



Revista de Investigación en Ciencias de la Administración
ENFOQUES

ISSN: 2616-8219

editor@revistaenfoques.org

Centro de Estudios Transdisciplinarios
Bolivia

VILLEGAS VILLAVICENCIO, JONATHAN JOSÉ
ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO QUE
UTILIZAN LAS EMPRESAS SIDERÚRGICAS DE VENEZUELA

Revista de Investigación en Ciencias de la Administración
ENFOQUES, vol. 4, núm. 14, 2020, -Junio, pp. 94-107

Centro de Estudios Transdisciplinarios
Bolivia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621968092002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS SIDERÚRGICAS DE VENEZUELA

SHORT-TERM FINANCING STRATEGIES USED BY VENEZUELA STEEL COMPANIES

JONATHAN JOSÉ VILLEGAS VILLAVICENCIO

Artículo recibido diciembre 2019 | Arbitrado enero 2020 | Publicado 01 de abril 2020

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar las estrategias de financiamiento a corto plazo que utilizan las empresas siderúrgicas de Venezuela. El método empleado fue descriptiva con un diseño no experimental, transeccional y de campo. Considerando la población del sector siderúrgico en Venezuela constituido por doce (12) sujetos entre directores, contralores, jefes de contabilidad y analistas contables. La técnica utilizada para recabar información la encuesta tipo cuestionario, conformado por 11 preguntas cerradas de selección simple con escala de frecuencia. Validado por el juicio de seis (06) expertos del área financiera y metodológica, y sometido al coeficiente Alpha Cronbach dando como resultado una alta confiabilidad de 0,853. Se concluye que las estrategias de financiamiento a corto plazo son altamente utilizadas acompañadas de una muy alta utilización de los gastos acumulados, alta utilización de la carta de crédito y línea de crédito, y una moderada utilización del crédito comercial y crédito bancario.

Palabras clave: Estrategias de financiamiento; estrategias de financiamiento a corto plazo; crédito comercial; gastos acumulados, línea de crédito

Abstract

The objective of this research was to analyze the short-term financing strategies used by Venezuelan steel companies. The method used was descriptive with a non-experimental, transectional and field design. Considering the population of the steel sector in Venezuela made up of twelve (12) subjects among directors, comptrollers, accounting managers and accounting analysts. The technique used to collect information in the questionnaire-type survey, made up of 11 closed, simple-selection questions with a frequency scale. Validated by the judgment of six (06) experts in the financial and methodological area, and subjected to the Alpha Cronbach coefficient, resulting in a high reliability of 0.853. It is concluded that short-term financing strategies are highly used accompanied by a very high use of accumulated expenses, high use of the letter of credit and line of credit, and a moderate use of commercial credit and bank credit.

Key words: Financing strategies; short-term financing strategies; commercial credit; accumulated expenses, line of credit

Jonathan José Villegas Villavicencio

jonathanv78@hotmail.com
 GPV Neftegaz Service B.V Sucursal,
 C.A, Venezuela.

Licenciado en contaduría pública (LUZ).
 Magister Scieniarium en Gerencia de
 Empresa. Mención Gerencia Financiera
 (LUZ). Actualmente Analista de
 presupuesto GPV Neftegaz Service B.V
 Sucursal, C.A. Experiencia como Analista
 de costo y Analista contable en
 Siderúrgica Zuliana, C.A. (Grupo Gerdau)
 Venezuela.



Revista Enfoques

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en muchos países del mundo el financiamiento es considerado como el medio más idóneo para crear o expandir cualquier negocio así como también para superar situaciones de déficit en el flujo de caja. Por ende, es necesario tomar decisiones importantes en cuanto a las estrategias de financiamiento a utilizar, de manera que sean las adecuadas para lograr los objetivos empresariales sin convertir esto en una carga financiera, por lo que en consecuencia se deben analizarlos diversos aspectos al momento de utilizar estos mecanismos.

Van Horne y Wachowicz (2010; 2) indican que "...la función de decisión de la administración financiera puede desglosarse en tres áreas importantes: decisiones de inversión, financiamiento y administración de bienes". Dentro de este contexto según los mismos autores, el financiamiento representa la segunda decisión más importante de la compañía luego de las decisiones de inversión. En otras palabras, una vez que se ha elegido en cuales activos invertir, es necesario buscar financiamiento en el mercado financiero. Este puede ser tan restringido como el banco más cercano o tan amplio como el mercado de bonos de empresas en Europa. En general, la compañía puede adquirir créditos de corto plazo para financiar su capital de trabajo, emitir bonos (deuda) a fin de financiar la ampliación de su planta o emitir acciones (un tipo de inversión a largo plazo) para costear el inicio de una nueva línea de negocios (Garay y González, 2007).

La estructura del financiamiento se refiere a la combinación de las distintas fuentes de financiamiento a las que puede acceder una empresa, lo cual implica decidir en qué proporción se utilizarán recursos provenientes de fuentes externas (a corto y a

largo plazo) y cuáles recursos deben originarse de fuentes internas. Las fuentes de financiamiento son herramientas estratégicas y por esta razón los gerentes financieros deben ser muy cuidadosos en la elección de éstas, ya que pueden constituir un factor fundamental para el éxito o fracaso, porque cada fuente de financiamiento tiene un costo específico, no sólo económico (tasa de interés) sino también de tiempo (Bravo y otros. 2007).

Visto así, en Venezuela, según el artículo 5 de la Ley de crédito para el sector manufacturero (2012), la banca universal debe destinar al menos el 10% de su cartera de crédito bruta del año inmediatamente anterior hacia el financiamiento de este sector. Sin embargo, será el ejecutivo nacional quien fijará durante el primer mes de cada año los términos, condiciones, plazos y porcentajes mínimos obligatorios que en ningún caso podrá ser menor al mencionado.

Al respecto, Bravo y otros. (2007) mencionan que la principal característica de las empresas manufactureras radica en fabricar productos a partir de la transformación de materias primas. Esta actividad se conoce como proceso productivo, y para llevarlo a cabo es necesario que la empresa cuente con materias primas, personal, herramientas y maquinaria para convertir esto en un producto terminado.

Esta situación no varía en el sector siderúrgico, de hecho la extracción de minerales como hierro, carbón, cal, y otros insumos constituye un factor de vital importancia en la producción siderúrgica; sin embargo, la estructura requerida para transformar tales minerales en productos de hierro y acero es de grandes dimensiones y requiere altas inversiones de capital tanto para la tecnología de producción como para

la logística de entrada de materias primas y salida de productos terminados (Barreto, 2011).

El sector siderúrgico de Venezuela está conformado por tres (03) empresas: Siderúrgica del Orinoco "Alfredo Maneiro" C.A. (SIDOR); Complejo Siderúrgico Nacional, S.A. (CSN antes Siderúrgica del Turbio, S.A.) y Siderúrgica Zuliana, C.A. (SIZUCA). Este se caracteriza por involucrar todos aquellos procesos destinados a la manufactura de elementos de acero, desde la transformación del mineral de hierro junto con otros insumos hasta la comercialización de los productos por ella elaborados, básicamente barras con resalte para uso como refuerzo estructural (cabillas), alambIÓN, palanquillas y otros. El proceso de producción en la industria siderúrgica es complejo, por lo que emplea numerosos puestos de trabajo de forma directa e indirecta así como también contribuye con el desarrollo de la construcción civil e ingeniería.

Es importante destacar que las empresas siderúrgicas son un eje para el desarrollo económico y social de la región, pues son motores de la generación de empleo, bienestar y desarrollo social no solamente por su acción directa, sino a su vez por el impulso al desarrollo de empresas conexas (Murati y Pozo, 2013). En este sentido, es necesario promover el avance de este sector, pues incide en forma positiva hacia el crecimiento de la economía tanto a nivel nacional como mundial. De igual manera, las estrategias de financiamiento son importantes para estas empresas dado que permiten mantener una situación económico-financiera saludable, además de impulsar sus operaciones rutinarias, de inversión y crecimiento.

No obstante, es notable como el estado de emergencia económica por el cual atraviesa Venezuela actualmente no deja de

afectar principalmente a las empresas de este sector, pues están obligadas a solucionar problemas que interrumpen sus actividades, tales como: dificultad al acceso de divisas para importar materia prima; elevados costos a nivel nacional de otros insumos como chatarra, carbón y cal; dificultad en el acceso de repuestos para las reparaciones de maquinarias y equipos; cortes eléctricos; control de costos; control de precios; ausencia de incentivos fiscales; incertidumbre; inflación, entre otros, por tanto para mantenerse bajo esta situación se necesitan recursos financieros, los cuales por naturaleza son escasos.

Aunado a esto, dado que el investigador labora en el área y mantuvo una observación directa del contexto, se pudo determinar que estas empresas no emplean en cierta medida las diferentes estrategias de financiamiento y sus elementos, así como la mezcla óptima para lograr obtener el mayor rendimiento, acarreado como consecuencia contraer el crecimiento empresarial, la generación de empleo e incidencia en el desarrollo la economía. De allí la importancia de contar con gerentes financieros altamente capacitados al servicio de la industria siderúrgica para financiar adecuadamente las inversiones desarrolladas por estas, e igualmente para establecer la mezcla óptima de financiamiento con el fin de reducir los costos y maximizar la rentabilidad de los accionistas sin asumir elevados niveles de riesgo.

En consecuencia de la problemática antes mencionada, y considerando la importancia que tienen las empresas siderúrgicas de Venezuela para el desarrollo de la economía se requiere una investigación como esta, destinada hacia el estudio de las estrategias de financiamiento a corta plazo que utilizan las empresas siderúrgicas de Venezuela en el contexto que se describe,

con la finalidad de analizar aquellas que permitan orientar su desarrollo, así como los mayores beneficios y condiciones para afrontar la realidad económica vivida por el sector empresarial del país en estos momentos.

Estrategias de financiamiento

En pocas palabras, las estrategias son las medidas por las cuales se pretenden alcanzar los objetivos de una empresa. Para Arriola (2007) una estrategia es el patrón o plan general que muestra la dirección y el empleo de los recursos, para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.

En este sentido, según Celis (2006) las estrategias de financiamiento están compuestas por los diferentes métodos que utiliza una empresa para acreditarse dinero, los cuales pueden integrarse con uno o con la combinación de varios instrumentos de fondeo al igual que de coberturas, en función de las necesidades de cada proyecto y de las características de la empresa.

Una vez revisado los postulados de los autores mencionados, el investigador considera que las estrategias de financiamiento deben surgir desde de la planificación financiera, la cual debe contener los planes financieros a corto y a largo plazo que indiquen las decisiones de inversión para seguir manteniendo la continuidad de las operaciones y crecimiento de la empresa. Y entonces a partir de lo anterior, establecer las estrategias de financiamiento más idóneas para buscar los fondos que permitan desarrollar tales inversiones, por lo que en definitiva la capacidad para recabar los fondos es un factor clave en el éxito financiero de las empresas. Por consiguiente, en la presente investigación se desarrollan las estrategias de financiamiento a corto plazo que utilizan las empresas siderúrgicas de Venezuela.

Estrategias de financiamiento a corto plazo

De acuerdo con Brealey y otros. (2007) la implementación de estrategias de financiamiento a corto plazo pocas veces va más allá de los próximos doce meses. Generalmente, se utilizan para financiar necesidades de fondos estacionales, temporales, así como para brindar flexibilidad en un periodo de incertidumbre. De esta manera, la empresa quiere asegurarse de que tiene la suficiente tesorería para pagar sus facturas y sus compromisos financieros en el corto plazo. De igual forma, Besley y Brigham (2006) agregan que el financiamiento a corto plazo se define como cualquier pasivo que haya sido originalmente programado para reembolsarse dentro de un año.

Con base a lo mencionado en el párrafo precedente por los autores citados, el investigador refiere que hay concordancia entre ellos, ya que afirman lo que prácticamente es así; las estrategias de financiamiento a corto plazo sin lugar a dudas son aquellas deudas que se toman para cubrir la falta de fondos provisionalmente, y se estiman liquidar en el periodo de un año o quizá un poco más. Estas estrategias se estudiarán a través del crédito comercial, crédito bancario, línea de crédito, gastos acumulados y la carta de crédito.

Crédito comercial

Según Van Horne y Wachowicz (2010) el crédito comercial es una fuente de fondos para el comprador porque no tiene que pagar por los bienes sino hasta después de recibirlos. Si la empresa paga automáticamente sus facturas cierto número de días después de la fecha de facturación, el crédito comercial se convierte en una fuente espontánea de financiamiento que varía con el ciclo de producción. Conforme la empresa

aumenta su producción y las compras correspondientes, las cuentas por pagar aumentan y proveen parte de los fondos necesarios para financiar el incremento en la producción. De manera similar, si la producción disminuye, las cuentas por pagar tienden a decrecer. En estas circunstancias, el crédito comercial depende de los planes de compra de la empresa, los cuales, a la vez, dependen del ciclo de producción.

De manera resumida, para Shim y Siegel (2004) el crédito comercial es una fuente de financiamiento espontánea, ya que deriva de las operaciones normales de la compañía. En otras palabras, el crédito comercial es el pasivo corriente por excelencia que pueden tener las empresas para financiar la compra de inventarios. Es la manera de financiamiento menos costosa y más utilizada por muchas industrias para hacer negocios y relaciones comerciales. Por lo tanto, el investigador añade que el financiamiento con proveedores (crédito comercial) es un mecanismo muy importante ya que constituye una forma fácil de obtener crédito de manera espontánea y sin garantía mediante las operaciones ordinarias de la empresa.

Crédito bancario

Existen diversos conceptos acerca del crédito bancario. En este sentido, de acuerdo con Caballero (2006) es una operación en la que una entidad financiera pone a disposición de la empresa una cantidad de dinero hasta un límite especificado en un contrato y durante un período de tiempo determinado. Según Brigham y Houston (2006), proporciona fondos no espontáneos. Por lo cual, al aumentar sus necesidades de financiamiento, las compañías solicitan fondos adicionales a su banco. Por su parte, Gitman (2007) agrega que las instituciones financieras prestan fondos a corto plazo sin

garantías en tres formas básicas: a través de pagarés de pago único, líneas de crédito y contratos renovables.

Asimismo, para complementar el postulado de Gitman (2007) en el párrafo anterior sobre de las tres formas básicas en la que las instituciones financieras proveen de fondos a las empresas, cabe destacar acerca del pagaré de pago único que es un tipo de crédito otorgado por lo general en un solo monto a un prestatario que necesita fondos para un propósito específico durante un período corto. Es un documento firmado por el prestatario que establece los términos del préstamo, incluyendo la duración de éste y la tasa de interés.

Con base en la opinión de los autores citados, el investigador agrega que el crédito bancario es una de las formas más recurrentes de financiamiento externo que utilizan las empresas, y consiste en una operación en la que una institución financiera entrega en calidad de préstamo bajo ciertas condiciones una cantidad de dinero a la empresa, siempre que esta posea capacidad de pago según la evaluación financiera de la institución que otorga el financiamiento.

Línea de crédito

De acuerdo a Gitman y Zutter (2012) una línea de crédito es un acuerdo entre un banco comercial y una empresa que especifica el monto del financiamiento a corto plazo, sin garantía, que el banco tendrá disponible para la compañía durante un periodo determinado. Es similar al contrato con el cual los emisores de tarjetas de crédito, como MasterCard, Visa y Discover, otorgan créditos pre aprobados a los tarjetahabientes. El límite de una línea de crédito es el monto máximo que la empresa puede deber al banco en cualquier momento.

Por su parte, bajo la postura de Van Horne y Wachowicz (2010) una línea de crédito es un acuerdo informal entre un banco y su cliente que especifica la cantidad máxima de crédito permitida por el banco hacia la empresa en un momento dado. Es común que las líneas de crédito se establezcan por un periodo de un año y puedan renovarse después de que el banco recibe el último reporte anual y tiene oportunidad de revisar el progreso del prestatario.

De manera concisa, bajo los argumentos de los autores citados el investigador añade que la línea de crédito permite a las empresas endeudarse bajo la condición de no superar el límite de crédito previamente establecido por un periodo que regularmente abarca un año, quedando abierta la posibilidad de renovación al cierre del mismo.

Gastos acumulados

Van Horne y Wachowicz (2010) plantean que quizá más que las cuentas por pagar, los gastos acumulados representan una fuente espontánea de financiamiento. Los gastos acumulados más comunes son salarios e impuestos. Ambas cuentas tienen el gasto acumulado, pero todavía no pagado. Es usual que se especifique una fecha en que debe pagarse el gasto acumulado. Los impuestos sobre la renta se pagan cada trimestre; los salarios suelen pagarse cada semana, quincena o mes. Igual que las cuentas por pagar, los gastos acumulados tienden a subir o bajar con el nivel de las operaciones de la empresa. Por ejemplo, si aumentan las ventas, los costos de mano de obra casi siempre aumentan y, con ellos, los salarios acumulados. Cuando las ganancias aumentan, los impuestos acumulados también lo hacen.

De conformidad con Mendoza y Ortiz (2016) son aquellos gastos que ya han sido causados, pero que al cierre del periodo contable todavía no han sido cancelados porque tienen un compromiso de pago futuro; sin embargo, estos gastos se deben contabilizar en el periodo en el que se causan, por lo cual hay necesidad de reconocerlos mediante un asiento de ajuste. Los asientos de ajuste por gastos acumulados siempre involucran una cuenta de gasto y una cuenta de pasivo.

En síntesis, el investigador aporta que los gastos acumulados representan una estrategia de financiamiento de manera espontánea sin costo que surge de las operaciones y negociaciones cotidianas en las empresas. Forman parte del pasivo corriente y muestran información acerca de los gastos incurridos en el periodo contable, pero que se estiman liquidar posteriormente a su causa, convirtiéndose en una especie de crédito a corto plazo.

Carta de crédito

El comercio internacional difiere del nacional en cuanto a los instrumentos y documentos empleados. Casi todas las ventas nacionales son sobre una cuenta de crédito abierta. El cliente recibe la factura y tiene algunos días para pagar. En el comercio internacional, pocas veces los vendedores pueden obtener información de crédito tan precisa o completa sobre los compradores como la que se obtiene en el comercio nacional. La comunicación es más difícil, y el transporte de bienes más lento y menos seguro. Por estas razones, los procedimientos para el comercio internacional son diferentes al comercio nacional. Hay tres documentos clave en el comercio internacional: la orden de pago o giro, la guía de embarque, que implica el movimiento físico de los bienes, y la carta de

crédito, que garantiza la solvencia del comprador (Van Horne y Wachowicz 2010).

Dentro de este contexto siguiendo con el mismo autor, una carta de crédito comercial es emitida por un banco a nombre del importador. En el documento, el banco acepta cumplir el giro enviado al importador, siempre que la guía de embarque y otros detalles estén en orden. En esencia, el banco sustituye el crédito del importador por el suyo. Es obvio que el banco local no emitirá una carta de crédito a menos que tenga la certeza de que el importador es solvente y que pagará el giro.

Desde la perspectiva de Gitman (2007) consiste en una carta que escribe el banco al proveedor extranjero de la empresa, donde se declara que el banco garantiza el pago de un monto facturado si se cumplen todos los acuerdos básicos. La carta de crédito sustituye básicamente la reputación y capacidad crediticia del cliente comercial por la del banco. Por consiguiente, es una

estrategia de financiamiento muy importante para las empresas que están involucradas en el comercio exterior y embarque de diversas mercancías. En pocas palabras para el investigador, es una técnica especializada que revoluciona y dinamiza el financiamiento del comercio internacional.

MÉTODO

La presente investigación fue de tipo no experimental de carácter descriptiva ya que se orientó a recabar información relacionada con el estado real de la situación, el diseño utilizado fue de campo transeccional. La población conformada por las empresas del sector siderúrgico de Venezuela, las cuales son: Siderúrgica del Orinoco "Alfredo Maneiro" C.A. (SIDOR); Complejo Siderúrgico Nacional, S.A. (CSN antes Siderúrgica del Turbio, S.A.) y Siderúrgica Zuliana, C.A. (SIZUCA) como se resume en la tabla 1 e indicando la cantidad de unidades informantes:

Tabla 1. Distribución de la población

Empresa	Director	Contralor	Jefe de contabilidad	Analista contable	Total
SIDOR	1	1	1	1	4
CSN	1	1	1	1	4
SIZUCA	1	1	1	1	4
Total	3	3	3	3	12

Con base en lo anterior, y según la clasificación metodológica de las técnicas para una investigación de campo se consideró la encuesta. Dentro de este contexto, se seleccionó el cuestionario como instrumento para recolectar la información requerida, elaborado por 11 preguntas cerradas de selección simple con escala de frecuencia, las alternativas de respuesta fueron: (5) siempre; (4) casi siempre; (3)

La técnica de análisis de los datos fue a través de la estadística descriptiva como

algunas veces; (2) casi nunca y (1) nunca. Por consiguiente, el cuestionario formulado fue sometido a la validez de contenido bajo el juicio de seis (06) expertos en el área metodológica y financiera. Para calcular la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alpha Cronbach, arrojaron un coeficiente de 0,85 considerado altamente confiable.

ciencia, elaborando tablas de distribución de frecuencias relativas de fácil interpretación

así como determinando el cálculo de la media aritmética como medida de tendencia central, además del cálculo de la desviación estándar para medir el comportamiento.

Para la interpretación de los datos se construyeron dos baremos los cuales se muestra en la tabla 2 y 3.

Tabla 2. Baremo de interpretación de los datos

Escala	Interpretación
$> 4,20 \leq 5,00$	Muy alta utilización
$> 3,40 \leq 4,20$	Alta utilización
$> 2,60 \leq 3,40$	Moderada utilización
$> 1,80 \leq 2,60$	Baja utilización
$\geq 1,00 \leq 1,80$	Muy baja utilización

Tabla 3. Baremo para interpretar la desviación estándar

Escala	Intervalo	Cualidad
1	$\geq 0,00 \leq 0,40$	Muy baja dispersión
2	$> 0,41 \leq 0,80$	Baja dispersión
3	$> 0,81 \leq 1,20$	Moderada dispersión
4	$> 1,21 \leq 1,60$	Alta dispersión
5	$> 1,61 \leq 2,00$	Muy alta dispersión

RESULTADOS

Los resultados se exponen considerando los ítems desarrollados en el instrumento diseñado para abordar la población objeto de estudio, lo cual permitió establecer las estrategias de financiamiento a corto plazo que utilizan las empresas siderúrgicas de Venezuela.

La tabla 4 muestra los resultados del crédito comercial, para el ítem 1 del total de

los sujetos encuestados un 42% afirmó que las empresas siderúrgicas casi nunca utilizan el crédito comercial para comprar materia prima. Sin embargo, con respecto al ítem 2 el 67% indicó que casi siempre utilizan este tipo de crédito para adquirir servicios, reparaciones en planta y repuestos.

Tabla 4. Crédito comercial

Ítem	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)
1. Utilizada el crédito comercial para comprar materia prima	2	17%	3	25%	1	8%	5	42%	1	8%	12	100%
2. Utilizada el crédito comercial para la asignación de servicios, reparaciones en planta y repuestos	0	0%	8	67%	3	25%	1	8%	0	0%	12	100%
Promedio	1,0	8,3%	5,5	45,8%	2,0	16,757%	3,0	25,0%	0,5	4,2%	12	100%
Promedio indicador	3,29											
Categoría indicador	Moderada utilización											
Desviación estándar	1,08											
Categoría desviación estándar	Moderada dispersión											

En este sentido, el promedio arrojado fue de 3,29 ubicándose en una categoría de moderada utilización y una moderada dispersión de 1,08. Por lo tanto, se puede decir que las empresas siderúrgicas de Venezuela según la escala planteada en cierta medida no emplean el crédito comercial para la compra de materia prima pero sí para otras actividades como adquirir servicios, reparaciones en planta y repuestos.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, estos resultados contrastan moderadamente la opinión de Shim y Siegel (2004), quienes plantean que el crédito comercial es el pasivo corriente por excelencia que pueden tener las empresas para financiar la compra de inventario. No obstante, cabe agregar que la situación económica que enfrenta el sector empresarial del país en estos momentos

como se describió en el planteamiento del problema incide de forma negativa en el uso espontaneo del crédito comercial con los proveedores como una estrategia de financiamiento a corto plazo.

Con relación a la tabla 5 donde se observan los resultados del crédito bancario, en el ítem 3 se muestra que un 67% de los encuestados afirmaron casi siempre evalúan la necesidad de recurrir a créditos bancarios. En cuanto al ítem 4, un 92% contestó casi nunca utilizan el pagaré de pago, mientras para el ítem 5 el 58% expresó que a veces adquiere créditos renovables hasta cierta cantidad de dinero máxima convenida. Se evidencia un promedio de 3,08 ubicándose en una categoría de moderada utilización y una desviación estándar de 1,05 representando una moderada dispersión de los datos.

Tabla 5. Crédito bancario

Ítem	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)
3. Evalúa la necesidad de recurrir a créditos bancarios	2	17%	8	67%	2	17%	0	0%	0	0%	12	100%
4. Utiliza el pagaré de pago único a corto plazo como estrategia de financiamiento	1	8%	0	0%	0	0%	11	92%	0	0%	12	100%
5. Adquiere créditos renovables hasta una cantidad de dinero máxima convenida	1	8%	1	8%	7	58%	3	25%	0	0%	12	100%
Promedio	1,3	11,1%	3,0	25,0%	3,0	25,07%	4,7	38,9%	0,0	0,0%	12	100%
Promedio indicador	3,08											
Categoría indicador	Moderada utilización											
Desviación estándar	1,05											
Categoría desviación estándar	Moderada dispersión											

Los resultados obtenidos se alinean moderadamente a lo expuesto por Brigham y Houston (2006) quienes expresan el crédito bancario proporciona fondos no espontáneos y por lo cual, al aumentar sus necesidades de financiamiento, las compañías solicitan fondos adicionales a su banco.

La tabla 6 muestra los resultados de la línea de crédito que según el total de la

población encuestada para el ítem 6 un 50% manifestó que a veces utiliza la línea de crédito como estrategia de financiamiento. Por otra parte, un 67% afirmó en el ítem 7 que casi siempre se evalúa la posibilidad de renovar la línea de crédito al vencimiento de la misma.

Tabla 6. Línea de crédito

Ítem	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)
6. Utilizada el crédito como estrategia de financiamiento	1	8%	5	42%	6	50%	0	0%	0	0%	12	100%
7. Evalúa la posibilidad de renovar la línea de crédito al vencimiento de la misma	1	8%	8	67%	3	25%	0	0%	0	0%	12	100%
Promedio	1,0	8,3%	6,5	54,2%	4,5	37,5%	0,0	0,0%	0	0,0%	12	100%
Promedio indicador	3,71											
Categoría indicador	Alta utilización											
Desviación estándar	0,62											
Categoría desviación estándar	Baja dispersión											

Estos hallazgos reflejan un promedio de 3,71 ubicándose en una categoría de alta utilización y una desviación estándar de baja dispersión en los datos de 0,62. Por consiguiente, estos resultados se alinean al enfoque de Gitman y Zutter (2012) quienes en un sentido amplio exponen que una línea de crédito es un acuerdo entre un banco comercial y una empresa que especifica el monto del financiamiento a corto plazo, sin garantía, que el banco tendrá disponible para la compañía durante un periodo determinado.

En cuanto a los gastos acumulados cuyos resultados se observan en la tabla 7, se evidenció para el ítem 8 como un 58% de las empresas encuestadas opinó que casi siempre son utilizados como estrategia de financiamiento. Para el ítem 9 en relación con evaluar cada mes la necesidad de acumular los gastos incurridos un 42% aseveró que siempre lo hace. Se observa un promedio de muy alta utilización en 4,33 cuya dispersión de los datos es baja según el 0,64 observado.

Tabla 7. Gastos acumulados

Ítem	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)
8. Utiliza los gastos acumulados como estrategia de financiamiento	5	42%	7	58%	0	0%	0	0%	0	0%	12	100%
9. Evalúa cada mes la necesidad de acumular los gastos incurridos	5	42%	5	42%	2	17%	0	0%	0	0%	12	100%
Promedio	5,0	41,7%	6	50,0%	1,0	8,3%	0,0	0,0%	0	0,0%	12	100%
Promedio indicador	4,33											
Categoría indicador	Muy alta utilización											
Desviación estándar	0,64											
Categoría desviación estándar	Baja dispersión											

A la luz de la teoría, los resultados concuerdan con el enfoque de Van Horne y Wachowicz (2010) quienes plantean quizá más que las cuentas por pagar, los gastos acumulados representan una fuente espontánea de financiamiento ya que estas cuentas tienen el gasto acumulado, pero todavía no pagado, lo cual surge de las operaciones ordinarias en la empresa.

Tabla 8. Carta de crédito

Ítem	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)	Fa	Fr (%)
10. Realiza operaciones de comercio internacional	11	92%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	12	100%
11. Utiliza la carta de crédito como estrategia de financiamiento	1	8%	2	17%	5	42%	4	33%	0	0%	12	100%
Promedio	6,0	50,0%	1	8,3%	3,0	25,0%	2,0	16,7%	0	0,0%	12	100%
Promedio indicador	3,92											
Categoría indicador	Alta utilización											
Desviación estándar	1,21											
Categoría desviación estándar	Alta dispersión											

En relación a la carta de crédito como estrategia de financiamiento a corto plazo reflejado en la tabla 8 con respecto al ítem 10 se observa cómo el 92% de los encuestados expresó que las empresas siderúrgicas siempre realizan operaciones de comercio internacional. Mientras en el ítem 11 el 42% de la población encuestada

manifestó que a veces utiliza la carta de crédito para financiar estas operaciones. Por otra parte, se observa un promedio de alta utilización en 3,92 en esta estrategia y una dispersión en los datos de 1,21, ubicándose en una categoría de alta dispersión.

Estos resultados corroboran altamente lo expuesto por Gitman (2007) quien afirma

que consiste en una carta que escribe el banco al proveedor extranjero de la empresa, donde se declara que el banco garantiza el pago de un monto facturado si se cumplen todos los acuerdos básicos. La carta de crédito sustituye básicamente la reputación y capacidad crediticia del cliente comercial por la del banco; y por consiguiente, es una estrategia de financiamiento muy importante para las empresas que están involucradas en el comercio exterior y embarque de diversas mercancías.

Sin embargo, a pesar de que las empresas siderúrgicas de Venezuela realizan operaciones en el comercio internacional, estas poco utilizan la carta de crédito como estrategia para el financiamiento de estas operaciones según los resultados obtenidos.

En cuanto a las estrategias de financiamiento a corto plazo, los resultados se muestran en la tabla 9 donde se observa un promedio de alta utilización en 3,67 con una moderada dispersión en los datos de 0,92. Esto demuestra que dentro de las estrategias de financiamiento a corto plazo los indicadores crédito comercial (3,29) y crédito bancario (3,08) representan una moderada utilización, los cuales son puntos de mejora para las empresas analizadas. Asimismo, es importante destacar el nivel de alta utilización en los indicadores línea de crédito (3,71) y carta de crédito (3,92) en las empresas siderúrgicas de Venezuela. Por otro lado, existe una muy alta utilización de los gastos acumulados con un promedio de 4,33.

Tabla 9. Estrategias de financiamiento a corto plazo

Dimensión Indicadores	Promedio	Estrategias de financiamiento a corto plazo		
		Categoría	Desviación	Categoría
Crédito comercial	3,29	Moderada utilización	1,08	Moderada dispersión
Crédito bancario	3,08	Moderada utilización	1,05	Moderada dispersión
Línea de crédito	3,71	Alta utilización	0,62	Baja dispersión
Gastos acumulados	4,33	Muy alta utilización	0,64	Baja dispersión
Carta de crédito	3,92	Alta utilización	1,21	Alta dispersión
Promedio dimensión			3,67	
Categoría dimensión			Alta utilización	
Desviación estándar			0,92	
Categoría desviación estándar			Moderada dispersión	

Visto así, estos resultados se alinean a lo expuesto por Brealey y otros. (2007) quienes plantean que las estrategias de financiamiento a corto plazo se utilizan para financiar necesidades de fondos estacionales, temporales, así como para brindar flexibilidad en un periodo de incertidumbre ya que de esta manera, la empresa quiere asegurarse de que tiene la suficiente tesorería para pagar sus facturas y sus compromisos financieros en el corto plazo.

CONCLUSIONES

Para cerrar el presente artículo es importante destacar los aspectos más relevantes a los cuales se llegó en este estudio relacionado con una alta utilización de las estrategias estudiadas, reflejando que los gastos acumulados presenta la primera fuente de financiamiento para las empresas siderúrgicas venezolanas con una muy alta utilización, seguida la carta de crédito y línea de crédito con un nivel de alta utilización, y

por último el crédito comercial y crédito bancario con una moderada utilización.

Visto así, se presenta puntos de mejoras para las empresas siderúrgicas de Venezuela en cuanto a los créditos comerciales a veces son utilizados para la compra de materia prima. Por otra parte, casi nunca utilizan los pagare de pago único en sus actividades financieras, y a veces adquieren créditos renovables sobre la cantidad convenida.

REFERENCIAS

- Arriola, Alcides (2007). "La planificación financiera en las organizaciones". En: *Revista Virtual*. [En línea]. Universidad Católica de Occidente Santa Ana. 2da. publicación. El Salvador. Disponible en: www.catolica.edu.sv. Fecha de consulta: Abril 24, 2016
- Asamblea Nacional Constituyente. "Ley de crédito para el sector manufacturero" (2012). Caracas, Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.904. 17 de marzo de 2012
- Barreto, P. (2011). Estrategia e intervención estatal en la siderúrgica colombiana: consideraciones desde el institucionalismo. En: *UNIVALLE*. Revista Cuadernos de Administración de la Universidad del Valle. P. 117. [En línea]. Disponible en: <http://cuadernosdeadministracion.univalle.edu.co/index.php/cuadernosadmin/article/view/1552>. Fecha de consulta: Febrero 26, 2016
- Besley, S. y Brigham, E. (2008). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial Cengage Learning. México
- Bravo, ML. Lambretón, V. y Márquez, H. (2007). *Introducción a las finanzas*. Editorial Pearson Educación. México
- Brealey, R.; Myers, S. y Marcus, A. (2007). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. 5ta ED. Editorial McGraw-Hill Interamericana. España
- Brigham, E. y Houston, J. (2006). *Fundamentos de administración financiera*. 10ma. ED. Editorial Thomson. México
- Caballero, M. (2006). *Finanzas para no financieros: una aproximación para entender la economía financiera actual*. Editorial Ideas propias. España.
- Celis, M. (2006). *Artes y secretos del crédito*. Editorial Trillas. México.
- Garay, U y González, M. (2007). *Fundamentos de Finanzas. Con aplicaciones al mercado venezolano*. 2da. ED. Ediciones IESA. Caracas. Venezuela
- Gitman, L. y Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. 10mo 2da. ED. Editorial Pearson Educación. México
- Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera*. 10mo 1ra. ED. Editorial Pearson Educación. México
- Mendoza, C. y Ortiz, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Editorial ECOES. Universidad del Norte. Bogotá, Colombia
- Murati Ruiz, F. y Pozo Rodríguez, J. (2013). "Hacia un nuevo modelo para el ejercicio del liderazgo en las empresas siderúrgicas". En: *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Revista académica de economía. [En línea]. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2013/empresas-siderurgicas-venezuela.html>. Fecha de consulta: Febrero 27, 2016
- Shim, Joel y Siegel, Jae. (2004). *Dirección financiera*. 2da. ED. McGraw-Hill Interamericana. España
- Van Horne, James y Wachowicz, John (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. 10mo. 3ra. ED. Editorial Pearson Educación. México