito de estar vigentes en el tiempo, igualmente lograr altos niveles de rentabilidad de acuerdo a sus objetivos.

Es de anotar, que la competitividad es un elemento fundamental para el triunfo de cualquier empresa, puesto que partir de esta se logra maximizar el valor de la empresa, a través del posicionamiento en el mercado, que toma consideración los factores internos y externos para crear e implementar una estrategia organizacional exitosa; lo inferido tiene relación con lo conceptualizado por Labarca (2008).

#### **Factores determinantes de competitividad**

De acuerdo a Sarmiento, Sánchez y Cruz (2009), consideran que los factores de competitividad constituyen las variables a través de las cuales se identifican áreas de oportunidad y/o mejora, con el fin de impulsar en las empresas u mayor y mejor desempeño en la competencia.

En continuidad Mathison, Gandara y Cruz (2007), consideran que los factores que favorecen la competitividad de una empresa se agrupa en dos extensiones, una exógena y otra endógena. La primera, esta compuestas por los esquemas relacionados al contexto de la organización, segmento en que se ubica, factores macroeconómicos, viabilidad, entre otros, y la segunda, compuesta por una serie de elementos relacionadas dentro de la empresa, como sus políticas, capitales, destrezas, habilidades y competencia.

De igual forma, Porter (2005), señala que ser competitivo en la actualidad es tener particularidades que las diferencien de las demás empresas que les permitan ser escogidas por los clientes dentro de un mismo mercado teniendo en cuenta aspectos tales como la calidad, innovación y servicio al cliente, sean exógenos o endógenos, los cuales será un generador de valor para las misma.

Por lo dicho anteriormente, se puede decir que los factores determinantes de competitividad son un punto neurálgico en el logro de los objetivos organizacionales puesto que son fortalezas de las empresas en su entorno organizacional en el normal desarrollo de sus actividades; en efecto este razonamiento se relaciona con lo expresado por Sarmiento, Sánchez y Cruz (2009).

#### **Estrategias competitivas**

Al respecto, Hitt, Ireland y Hoskisson, R. (2009), plantean que cada una de las estrategias de negocios, permite a la organización establecer y explotar ventajas competitivas particulares dentro de un ámbito específico de la competencia. La integración adecuada de las actividades, aumenta la probabilidad de que la empresa pueda tener un mejor desempeño que el de sus competidores.

A su vez Carrión (2006), establece que la finalidad de las estrategias competitivas son conseguir una posición privilegiada para una empresa, y de igual forma conseguir posiciones competitivas de orden superior en relación a los competidores, para de esa forma generar capacidades distintivas y así lograr unidades de empresas en determinados sectores, segmentos o mercados. Por lo cual, se relaciona con la toma de decisiones para obtener ventajas competitivas que resulten sostenibles.

De igual forma, Robbins y Coulter (2005), puntualizan que ninguna empresa puede tener éxito tratando de hacerlo todo para todos. Proponen que los gerentes deben escoger una de las tres estrategias para dar a la organización la ventaja competitiva, la que según el procede a tener menor costo que la competencia en la industria o de ser notablemente distinta.

Según los planteamientos anteriores las estrategias competitivas son aquellas que le permiten a las empresas escoger las estrategias más adecuadas de acuerdo para la clase de actividad que desarrolle y por ende el mejor resultado frente a la competencia, por este se fija posición con Robbins y Coulter (2005), quien plantea que existe tres tipos de estrategias que son liderazgo en costo, diferenciación y enfoque, los cuales permite a las empresas obtener ventajas frente a la competencia.

#### **Liderazgo en costos**

Según Porter (2010), señala que el tema principal de la estrategia lo conforman los costes bajos frente a los de la competencia, sin echar de lado la calidad ni el servicio. Por lo cual, los costes bajos agregan a las empresas ingresos superiores a la media en su industria; sin embargo, la presencia de fuertes corrientes competitivas, ayudan a una defenderse en las rivalidades presentes en el mercado, debido a que los costes bajos permiten continuar obteniendo ingresos después de que se hallan minimizado las utilidades en dicho periodo.

Supone Best (2007), cuando afirma que una ventaja del liderazgo en costos, es aquella que da la opción a la empresa de ofertar precios inferiores a los de la competencia, y a pesar, lograr los márgenes deseados. A menudo, las organizaciones líderes disfrutan de ventajas competitivas en costes, debido a economía de escalas, de campo, o a los resultados de la curva de experiencia.

Por lo cual esta estrategia permite llevar a la empresa a tener unos costos inferiores a sus competidores en un producto o servicio (Carrión 2007) citando a Martínez y Milla (2005), agregan que la ventaja competitiva, no se basa en tener los precios más bajos sino en tener los costos más bajos. Asimismo, indican que esta estrategia es aplicable en sectores donde el producto final es homogéneo, de este modo la empresa que ofrece un servicio o producto similar a los demás pero con costos más bajos, podrá ofrecerlo a un menor precio y ser más competitiva.

De acuerdo a los dicho por los anteriores autores se puede inferir en que el liderazgo en costo les permite a las empresas ofrecer precios menores que la competencia lo cual conlleva a lograr un mayor segmento de mercado donde desarrolla sus actividades, gracias a las economías de escala; por tal razón esta inferencia se relaciona a lo indicado por Best (2007).

#### **Diferenciación**

Para Hitt, Ireland y Hoskisson (2009), cuando las características diferentes de un producto dan por resultado costos que no son competitivos, probablemente el precio del producto exceda la cantidad que los usuarios para los cuales se enfoca la empresa estén dispuestos a pagar por

él. Cuando la empresa entiende que es lo que valoran los clientes, conoce la importancia relativa que adjudica a la satisfacción de distintas necesidades, porque ellos están dispuestos a pagar un precio extraordinario, puede aplicar con éxito la estrategia de diferenciación.

En este sentido Thompson y Strickland (2004), aseguran que los medios para la diferenciación son de gran relevancia para cada sector industrial. La cual radica en el artículo mismo, el sistema de entrega a través del cual se vende, el enfoque de mercadotecnia y una amplia escala de otros factores. La lógica de la estrategia de diferenciación necesita que una organización escoja atributos que la diferencien entre sí, y de igual forma sean diferentes a los de las demás. Una organización debe ser única en su ámbito o ser reconocida como única si quiere un valor superior a los de sus competencias.

Igualmente Porter (1987), aporta que la ventaja de diferenciación es aquella que coloca todo su interés en lograr diferencias en algún aspecto relevante y requerido por el comprador, por medio de una serie de acciones en la empresa, lo que le otorga la opción de llevar cualquier valor y el margen de utilidades. Si la organización en cuestión está en capacidad de ofertar producto o servicios que sean realmente valorados por clientes potenciales, entonces esta podrán diferenciarse de sus competidores.

Dado lo manifestado por los autores, que la estrategia de diferenciación consiste en agregarles atributos aun un bien/servicio los cuales dentro de ellos este inmerso un valor, que de esta manera sea lo que requiera el comprador con la finalidad de satisfacerlo y el cual se diferencie de sus competidores; es de anotar que esta consideración tiene una concordancia con lo esbozado por Porter (1987).

#### **Enfoque**

Mencionan Hitt, Ireland y Hoskisson (2009), que consideran que las compañías dan valor para sus usuarios en sectores de mercados exclusivos y puntuales utilizando una estrategia dirigida en el liderazgo en costos o una estrategia enfocada en la diferenciación. Para ello Fred (2003), son más eficaces cuando los consumidores tienen preferencia o necesidades distintivas y cuando las empresas rivales no intentan especializarse en el mismo segmento de mercado. Entre los riesgos de seguir una estrategia de enfoque están la posibilidad de que muchos competidores reconozcan la estrategia de enfoque exitosa y la imiten, o que las preferencias de los consumidores se desvíen hacia las características del producto que desea el mercado en general.

Es de anotar, que las ventajas competitivas en este enfoque, se consigue mediante la creación de valor añadido a grupos concretos de clientes, explotando nichos de mercado mejor que los competidores o incluso a veces



desconocidos o desatendidos por ellos (Carrión, 2005). Además, estudios han demostrado la estrategia de enfoque es considerada la más viable para organizaciones pequeñas que no cuentan con la economía ni tampoco con los recursos para tomar las estrategias descritas anteriormente (Robbins y Coulter, 2005).

Tal como se ha visto, la estrategia de enfoque es aquella que busca nuevos segmentos de mercado, igualmente mediante la creación de valor a los productos ya sean bienes/servicio encaminados a la preferencia de los compradores; lo expresado anteriormente tiene relación con la inferido por Fred (2003).

### **3. METODOLOGÍA**

En este aparte, se describe la metodología empleada para el desarrollo de la investigación y se definen componentes metodológicos tales como: el tipo de investigación, el diseño, la población objeto de estudio, así como las técnicas e instrumentos diseñados para la recolección de datos, el tratamiento estadístico para el procesamiento de datos obtenidos y posteriormente la discusión.

En este orden de ideas, el trabajo objeto de estudio, corresponde a una investigación de tipo descriptiva, correlacional, de acuerdo con Tamayo (2007), refiere a las investigaciones descriptivas como el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; trabajando así, sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Por su parte Bernal (2006), afirma que la investigación descriptiva es aquella que es capaz de seleccionar los factores principales del objeto de estudio y su descripción detalla de los elementos, rangos o tipos de dicho estudio.

Supone Hurtado (2000), que este tipo de investigación “tiene como objeto analizar una situación y entenderla en términos de sus características más relevantes (...) permite el estudio y el entendimiento más profundo de la situación en estudio”. De allí que en la investigación se recogerá información sobre las variables Gestión financiera y Competitividad en las empresas turísticas en la frontera Colombo – Venezolana. A partir de sus dimensiones e indicadores y del ámbito en el cual se desarrollan, para determinar cómo es su comportamiento.

Tal como, lo señala Tamayo y Tamayo (2007), siguiendo el propósito de la investigación por contener dos variables es correlacional, busca primordialmente determinar el nivel en el cual las variables en uno o varios elementos son afines entre sí. Hernández y otros (2006), señalan que los estudios correlacionales integran sus variables por medio un patrón predeterminado para una población. Por su parte, Sabino (2006), explica que esta

clase de estudio correlacional tiene como fin determinar el nivel de asociación no causal existente entre dos o más variables.

Esta investigación se clasifica, transaccional, descriptiva y correlacional con diseño de campo y no experimental. Debido que la información se recolecta desde la realidad o fenómeno observado, lo cual permitió corroborar las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos. Kerlinger y Lee (2007), afirman que el diseño no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el investigador no tiene control directo de las variables independientes, por lo que sus manifestaciones ya han sucedido o a que son inherentes no manipulables, se hacen diferencias sobre las conexiones de las variables, sin intervención, de la variación de las variables independientes y dependientes.

De acuerdo con Hernández et al (2006), es de diseño no experimental porque no se crean situaciones en las variables de estudio si no que se observó el fenómeno en tal como es, en condiciones normales, sin ningún cambio. Asimismo García (2004), la investigación no experimental es cuando las pruebas a favor o en contra se recaban, fundamentalmente, observando el desarrollo natural del evento.

Asimismo Sabino (2006), infiere que diseños de campo los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo, estos datos obtenidos directamente de la experiencia empírica, son denominados primarios, denominación que se refiere al hecho de que son datos de primer orden, originales, resultado de la investigación en proceso sin la manipulación de ninguna naturaleza, que es la manera como se piensa conseguir la información.

En referencia a la población, esta estuvo constituida por las empresas Turísticas en la frontera Colombo-Venezolana, las cuales representan el mayor acogimiento de turistas de los dos países en cuestión, se encontraron: 152 hoteles, 149 restaurantes y 101 agencias de viajes que venden paquetes turísticos. En esta se seleccionó una muestra de 84 informantes las cuales se encuestaron para efectos de establecer la información correspondiente a la investigación, distribuida de la siguiente manera: 32 hoteles, 31 restaurantes y 21 agencias de viajes para un total de 84 encuestados.

#### **Técnicas de recolección de datos**

Para recolectar los datos mediante la encuesta se utiliza como instrumento el cuestionario. Bernal (2006) afirma que el cuestionario es una técnica que permite conseguir información directa y confiable, siempre y cuando se realice de manera sistematizada controlada, para esto actualmente se utiliza medios audiovisuales, principalmente en estudios de comportamiento de las personas en su sitio de trabajo.

Con este propósito se diseñó un cuestionario constitutivo de un total de 57 ítems, 30 para medir la variable Gestión Financiera y 27 para medir la variable

competitividad. Las preguntas del cuestionario serán diseñadas atendiendo a la escala tipo Likert, dando a cada pregunta cinco alternativas que son totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, posibles de respuesta y asignando un código de 1 a 5, para su tabulación. La asignación del código o codificación según Sabino (2002), consiste en asignar a cada categoría de respuesta un número o letra diferente, que servirá para organizar todas las respuestas u observaciones que sean iguales o parecidas.

Una vez diseñado el instrumento, el mismo fue sometido a un estudio para la identificación de su validez. De acuerdo a los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006) se refiere al nivel en que un instrumento mide la validez que lo que desea medir. Por otra lado, para Bernal (2006) un instrumento de medición tiene validez cuando mide aquello para lo cual fue diseñado, e indica el nivel con que pueden predecirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos.

Para determinar, la validez del instrumento, se recurre al juicio de cinco (5) expertos, quienes evaluaron como al mismo tiempo aportaran sugerencias sobre la pertinencia y redacción, en su orden jerárquico, de las variables, dimensiones e indicadores.

#### **Análisis de los datos**

Para el análisis de los datos se utilizara el método de estadística descriptiva que consiste, según Hernández et al (2004) en primer lugar describir sus datos para luego realizar un análisis estadístico para interrelacionar sus variables. El análisis no es indiscriminado, cada metodología tiene su forma y un propósito específico; por lo cual no deben hacerse más análisis de los necesarios.

De la misma forma, Martínez, (2003), afirma que la estadística descriptiva resume adecuadamente la información, destacando características de gran importancia dentro del tema estudiado, permitiendo el cálculo de medidas de resumen, de dispersión y otras como razones, proporciones, porcentajes, etc., resultados que al ser estudiados, ayudaran a tener pautas para la toma de decisiones.

Para la tabulación de los datos se diseñó una tabla matriz de doble entrada donde asentaran los datos recolectados por los sujetos para la sistematización de las variables, aplicando la estadística descriptiva en cuanto a lo que se refiere a la media aritmética para calcular la media, la mediana, la moda; así como las medidas de dispersión como la desviación media y la desviación estándar.

Siguiendo este orden de ideas, sobre la base de las respuestas esperadas de los sujetos informantes que conforman la población, en el análisis se utilizara el cuadro Baremo de comparación de una media aritmética, permite establecer el comportamiento de las variables de acuerdo a las respuestas dadas y poder caracterizar las variables Gestión Financiera y Competitividad.

De igual manera, se diseñara el baremo tomando en cuenta el número de ítems contenidos en el instrumento y su categorización de las diferentes alternativas de respuesta. Su interpretación se basara en un análisis estadístico descriptivo realizado a los datos obtenidos de los sujetos informantes en la encuesta, en el siguiente cuadro se presenta el baremo para medir las variables de estudio.

**Cuadro N°. 1.**

Baremo de Comparación

| <b>INTERVALOS</b>       | <b>CATEGORÍAS</b> |
|-------------------------|-------------------|
| $1,00 \geq x < 1,80$    | Muy bajo          |
| $1,80 \geq x < 2,60$    | Bajo              |
| $2,60 \geq x < 3,40$    | Medio             |
| $3,40 \geq x < 4,20$    | Alto              |
| $4,20 \geq x \leq 5,00$ | Muy alto          |

Fuente: De Ávila (2016)

En este orden de ideas, para realizar las tabulaciones de los datos se elaboró una matriz de doble entrada en la cual se presentaron las puntuaciones de las diferentes alternativas de repuesta y se calcularon los diferentes estadísticos para medir el fenómeno investigado.

## **4. RESULTADOS:**

En cuanto al objetivo principal de la investigación, relacionado con establecer la relación de la gestión financiera y la competitividad de las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Zona Fronteriza Colombo Venezolana.

En tal sentido, para comenzar el análisis y discusión de los resultados, se presenta los componentes de la planificación financiera.

Cuadro N° 2.

Planificación Financiera

| Planificación Financiera      | OPCIONES DE RESPUESTA             |       |            |       |                                |      |               |      |                          |      | MEDIA ARITMETICA POR |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------|------------|-------|--------------------------------|------|---------------|------|--------------------------|------|----------------------|
|                               | Totalmente de Acuerdo             |       | De Acuerdo |       | Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo |      | En Desacuerdo |      | Totalmente en Desacuerdo |      |                      |
|                               | Fa                                | Fr    | Fa         | Fr    | Fa                             | Fr   | Fa            | Fr   | Fa                       | Fr   |                      |
| <b>Pronostico Financiero</b>  | 69                                | 27,38 | 149        | 59,13 | 21                             | 8,33 | 6             | 2,38 | 7                        | 2,78 | <b>4,06</b>          |
| <b>Proyectos de Inversión</b> | 85                                | 33,73 | 137        | 54,37 | 18                             | 7,14 | 7             | 2,78 | 5                        | 1,98 | <b>4,15</b>          |
| <b>Presupuestos</b>           | 81                                | 32,14 | 139        | 55,16 | 20                             | 7,94 | 9             | 3,57 | 3                        | 1,19 | <b>4,13</b>          |
| <b>Plan financiero</b>        | 76                                | 30,16 | 142        | 56,35 | 22                             | 8,73 | 7             | 2,78 | 5                        | 1,98 | <b>4,11</b>          |
|                               | <b>MEDIA ARITMETICA DIMENSIÓN</b> |       |            |       |                                |      |               |      |                          |      | <b>4,11</b>          |

Fuente: Propia de los autores.

En relación al indicador Pronostico Financiero, existe un 27,38% que están totalmente de acuerdo y un 59,13% están solo de acuerdo al desarrollo y aplicación de este indicador dentro de las empresas, lo que conduce a lineamientos para lograr el desarrollo armónico de la planificación financiera, mientras que el 8,33% señala que no están ni de acuerdo ni de desacuerdo, así como el 2,38% están en desacuerdo y el 2,785 están totalmente en desacuerdo en que el desarrollo del elemento pronostico financiero no conduce al desarrollo de planes financieros.

De allí que, siguiendo lo establecido por Moyer, McGuiban y Kretlow (2005), los pronósticos financieros son estimaciones de financiamiento que se necesitaran en un periodo determinado ya sea a corto o largo plazo, además le permite hacer un análisis financiero de los años venideros y conduce a la fijación de objetivos en el desarrollo de los planes organizacionales y de esta forma se concibe como el inicio de las actividades organizacionales orientadas a establecer lo que la empresa es y de esta forma lograr posicionarse dentro del sector en el largo plazo.

Por su parte, al analizar el indicador Proyectos de Inversión existe un 33,73% y un 54,37%, que están totalmente y de acuerdo, respectivamente, de aumentar la productividad o ventas de bienes y servicios, así como que los proyectos de inversión sean rentables, en contraposición a esto está se presenta un 7,14% que no están ni de acuerdo, ni de desacuerdo y los que se oponen con un 4,76% lo que indica el desconocimiento de los proyectos de inversión organizacional en los todos los miembros de las empresas.

De acuerdo con de Hernández y Hernández (2005, los proyectos de inversión surgen por la necesidad de las

empresas de aumentar la productividad o las ventas de bienes y servicios, además de conocer si la implementación de estos proyectos serán rentables, por lo dicho anteriormente se fija posición con los planteamientos), quien los define como el conjuntos de planes detallados para aumentar la productividad, incrementar las utilidades entre otros objetivos que se tiene para maximizar el valor de la empresa.

En cuanto al indicador Presupuesto, el 87,30% manifiesta que están totalmente y de acuerdo en la aplicación de éste indicador financiero dentro de las empresas y por ende la consecución de los objetivos estratégicos, por otra parte un 7,94% evidencia no importarle, ya que respondieron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 4,76% restante están totalmente en desacuerdo; lo que conduce a la falta de compromiso de todos los miembros de la empresa.

De acuerdo con Escobar (2007), quien concibe el prepuesto como la previsión detallada de los gastos e ingresos que financiaran para obtener la financiación de aquellos, además de las utilidades o perdidas que obtendrán las empresas después de un periodo determinado, de esta forma de logra obtener planes adecuados a los objetivos planteados.

Para el caso del indicador Plan Financiero, existe un 86,51% de entrevistados en estar de acuerdo y totalmente inclinados de aplicar el indicador financiero de la planeación financiera, lo que indica que las empresas cuentan con una excelente planificación financiera contribuyendo esto al éxito empresarial; mientras que el 8,73%, se mantuvieron neutros y el 4,76%, restante consideran no estar totalmente de desacuerdo en la

aplicación de indicadores basados en la Planificación Financiera.

Al analizar la media aritmética de cada uno de los indicadores, se obtuvo que: Para el Pronóstico Financiero su resultado es de 4,06% con un nivel de presencia muy alto, mientras que los indicadores Proyectos de Inversión, Presupuestos, Plan Financiero y Políticas Financieras, muestran un resultado de 4,15, 4,13, 4,11, respectivamente, es decir, todos califican en un alto nivel de presencia en el desarrollo de la Planificación Financiera en las empresas. Finalmente la dimensión muestra una media aritmética de 4,11%, que sin duda alguna existe un alto nivel de presencia de Planificación Financiera.

competitivas en costes, gracias a economías de escala, de campo, o a los efectos de la curva de experiencia.

Con respecto a las estrategias de diferenciación, existe un 81,75% en estar de acuerdo y totalmente conformes en aplicar la diferenciación dentro de las empresas lo que conduce a lineamientos claros para lograr estrategias competitivas, mientras que el 9,13% señalan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, así como el 9,13% restante coincide en que el desarrollo del elemento diferenciación no conduce al desarrollo de planes relacionados con estrategias competitivas.

Cuadro N° 3.

Estrategias Competitivas

| Estrategias competitivas  | OPCIONES DE RESPUESTA |       |            |       |                                |       |               |      |                          |      | MEDIA ARITMETICA |
|---|-----------------------|-------|------------|-------|--------------------------------|-------|---------------|------|--------------------------|------|------------------|
|   | Totalmente de Acuerdo |       | De Acuerdo |       | Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo |       | En Desacuerdo |      | Totalmente en Desacuerdo |      |                  |
|   | Fa                    | Fa    | Fa         | Fa    | Fa                             | Fa    | Fa            | Fa   | Fa                       | Fa   |                  |
| <b>Liderazgo en costos bajos.</b>                                 | 89                    | 40,48 | 112        | 38,89 | 25                             | 9,13  | 26            | 7,54 | 0                        | 3,97 | <b>4,07</b>      |
| <b>Diferenciación</b>   | 78                    | 30,16 | 130        | 51,59 | 23                             | 9,13  | 11            | 4,37 | 10                       | 4,76 | <b>4,01</b>      |
| <b>Enfoque</b>  | 68                    | 27,38 | 122        | 48,41 | 39                             | 15,08 | 11            | 4,37 | 12                       | 4,76 | <b>3,89</b>      |
| <b>Media aritmética dimensión tipos de indicadores de gestión</b> |                       |       |            |       |                                |       |               |      |                          |      | <b>3,99</b>      |

Fuente: Propia de los autores.

De acuerdo con, Gitman (2007), esta actividad consiste en que la planificación financiera es eje fundamental en las operaciones de una empresa a través de estructuras que le permiten guiar, coordinar, controlar las actividades para el logro de los objetivos propuestos; siendo esta apreciación acertada y útil para los efectos de determinar una efectiva planificación financiera orientada a lograr el equilibrio financiero dentro de las organizaciones en estudio.

En relación a la estrategia de liderazgo en costos bajos, existe un 79,37% en estar de acuerdo y totalmente de acuerdo como estrategia en liderazgo en costos bajos dentro de las empresas lo que conduce obtener una ventaja del liderazgo en costes que le permite a las empresas ofrecer precios menores que de la competencia, y sin embargo, alcanzar los márgenes deseados, mientras que el 9,13% señalan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, así como el 11,51% restante coincide en que el liderazgo en costos bajos no conduce al desarrollo de estrategia competitiva de las empresas. De lo cual se infiere que, las empresas líderes gozan de ventajas

De acuerdo con Hitt, Ireland y Haskisson (2009), las características diferentes de un producto dan por resultado costos que no son competitivos, probablemente el precio del producto exceda la cantidad que los clientes a los que se dirige la empresa estén dispuestos a pagar por él. Cuando la empresa entiende que es lo que valoran los clientes, conoce la importancia relativa que adjudica a la satisfacción de distintas necesidades, porque ellos están dispuestos a pagar un precio extraordinario, puede aplicar con éxito la estrategia de diferenciación.

En continuidad, con el enfoque como estrategia competitiva, existe un 75,79% en estar de acuerdo y totalmente dados a emplear el enfoque como estrategia competitiva dentro de las empresas lo que conduce a lineamientos claros para crear valor para sus clientes en segmentos de mercado únicos y específicos utilizando una estrategia enfocada en el liderazgo en costos o una estrategia enfocada en la diferenciación, mientras que el 15,08% señalan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, así como el 9,13% restante coincide en que el enfoque

como estrategia competitiva no conduce al desarrollo de planes.

De acuerdo con el autor, Hitt, Ireland y Hoskisson (2009), las empresas que hacen estudios de mercados con el fin de identificar nichos de mercado sin explotar, utilizan la estrategia denominada enfoque para obtener ventajas competitivas y por ende lograr el éxito empresarial.

Al analizar la media aritmética de cada uno de los indicadores se obtuvo que para el liderazgo en costos bajos, fue de 4,07% (con un nivel de presencia muy alto), mientras que los indicadores diferenciación y enfoque, muestran un resultado de 4,01% y 3,89%, respectivamente, es decir, todos califican en un alto nivel de presencia en el desarrollo de estrategias competitivas. Finalmente la dimensión muestra una media aritmética de 3,99%, que significa un nivel alto de presencia.

## 5. DISCUSIÓN:

Los resultados confirman y verifican que existe una relación estrecha entre las variables gestión financiera y competitividad. Estos hallazgos corroboran que en la medida que existe una planificación financiera, donde se dispongan de un pronóstico financiero, donde se hagan las estimaciones de financiamiento que se necesitaran en un periodo determinado, ya sea a corto o largo plazo, además le permite hacer un análisis financiero de los años venideros, así como también se elaboren proyectos de inversión, donde surjan por la necesidad de las empresas de aumentar la productividad o las ventas de bienes y servicios, además de conocer si la implementación de estos proyectos serán rentables.

Adicionalmente, se prevea un plan de presupuesto, que permita establecer la previsión detallada de los gastos e ingresos que financiaran para obtener la financiación de aquellos, además de las utilidades o pérdidas que obtendrán las empresas después de un periodo determinado, así como un flujo de efectivo, fuentes de financiamiento a largo plazo y recaudación de liquidez, que aunado a unas serie de políticas financieras, vale decir, de criterios, lineamientos y directrices que le permiten a las empresas conseguir recursos o fondos financieros para el financiamiento de actividades que conlleven a la consecución de metas establecidas.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la dirección financiera no puede dejar a un lado los elementos endógenos y exógenos que pueden afectar las actividades normales de las empresas para mitigar los riesgos y tomar las mejores decisiones acertadas por los líderes financieros, para lo cual debe apoyarse en los controles financieros, previo su diagnóstico y en caso de ser necesario aplicar una auditoria a los procesos financieros, llámense Balances o Estados Financieros, Flujos de Caja

Chica, entre otros, que conjuntamente con una gestión de competitividad apoyada estrategias competitivas donde existan factores determinantes de innovación, servicio al cliente y calidad.

En tal sentido, le permiten obtener una serie de ventajas competitivas a través de sus recursos tanto tangibles como los intangibles y en especial de un cumulo de habilidades distintiva, así como también de un excelente elemento de liderazgo en costos bajos y un adicional de diferenciación en sus productos y servicios permiten el cumplimiento de los objetivos de la empresa y la visión, misión de las empresas investigadas.

**Imagen 1.**  
 Correlacion entre Gestion financiera y competitividad

**Correlaciones**

[Conjunto\_de\_datos1] C:\Users\wilmar\Documents\Tesis Brigin.sav

**Estadísticos descriptivos**

|              | Media  | Desviación típica | N  |
|--------------|--------|-------------------|----|
| gestionfinan | 4,2012 | ,38668            | 84 |
| Competividad | 4,0864 | ,43873            | 84 |

**Correlaciones**

|              |                        | gestionfinan      | Competividad      |
|--------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| gestionfinan | Correlación de Pearson | 1                 | ,235 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (bilateral)       |                   | ,032              |
|              | N                      | 84                | 84                |
| Competividad | Correlación de Pearson | ,235 <sup>*</sup> | 1                 |
|              | Sig. (bilateral)       | ,032              |                   |
|              | N                      | 84                | 84                |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: De Ávila (2016)

En consecuencia, existe una correlación consistente entre las variables estrategias financieras y competitividad analizadas y corrobora los planteamientos teóricos estudiados al identificar la planeación financiera y competitividad para el éxito de las empresas estudiadas.

## 6. CONCLUSIONES:

Es de considerar que para establecer o determinar la relación de la gestión financiera y la competitividad de las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Zona Fronteriza Colombo Venezolana, se reflexiona que existe correlación consistente entre las variables estrategias financieras y competitividad analizadas y corrobora los planteamientos teóricos estudiados al identificar la planeación financiera y competitividad para el éxito de las empresas del sector turístico en La frontera colombo-venezolana.

Lo cual le permite, por una lado, maximizar el valor total de las acciones y por otro lado, obtener estrategias competitivas orientadas en ventajas, a través de sus recursos tangibles, intangibles y habilidades distintivas, así como ser una empresa en búsqueda constante de elementos innovadores en sus productos o servicios, basados en aspectos de calidad y sobretodo de servicio al cliente, donde reine un liderazgo en costos bajos, pero resaltando una característica diferenciadora y un enfoque dinámico e innovador, para lo cual se plantean los siguientes lineamientos:

En esta hiliaridad realizando un eficaz proceso de selección y captación de nuevos ingresos financieros, habida cuenta que es el momento fundamental para que las empresas puedan aumentar su capital o patrimonio financiero. Asimismo, llevar una gestión eficiente, eficaz y eficiente de presupuesto, en otras palabras aprovechas la sinergia de los líderes financieros experimentados en el área de planificación financiera, aunado a esto, se debe implementar una correcta estrategia financiera para conseguir su diagnóstico, pronóstico, financiero, y elaborar un adecuado presupuesto.

De igual manera, le permite establecer cuáles son los controles financieros y en caso de ser necesario aplicar una auditoría a todos los procesos financieros, en concordancia con una estructura organizacional en el que exista un departamento financiero que de solución a las necesidades de análisis, planificación y control de los recursos.

En cuanto a la variable gestión de competitividad, las empresas concluyen y proponen que el elemento de la innovación constante y la calidad en sus productos o servicios donde impere el servicio al cliente como máxima expresión de las empresas investigadas, toda vez que el cliente siempre tiene la razón.

Es por ello, que las empresas del sector turístico en la frontera colombo – venezolanas deben implementar una adecuada estrategia organizacional para llevar a cabo su efectiva, eficiente y eficaz planeación financiera. Así como también, una dirección y liderazgo financiero, partiendo de la elaboración de un adecuado presupuesto, así como establecer su diagnóstico, pronóstico y el control financiero con resultados positivos en sus indicadores económicos y financieros.

Aunado a ello, , deben adoptar una serie de acciones relacionadas con estrategias competitivas en elementos de innovación, calidad y servicio al cliente que le permitan obtener ventajas competitivas en cuanto a sus recursos tangibles e intangibles, así como en habilidades distintivas que agregado a un liderazgo en costos bajos y haciendo énfasis en productos y servicios de diferenciación en cuanto a la calidad y el enfoque de servicios que les permita prepararse a los cambios en los sistemas procesos, donde exista una verdadera gestión de competitividad.

Finalmente las estrategias de gestión financieras empresariales deberán estar en concordancia con las estrategias competitivas que se hayan decidido a través del proceso de planeación estratégica de la organización. En consecuencia, toda estrategia deberá tener el sello característico que le permita ayudar con el cumplimiento de la estrategia general y asimismo la misión, visión y los objetivos estratégicos organizacionales propuestos.

Por último, se debe verificar y establecer que exista una correlación consistente, estrecha y dependiente entre la gestión financiera y competitividad de las empresas estudiadas para el cumplimiento de los objetivos propuestos, con el firme propósito de maximizar el valor de los accionistas y por ende mantener un equilibrio financiero donde impere la rentabilidad dentro del ámbito de la responsabilidad social, ética y del entorno que las rodea, para enfrentar el gran cumulo de competencias que existen en el mercado de las empresas turísticas en la frontera colombo – venezolana.

## 7. REFERENCIAS:

- Amat, O (2009). Análisis económico-financiero: balances, cuenta de resultados, origen y aplicación de fondos, Cash flow, Ratios, fondo de maniobra autofinanciación y rentabilidad. Editorial gestión 2000. España.
- Avalos F. (2009) Factores determinantes de la competitividad empresarial. Escuela de Postgrado UPC.
- Baca, G. (2009). Evaluación de proyectos. 5 edición. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Besley, S y Brigham, E. (2008). Fundamentos de administración financiera. Editorial Cengage learning. España.
- Best, Roger (2007). Marketing estratégico. 4ta edición. Editorial: Pearson México.
- Bodie, Z. y Merton, R. (2003). Finanzas. (1ra. Edición) Editorial Pearson Educación, México.
- Cano, J.; Pulgarín, H.; Colmenares, L.; Cardona, F. (2005), Contabilidad Pública, Bogotá: Ecoediciones
- Cardozo Cuenca, Hernán (2007). Gestión empresarial del sector solidario. Autonomía, autocontrol y autogobierno corporativo. CEP - Banco de la República - Biblioteca Luis Ángel Arango Primera edición.
- Carrión, J. (2007). Estrategia de la visión a la acción. ESIC. España.
- Duarte, J y Fernández, L. (2011). Finanzas Operativas: Un coloquio. Editorial Panamericana. México.
- Escobar, H, Gutiérrez, E y León, A. (2007).. Hacienda Pública. Un enfoque económico. 2da edición. Medellín.
- Ferraz, Pilar, Román, Camilo, Cibrán. (2013). Planificación financiera.
- Fred, D (2003). Conceptos de administración estratégica. Editorial Pearson. México.
- Gabín, M. A. (2009). Gestión presupuestaria de entidades públicas.
- Gitman, L. (2007). Planeación y Organización de Empresas. Undécima edición Pearson Adison Wesley. Colombia.
- González, C y Sánchez, R (2009). El presupuesto. Décima edición. México: Pearson Editorial.
- Hernández R., Fernández, C. y Baptista L. (2010). Metodología de la Investigación. México: Editorial McGraw-Hill.
- Hitt, M, Ireland, A Y Hoskisson. R (2015). Administración estratégica. Competitividad y Conceptos De Globalización. Cengage, México.
- Hurtado, J. (2007). Cómo Formular Objetivos de Investigación. Caracas, Editorial Sypal.
- Labarca, N. (2008). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. Opción. Enero-abril año/volumen 24, número 005. Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Martínez (2003). "Metodología de la Investigación". Editores Júpiter, Caracas.
- Martínez, D y Milla, A. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral, días de santo. España.
- Mathinson, L y otros (2007). Innovación factor clave para lograr ventajas competitivas. Universidad centrooccidental.
- Moyer, R., McGuigan, J. y Kretlow (2005). Administración Financiera Contemporánea (9na. Edición) Editorial Thomson, México.
- Muñelo y Hounie (2004). Estudio sectorial de competitividad: subsector de tecnologías de la información.
- Muñiz, L. (2003). Como Implantar un Sistema de control de Gestión en la Práctica, Bogotá: editorial Ediciones 2000.
- Ortiz, A. (2005). Gerencia Financiera y Diagnostico Estratégico, (2ª ed.) Bogotá: McGrawHill.

- Porter, M (2005). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2da edición. Argentina.
- Porter, M (2010). Ser competitivo. Ediciones DEUSTO. España.
- Robbins, S y Coulter, m (2010). Administración. Pearson. México.
- Sabino, C. (2006). El Proceso de Investigación: Una Introducción Teórico-Práctica. Caracas Venezuela. Editorial Panapo.
- Sarmiento, S. Sánchez A y Ceuz M, (2009). Competitividad y desarrollo sustentable empresarial. Universidad autónoma de Tlaxcala. Revista internacional a la nueva gestión organizacional. México.
- Thompson, A. A. & Strickland, A. J. (2004). Administración estratégica: textos y casos (13.a ed.). México: McGraw-Hill.
- Tamayo y Tamayo, (2007). El Proceso de la Investigación Científica. Bogotá: Editorial Trillas.
- Zambrano, A. (2006). Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública. Venezuela. Publicaciones de la Universidad Católica Andrés Bello.