



ESTRATEGIAS FINANCIERAS COMO UNA HERRAMIENTA PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD DE TALLERES DE MECANICA DIESEL

Perla Aglaee Alvarado Ortiz, perla_aalvaradoo@hotmail.com.

Dr. Leonel Rosiles López, leonelrosiles@uabc.edu.mx

ESPECIALIDAD EN DIRECCION FINANCIERA
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de Ciencias Administrativas UABC

Blvd. Rio Nuevo, entre Eje Central y Anáhuac

Tel: 582 33 77 Ext. 45038

TESINA

FINANZAS Y ECONOMIA

Mexicali, B.C. Mayo de 2016.

ESTRATEGIAS FINANCIERAS COMO UNA HERRAMIENTA PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD DE TALLERES DE MECANICA DIESEL

Resumen

En esta investigación se explica la importancia de utilizar las estrategias financieras como una herramienta que se deben llevar a cabo en una empresa de servicios de tractocamiones. Los sujetos de estudios de esta investigación son los talleres mecánico diésel establecidos en Mexicali, B.C. El propósito de los estudios es dar a conocer herramientas financieras como estrategias que permitan a las empresas alcanzar su desarrollo, llevar una adecuada administración de los recursos y manejo de las finanzas para la toma correcta de decisiones. Lo anterior permitirá a las empresas establecer medidas financieras para tomar la decisión más adecuada para el mejor manejo en el sentido económico. Esta investigación es de corte cuantitativo de tipo documental donde se consultaron libros de diferentes autores especializadas en el área de las finanzas. Para realizar esta investigación, se estudió una muestra no probabilística por conveniencia, seleccionando a 50 talleres de la ciudad de Mexicali. Un hallazgo encontrado es que en la mayoría de estas empresas no se aplican las estrategias financieras debido a que no cuentan con la información financiera suficiente y actualizada para toma de decisiones. Para recabar la información de campo se aplicó a los participantes un instrumento de medición integrado por 10 preguntas de opción múltiple. Los datos obtenidos fueron procesados a través de estadística descriptiva lo cual permitió determinar los resultados de la investigación y realizar conclusiones.

Palabras clave

Competitividad, Estrategia Financiera, Herramienta Financiera.

Abstract

In this research the importance of using financial strategies as a tool to be carried out on a tractor services company explained. The subject of this research study are diesel mechanic workshops established in Mexicali, BC The purpose of the studies is to introduce financial tools and strategies that enable companies to achieve their development, take adequate resource management and financial management for proper decision making. This will allow companies to establish financial measures to make the right decision for the best management in the economic sense. This research is quantitative documentary court where different specialized books were consulted authors in the area of finance. To do this research, a sample not by convenience selecting 20 workshops in the city of Mexicali was studied. One finding is found in most of these companies financial strategies do not apply because they do not have sufficient financial and updated information for decision making. To collect field data to participants was applied a measuring instrument consists of 10 multiple choice questions. The data were processed through descriptive statistics which allowed determine the results of research and make conclusions.

Key words

Competitiveness, financial strategy, financial tools.

Introducción

En la investigación doy a conocer las estrategias financieras que se pueden implementar en el sector de talleres mecánica diésel, con la finalidad de lograr sus objetivos y por ende el desarrollo de la entidad. Para ello es necesario que las empresas conozcan y desarrollen estrategias y herramientas financieras para su buen crecimiento y puedan lograr ser competitivas con las demás. Según Diez, López (2001), la estrategia financiera en toda organización se define como la elección de los caminos por seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende, necesita ser organizada, presupuestada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado.

Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las estrategias financieras que se pueden utilizar como herramientas para lograr la competitividad?

Objetivos

1. Determinar las estrategias financieras que se pueden aplicar para lograr la competitividad.
2. Revisar las estrategias que actualmente utilizan los talleres diésel en su operación.
3. Establecer estrategias financieras que permitan a los talleres diésel alcanzar su desarrollo, crecimiento y competitividad.

Hipótesis

Al aplicar estrategias financieras en el sector talleres mecánica diésel como una herramienta las empresas lograran la competitividad.

Revisión Literaria

El concepto de estrategia es originario del campo militar, pero aparece en el campo económico con la teoría de juegos de la mano de (Von Neumann y Morgenstern, 1944). En ambos casos es básica la idea de "competición, de actuación frente al adversario para lograr algunos objetivos determinados.

Alfred Chandler Jr. (2000), precisa que "estrategia es determinar los objetivos y las metas fundamentales a largo plazo, adoptar políticas correspondientes y asegurar los recursos necesarios para llegar a esas metas.

Estas estrategias funcionales tienen como meta solucionar las dificultades puestas al descubierto en el diagnóstico, por cada punto crítico del Área de Resultados Claves, las cuales deben aplicarse de forma constante e inmediata, así como realizar revisiones en cuanto al cumplimiento de los objetivos estratégicos, toda vez que las propuestas de soluciones no deben ser estáticas, sino, deben irse modificando en aras de las nuevas necesidades de la entidad. De acuerdo a como nos comenta el autor Nuñez (2014), en la actualidad es de vital importancia que las empresas de cualquier sector cuenten con estrategias financieras que le permitan lograr sus objetivos y por ende el desarrollo de la entidad en el mercado local, en este caso analizare el sector de talleres de mecánica diésel, es necesario que las empresas conozcan y desarrollen estrategias y herramientas financieras para su buen crecimiento y puedan lograr ser competitivas con las demás, deben llevar una adecuada administración de los recursos y manejo de las finanzas, para la toma de decisiones. No basta el ofertar un buen servicio, si no existe una adecuada administración de los recursos en la entidad económica y que la persona responsable de las decisiones financieras

en la empresa, este capacitada y tenga la experiencia necesaria para poder tomar adecuadas estrategias financieras y un correcto manejo de los recursos, apegados a los objetivos de la entidad.

La toma de decisiones, para conducir adecuadamente una organización, resulta compleja y representa una gran responsabilidad para las personas que asumen tal compromiso.

Este panorama permite visualizar que la competencia entre los talleres de mecánica diésel es muy reñida debido a que los precios y servicios son muy similares y las estrategias que asumirán al servicio al cliente estarán relacionadas con el respaldo que puedan ofrecer.

Rudolf Diésel desarrolló la idea del motor diésel y obtuvo la patente alemana en 1892. Su logro era crear un motor con alta eficiencia. Los motores a gasolina fueron inventados en 1876 y, específicamente en esa época, no eran muy eficientes.

Si usted ha comparado el combustible diésel y la gasolina, sabrá que son diferentes, huelen diferente, el combustible diésel es más pesado y aceitoso, en un taller todo está diseñado para que con un mínimo conocimiento de mecánica, cualquier mano puede realizar las operaciones de mantenimiento de vehículos y los controles habituales antes de realizar un viaje en la unidad.

La palabra taller proviene de la palabra francés atelier y hace referencia al lugar en que se trabaja principalmente con las manos, de esta manera podemos definir que un taller mecánica diésel es aquel en donde se presta un servicio de manera independiente, donde se inspeccionan, se reparan todo lo que tenga un sistema diésel.

En base a todo para lograr la competitividad en sectores de tractocamion, es el desarrollo de estrategias financieras. La perspectiva tradicional de la situación competitiva de las organizaciones, se ha concentrado exclusivamente en la importancia de la estructura operativa y en las dinámicas que permiten generar cada vez mayores niveles de eficiencia productiva, de esta forma lo plantea Porter (1979).

Todas las empresas, ya sean micro, pequeñas o grandes, representan las unidades económicas generadoras de bienes y servicios que demandan los consumidores, el éxito de estas se basa en el mejoramiento continuo de sus niveles de productividad y calidad. Por lo que se refiere a los establecimientos dedicados a la prestación de servicio de mantenimiento y reparación diésel, son tradicionalmente considerados como fuente de empleo para aquellas personas que poseen conocimientos y habilidades sobre el funcionamiento de tractocamiones. Dichos establecimientos

son conocidos como “talleres de mecánica diésel” y se encuentran en un proceso de cambio, enfrentando problemas de naturaleza administrativa, productiva y laboral para poder tener un nivel de competitividad aceptable.

De acuerdo a los estudios en el año 2009 de INEGI en México el sector de talleres mecánica diésel ocupa el 36.1% de los establecimientos, empleando 1, 212,362. Se observó durante el estudio que el 94.4% pertenecían a micro empresas, y solamente 5,342 pertenecían a la gran empresa que representaron 0.4% del total de establecimientos; sin embargo estos establecimientos grandes concentraron 66.4% de las remuneraciones y generaron 69.1% de los Ingresos obtenidos en los sectores prestadores de servicios.

A continuación defino algunos conceptos:

Concepto Estrategia:

El diccionario nos la define como un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.

Concepto Estrategia Financiera:

El diccionario nos lo define como las prácticas que una empresa adopta para alcanzar sus objetivos económicos. Aprender a gestionar y distribuir de modo eficiente, el circulante de nuestra empresa, mediante la elaboración previsiones de pagos, cobros y control de cuentas bancarias, que permitan obtener una rentabilidad de nuestro negocio.

Concepto Taller Mecánico Diésel:

Es aquel que se dedica a la reparación de tractocamiones, autobuses, y todo lo relacionado con un motor diésel.

Concepto de Competitividad:

Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Porter (1979) En su libro “Ser competitivo” asevera que: “La competitividad

se consigue aumentando la productividad en el empleo de los recursos. Las mejoras de productividad deben ser inacabables”.

Herramienta Financieras:

Han sido creadas para realizar cualquier actividad de la manera más eficiente, son muy útiles para organizar nuestros estados financieros.

En si las estrategias financieras son una herramienta que las empresas pueden utilizar para lograr la competitividad en el sector en que el que se desenvuelven, en esta investigación daré a conocer cuáles son las mejores que puedo sugerirle a la empresa. De esta manera las estrategias financieras nos ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la competitividad en las empresas, y les servirá como ayuda para la obtención de una buena sustentabilidad financiera. Si utilizamos esta herramienta junto con otras existentes aumentara la capacidad de la organización, y de esta manera podremos generar los fondos suficientes. Es por eso que debido a que muchas empresas pequeñas y medianas en el sector de mecánica diésel no se aplican este tipo de estrategias, muchas veces los negocios solo están encaminados a atender al cliente y cumplir sus peticiones y dejan a un lado todo lo relacionado con el dinero del negocio. (Nuñez, 2014)

Las siguientes son las estrategias financieras que sugiero para el éxito de una empresa en mecánica diésel:

Control de inventarios

Control de Proveedores

Control de Clientes

Llevar a cabo el análisis en sus Estados Financieros

Llevar un análisis de las Razones Financieras para medir la economía de la empresa

Mejorar los procesos y técnicas para la prestación del servicio

A continuación analizaremos a detalle las actividades de estrategias financieras que pueden desarrollar las empresas para lograr su competitividad:

Control de Inventarios:

Un inventario se define como la acumulación de materiales que posteriormente serán usados para satisfacer una demanda futura. En este sentido tal como lo señala el autor Moya (1998) nos menciona La función de la teoría de los inventarios la cual consiste en planear y controlar el volumen del flujo de los materiales en una empresa, desde los proveedores hasta la entrega de los consumidores. En toda compañía existen cuatro funciones principales que deben de trabajar en forma cotidiana; estas funciones son Comprar, Producción, Finanzas y Ventas.

Uno de los problemas más grandes a los que se enfrentan las empresas es que gran parte del capital de trabajo lo invierten en inventarios, y en muchas ocasiones este se convierte en recursos ociosos temporalmente, debido a que parte de esas piezas que adquirieron tardaran días, o meses en utilizarlas.

Es por eso que enlisto recomendaciones que las empresas pueden utilizar como herramienta para su lograr competitividad:

Si el empresario decide invertir antes de utilizar las piezas, estar seguro que esa mercancía va hacer usada en algún momento. Llevar a cabo diferentes presupuestos para saber en dónde es más factible adquirir la mercancía y de esta manera reducir los costos. Identificar muy bien las piezas o insumos que más se utilizan para tener un abasto y poder ofrecerle al cliente un buen servicio. Reducir el inventario tanto como sea posible, cuidando siempre no sufrir pérdidas en venta por escasez de materias primas y/o productos terminados.

Control de Proveedores:

Primeramente la finalidad de esta estrategia financiera es para al momento de pagar a nuestros principales acreedores no quedemos en números rojos, o no desembolsar una cantidad fuerte y quede desprotegido nuestro capital en la empresa, es decir no pagar de más y aprovechar los créditos que nos otorgan o los descuentos que nos proporcionan al momento de adquirir la mercancía. Estrategias que pueden utilizarse en las empresas como herramientas para lograr la competitividad, Seleccionar primeramente al proveedor adecuado, considerar el tiempo de entrega de la mercancía, analizar los costos, ver la forma de pago y si nos otorgan descuento.

Dentro de esta estrategia podemos considerar además *el Control de Pago a Proveedores* como una estrategia financiera, debido a que este repercute directamente en los números de nuestra empresa y afecta a nuestro bolsillo; las estrategias son:

Aprovechar los créditos y/o descuentos que nos otorgan los proveedores al momento de adquirir nuestros productos o mercancía, de esta manera podemos tener ahorros importantes y podemos aprovecharlo en invertir en algún otro recurso que nos ayude a la competitividad de nuestra empresa. Analizar los costos que nos generan solicitar créditos o plazos de pago con los proveedores.

Control de Clientes:

Esta estrategia financiera lo que nos permite es poder cobrar tiempo a nuestros clientes, sin que en muchas ocasiones nos descapitalicemos en la prestación de un servicio y que el cliente no hace frente a la obligación que tiene con nosotros. Podemos llevar a cabo las siguientes recomendaciones:

Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras. Podemos utilizar los descuentos por pagos de contado, si son justificables económicamente. Analizar todos los riesgos posibles al otorgar descuentos a nuestros clientes. Establecer periodos de cobro en fechas determinadas.

Llevar a cabo el análisis en sus Estados Financieros:

El análisis de los estados financieros es un proceso que nos lleva a evaluar la posición financiera, presente, y pasada de la empresa, con el único objetivo de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros. Por lo que es sumamente importante llevar a cabo este tipo de análisis debido a que nos permitirá conocer cómo está la empresa, y con base a esto tomar las decisiones adecuadas para un mejor manejo de la situación económica de la empresa.

Según el autor Bernstein, L. (1984), los principales entorno en cuanto a la evaluación financiera de la empresa son:

Rentabilidad: El rendimiento que generan los activos puestos en operación.

Endeudamiento: Permiten identificar el grado de endeudamiento que tiene la empresa y su capacidad para asumir sus pasivos

Solvencia: Nos muestra la capacidad para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Rotación: Nos muestra la eficiencia de la empresa en la administración y ventas de sus inventarios, y para medir la efectividad de la administración para generar ventas a partir de las inversiones en los activos.

Liquidez Inmediata: La capacidad que tiene una empresa para pagar sus deudas oportunamente.

La información obtenida de los conceptos descritos anteriores nos permitirá conocer el crecimiento y rendimiento del negocio. Estrategias que pueden utilizarse en las empresas como herramientas para lograr la competitividad:

Al analizar los estados financieros, podemos tomar decisiones sobre la inversión y crédito, si se requiere en la empresa, analizar las opciones más favorables para estos factores.

Evaluar la solvencia y liquidez, y de esta manera saber con cuanta capacidad cuenta la empresa para pagar sus deudas, si obtenemos resultados favorables podemos continuar de manera tranquila con la marcha del negocio.

Podemos definir si contamos con un déficit y de esta manera podemos pedir un financiamiento, podemos reestructurar nuestras deudas, realizar nuestras compras a crédito sin la necesidad de desembolsar nuestro efectivo o solicitar un crédito mayor.

Podemos prever si contamos con un excedente en nuestro efectivo, podemos tomar la decisión si invertimos en la adquisición de herramienta más sofisticada, podemos invertirlo en la expansión del negocio, realizar la adquisición de inventario.

Llevar un análisis de las Razones Financieras para medir la economía de la empresa:

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad

para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social. A través del análisis de las razones podemos obtener información acerca del desempeño anterior de la empresa, así como su postura financiera para el futuro cercano (Gitman, 2003)

Al analizar la razón financiera circulante nos indican que con que tanta capacidad contamos para cumplir las deudas a corto plazo, si el resultado no es favorable, podemos optar por solicitar un crédito o un financiamiento para poder cumplir con la obligación.

Al analizar la razón financiera de rotación de inventarios podemos medir el tiempo con el que nuestros inventarios están en el almacén, con base a esto podemos decidir si tenemos inventario sobrado podemos venderlo y de esta manera obtener efectivo.

Con base a la razón financiera de periodo promedio de cobranza nos permite conocer evaluar las políticas de créditos y cobranza que otorgamos, de esta manera podemos tomar decisiones correctas si continuamos otorgando créditos a nuestros clientes o podemos otorgar créditos menores.

Al analizar la razón financiera de periodo promedio de pago nos ayuda a calcular que tanto nos estamos financiando con nuestros proveedores, y al igual que con nuestro periodo de cobranza podemos evaluar si seguimos financiándonos con nuestros proveedores o solicitamos créditos menores, debido a los costos que generan estos créditos.

Mejora en los procesos y técnicas para la prestación del servicio:

Con la ayuda de la tecnología podemos ir supliendo métodos tardados y no confiables. Nos ayudan a mejorar las técnicas y el trabajo es más rápido. La aplicamos como una estrategia financiera debido a que nos ayudara a reducir nuestros costos en la compra de inventario, con lo que llevamos un control de las piezas que le ponemos a cada unidad.

Las estrategias que podemos llevar a cabo para lograr la competitividad, y nos ayudaran en el entorno económico son:

Sustituir con la tecnología las herramientas necesarias para la elaboración de ciertos procesos, debido a que con esto economizamos tiempo y el trabajo es más ágil y fácil.

Nos facilitara saber el comportamiento de las unidades y con la ayuda de la tecnología nos indica que pieza es exactamente, con esto logramos reducir los costos.

Aspectos metodológicos

La investigación consta de dos etapas, la primera es basada en la recopilación de la información de datos estadísticos mediante los estudios realizados de INEGI, así como la definición de cada una de las fases para lograr establecer las estrategias financieras en los talleres de mecánica diésel. La segunda etapa consta sobre el análisis de hechos de muestreos, cuestionarios, estadísticas de los talleres que aplican las estrategias.

Instrumento

En la investigación aplicare un cuestionario de 15 preguntas cerradas de opción múltiple que dará como resultados los implementos de estrategias financieras que utiliza cada taller de mecánica diésel.

Resultados

Después de haber realizado la investigación de campo correspondiente y al haber aplicado encuestas a empresas dedicas al sector de mecánica diésel, se obtuvieron los siguientes resultados:

Al preguntar a los especialistas en el área de mecánica diésel sobre si aplican distintas estrategias financieras para lograr la competitividad en su empresa se encontró que el 6% manifestó no tener conocimiento sobre la definición de estrategia financiera, un 38% dijo tener una noción, otro 22% más aceptó que las conocía muy poco y el 34% restante mencionó que si la conoce; de la mima forma el 0% comentó que no lleva un control de inventarios como una estrategia financiera que los lleve a lograr la competitividad, un 44% coincidió en que rara vez llevaban el manejo de inventarios, otro 20% más dijo que por lo regular llevaba el control de su inventario y el 36% consideró que siempre tenía el control de su inventario y lo utilizaba como una estrategia financiera; en el mismo sentido un 0% manifestó que nunca ha llevado el control de proveedores como una estrategia financiera, un 38% dijo que no era muy común llevar el control de proveedores para otro %26 están fundamentados que casi siempre llevan un control de proveedores para utilizarla como estrategia financiera y el 36% restante indica que siempre utilizan el control de proveedores como una herramienta para logar la competitividad en el mercado; por otra parte los entrevistados indicaron que el 44% siempre realiza diferentes cotización antes de comprar, el 36% de los entrevistados manifestó que la mayoría de las

veces las realiza, el 20% indica que es muy raro y el 0% que nunca realizan cotizaciones; por otra parte el 0% de los entrevistados indican que nunca han llevado un control en sus cuentas por cobrar, el 24% comenta que es rara la vez que lo hacen, el 36% casi siempre lleva un control en sus cuentas por cobrar y el otro 42% indica que siempre lleva un control en sus cuentas por cobrar; de la misma manera el 6% maneja algún tipo de estrategia para llevar un control en las cuentas por cobrar a sus clientes, otro 30% indica que muy rara vez, mientras que el 28% dijo casi siempre tener una estrategia y el resto 36% indica siempre tener una estrategia para llevar a cabo el cobro a los clientes. Otra pregunta que se realizó en la investigación es saber si manejan algún stock en la mercancía dentro de su almacén donde el 8% dice no llevarlo, el 66% es muy raro, el 18% es cuidadoso y trata de tener mercancía al alcance y el resto que es el 8% indican que siempre tienen mercancía al alcance. Por otra parte al solo 4% les otorgan descuentos al adquirir mercancía, mientras que al 64% de los entrevista rara vez les otorgan un descuento, y al 30% casu siempre les ofrecen algún tipo de descuento y tal solo al 2% siempre les dan algún tipo de descuento. El 2% de los entrevistados no proporcionan descuentos a sus clientes por pronto pago, el 66% es muy raro, el otro 16% indica que casi siempre los realiza, mientras que ningún empresario realiza descuentos a sus clientes de manera establecida. El 2% realiza alguna actividad para que su empresa sea competitiva, mientras que el 22% no es muy común que realice algo, y el 62% casi siempre están a la vanguardia con realizar cualquier actividad para lograr la competitividad antes las demás empresas, y el resto 14% de los entrevistados siempre realizan actividades. El 12% de los encuestados rara vez tienen conocimiento de su solvencia antes de realizar cualquier pago, mientras que el 44% casi siempre la verifican antes de hacer cualquier pago, mientras que el 44% restante nos muestra que siempre revisan que tanta solvencia tienen; adicional a esto el 10% es rara la vez que verifican la capacidad que tiene la empresa, el 48% regularmente siempre saben su capacidad y el 42% están enterados hasta donde pueden asumir el pago de sus pasivos. La mayoría de los encuestados el cual nos representa un 42% casi siempre cuenta con algún tipo de financiamiento para liquidar sus pasivos, mientras que el 32% es muy raro que utilicen dichos financiamientos.

Por último al encuestar a los empresarios de si llevan un análisis a sus estados financieros el 24% de todos ellos nos indican que no realizan ningún tipo de análisis, mientras que el 30% es muy raro, y en un 34% lo hacen de manera regular y solamente un 12% siempre realizan un análisis a sus estados financieros, un 10% indica que siempre se actualiza en cuestión de procesos y técnicas para la prestación del servicio, mientras que el 40% lo hace regularmente, el 50% es muy rara la vez que hacen este tipo de actividad, lo que nos indica que en cierta parte todas estas personas encuestas le dedican tiempo a actualizarse debido a que nos muestran según la encuesta realizada el 0% de la población no se actualiza.

Tabla 1: Opiniones de los diferentes empresarios dedicados al sector mecánica diésel en la ciudad de Mexicali, B.C.

Variable	Indicadores	Nunca %	Rara Vez %	Casi Siempre %	Siempre %
Aplicación de Estrategias Financieras para lograr ser competitivos	1. Conoce la definición de Estrategia Financiera	6	38	22	34
	2. ¿Considera usted el control de inventarios como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?	0	44	20	36
	3. ¿Considera usted el control en sus proveedores como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?	0	38	26	36
	4. ¿Realiza diferentes cotizaciones antes de comprar como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?	0	20	36	44
	5. ¿Lleva un control en sus cuentas por cobrar?	0	24	36	42
	6. ¿Maneja alguna estrategia para llevar un control en el cobro de sus clientes?	6	30	28	36
	7. ¿Maneja un stock de mercancía en su almacén?	8	66	18	8
	8. ¿Le otorgan descuentos por pronto pago?	4	64	30	2
	9. ¿Otorga descuentos a sus clientes?	2	66	16	0
	10. ¿Realiza alguna actividad para que su empresa sea competitiva frente a las demás?	2	22	62	14
	11. ¿Antes de realizar pagos tiene conocimiento de cómo está la solvencia en su negocio?	0	12	44	44
	12. ¿Sabe usted cual es la capacidad de su empresa para asumir el pago de sus pasivos?	0	10	48	42
	13. Para pagar a sus proveedores, ¿cuenta con algún tipo de financiamiento?	16	32	42	10
	14. ¿Realiza un análisis a sus estados financieros?	24	30	34	12
	15. Se actualiza constantemente para mejorar sus procesos y técnicas para la prestación del servicio?	0	50	40	10

Elaboración propia con base en los indicadores analizados en esta investigación.



Tabla 2: ¿Conoce la definición de Estrategia Financiera?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6.0	6.0	6.0
	RARA VEZ	19	38.0	38.0	44.0
	CASI SIEMPRE	11	22.0	22.0	66.0
	SIEMPRE	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados en cuanto a su conocimiento de la definición de Estrategia Administrativa.

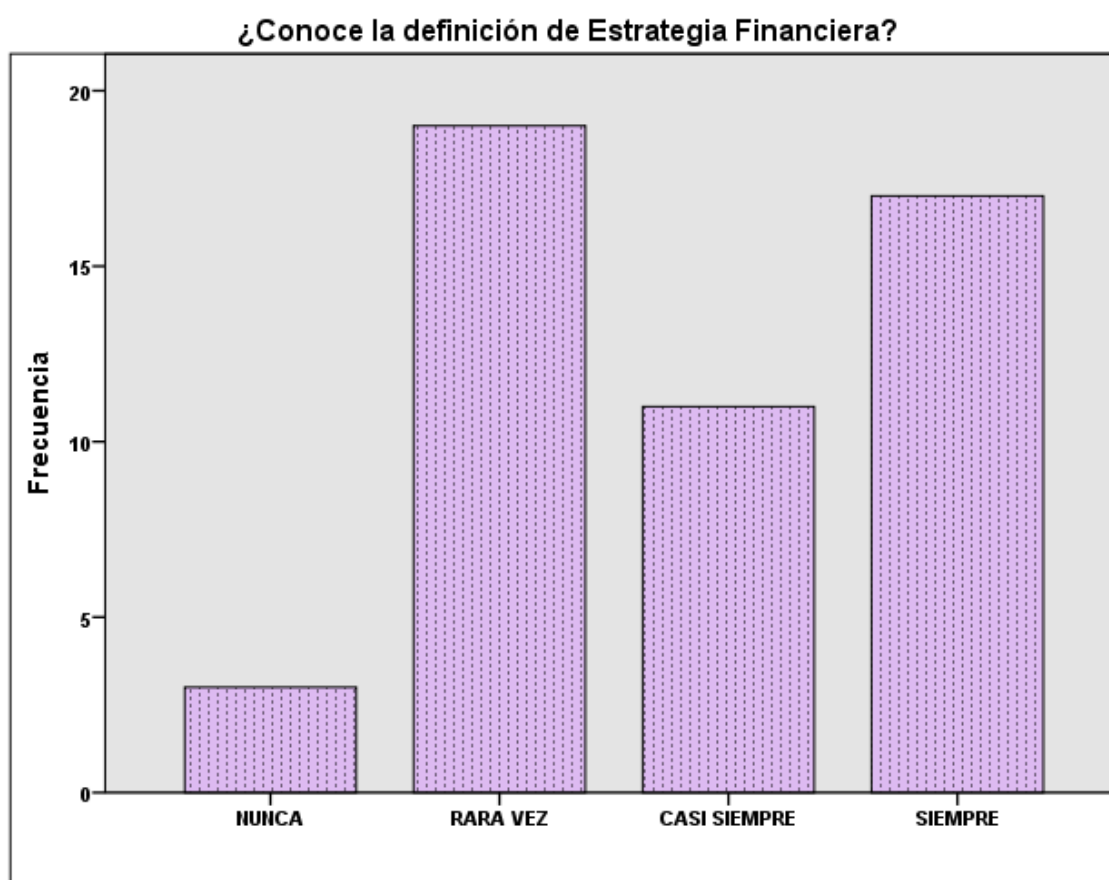


Tabla 3: ¿Considera usted el control de inventarios como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	22	44.0	44.0	44.0
	CASI SIEMPRE	10	20.0	20.0	64.0
	SIEMPRE	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados en cuanto al control de inventarios si lo utilizan como una herramienta para lograr la competitividad.

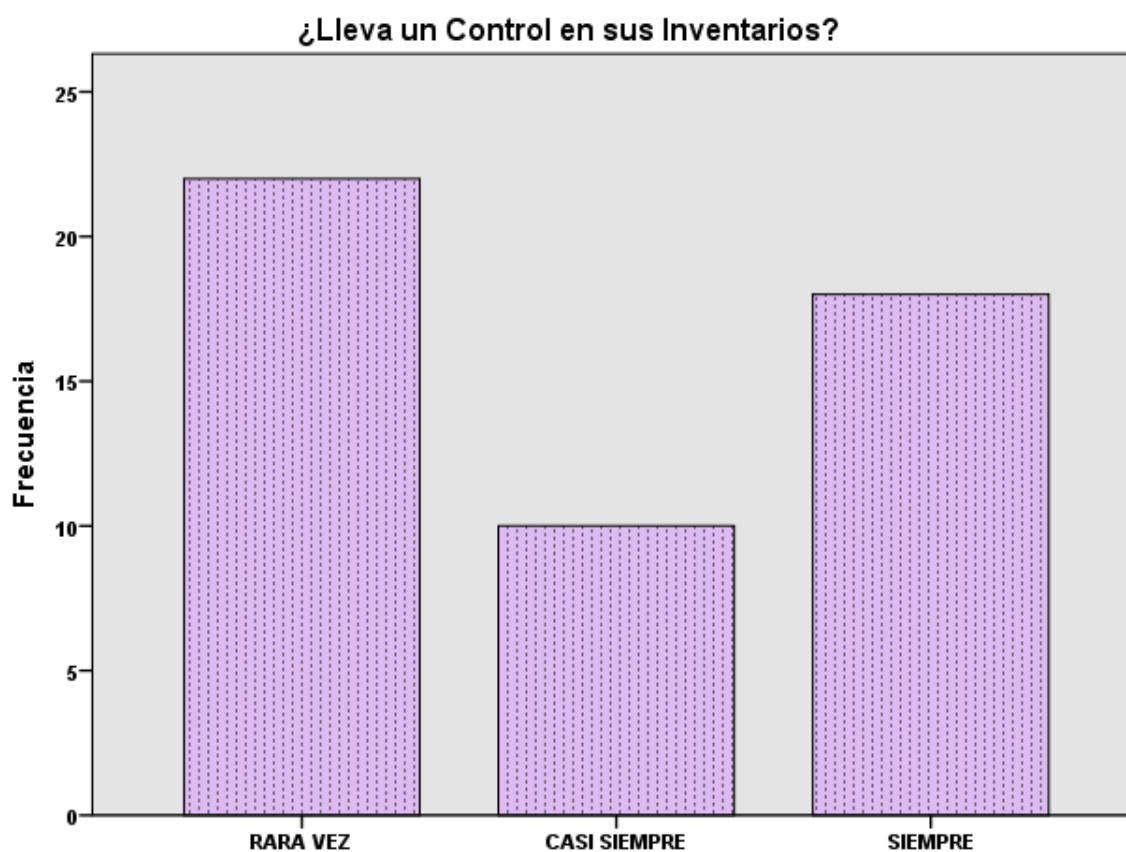


Tabla 4: ¿Considera usted el control en sus proveedores como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	19	38.0	38.0	38.0
	CASI SIEMPRE	13	26.0	26.0	64.0
	SIEMPRE	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados en cuanto al control de proveedores si lo utilizan como una herramienta para lograr la competitividad.

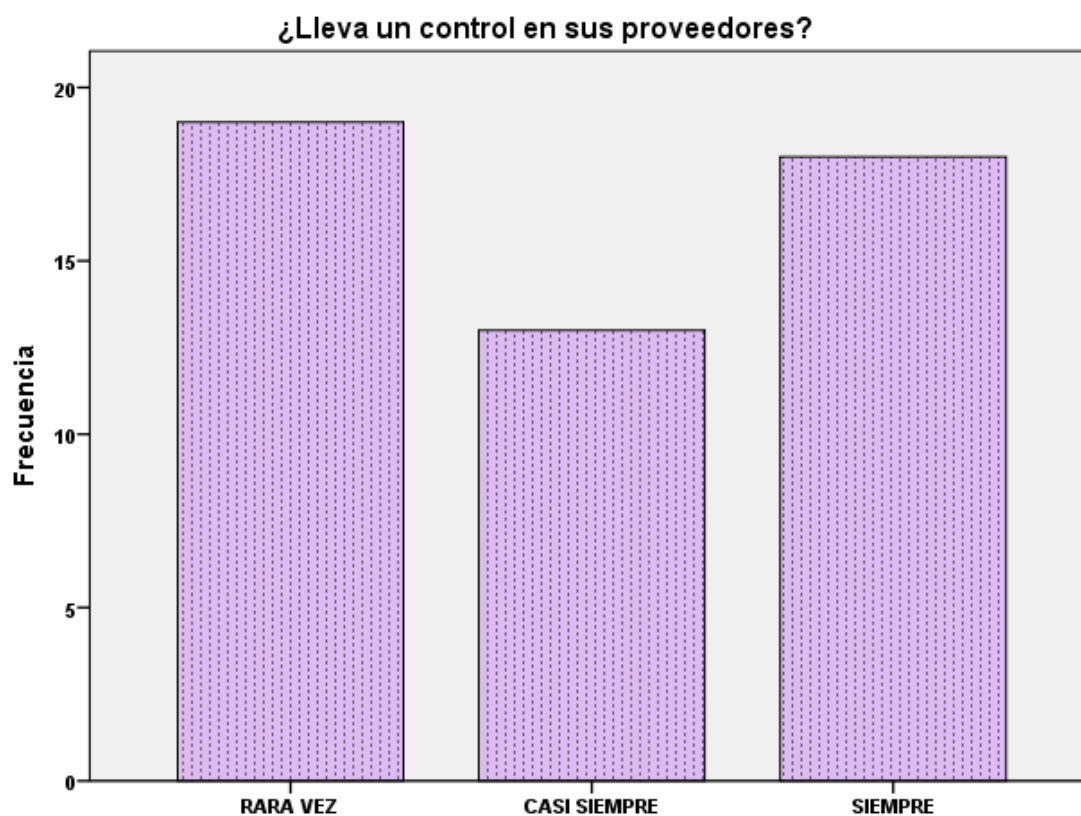


Tabla 5: ¿Realiza diferentes cotizaciones antes de comprar como una estrategia financiera que puede utilizarse como herramienta para lograr la competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	10	20.0	20.0	20.0
	CASI SIEMPRE	18	36.0	36.0	56.0
	SIEMPRE	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si realizan diferentes cotizaciones antes de comprar y si lo utilizan como una herramienta para lograr la competitividad.

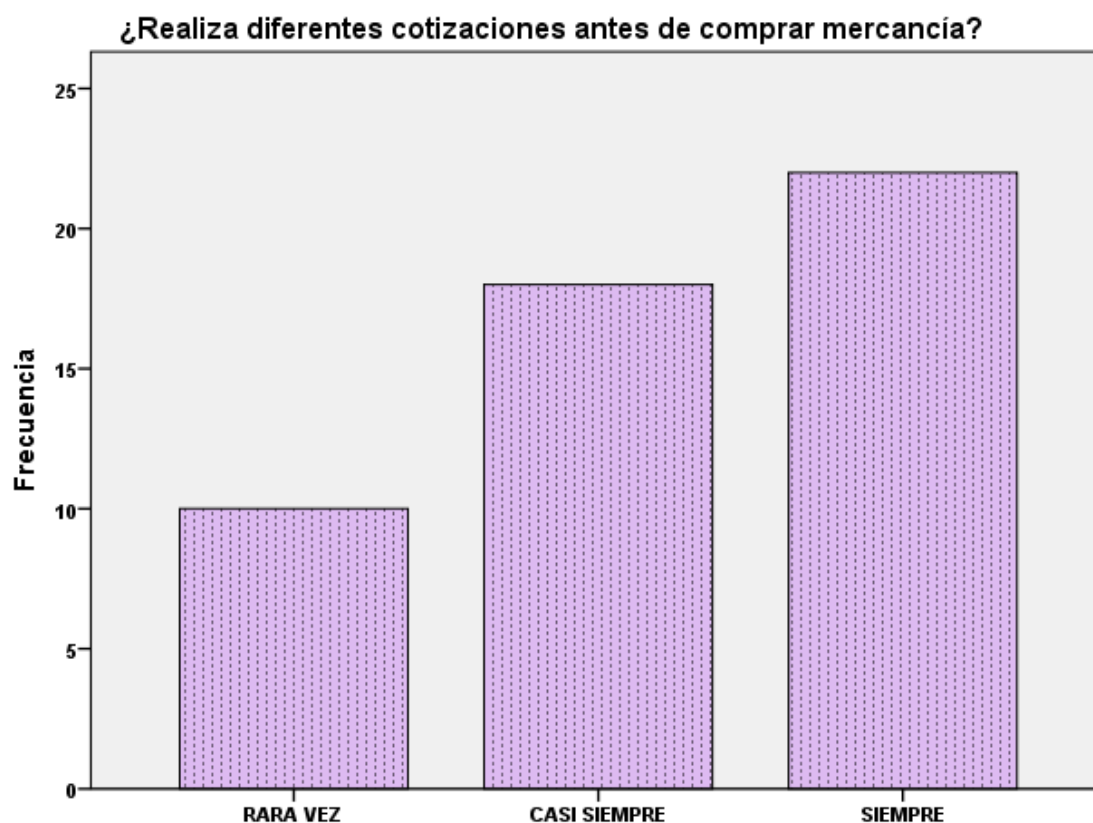


Tabla 6: ¿Lleva un control en sus cuentas por cobrar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	12	24.0	24.0	24.0
	CASI SIEMPRE	17	34.0	34.0	58.0
	SIEMPRE	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si llevan un control en sus cuentas por cobrar.

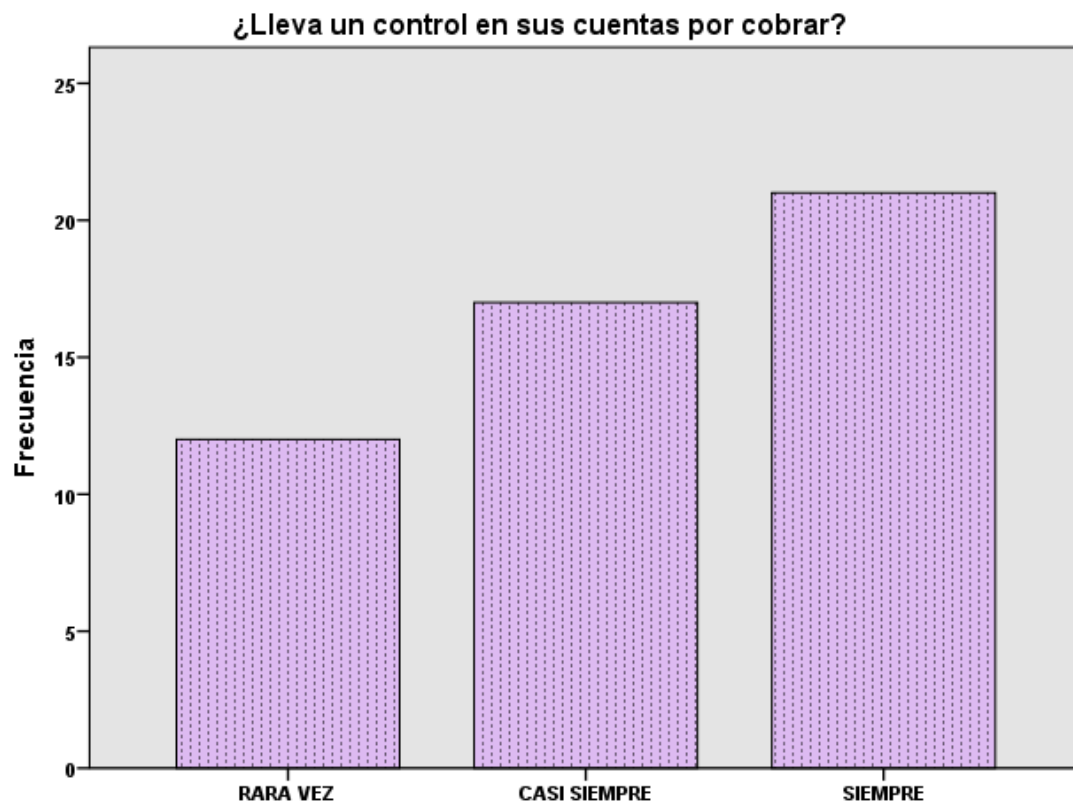


Tabla 7: ¿Maneja alguna estrategia para llevar un control en el cobro de sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6.0	6.0	6.0
	RARA VEZ	15	30.0	30.0	36.0
	CASI SIEMPRE	14	28.0	28.0	64.0
	SIEMPRE	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si maneja alguna estrategia para llevar a cabo el control en cuanto al cobro a sus clientes.

¿Maneja alguna estrategia para llevar un control en el cobro de sus clientes?

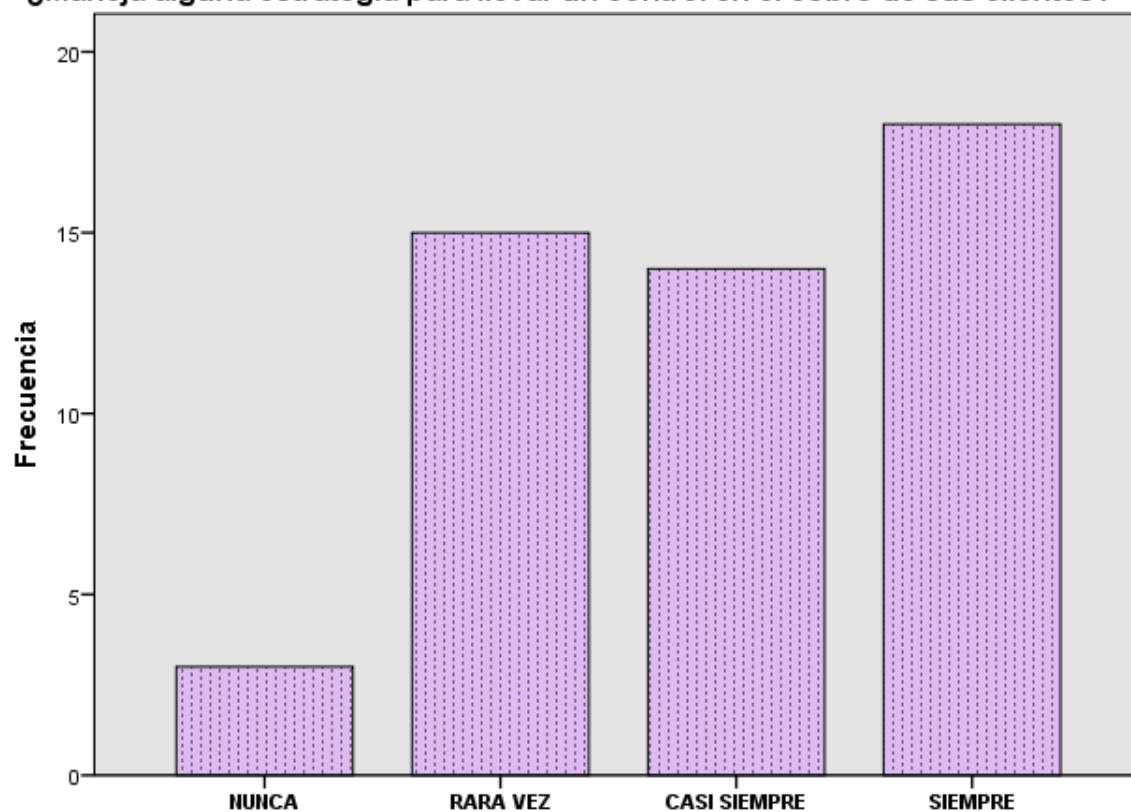


Tabla 8: ¿Maneja un stock de mercancía en su almacén?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	8.0	8.0	8.0
	RARA VEZ	33	66.0	66.0	74.0
	CASI SIEMPRE	9	18.0	18.0	92.0
	SIEMPRE	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si manejan un stock de mercancía en su almacén, lo que los lleva a poder utilizarlo como una herramienta financiera.

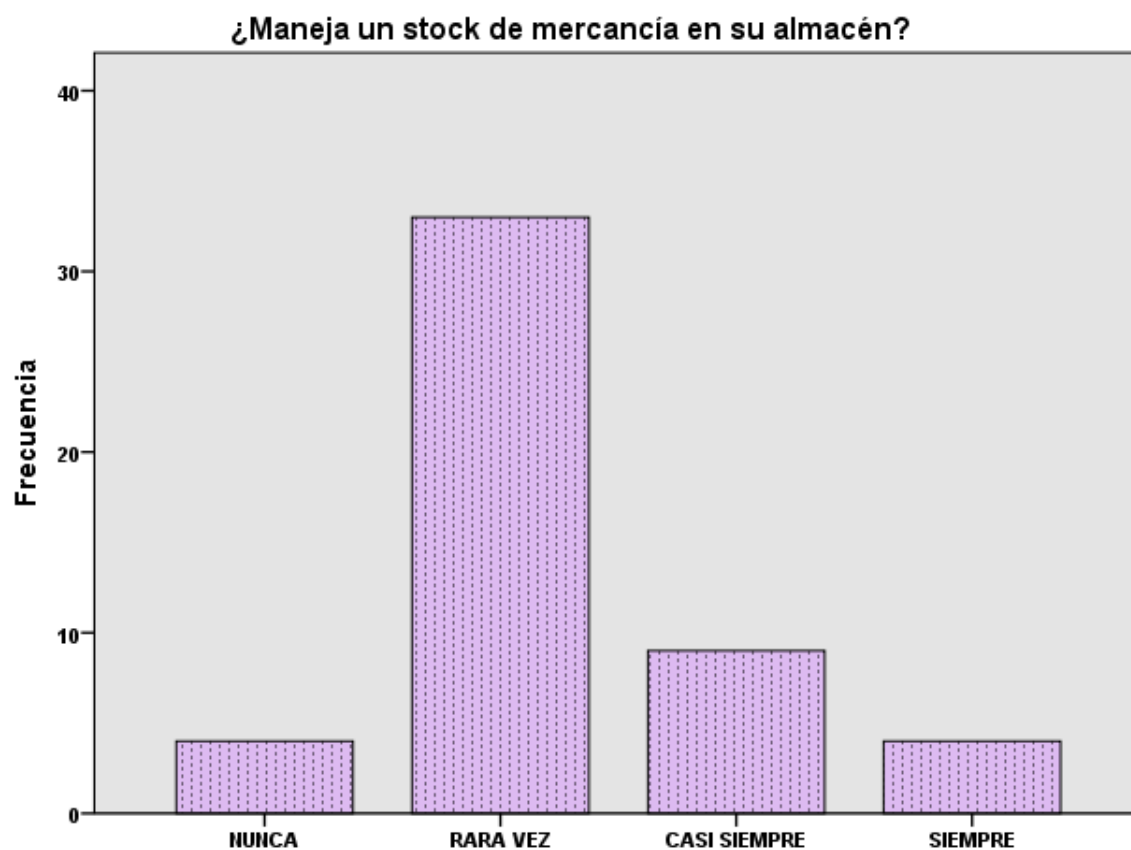


Tabla 9: ¿Le otorgan descuentos por pronto pago?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	4.0	4.0	4.0
	RARA VEZ	32	64.0	64.0	68.0
	CASI SIEMPRE	15	30.0	30.0	98.0
	SIEMPRE	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados les conceden descuentos por pagar antes de tiempo, y esto los beneficia principalmente financieramente en la empresa.

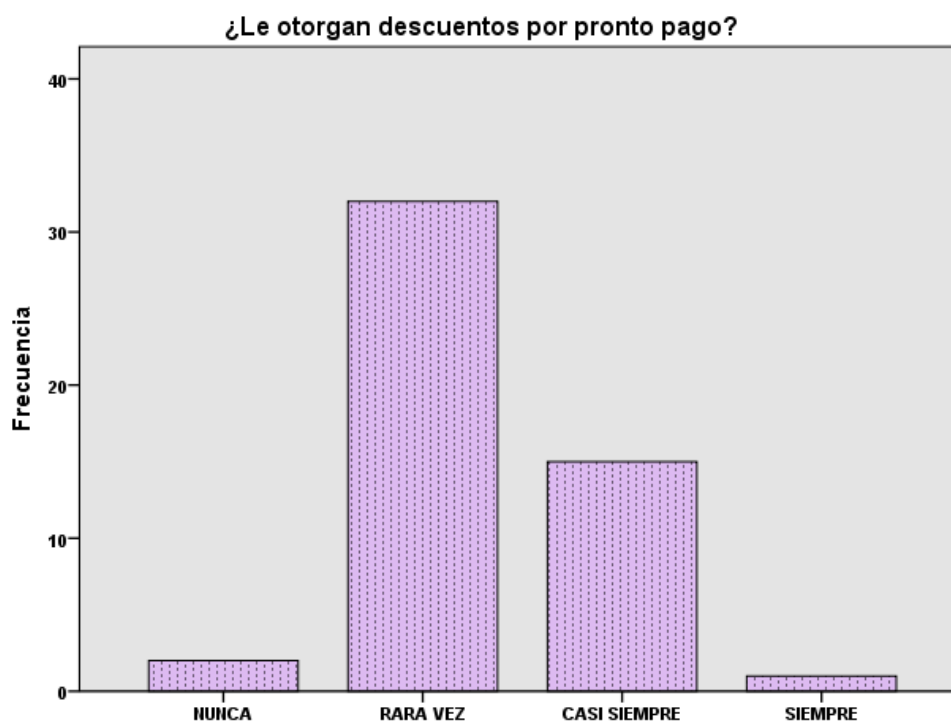


Tabla 10: ¿Otorga descuentos a sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2.0	2.0	2.0
	RARA VEZ	33	66.0	66.0	68.0
	CASI SIEMPRE	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si otorgan descuentos a sus clientes por realizar pagos antes de tiempo, y esto los beneficia principalmente financieramente en la empresa.

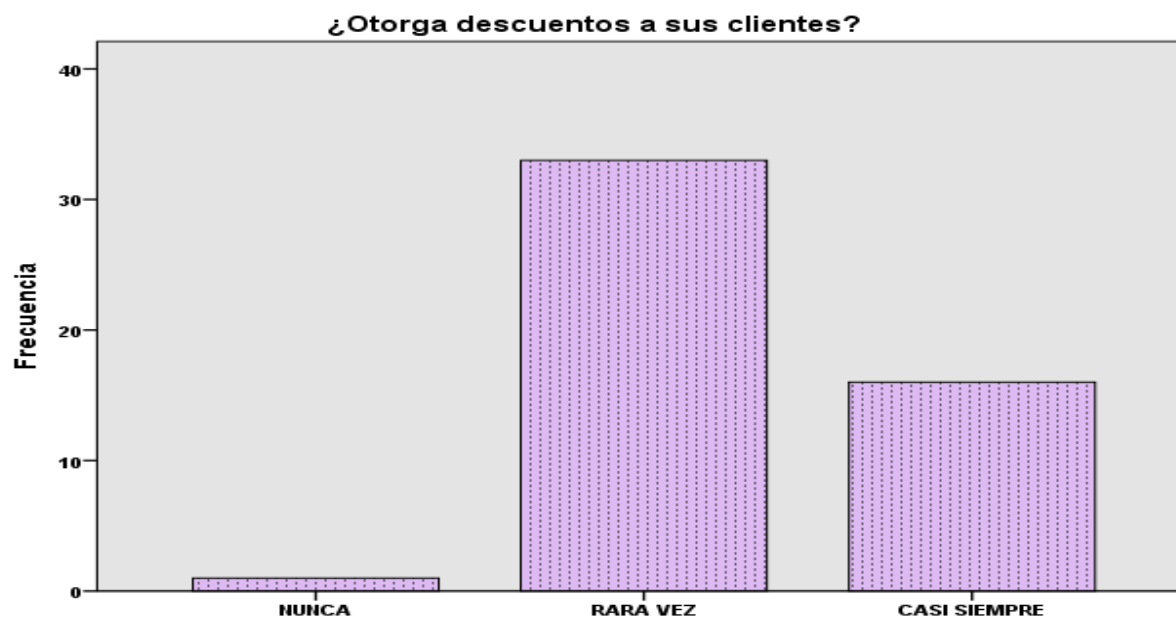


Tabla 11: ¿Realiza alguna actividad para que su empresa sea competitiva frente a las demás?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2.0	2.0	2.0
	RARA VEZ	11	22.0	22.0	24.0
	CASI SIEMPRE	31	62.0	62.0	86.0
	SIEMPRE	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si realizan alguna actividad para que su empresa sea competitiva frente a las demás.

¿Realiza alguna actividad para que su empresa sea competitiva frente a las demás?

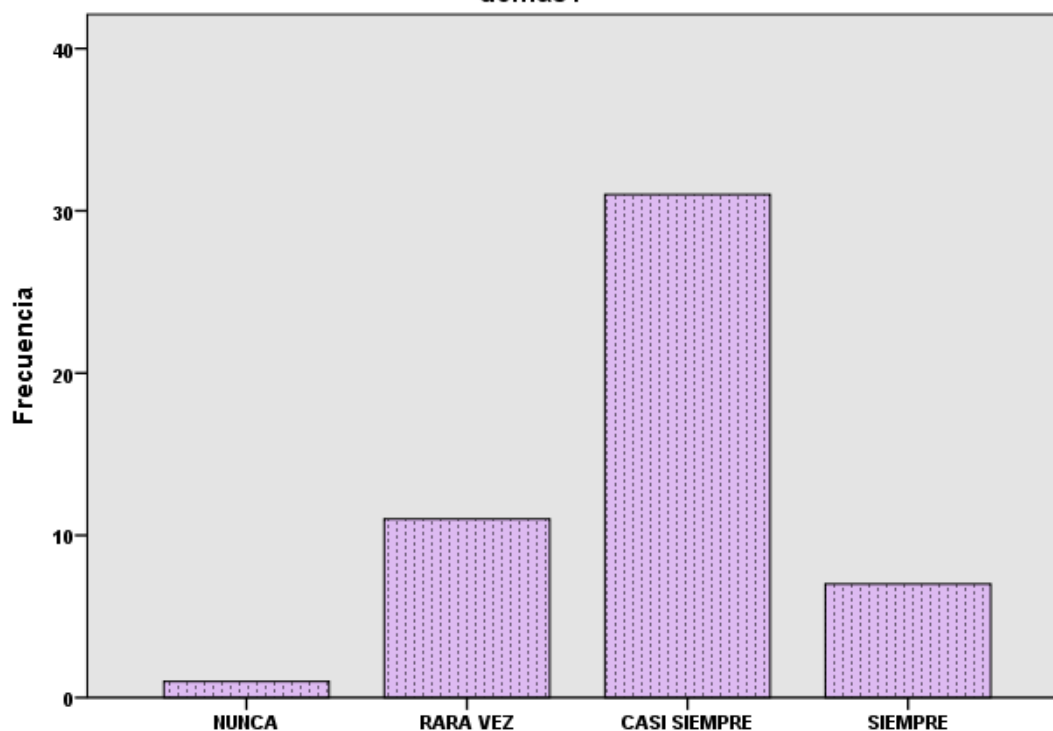


Tabla 12: ¿Antes de realizar pagos tiene conocimiento de cómo está la solvencia en su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	6	12.0	12.0	12.0
	CASI SIEMPRE	22	44.0	44.0	56.0
	SIEMPRE	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si antes de realizar cualquier tipo de pago saben cómo se encuentra la solvencia del negocio.

¿Antes de realizar pagos tiene conocimiento de cómo está la solvencia en su negocio?

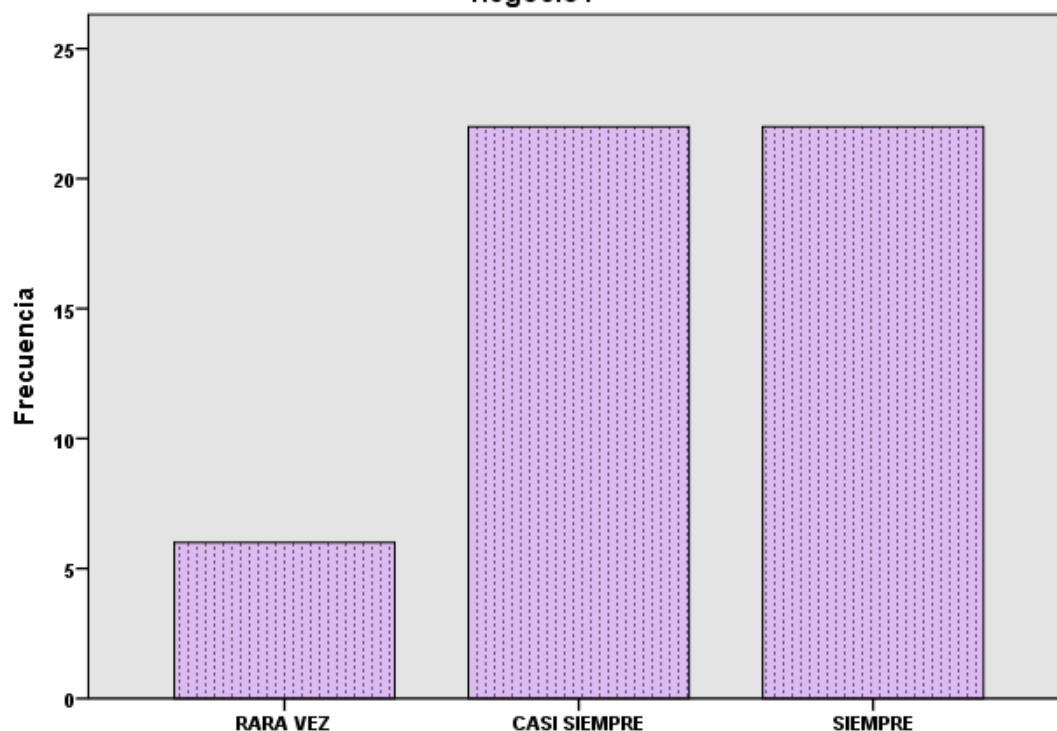


Tabla 13: ¿Sabe usted cual es la capacidad de su empresa para asumir el pago de sus pasivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	5	10.0	10.0	10.0
	CASI SIEMPRE	24	48.0	48.0	58.0
	SIEMPRE	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si conocen la capacidad de la empresa para poder asumir el pago de todos los pasivos generados.

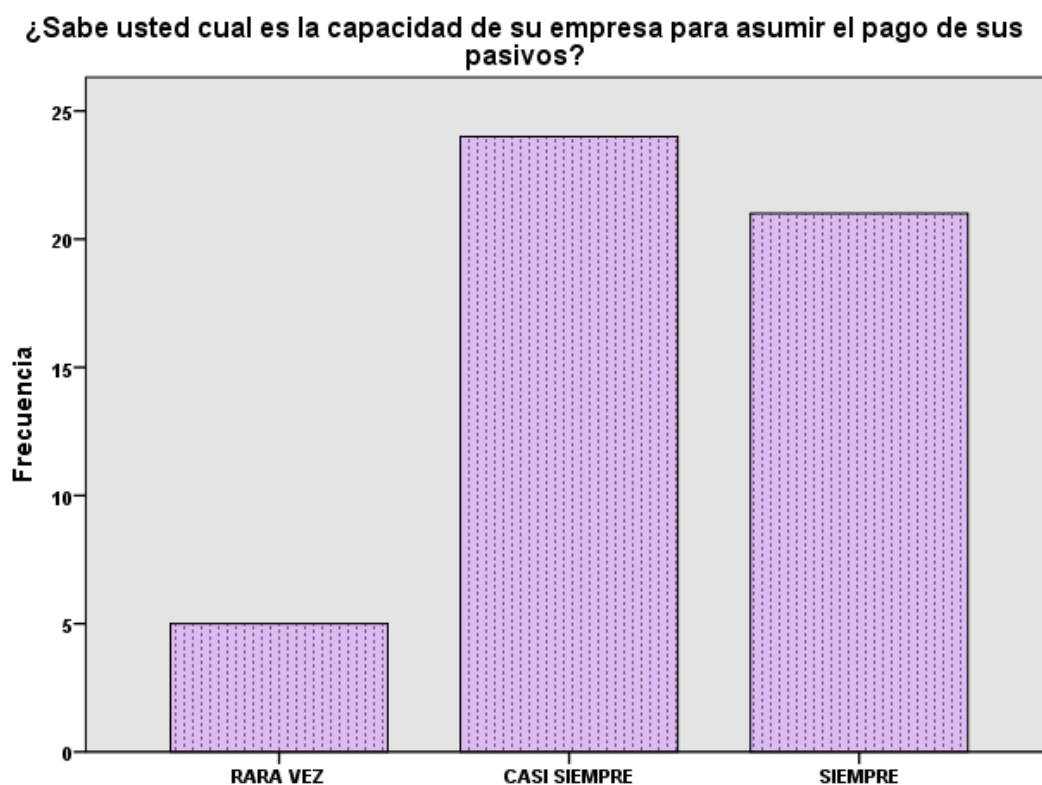


Tabla 14: Para pagar a sus proveedores, ¿cuenta con algún tipo de financiamiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	16.0	16.0	16.0
	RARA VEZ	16	32.0	32.0	48.0
	CASI SIEMPRE	21	42.0	42.0	90.0
	SIEMPRE	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si utilizan algún tipo de financiamiento para poder hacer frente al pago de sus proveedores.

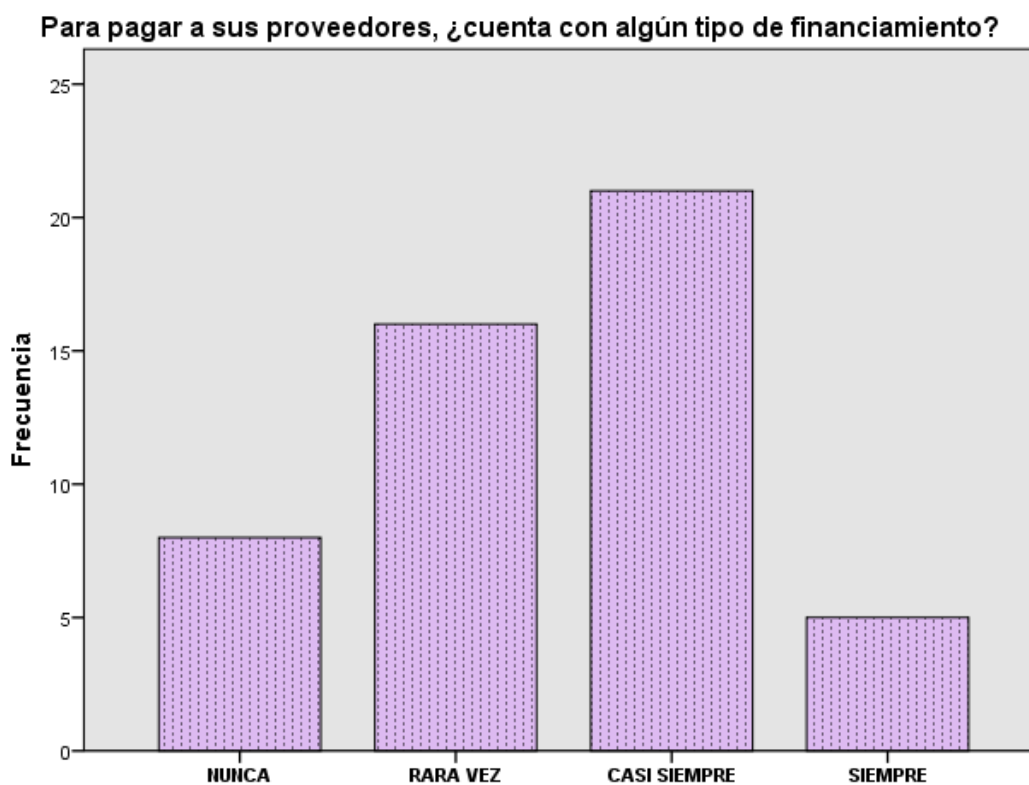


Tabla 15: ¿Realiza un análisis a sus estados financieros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	24.0	24.0	24.0
	RARA VEZ	15	30.0	30.0	54.0
	CASI SIEMPRE	17	34.0	34.0	88.0
	SIEMPRE	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si realizan algún tipo de análisis a sus estados financieros, y de esta manera poder conocer cómo se encuentra la empresa financieramente.

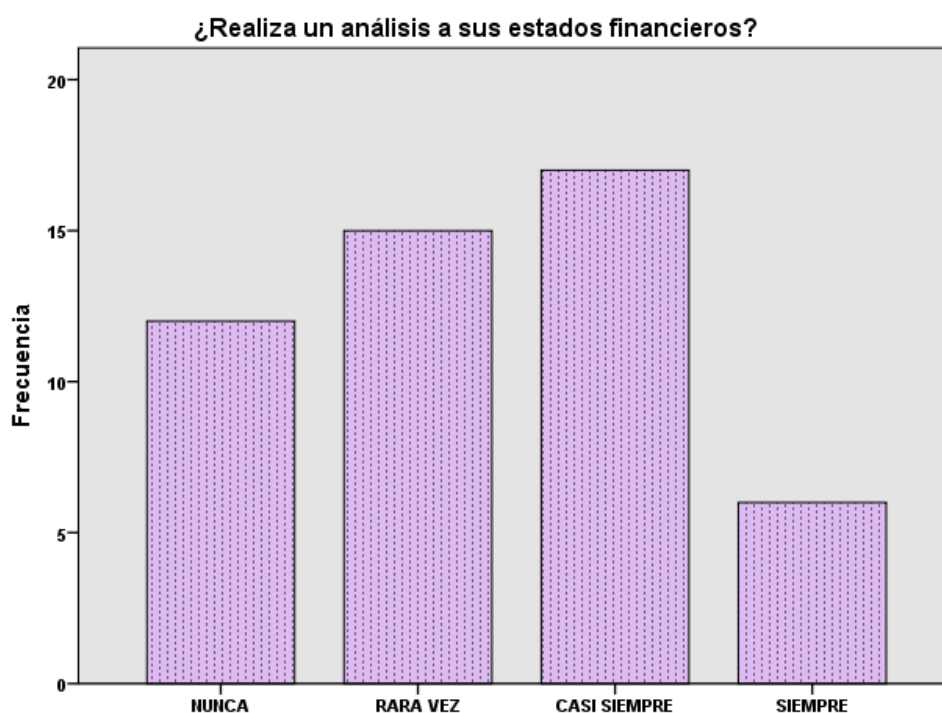
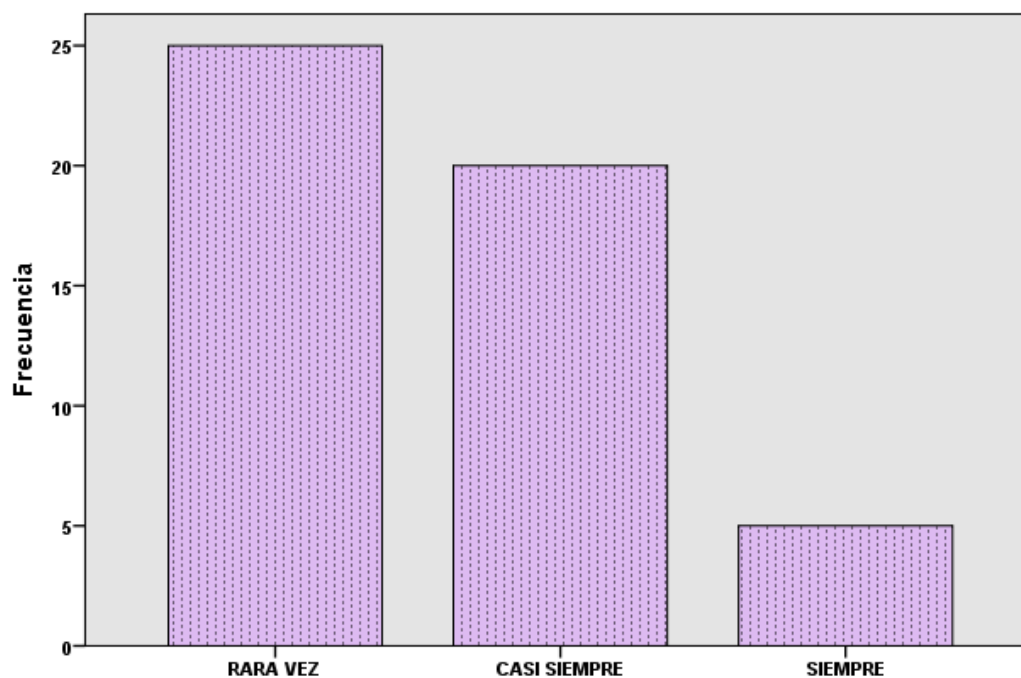


Tabla 16: ¿Se actualiza constantemente para mejorar sus procesos y técnicas para la prestación del servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARA VEZ	25	50.0	50.0	50.0
	CASI SIEMPRE	20	40.0	40.0	90.0
	SIEMPRE	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

La presente tabla muestra las opiniones de los entrevistados si se actualizan constantemente para mejorar todos los procesos y técnicas, que se utilizan para la prestación del servicio.

¿Se actualiza constantemente para mejorar sus procesos y técnicas para la prestación del servicio?



Conclusión

Concluyo que basado a las investigaciones que realice y con base en las respuestas de los entrevistados he llegado a la conclusión de que una de las herramientas indispensables para lograr la competitividad dentro del mercado de tracto-camión, es la aplicación de estrategias financieras así como de sus ramas como son: el control de clientes. Control de proveedores, control de inventarios, llevar a cabo el análisis en sus estados financieros y razones financieras, que nos ayudara a entender y comprender de una manera fácil, sencilla y rápida cual es la importancia y la aplicación de la misma dentro de nuestro negocio. De esta manera lograremos ser competitivos en el mercado, debido a que podemos identificar de una manera precisa y exacta los malos hábitos que se han acostumbrado y llevando a cabo durante la operación y el desarrollo de la misma.

Con base en las respuestas de los entrevistados se puede concluir que ellos consideraron como estrategia financieras el llevar un control en sus inventarios, así como manejar un control en sus proveedores y realizar diferentes tipos de cotización antes de adquirir cualquier tipo de mercancía, en la mayoría todas las empresas realizan actividades para ser competentes en el mercado y mantenerse a la vanguardia, y en su mayoría conocen su solvencia así como la capacidad de pago que tienen cada una de ellas para realizar cualquier pago.

Se puede concluir que no todas las empresas dedicadas a este sector tienen el dominio completo de la aplicación de estrategias financieras, por lo que es de bien saber que independiente del enfoque y la estrategia que se elija no se logra de la noche a la mañana el éxito, aun sabiendo de antemano que no conveniente intentar resaltar en todos los ámbitos al mismo tiempo, hasta lograr el saneamiento y estabilidad económica en cada una de la aplicación de las estrategias financieras.

Referencias Bibliográficas

Bernstein, L. (1984), ANALISIS DE ESTADOS FINANCIEROS Bilbao: Deusto-, Davies, D. (1986), Cómo interpretar las finanzas de la empresa, Barcelona: Deusto.

Botero Cedeño, E. A., Garnica Acevedo, D. M., & Soto Gómez, J. M. (2013). LA COMPETITIVIDAD FINANCIERA: UN COMPONENTE FUNDAMENTAL DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. (Spanish). Contexto: Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Administrativas Y Contables, (2), 136-150.

Borjas, C. (2008). ORGANIZACIONES PRIVADAS DEL SECTOR SALUD DE MARACAIBO: ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS. (Spanish). *Cuadernos De Difusión*, 13(25), 119-128.

Gitman, Lawrence J. (2003), PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA. Pearson Educación, Área Univesitarios (676).

Moya, M. (2000). INVESTIGACION DE OPERACIONES: CONTROL DE INVENTARIOS. (Spanish). 20-22.