



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en  
Contabilidad y Auditoría CPA.

**Tema:**

---

**“Las estrategias financieras y el crecimiento empresarial de las pequeñas y medianas empresas del sector carrocero de la provincia de Tungurahua”**

---

**Autora:** Guamán Pilamunga, Gissela Nataly

**Tutora:** Dra. Bedoya Jara, Mayra Patricia, Mg.

Ambato- Ecuador

2019

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dra. Mayra Patricia Bedoya Jara con cédula de identidad No. 180265925-8, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación sobre el tema: **“LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** desarrollado por Gissela Nataly Guamán Pilamunga de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Julio 2019.

## **TUTORA**



Dra. Mayra Patricia Bedoya Jara  
C.I. 180265925-8

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Gissela Nataly Guamán Pilamunga con cédula de identidad N° 180454594-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Julio 2019

### AUTORA



.....  
Gissela Nataly Guamán Pilamunga

C.I. 180454594-3

## **CESIÓN DE DERECHO**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Julio 2019

## **AUTORA**



.....  
Gissela Nataly Guamán Pilamunga

C.I. 180454594-3

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: “**LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**” elaborado por Gissela Nataly Guamán Pilamunga, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.


Ambato, Julio 2019.



.....  
Eco. Mg. Diego Proaño  
**PRESIDENTE**



.....  
Dr. Joselito Naranjo  
**MIEMBRO CALIFICADOR**



.....  
Dra. Myrian Manjarrés  
**MIEMBRO CALIFICADOR**

## DEDICATORIA

*En el presente trabajo donde se plasma mi sacrificio, perseverancia y esfuerzo de muchos años de estudio lo dedico en primer lugar a Dios por darme el hermoso regalo de la vida; a mis queridos padres Roció & William quienes han sido mi apoyo incondicional durante toda mi vida, gracias a ellos hoy puedo cumplir una de mis mayores metas, son mi gran bendición, los amo con todo mi corazón y son mi mayor ejemplo de trabajo y humildad. A ellos dedico todo el resultado de mi esfuerzo y constancia*

*A mi querido hermano del alma William Alexander gracias por su amor incondicional es la personita que me motiva e inspira a seguir adelante, mi gran ejemplo de fuerza y lucha diaria.*

*De manera especial se lo dedico a mi segundo padre Amable Pilamunga quien ahora me guía y cuida desde el cielo; a mis otros angelitos mi Tío Armando, demás tíos y abuelitos que partieron al cielo sin verme cumplir con esta meta de vida, se los agradezco por el amor y las enseñanzas que me brindaron; los llevo siempre en mi corazón.*

*Gissela Nataly Guamán Pilamunga*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios y a mi Virgen Santísima de la Elevación por la salud, sabiduría y fuerza para culminar con éxito mi carrera universitaria, a mis padres y hermano por forjarme como una persona muy humilde de corazón, gracias por el inmenso amor que me tienen y gracias por todo lo que han hecho por mí.*

*A mis primos Verónica, Daniela, Edison, Jennifer y demás familia por todo el apoyo que me han brindado en los buenos y malos momentos, quienes con su amor y palabras de aliento han estado juntos a mí ayudándome a crecer como persona.*

*A mi querido y estimado Marco gracias por el apoyo brindado cuando más lo necesitaba, gracias por estar siempre ahí ayudándome en todo momento.*

*A la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la facultad de Contabilidad y Auditoría y a todos los docentes por la paciencia para enseñarme los conocimientos necesarios durante la carrera. A mi tutora la Dra. Mayra Bedoya le agradezco por el tiempo y los conocimientos impartidos.*

*A mis amigos más cercanos con quienes compartí momentos buenos y malos en el salón de clases, gracias por todas las sonrisas compartidas durante la carrera.*

*Gissela Nataly Guamán Pilamunga*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:** “LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

**AUTORA:** Gissela Nataly Guamán Pilamunga

**TUTORA:** Dra. Mayra Patricia Bedoya Jara

**FECHA:** Julio, 2019

**RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente proyecto de investigación se analiza las estrategias financieras y el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocero de la provincia de Tungurahua para el fortalecimiento competitivo de este grupo de empresas, el cual tiene como objetivo principal analizar la influencia de las estrategias financieras dentro de las empresas carroceras. Por consiguiente, para el cumplimiento de los objetivos establecidos se aplicó como instrumento de recolección de información una encuesta y se utilizó la investigación de tipo documental mediante fuentes de información secundarias, tales como la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante esta información se aplicaron indicadores de crecimiento para determinar si las ventas, activos, capital de trabajo, ganancia bruta y la utilidad neta han incrementado durante los últimos años. De la misma manera se aplicó una encuesta, que permitieron conocer cuáles son las principales estrategias financieras con las que cuentan las carrocerías y poderlas vincular con el crecimiento empresarial para así determinar si dichas estrategias les han permitido mantenerse en el mercado actualmente. Finalmente, con el análisis de la información financiera y con los resultados obtenidos de las encuestas se pudo emplear el programa estadístico U de Mann-Whitney mediante el cual se obtuvo como resultado la comprobación y verificación de la hipótesis planteada de la investigación; y se concluye que las estrategias financieras influyen en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocero, es decir; que las estrategias son de gran importancia dentro de las Pymes para la correcta toma de decisiones y para aumentar su crecimiento dentro del mercado.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** ESTRATEGIAS FINANCIERAS, CRECIMIENTO EMPRESARIAL, PYMES CARROCERAS, INDICADORES DE CRECIMIENTO.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**CARRER OF ACCOUNTING AND AUDITING**

**TOPIC:** "THE FINANCIAL STRATEGIES AND BUSINESS GROWTH OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE TUNGURAHUA PROVINCE"

**AUTHOR:** Gissela Nataly Guamán Pilamunga

**TUTORA:** Dra. Mayra Patricia Bedoya Jara

**DATE:** July 2019

**ABSTRACT**

In this research project we analyze the financial strategies and business growth of SMEs in the bodybuilding sector of the province of Tungurahua for the competitive strengthening of this group of companies, whose main objective is to analyze the influence of financial strategies within of body companies. Therefore, for the fulfillment of the established objectives, a survey was applied as an instrument for gathering information and documentary research was used through secondary sources of information, such as the database of the Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, through this information, growth indicators were applied to determine whether sales, assets, working capital, gross profit and net profit have increased during the last years. In the same way a survey was applied, which allowed us to know which are the main financial strategies available to the bodies and can link them with business growth to determine if these strategies have allowed them to remain in the market today. Finally, with the analysis of the financial information and with the results obtained from the surveys, it was possible to use the Mann-Whitney U statistical program through which the verification and verification of the hypothesis of the investigation was obtained; and it is concluded that financial strategies influence the business growth of SMEs in the bodybuilding sector; that the strategies are of great importance within the SMEs for the correct decision making and to increase their growth within the market.

**KEYWORDS:** FINANCIAL STRATEGIES, BUSINESS GROWTH, BODY SMES, GROWTH INDICATORS.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</b> .....	<b>iii</b>
<b>CESIÓN DE DERECHO</b> .....	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2 Justificación metodológica.....	11
1.1.3 Justificación práctica.....	12
1.1.4 Formulación del problema de investigación .....	12
1.2 Objetivos .....	13
1.2.1 Objetivo general .....	13
1.2.2 Objetivos específicos .....	13
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>14</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
2.1 Revisión de literatura .....	14
2.1.1 Antecedentes investigativos .....	14

2.1.2 Fundamentos teóricos .....	18
2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación .....	37
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>38</b>
3.1 Recolección de información.....	38
3.2. Tratamiento de la información .....	41
3.2.1 Plan de procesamiento de la información .....	41
3.3 Operacionalización de las variables .....	44
3.3.1 Variable independiente: Estrategias financieras .....	44
3.3.2 Variable dependiente: Crecimiento empresarial .....	45
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>46</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>46</b>
4.1 Resultados y discusión .....	46
4.2 Verificación de la hipótesis .....	99
4.3. Limitación del estudio.....	102
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>103</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>103</b>
5.1 Conclusiones .....	103
5.2 Recomendaciones.....	104
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>112</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<i>Tabla 1 Clasificación de las Pymes según su tamaño</i> .....	3
<i>Tabla 2 Empresas carroceras a nivel nacional</i> .....	4
<i>Tabla 3 Lista de carrocerías de la ciudad de Ambato</i> .....	8
<i>Tabla 4 Población de la investigación</i> .....	39
<i>Tabla 5 Fuentes de recolección de información</i> .....	40
<i>Tabla 6 Plan de recolección de la información</i> .....	41
<i>Tabla 7 Variable independiente: Estrategia Financiera</i> .....	44
<i>Tabla 8 Variable independiente: crecimiento empresarial</i> .....	45
<i>Tabla 9 Estrategias Financieras de las Pymes carroceras de la ciudad de Ambato</i>	77
<i>Tabla 10 Tendencia de crecimiento - ventas de las Pymes carroceras</i> .....	82
<i>Tabla 11 Tendencia de crecimiento del activo total de las Pymes carroceras</i> .....	84
<i>Tabla 12 Tendencia de crecimiento del patrimonio de las Pymes carroceras</i> .....	86
<i>Tabla 13 Tendencia de crecimiento del capital neto de trabajo de las Pymes carroceras</i> .....	88
<i>Tabla 14 Tendencia de crecimiento de la ganancia bruta de las Pymes carroceras</i>	90
<i>Tabla 15 Tendencia de crecimiento de la Utilidad Neta de las Pymes carroceras</i> ...	92
<i>Tabla 16 Distribución de Ventas, cuota de mercado y crecimiento de las Pymes carroceras</i> .....	94
<i>Tabla 17 Análisis de la variable independiente</i> .....	96
<i>Tabla 18 Análisis de los Indicadores de crecimiento</i> .....	98
<i>Tabla 19 Base de datos ventas sector carroceros</i> .....	100

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<i>Gráfico 1. Sector carrocerero por ciudades</i> .....	7
<i>Gráfico 2. Tamaño de las empresas del sector carrocerero de la ciudad de Ambato</i> .....	9
<i>Gráfico 3. Red de inclusiones conceptuales</i> .....	18
<i>Gráfico 4. Constelación de ideas</i> .....	19
<i>Gráfico 5. Seguimiento de cobros a clientes</i> .....	47
<i>Gráfico 6. Seguimiento de pagos a proveedores</i> .....	48
<i>Gráfico 7. Financiamiento de necesidades temporales a corto plazo</i> .....	49
<i>Gráfico 8. Financiamiento de necesidades permanentes a largo plazo</i> .....	50
<i>Gráfico 9. Financiamiento de necesidades temporales y permanentes a largo plazo</i> .....	51
<i>Gráfico 10. Planeación y control de actividades económicas</i> .....	52
<i>Gráfico 11. Competidores con productos y servicios de mejor calidad</i> .....	53
<i>Gráfico 12. Porcentaje de competencia de la empresa</i> .....	54
<i>Gráfico 13. Participación de economías de escala en el sector</i> .....	55
<i>Gráfico 14. Frecuencia de control de inventario</i> .....	56
<i>Gráfico 15. Técnica de cobro a clientes</i> .....	57
<i>Gráfico 16. Control de caja chica</i> .....	58
<i>Gráfico 17. Inversiones de excedentes de efectivo</i> .....	59
<i>Gráfico 18. Importancia del producto en el mercado</i> .....	60
<i>Gráfico 19. Rentabilidad esperada</i> .....	61
<i>Gráfico 20. Acceso a préstamos</i> .....	62
<i>Gráfico 21. Reportes financieros</i> .....	63
<i>Gráfico 22. Estados financieros</i> .....	64
<i>Gráfico 23. Comparación de los presupuestos de gastos</i> .....	65
<i>Gráfico 24. Reparto de utilidades</i> .....	66
<i>Gráfico 25. Cumplimiento de los objetivos</i> .....	67
<i>Gráfico 26. Grado de eficiencia y eficacia</i> .....	68
<i>Gráfico 27. Plan estratégico</i> .....	69

<b>Gráfico 28.</b> Cartera de productos.....	70
<b>Gráfico 29.</b> Capacitación administrativa .....	71
<b>Gráfico 30.</b> Competencia entre empresas.....	72
<b>Gráfico 31.</b> Participación de clientes, socios y proveedores.....	73
<b>Gráfico 32.</b> Comunicación en la empresa .....	74
<b>Gráfico 33.</b> Inversión en promoción y publicidad.....	75
<b>Gráfico 34.</b> Tecnología de punta .....	76
<b>Gráfico 35.</b> Crecimiento de ventas .....	82
<b>Gráfico 36.</b> Crecimiento del activo total .....	84
<b>Gráfico 37.</b> Crecimiento del patrimonio.....	86
<b>Gráfico 38.</b> Crecimiento del capital de trabajo.....	88
<b>Gráfico 39.</b> Crecimiento de la ganancia bruta.....	90
<b>Gráfico 40.</b> Crecimiento de la utilidad neta .....	92
<b>Gráfico 41.</b> Distribución de ventas, cuota de mercado y crecimiento de las Pymes carroceras .....	94
<b>Gráfico 42.</b> Verificación de hipótesis de las ventas año 1.....	101
<b>Gráfico 43.</b> Verificación de hipótesis de las ventas año 5.....	101

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación

#### *1.1.1 Justificación teórica*

El presente proyecto de investigación pretende desarrollar aspectos que permitan ubicar las estrategias financieras como un factor clave para impulsar el crecimiento de las empresas del sector carroceros de la Provincia de Tungurahua.

La rentabilidad de las empresas permite alcanzar una gran ventaja competitiva frente a sus competidores, es por ello que con frecuencia las estrategias competitivas están en la capacidad de innovar procesos, reducir los costos y diversificar sus productos. Además, se centran, con frecuencia en los activos únicos o muy específicos. (Aybar, Casino, & López, 2003, pág. 31).

“El comportamiento financiero de las pymes, con frecuencia jóvenes empresas con escaso historial que ofrecer a los mercados y afectadas con graves problemas de asimetría, podría diferir sustancialmente del de las grandes empresas, generalmente más consolidadas y con mayor infraestructura organizativa para implantar estrategias con éxito” (Aybar, Casino, & López, 2003, pág. 31). No obstante, en el Ecuador existen algunos propietarios de las Pymes con conocimientos escasos acerca de la importancia que tiene el implementar estrategias financieras para el desarrollo empresarial y la innovación de nuevos productos que puedan ser competitivos a nivel local.

En efecto en la Provincia de Tungurahua son pocos los estudios acerca de la importancia que tienen las Estrategias Financieras en el sector, muchos propietarios aspiran tener una empresa solvente dentro del mercado, pero olvidan por completo las estrategias que los pueden llevar a tener éxito. “La función financiera depende en gran medida del tamaño de la empresa. En las empresas pequeñas, la función financiera suele encomendarse al departamento de contabilidad, pero a medida que la

empresa crece, es necesario crear un departamento especial para trabajar el área financiera” (Álvarez & Abreu, 2008, pág. 66). Es decir, se necesita de un administrador financiero quien sea el encargado de utilizar y obtener los fondos necesarios para incrementar el valor de la empresa, de esta manera se puede ver reflejado en un futuro el éxito de las Pymes dependiendo del manejo adecuado de las finanzas, a su vez le permitirá innovar productos con altos estándares de calidad para ser competitivos en el sector carrocerero. En su gran mayoría el éxito de las Pymes se encuentra en el conocimiento adecuado que se le da al tema de las finanzas.

Así mismo, en la actualidad el crecimiento empresarial juega un papel muy importante ya que garantizan la supervivencia de las Pymes y a su vez están obligados a ampliar su capacidad productiva para que en un futuro puedan mantenerse en el mercado con rendimientos altamente positivos. “la empresa busca no solo el bien común, por principios, sino que basa toda estrategia en la combinación perfecta de los factores ambientales, sociales y económicos que garanticen la protección de los intereses de la empresa, incluyendo su reputación como benefactor de la sociedad” (Aguilera & Puerto , 2012, pág. 9). “En la medida en que los miembros de la familia propietaria mantengan unas relaciones positivas como socios y como empleados de la PyME familiar, dispongan de reglas de juego y políticas y normas de actuación claras y transparentes, sus administradores podrán concentrarse en fortalecer los aspectos que le otorgan crecimiento a la empresa” (Romero, 2006, pág. 161). Bajo este contexto se debe tener claro que el buen ambiente laboral puede lograr que muchas empresas lleguen a ser pioneras en el mercado ya que se cuenta con una buena comunicación dentro de la empresa.

Para la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2017):

El Ecuador es considerado uno de los países con más micro emprendimientos a nivel mundial, además de tener una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas en su entorno empresarial, y esto ha sido de especial interés desde el año 2007 ya que se ha buscado desde el Gobierno varios mecanismos de impulsar su crecimiento y desarrollo de tal manera que sean también un motor de la economía. (pág. 14)



Bajo este contexto, es necesario mencionar que el Ecuador cuenta con el apoyo del Gobierno para que sus empresas puedan crecer favorablemente, sin embargo, es necesario que las Pymes cuenten con estrategias que los permitan desenvolverse de mejor manera dentro de su sector, y tengan como único objetivo posicionarse y mantenerse en el mercado. Por otro lado, contar con un nivel óptimo de crecimiento empresarial en el Ecuador es de gran interés debido a que se logra estabilizar los altos niveles de desempleo, es por ello que las Pymes juegan un papel muy importante en el Ecuador, así lo menciona la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2017) donde indica que :

Los grupos de empresas: microempresas, pequeñas y medianas empresas; que aportan una cantidad importante en producción, ingreso por ventas y empleo, sin embargo, no son el grupo que lo hace en mayor cantidad como sí lo son las grandes empresas, a pesar de esto, las MIPYMES han venido creciendo año a año en el país, en ciertos sectores de la economía son el grupo más importante en términos de utilidad, ingreso por ventas, empleo y en número de empresas. (pág. 14)

La creación de empresas dentro del Ecuador es necesario e importante debido a que son un gran sustento económico para el país y a la vez brinda apoyo a las personas que requieren un trabajo para salir adelante y evitando de esta manera los altos índices de desempleo que se presentan con mayor frecuencia dentro del país.

A continuación, se presenta el tamaño de la empresa y el número de empleados con los que deben contar las Pymes en el Ecuador.

**Tabla 1**  
*Clasificación de las Pymes según su tamaño*

<b>Tamaño</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Ventas o ingresos brutos anuales</b>
Microempresa	1 a 9 trabajadores	Igual o menores de \$300.000,00
Pequeña empresa	10 a 49 trabajadores	entre \$300.000,00 y \$1'000.000,00
Mediana empresa	50 a 199 trabajadores	entre \$1'000.000,00 y \$5'000.000,00
Grande empresa	Más de 200 trabajadores	mayores a \$5'000.000,00

**Fuente:** Reglamento a la estructura de desarrollo productivo de inversión  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

Además, se presenta el listado de empresas carroceras del Ecuador autorizadas por la Agencia Nacional de Tránsito.

**Tabla 2**

*Empresas carroceras a nivel nacional*

#	Carrocería	Ciudad	Provincia
1	CARROCERIAS CARR BUSS YAULEMA	Riobamba	Chimborazo
2	CARROCERIAS AMBATOOUR	Quito	Pichincha
3	CARROCERIAL ALME	Ambato	Tungurahua
4	CARROCERIA IMG	Quito	Pichincha
5	CARROCERIAS ALTAMIRANO	Ambato	Tungurahua
6	CARROCERIAS AUSTRAL	Cuenca	Azuay
7	CARROCERIAS BUSCARS	Guayaquil	Guayas
8	CARROCERIAS CMA-CENTAURO	Latacunga	Cotopaxi
9	CARROCERIAS COPSA	Ambato	Tungurahua
10	CARROCERIAS DARWIN CEPEDA	Guayaquil	Guayas
11	CARROCERIAS DEL VALLE CADELVA	Quito	Pichincha
12	CARROCERIAS FIALLOS	Ambato	Tungurahua
13	CARROCERIAS IMCE	Ambato	Tungurahua
14	CARROCERIAS IMPA	Ambato	Tungurahua
15	CARROCERIAS IMPEDSA	Ambato	Tungurahua
16	CARROCERIAS INMAY	Cuenca	Azuay
17	CARROCERIAS LOS ANDES	Ambato	Tungurahua
18	CARROCERIAS MAN BUS	Ambato	Tungurahua
19	CARROCERIAS METALICAS CALVA	Quito	Pichincha
20	CARROCERIAS METALICAS CARLUIS	Quito	Pichincha
21	CARROCERIAS METALICAS LEMAN'S	Ambato	Tungurahua

---

22	CARROCERIAS METALICAS MAYORGA	Riobamba	Chimborazo
23	CARROCERIAS METALICAS MONCAYO	Santo Domingo	Santo Domingo
24	CARROCERIAS METALICAS SANTA GEMA	Tosahua	Manabí
25	CARROCERIAS MODELO	Santo Domingo	Santo Domingo
26	CARROCERIA M&L	Ambato	Tungurahua
27	CARROCERIAS OLIMPICA CIA. LTDA.	Cuenca	Azuay
28	CARROCERIAS OLIMPICA QUITO	Santo Domingo	Santo Domingo
29	CARROCERIAS PEREZ	Ambato	Tungurahua
30	CARROCERIAS RODRIGUEZ	Guayaquil	Guayas
31	CARROCERIAS SANTA CRUZ	Ambato	Tungurahua
32	CARROCERIAS SOLIS	Ambato	Tungurahua
33	CARROCERIAS VASQUEZ	Quito	Pichincha
34	CARROCERIAS YAULEMA JR.	Riobamba	Chimborazo
35	CARROCERIA CEPEDA CIA. LTDA.	Ambato	Tungurahua
36	COMERCIAL ISRAEL	Ambato	Tungurahua
37	CORPMEGABUSS CIA. LTDA.	Riobamba	Chimborazo
38	DAVMOTOR CIA. LTDA.	Ambato	Tungurahua
39	ECUACAR	Quito	Pichincha
40	EUROCARROCERIAS	Riobamba	Chimborazo
41	FABICAR	Quito	Pichincha
42	MANAOS	Santo Domingo	Santo Domingo
43	IBIMCO	Ambato	Tungurahua
44	ICEDCA	Guayaquil	Guayas
45	IMBABUS	Ibarra	Imbabura
46	IMETAM	Quito	Pichincha

---

47	INDUSTRIAS MALIZA	Quito	Pichincha
48	INECAR	Guayaquil	Guayas
49	JACOME CRUZ LUIS ANTONIO	Ambato	Tungurahua
50	METALICA SANABRIA	Ambato	Tungurahua
51	METALICAS PAPER'S	Ambato	Tungurahua
52	METALICAS PILLAPA	Pelileo	Tungurahua
53	MIRAL - AUTOBUSES	Ambato	Tungurahua
54	INDUSTRIAS METALICAS ORELLANA	Quito	Pichincha
55	PARECO CIA. LTDA.	Ambato	Tungurahua
56	PATRICIO CEPEDA CIA. LTDA.	Ambato	Tungurahua
57	PICOSA	Ambato	Tungurahua
58	METALBUSS	Quito	Pichincha
59	REINOSO	Quito	Pichincha
60	PEDROTTI	Quito	Pichincha
61	ALVARADO	Riobamba	Chimborazo
62	TALLERES R. GUZMAN	Cuenca	Azuay
63	TALLERES IMESCO	Ambato	Tungurahua
64	VARMA S.A.	Ambato	Tungurahua
65	ZAMORA GUERRERO JOSE VICENTE	Quito	Pichincha

**Fuente:** Agencia Nacional de Tránsito

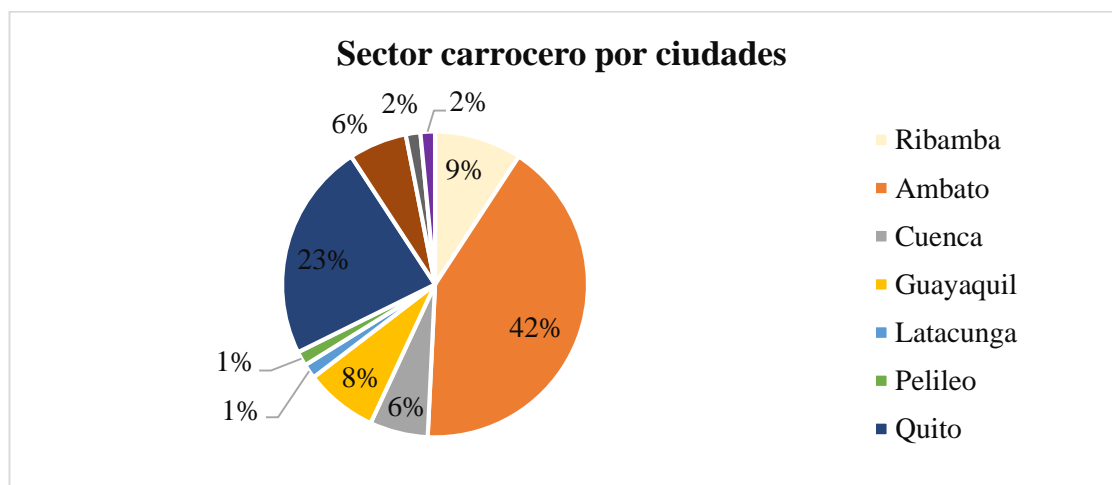
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

Se puede observar que el Ecuador cuenta con un sector carrocerero muy numeroso, por lo que cada carrocería debe contar con planes estratégicos o estrategias financieras que los ayuden a incrementar sus ganancias y a seguir creciendo en el ámbito empresarial.

En la Agencia Nacional de Transito (ANT) se encuentran registradas 65 industrias dedicadas a la fabricación de todo tipo de latonería; así lo señala El Telégrafo (2017)

donde manifiesta que “En las empresas carroceras, se agrupan fábricas de autopartes, las cuales elaboran ventanas, asientos, espejos, fibra de vidrio y demás complementos de vehículos para el transporte de pasajeros”, se menciona también que “cada año el sector carrocerero del país factura alrededor de \$ 80 millones. Esta cifra dinamiza la economía de las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura y Tungurahua”.

Con la finalidad de demostrar que las empresas carroceras son importantes dentro del mercado nacional se realizó un análisis, por medio del cual se presenta un equivalente por ciudades del total de las industrias carroceras, donde se observa que Ambato mantiene el 42% del total de la industria, es decir cuenta con 27 Pymes carroceras; seguido por la ciudad de Quito quien mantiene el 23% constituyendo un total de 15 carrocerías; y en menores porcentajes de empresas carroceras se presentan en las ciudades como: Cuenca, Guayaquil, Latacunga, Pelileo, Santo Domingo, Tosahua, Ibarra, Riobamba.



**Gráfico 1.** Sector carrocerero por ciudades

**Fuente:** Reglamento a la estructura de desarrollo productivo de inversión

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

A continuación, se detalla el listado de las Pequeñas y medianas empresas del sector carrocerero que se encuentran en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, los cuales nos permitirán tener un conocimiento más amplio del sector en el que se pretende desarrollar la presente investigación.

**Tabla 3***Lista de carrocerías de la ciudad de Ambato*

#	CARROCERÍA	REPRESENTANTE LEGAL
1	CEPEDA CIA.LTDA	CEPEDA JACOME TATIANA MARICELA
2	ALME	MEDINA VALENCIA ALBERTO WILFRIDO
3	ALTAMIRANO	ALTAMIRANO VASQUEZ ANIBAL EFRAIN
4	DAVMOTOR CIA. LTDA.	PAREDES TORRES CARLOS EDUARDO
5	IBIMCO	CONSTANTE MIRANDA CARLOS GEOVANNY
6	IMCE	CEPEDA LOGROÑO LEON AMANDO
7	IMESCO	ESCOBAR ORTIZ CESAR GENARO
8	IMPEDSA	SANTOS SEGUNDO PEDRO PABLO
9	MIRAL - AUTOBUSES	MIRANDA ALBAN JOSE EDUARDO
10	PARECO CIA. LTDA.	PAREDES HERNANDEZ WASHINGTON
11	PATRICIO CEPEDA CIA. LTDA.	INTRIAGO INTRIAGO LIDA MARIA
12	PICOSA	PICO BARRIONUEVO ANDREA CRISTINA
13	VARMA S.A.	VARGAS SALMAN LUIS SANTIAGO
14	MAN BUS	MANOBANDA TELENCHANA LUIS FABIAN
15	PEREZ	PEREZ LESCANO EFRAIN RAFAEL
16	SANTA CRUZ	SANTACRUZ CHERREZ JUAN FERNANDO
17	SOLIS	LOPEZ VIZUETE GLORIA ISABEL
18	SANABRIA	SANABRIA REINOSO ANGEL IVAN
19	FIALLOS	FIALLOS CORDOVA CARLOS GUSTAVO
20	COPSA	COPO SANCHEZ ERNESTO MARCELO
21	JACOME	JACOME CRUZ LUIS ANTONIO
22	LOS ANDES	QUIROGA MAYORGA JAIME DAVID
23	LEMAN'S	LEMA TOAQUIZA ENRIQUE EDUARDO
24	FIALLOS	FIALLOS CORDOVA JUAN OSWALDO

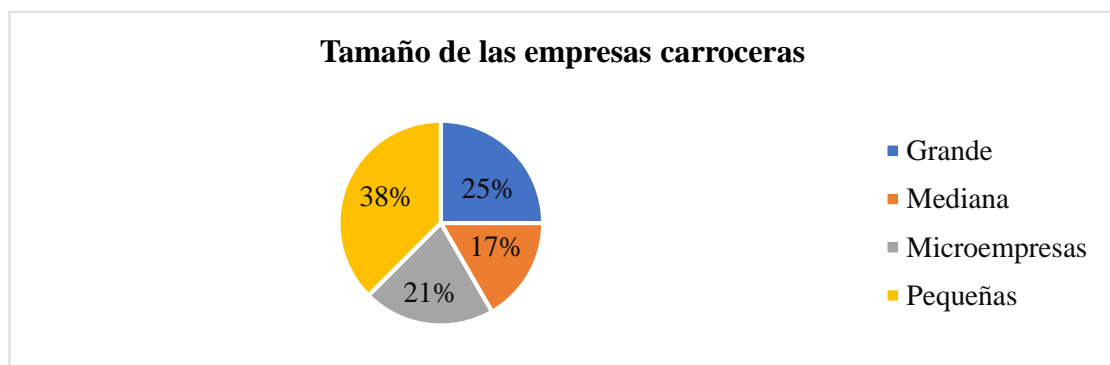
**Fuente:** Agencia Nacional de Tránsito**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

“El 67% de la producción carrocera del país sale de la ‘Ciudad Jardín del Ecuador’, generando 24 millones de dólares anuales y alrededor de 1.400 plazas de trabajo directas a los ecuatorianos” (La Hora, 2011). El estudio se enfoca en el sector carrocerero de las Pymes por ser un área de suma importancia en el ámbito de la economía local y con un porcentaje escaso en cuanto a el aprovechamiento de las

Estrategias Financieras. “Las empresas con una estrategia más agresivas, y, por tanto, con mayor dependencia de la deuda a corto plazo, presentan rentabilidades más bajas” (Baños, García, & Martínez, 2014, pág. 161).

La provincia de Tungurahua cuenta con un alto nivel de empresas fabricantes de carrocerías, aproximadamente 80 empresas se dedican a estas industrias incluidas grandes y pequeñas, es por ello que con frecuencia las empresas carroceras se preocupan por mejorar su tecnología, para de esta manera seguir siendo pioneros dentro del país.

Del total de las empresas carroceras de la ciudad de Ambato el 75% de ellas son Pymes, por lo que permite realizar con efectividad el presente trabajo de investigación, es decir el 25% de ellas son grandes, mientras que el 17% son medianas lo que equivale a 4 empresas, el 37% son pequeñas con un total de 9 carrocerías y el 21% son microempresas lo que corresponde a 5 carrocerías.



**Gráfico 2.** Tamaño de las empresas del sector carrocerero de la ciudad de Ambato

**Fuente:** Reglamento a la estructura de desarrollo productivo de inversión

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

El desarrollo del presente trabajo es importante en las empresas carroceras ya que, al mejorar su crecimiento, mejora también la calidad de vida de muchos colaboradores y de la sociedad en general.

Una vez analizado las diferentes problemáticas que se presentan en el sector donde se pretende desarrollar la investigación, se puede decir que el crecimiento empresarial a nivel nacional es uno de los factores claves para mejorar la economía del país, por otro lado, el uso inadecuado de estrategias financieras son uno de los principales

problemas que tienen las empresas, es necesario mencionar que las organizaciones que tienen este problema son mayormente las Pymes, ya que los propietarios toman la decisión de emprender un negocio, pero olvidan por completo las técnicas o estrategias que lo ayudaran a que su empresa sea rentable en un futuro. La mayoría de empresas fracasan o son cerradas en menos de un año por no contar con conocimientos amplios en cuanto al manejo de su empresa tanto en el área de la producción como en el área administrativa, considerando que son una de las principales para que la empresa marche correctamente.

Una de las causas del problema es que las empresas carroceras tienen un escaso nivel de utilización de estrategias financieras, el cual es una herramienta de gran importancia para el crecimiento progresivo de cualquier organización, por lo que se requiere implementar estrategias para mejorar la industria nacional.

El elevado porcentaje de importación de buses en los últimos tiempos ha sido una de las problemáticas más comunes en el sector carrocerero, debido a que la mayoría de trasportistas prefieren unidades internacionales, dejando de lado el consumo de la producción nacional, provocando de esta manera el desempleo y afectación del producto local.

Otro de los motivos que se presenta en cuanto al débil desarrollo empresarial es que existe la desigualdad en las condiciones de pago de impuestos y aranceles, esto se da por la falta de apoyo del gobierno, ya que es quien permite el ingreso de unidades internacionales sin ningún porcentaje elevado de ingreso, por lo que tiene como consecuencia una escasa demanda de buses.

Finalmente, se debe tener claro que los principales factores que afectan a este sector son los bajos niveles de utilización de estrategias financieras y la falta de creatividad al momento de desarrollar o elaborar un producto de calidad. En otras palabras, el no contar con planes estratégicos apropiados hace que se pierda la credibilidad que tiene los buses locales.



### ***1.1.2 Justificación metodológica***

La presente investigación se justifica por la factibilidad que tiene para su realización, pues se dispone de tiempo para su desarrollo, acceso a las fuentes de información, posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación, disponibilidad de los recursos humanos, materiales y tecnológicos.

*“En el caso de investigaciones documentales y bibliográficas el análisis básico consiste en descomponer o desglosar la información en ideas principales y secundarias, con el fin de traducir o descifrar el sentido de las mismas, e identificar vínculos e implicaciones”* (Arias , 2012, pág. 136). Ciertamente, esta investigación tiene como objetivo obtener información de fuentes de estudios ya realizados. Por lo tanto, el presente trabajo se ejecutará mediante la revisión de libros, revistas científicas, estudios y proyectos relacionados con las variables a analizar. Además, es factible de realizarlo debido a que existe apertura de información de las pequeñas y medianas empresas del sector, por medio de fuentes oficiales como la: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocerías, Servicio de Rentas Internas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Agencia Nacional de Tránsito, Ministerio de Industrias y Productividad y otras entidades relacionadas con el sector carrocerero.

Por otro lado, para efectos de la presente investigación, la población estará constituida por las Pymes carroceras de la provincia de Tungurahua, tanto Sociedades Anónimas como Compañías Limitadas debido a que se puede aprovechar al máximo los cambios que se dan con mayor frecuencia en el ámbito carrocerero. Al utilizar las estrategias financieras en este sector se aportará al entorno para que se logre el reconocimiento ante sus clientes y ante la sociedad para así tener un crecimiento empresarial altamente rentable.

Para la recopilación de información por parte de la investigadora es factible debido a que se cuenta con la colaboración de los funcionarios de las empresas carroceras, puesto que son ellos quienes facilitan la información oportuna para ser analizados con datos correctos.

Con todo lo anteriormente mencionado, se puede decir entonces que el desarrollo de estrategias financieras debe ser propiamente implantadas dentro de las instituciones carroceras para el desempeño del sector en la provincia de Tungurahua. Al mismo tiempo, esto permitirá que las empresas solucionen las distintas problemáticas que se presentan a diario, logrando así la evolución no solo empresarial sino también personal.

### ***1.1.3 Justificación práctica***

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de analizar el crecimiento empresarial en las diferentes empresas carroceras y la misma permite el análisis de dos importantes variables en una empresa, como lo es las estrategias financieras y el crecimiento empresarial; las cuales al ser investigadas permitirán un estudio más amplio donde se podrá aplicar los conocimientos adquiridos dentro de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, carrera de Contabilidad y Auditoría.

El proyecto se justifica en la necesidad de mejorar el desarrollo económico del sector carrocerero, debido a que se presentan una gran cantidad de falencias en cuanto a las posibilidades y oportunidades de aplicación de las estrategias financieras en el Ecuador, sabiendo que esto constituye una herramienta indispensable en la producción nacional.

No sólo es fundamental que los empresarios tengan una visión profunda sobre la importancia e impacto que tiene el contar con una economía altamente rentable para su empresa, sino que, a su vez, deben tener en cuenta que el beneficio no solo es para la organización sino también para la comunidad entera.

La investigación espera contribuir al sector carrocerero y al culminarla se espera que sea beneficioso para futuras investigaciones relacionadas a este tema.

### ***1.1.4 Formulación del problema de investigación***

¿Cómo influyen las estrategias financieras en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocerero de la Provincia de Tungurahua?

**Variable independiente (Causa):**

Estrategias Financieras

**Variable dependiente (efecto):**

Crecimiento empresarial

**1.2 Objetivos**

***1.2.1 Objetivo general***

Determinar la influencia de las Estrategias Financieras en el crecimiento empresarial de las Pequeñas y Medianas Empresas de sector carrocerero de la Provincia de Tungurahua, para el fortalecimiento competitivo de este grupo de empresas.

***1.2.2 Objetivos específicos***

Identificar las Estrategias Financieras que utilizan las Pymes de la provincia de Tungurahua con la finalidad de asegurar el sustento financiero de las empresas carroceras.

Evaluar los índices de crecimiento empresarial de las Pymes innovadoras del sector carrocerero para la toma de decisiones y aplicación de oportunidades de desarrollo económico.

Relacionar las estrategias financieras que utilizan las Pymes del sector carrocerero de la ciudad de Ambato con su crecimiento empresarial en el mercado.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Revisión de literatura

##### *2.1.1 Antecedentes investigativos*

A fin de tener un criterio más amplio sobre las estrategias financieras y el crecimiento empresarial en el sector carrocero, se analiza y recopila información de investigaciones realizadas, lo cual permitirá obtener un conocimiento profundo de los fundamentos a estudiar en el cantón Ambato provincia de Tungurahua sobre las variables de estudio.

En su libro de “Administración” los autores Koontz, Weihrich, y Cannice (2012) señalan que: “El término estrategia se deriva de la palabra griega estrategos y significa: general. El presente término fue usado durante años por el ejército con el fin de aludir a los grandes planes o ventajas que el enemigo no poseía y que se mantenían en secreto para ganar las batallas”. Así pues, el concepto de estrategia fue tomando un papel muy importante dentro de la sociedad como un factor de acciones de planeación que permitan lograr determinados objetivos a corto, mediano y largo plazo.

“Para la década de los ochenta, la presencia significativa de pequeñas y medianas empresas en algunas regiones geográficas que mostraban signos de crecimiento y bienestar social, en un marco de recesión económica, obligó a repensar las políticas industriales” (Ramírez , Solórzano, & Rosillo, 2002, pág. 391).

En cuanto a estrategias de crecimiento empresarial, Leal y Cefalá (2003) en su artículo denominado “Estrategias de crecimiento empresarial aplicadas por hipermercados” concluye que: “una de las principales funciones de la gerencia financiera consiste en maximizar el patrimonio de los accionistas de la organización, por lo cual debe estar familiarizada con el ambiente en el cual la empresa se desenvuelve y ser capaz de adaptarse al entorno cambiante, si quiere que ésta

sobreviva” (pág. 614). Los autores señalan que: “muchas empresas han adoptado estrategias de crecimiento de su tamaño, buscando reducir sus costos de distribución y aprovisionamiento, que les permitan responder a las exigencias del entorno” (pág. 615). Por lo tanto, no siempre al reducir sus costos la mayoría de las organizaciones tienen crecimientos favorables en cuanto al producto o servicio que oferta, hoy en día las empresas necesitan expandir sus actividades basándose en la apertura de nuevos establecimientos en cualquier lugar del país o del mundo, el presente artículo se basa en “la estrategia de abrir varios almacenes en zonas cercanas dentro de su propio país y contar con más de un punto de venta en cada país hacia el cual se extienden” (pág. 615).

Si bien es cierto, en los siguientes años aparecieron varios investigadores quienes aportaron un nuevo conocimiento, entre ellos se puede destacar a Blázquez, Dorta, y Verona (2006) y su artículo “Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas “en el cual señala que: “La importancia de la pequeña y mediana empresa (Pyme) en el contexto económico mundial es un hecho ampliamente contrastado, no sólo porque ellas representan el 95% del total de empresas, en la mayoría de los países, sino también porque generan un alto volumen de empleo” (pág. 3). Las pymes en cualquier país del mundo son una de las principales generadoras de empleo, sin embargo, su desarrollo no ha sido progresivo debido a la falta de cultura o apoyo financieros los cuales han impedido que la mayoría de las organizaciones tomen decisiones acertadas en relación con su crecimiento. “En este sentido, se ha podido constatar que los incentivos fiscales a la inversión, como apoyo gubernamental al desarrollo de las Pymes, es una alternativa bastante interesante para mitigar las carencias estructurales de este tipo de empresas” (pág. 13).

Duarte (2007) con su tema “Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial” establece que: “el crecimiento de las Pymes debe centrarse necesariamente dentro de sus propias fronteras”, es decir “cuando nace un pequeño negocio, este se va articulando y creciendo en el tiempo; los directivos y empleados cometerán aciertos y errores, los procesos se irán sincronizando, se empezará a conocer los gustos y

preferencias de los consumidores, se sufrirán ataques de los competidores, entre otros eventos” (pág. 50).

En el trabajo investigativo de Álvarez y Abreu (2008) manifiesta que una: “gran cantidad de PYMES no toman las decisiones acertadas en cuestión financiera y esto, junto con la falta de estrategias, las puede llevar a la quiebra” (pág. 66) . Es decir, la gran mayoría de empresas pueden contar con un producto que sea pionero en ventas o con tecnología de punta; pero, si en el área de finanzas no llevan un correcto control empresarial o no toma las mejores decisiones esta puede causar problemas a futuro dentro de la organización.

De igual manera, los autores con los resultados obtenidos mencionan las siguientes conclusiones acerca de las estrategias financieras aplicadas en las Pymes.

a) Las estrategias financieras correctamente aplicadas en la PYME determinan éxito de la misma”; b) “la competencia es muy dura y siempre afecta a la PYME y quizá más que a las grandes empresas, por lo que es importante ser competitivos, llevar a cabo el benchmarking y de alguna manera estar siempre en constante innovación, para de esta manera siempre tener algo nuevo que ofrecer al cliente para que se haga leal a tu empresa o producto.”; c) “es muy importante tener bien claras las estrategias financieras que se van a seguir en la empresa para de ninguna manera llegar al punto de la quiebra; ya que sin estrategias financieras, la empresa que vive el día a día, en algún momento no va a funcionar porque de esa manera se llegan a cometer miles de errores.” y d) “Las mejores estrategias financieras que pueden ser aplicadas para la PYME y que van a ayudar en su desempeño fueron las siguientes: Elegir al director financiero en base a una serie de pruebas de aptitud de conocimientos y desempeño para el puesto. (Álvarez & Abreu, 2008, pág. 96)

En su publicación “Estrategia y competitividad empresarial” realizadas por Aragón, Rubio, Jiménez y Chablé (2010) aseguran que: la “MiPyME de éxito se caracteriza por gestionar de forma eficaz sus recursos tecnológicos, la innovación, la calidad de sus productos, los recursos

humanos y las capacidades directivas” (pág. 11). Para los autores en la actualidad es: “notable el interés por conocer las estrategias que mejoran la competitividad, permitiendo con ello alcanzar mejores resultados” (pág. 4).

Tomando como referencia a Aguilera, González y Rodríguez (2011) en su artículo: “Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica” argumentan que: “Las estrategias orientan las decisiones y permiten que los planes operativos se realicen de forma concurrente al logro de los objetivos de la empresa con la finalidad de incrementar las posibilidades de cumplimiento de objetivos y metas” (pág. 40).

Un aporte de gran importancia es el de Pérez y Velazco (2012) en su artículo denominado: “Sostenibilidad y autonomía financiera en empresas de producción social” en el cual se concluyó que:

Una estrategia bien formulada permite canalizar esfuerzos y asignar recursos en una organización, adoptando una posición viable basada en sus capacidades internas y externas e identificando dentro de ellas, aspectos claves para el análisis de la rentabilidad de las inversiones, valores y toma de decisiones en cuanto a las distintas fuentes de financiación, autofinanciación y política de retención y reparto financiero, que rigen el desempeño de la empresa. (pág. 124)

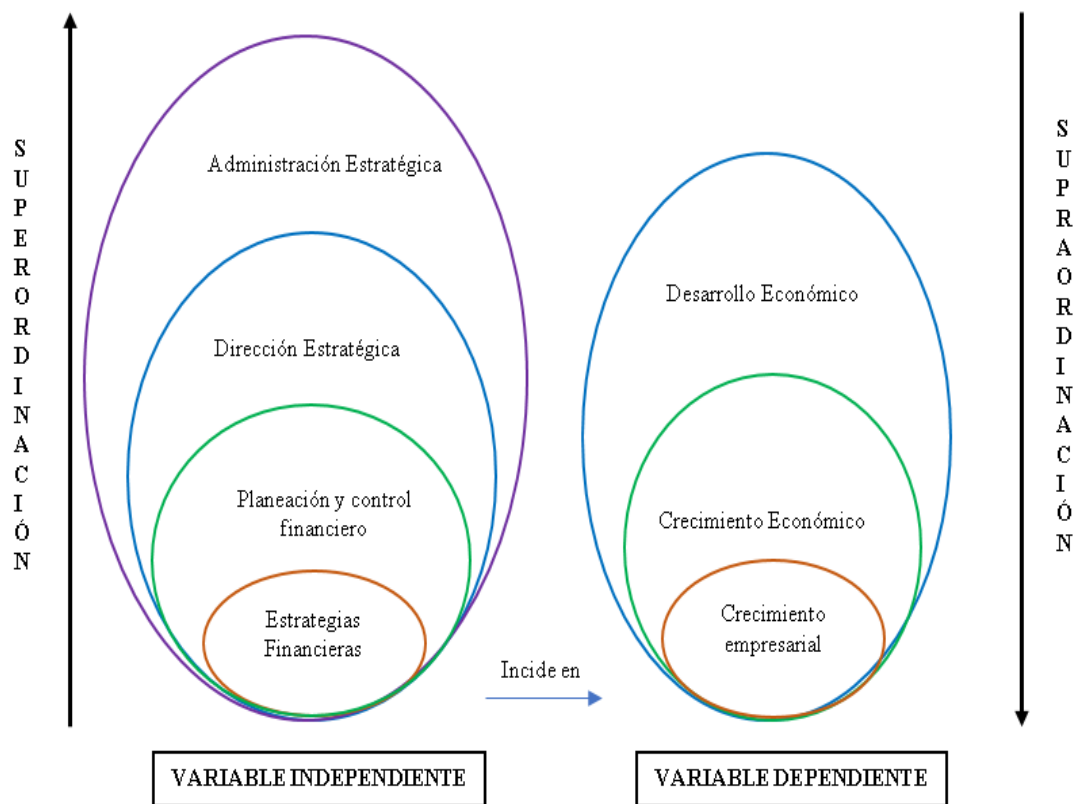
Es primordial que las empresas en la actualidad cuenten con un diseño de estrategias financieras claras y accesibles, que permitan obtener crecimientos rentables y favorables para toda la organización empresarial. “La estrategia financiera debe lograr sostenibilidad y autonomía, creando valor en el logro de objetivos organizacionales” (pág. 121). De manera semejante, Aguilera y Puerto (2012) menciona que: “Las estrategias de crecimiento empresarial determinadas desde el direccionamiento estratégico deben establecer un esquema de inclusión que busque directamente enviar un mensaje positivo a los clientes y a la sociedad en general”. Es decir, el crecimiento empresarial depende de diferentes factores internos y externos para llegar a ser pioneros en el sector en el cual se desarrollan.

Finalmente, es fundamental mencionar el artículo titulado “La información y estrategia financieras es una herramienta que coadyuvan en la eficiencia de la micro y pequeña empresa y es la base para la toma de decisiones” el cual fue elaborado por López, Vázquez, García y Rangel, (2016) donde concluyó que: “el éxito de la empresa tiene relación con un buen director financiero, así mismo se demuestra el desconocimiento de procesos de generación de información, técnicas de análisis y de

las diferentes fuentes de financiamiento” (pág. 129). Uno de los principales problemas que se enfrentan las Pymes es la falta de cultura financiera.

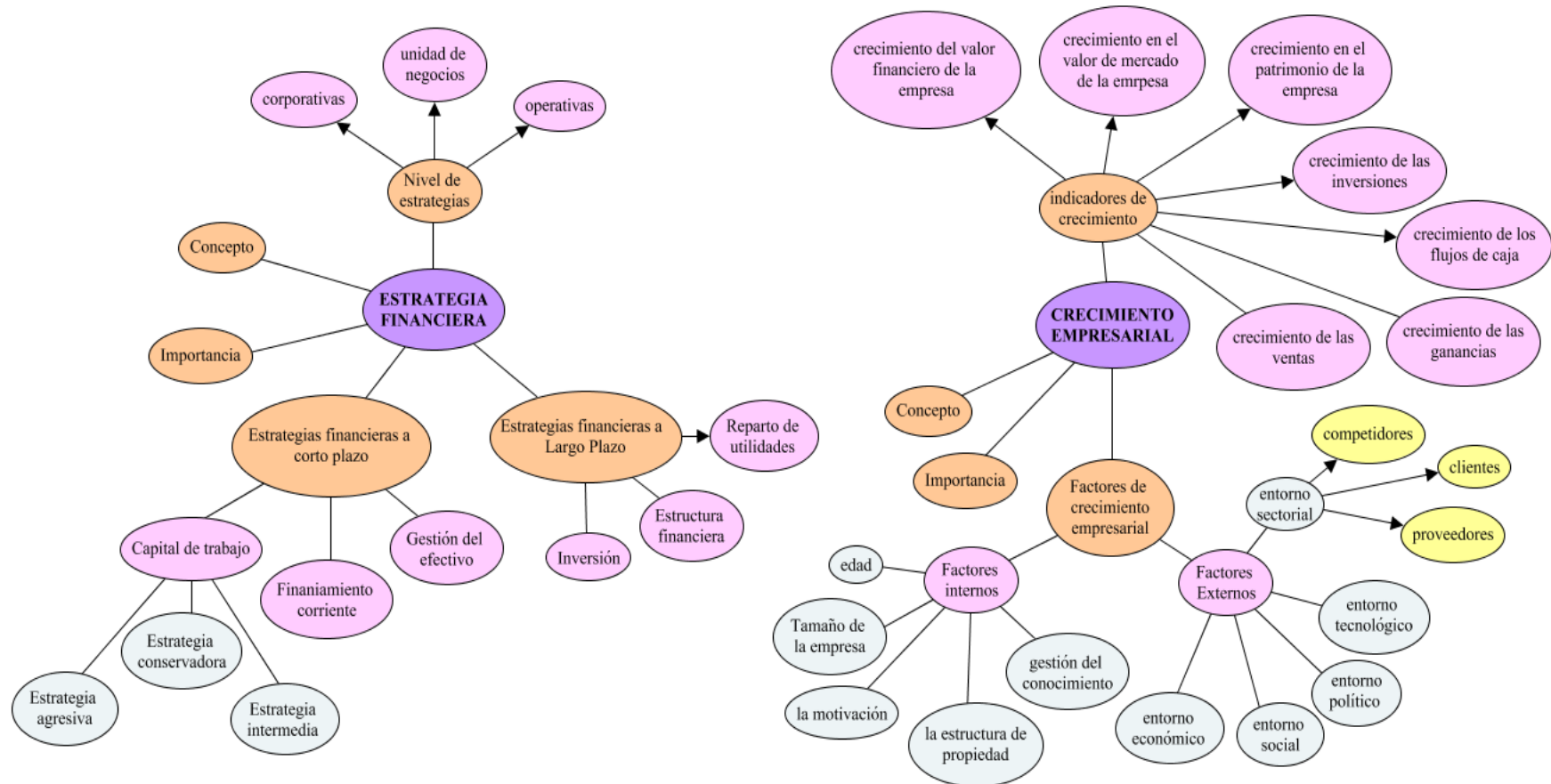
Con estos antecedentes, se afirma que el proyecto se encuentra dentro de la temática de interés en los últimos tiempos, por tanto, cuenta con respaldo de estudios realizados con anterioridad, los cuales proporcionarán información real a la investigación, agilitando así su desarrollo.

### 2.1.2 Fundamentos teóricos



**Gráfico 3.** Red de inclusiones conceptuales  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2018)





**Gráfico 4.** Constelación de ideas  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2018)

### **2.1.2.1 Marco conceptual variable independiente**

#### **Administración Estratégica**

En términos generales Fred (2008) define la administración estratégica como: “el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a una organización lograr sus objetivos” (pág. 5). El autor menciona que: “la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización” (Fred, 2008, pág. 5).

Por consiguiente, para que las organizaciones puedan desarrollarse de manera efectiva es importante tener en cuenta hacia donde quiere llegar con el apoyo de una buena administración estratégica que al final lleven a sus negocios a producir un buen desempeño tanto laboral como económico.

#### **Dirección Estratégica**

Para Camacho (2002) el direccionamiento estratégico es: “un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección” (pág. 7). El direccionamiento estratégico se ha convertido en uno de los elementos claves de toda empresa debido a que mediante ello se establecen objetivos y se formulan estrategias. Es decir, permite conocer hacia dónde quiere llegar la empresa siguiendo lineamientos que le permitan operar de manera controlada.

“Hoy en día se resalta el direccionamiento como el motivador de un “análisis estratégico” y el método para detectar las variaciones en el entorno y responder a ellas, y así tratar de asegurar la estabilidad de las empresas” (Camacho , 2002, pág. 8). En efecto, es primordial que la mayoría de las organizaciones tengan una guía clara y precisa de las actividades principales de las empresas, para que así puedan tener un proceso administrativo eficaz con una visión estratégica visible.

### ***Implantación estratégica***

“La implementación de la estrategia requiere que la empresa establezca objetivos anuales, formule políticas, motive a los empleados y destine recursos para llevar a la práctica las estrategias” (Fred, 2008, pág. 6). En otras palabras, ejerce un liderazgo emprendedor donde busca que sus negocios empiecen a producir un buen desempeño económico mediante la implantación de una buena estrategia financiera, además se pretende que los colaboradores pongan en práctica las políticas implementadas dentro de la empresa para el correcto funcionamiento de la entidad.

A la implementación de la estrategia de acuerdo con Fred (2008) suele denominarse la “etapa de acción” de la administración estratégica. Implementar la estrategia significa movilizar a los empleados y gerentes para que ponga en práctica las estrategias formuladas, requiere de disciplina personal, compromiso y sacrificio” (pág. 6).

### **Planeación y control financiero**

El estudio de planeación y control es un tema muy amplio, En este sentido, según Weston y Brigham (1984):

La planeación apropiada y el control adecuado de la relación que existe entre los ingresos y los costos proporcionan una estructura general de referencia. A fin de coadyuvar al logro de los patrones de rentabilidad que se han fijado como meta, los presupuestos proporcionan un análisis detallado de los ingresos y de los desembolsos respecto de las categorías importantes de actividades que desarrolla una empresa. (pág. 256)

Con respecto a la planeación, Córdoba Padilla (2012) menciona que:

La planeación financiera procura conservar el equilibrio económico de la empresa en todos sus niveles, incluyendo el área operativa y estratégica. Es la encargada de aportar una estructura acorde a la base de negocio de la empresa, mediante a implementación de una contabilidad analítica y del diseño de los estados financieros, con lo cual se define el rumbo que tienen que seguir una organización para alcanzar sus objetivos estratégicos, mediante un accionar armónico de todos sus integrantes y funciones. (pág. 119)

En relación con los dos autores, los planes financieros tienen por objetivo conservar el equilibrio de la economía empresarial, a fin de tener una guía clara que le permita en un futuro alcanzar sus objetivos estratégicos. Este proceso sirve para formular y ejecutar estrategias indispensables para la dirección empresarial.

Los planes financieros a largo plazo establecen las acciones financieras planeadas de una empresa y el impacto anticipado de esas acciones durante periodos que varían de 2 a 10 años. Los planes financieros a corto plazo especifican las acciones financieras a corto plazo y el impacto anticipado de esas acciones. Estos planes abarcan con frecuencia un periodo de 1 a 2 años. (Gitman & Gutiérrez, 2010, pág. 103)

### **Estrategia Financiera**

“Las estrategias son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa. Además, las estrategias afectan la prosperidad a largo plazo de la organización, por lo general, durante un mínimo de cinco años, y por eso se orientan hacia el futuro” (Fred, 2008, pág. 13). Sin embargo, es un proceso que sirve de guía para obtener rendimientos favorables en un futuro, se basan en los recursos que poseen las entidades y en base a ello toman decisiones financieras.

“La elaboración de una estrategia representa el compromiso administrativo con un conjunto particular de medidas para hacer crecer la organización, atraer y satisfacer a los clientes, competir con éxito, dirigir operaciones y mejorar su desempeño financiero y de mercado” (Thompson, Strickland, & Gamble, 2008, pág. 15).

Según García y Paredes, (2014) en su libro “Estrategias Financieras empresarial” menciona algunas características de las estrategias como:

- *Ser específica y concreta en todos sus aspectos, pero, en especial, en aquéllos relacionados con los recursos, acciones, personas, controles y resultados.*
- *Constituir un derivado lógico de un objetivo debidamente definido y establecido.*
- *Estar fundamentada en un conocimiento profundo de la empresa (organización), sus recursos, fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas, capacidades, habilidades, etc., y en un*

*análisis detallado del entorno económico y de mercado que la rodea.*

- *Presentar la alternativa óptima en términos de rentabilidad, participación, posicionamiento y posición competitiva, en función de los resultados de mercado que se pretenden alcanzar. (pág. 30)*

## **Importancia**

Como se ha mencionado, las Estrategias Financieras comprenden un conjunto de herramientas importantes para el crecimiento de cualquier organización. Sin embargo, existen muchos empresarios que piensan que una planeación estratégica toma mucho tiempo, recursos y esfuerzos, pero en la actualidad sucede todo lo contrario, una empresa con una estrategia correctamente planteada puede ahorrar tiempo, recursos y esfuerzo.

La elaboración y ejecución de una estrategia son tareas primordiales para la administración por dos grandes razones: en primer lugar, es inevitable la necesidad de que los directivos modelen o elaboren proactivamente la forma de administrar la empresa. En segundo lugar, es posible que una empresa centrada en la estrategia se desempeñe mejor que una empresa cuya administración considere a la estrategia como “algo” secundario y se concentre en otras cosas. Las empresas que obtienen grandes logros los alcanzan por el resultado de la elaboración astuta, creativa y proactiva de una estrategia que distingue a su empresa de la competencia. (Thompson, Strickland, & Gamble, 2008, pág. 15).

## **Estrategias financieras a corto plazo**

### ***Capital de trabajo***

El capital de trabajo se usa actualmente como una herramienta eficaz para llevar las actividades empresariales con normalidad en el corto plazo. “Los activos corrientes, denominados comúnmente capital de trabajo, representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio. Esta idea abarca la transición continua del efectivo a los inventarios a cuentas por cobrar y de nuevo al efectivo” (Gitman & Gutiérrez, 2010, pág. 511). Así mismo, los pasivos corrientes son aquellos que representan el financiamiento en el cual se incluyen todas las deudas como a proveedores, empleados, gobiernos, bancos, etc.

Para el capital de trabajo existe un indicador que nos ayuda a determinar la diferencia entre el activo y el pasivo corrientes es decir la cantidad con la que la empresa cuenta para cubrir sus necesidades a corto plazo. Para su respectivo cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

- $\text{Capital de Trabajo Neto} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$

Además, el capital de trabajo cuenta con tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia.

#### *Estrategia agresiva*

Es aquella “Estrategia de financiamiento por medio de la cual la empresa financia sus necesidades temporales con deuda a corto plazo y sus necesidades permanentes con deuda a largo plazo” (Gitman & Gutiérrez, 2010, pág. 517). Se caracteriza por resolver los problemas empresariales en un tiempo moderado, evitando así un desequilibrio empresarial altamente peligroso con un endeudamiento elevado o imposible de pago.

#### *Estrategia conservadora*

Son “estrategia de financiamiento por medio de la cual la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo” (Gitman & Gutiérrez, 2010, pág. 517). Es importante que la mayoría de las empresas tomen decisiones acertadas al momento de financiar sus deudas, debido a que una incorrecta decisión puede llevar a la empresa a la quiebra o su vez problemas con los deudores en cuanto a los pagos. Esta estrategia garantiza por completo el correcto funcionamiento de la empresa con liquidez, es decir, los activos circulantes se financian con pasivos circulantes y permanentes. Esta estrategia se caracteriza por operar de un modo más tranquilo es decir sin presiones por parte de sus acreedores.

#### *Estrategia intermedia*

Es el análisis del desempeño de la empresa durante periodos anteriores, de sus metas y proyecciones, del comportamiento de los competidores y del sector. Esta estrategia

se caracteriza por buscar un balance en la relación riesgo y rendimiento, garantizando así el buen funcionamiento de la empresa.

### ***Financiamiento corriente***

Uno de los conceptos más aceptados en el de Córdoba Padilla (2012) en su libro Gestión financiera señala que:

El financiamiento a corto plazo se puede obtener de una manera más fácil y rápida, que en un crédito a largo plazo y por lo general, las tasas de interés son mucho más bajas; además, no restringen tanto las acciones futuras de una empresa como lo hacen los contratos a largo plazo. Existen cuatro fuentes principales de financiamiento a corto plazo que son: el crédito comercial, los pasivos acumulados, el papel comercial y los préstamos bancarios, sin garantías específicas y con garantías específicas. (pág. 232 y 233)

Tomando como base este concepto se puede decir que el financiamiento corriente también conocido como pasivo corriente son aquellas que están compuestas por fuentes espontáneas y fuentes bancarias y extra bancarias, los cuales permiten que las empresas acudan a un financiamiento bancario. En la actualidad es normal que la mayoría de las organizaciones se financien a corto plazo para seguir creciendo y obteniendo lucros económicos altos en un futuro.

### ***Gestión del efectivo***

El estudio de la gestión del efectivo es un tema muy amplio. En este sentido, según Shim y Siegel (2004) esto consiste en:

Tener disponible el importe de efectivo óptimo, ni demasiado, ni demasiado poco, y en el momento justo. Una correcta gestión de efectivo exige que la compañía sepa cuanto efectivo necesita, cuánto tiene y dónde lo tiene en cada momento. El objetivo de la gestión de efectivo es invertir los excedentes de efectivo a interés y, al mismo tiempo, conservar liquidez suficiente para satisfacer las necesidades futuras. (pág. 100)

Las decisiones de gestión del efectivo son aspectos relacionadas con la estrategia del capital de trabajo. Sin embargo, por su importancia dentro de las entidades se les trata de manera específica. Es decir, son aquellas que se refiere al dinero con el que

cuenta caja chica de una empresa, este dinero es utilizado con frecuencia para todas las transacciones que se efectúa en cualquier momento; contar con el dinero preciso ayudará a que las empresas tengan un control y uso más ágil en cuanto a su efectivo. La administración eficiente del efectivo resulta de una correcta aplicación estratégica relacionada con cuentas por cobrar, inventarios y pagos.

### **Estrategias financieras a largo plazo**

“A largo plazo implica un periodo de más de un año. Los objetivos son esenciales para el éxito de la organización porque señala la dirección, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan las prioridades, se centran en la organización y constituyen la base para que las actividades de planeación, organización, dirección y control resulten efectivas” (Fred, 2008, pág. 13). En este sentido, Las estrategias a largo plazo son aquellas que nos permite planificarlas para un periodo de cinco a diez años, tiempo en el cual se espera obtener beneficios rentables mediante las inversiones, el financiamiento y sus utilidades que ayudaran a un constante crecimiento empresarial.

#### *Inversión*

Durbán (2008) destaca “tres elementos fundamentales de la inversión: el soporte, su aspecto de renuncia a una satisfacción inmediata y, como contrapartida, la adquisición de una esperanza futura” (pág. 48). En otras palabras el autor traduce que: “La inversión tendría un soporte que sería una disponibilidad monetaria; una renuncia a la satisfacción de consumo inmediato de las disponibilidad presente, y una esperanza futura materializada en obtener más disponibilidad en el futuro que las poseídas en el presente” (Durbán, 2008, pág. 48). Las inversiones por lo general se las maneja a largo plazo para lograr beneficios en el futuro, además, una empresa invierte una cantidad de dinero con la finalidad de obtener un incremento que genere la satisfacción empresarial.

Por otro lado, es pertinente informar que el plazo de la inversión es decisión del inversionista que será aceptado o no por el inversor. Cuando las tasas de interés tienen al alza, los plazos aceptados por el banco serán mínimos; cuando las tasas de interés tienen a la baja, los plazos serán mayores. (Zapata Sánchez, 2011, pág. 356)



La inversión cuenta con cuatro tipos de estrategias: las ofensivas, las defensivas, de reorientación y de supervivencia. Cuando se propone una estrategia ofensiva y defensiva es probable que las decisiones de inversión vayan orientadas hacia el crecimiento interno y externo (lleva a cabo la estrategia de eliminar competidores o la necesidad de eliminar barreras con los clientes y proveedores).

### ***Estructura Financiera***

De acuerdo con Córdoba Padilla (2012) determina que:

La estructura financiera es de gran importancia para las empresas para lo cual se requiere analizar las diferentes fuentes disponibles, ya que las decisiones de inversión y financiamiento están asociadas a su rendimiento. La inestabilidad que registran las tasas de interés y con ella la variación del costo del dinero, hacen que estas decisiones estén asociadas al éxito o fracaso de las organizaciones. (pág. 148)

Por lo tanto, es importante mencionar que a estructura financiera está asociada con todo lo referente a las fuentes financieras de la empresa. “La estructura financiera o pasivo empresarial recoge los distintos recursos financieros que en un momento determinado están siendo utilizados por la unidad económica” (Durbán, 2008, pág. 5).

Los métodos que se emplean son: Utilidad antes de intereses e impuestos – utilidad por acción, Utilidad antes de intereses e impuestos – rentabilidad financiera, y el método de las rentabilidades con base el flujo de efectivo. Estos métodos pueden contribuir a que la empresa un resultado óptimo en términos de utilidad por acción, rentabilidad financiera o flujo libre por peso invertido.

### ***Utilidades***

Por otro lado, Zapata Sánchez (2011) destaca que:

La utilidad económica, luego de cubrir con la participación de trabajadores, impuesto a la renta, reservas legales y voluntarias, debe ser distribuida, retenida o capitalizada según convenga a los intereses de los accionistas que son sus legítimos dueños. Esta decisión se toma

en una reunión universal ordinaria que anualmente se concreta en los primeros meses de cada año. (pág. 257)

Las utilidades son aquellos beneficios que se obtienen al final de cada ejercicio económico, esta es de gran importancia para los socios o accionistas debido a que se refleja un crecimiento favorable de su dinero, se presentan en el balance general dentro del capital contable.

### **Nivel de estrategias**

Con respecto a los niveles de estrategias, Fred (2008) menciona que: “En las grandes empresas, existen cuatro niveles de estrategias: corporativo, divisional, funcional y operacional. Sin embargo, en las organizaciones pequeñas, existen solo tres niveles de estrategias: empresariales, funcionales y operacional” (pág. 172). Para lograr un correcto funcionamiento es necesario contar con un nivel jerárquico que sirva de guía para el cumplimiento adecuado de normas y reglas establecidas dentro de una organización, para de esta manera obtener resultados con una mayor rentabilidad empresarial.

Es importante observar que todos los responsables de la planeación estratégica en los diversos niveles deben participar y comprender perfectamente las estrategias en los otros niveles de la organización para ayudar a asegurar la coordinación la facilitación y el compromiso al mismo tiempo que eviten la inconsistencia, ineficiencia y mala comunicación. (Fred, 2008, pág. 174)

### *Estrategias corporativas*

En términos generales, se puede afirmar que las estrategias corporativas “especifica las acciones de la empresa para alcanzar una ventaja competitiva, mediante la selección y la administración de un grupo de negocios que compiten en distintas industrias y mercados de productos” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 183).

Es la responsable de que la empresa tome decisiones acertadas para desarrollar un producto que garantice su participación en el mercado. Tiene un enfoque a largo plazo y esta direccionado con los valores institucionales y los objetivos corporativos.

### *Estrategia de unidad de negocio*

“La estrategia se entiende como el camino que se va a seguir para lograr los objetivos trazados. Requiere pensamiento y nuevas ideas. El enfoque de estrategia incluye reevaluación permanente de la capacidad para responder efectivamente al ambiente cambiante del negocio” (Ramírez C. , 2013, pág. 190).

Es decir, es conocida como una estrategia competitiva, que permite crear ideas innovadoras para competir sobre sus rivales, entre ellas se puede destacar el mejoramiento de los productos o servicios que ofertan, se puede también invertir en tecnología de punta y reducir sus costos sin perderla la calidad de sus productos. Brindando de esta manera a sus clientes un buen servicio o producto.

### *Estrategia operativa*

Las estrategias operativas coordinan entre sí para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, estas dependen de las decisiones acertadas que se tomen dentro de las estrategias de la organización y las estrategias de las otras áreas. “Cuando existe una estrategia de operaciones, es de esperar un conjunto de decisiones lógico; mientras que en el caso de no contar con dicha estrategia se esperará un conjunto de decisiones sin mayor coherencia” (Zúñiga, 2005, pág. 7).

## **Desarrollo Económico**

El desarrollo económico se refiere a la capacidad que tiene un país o región de producir y obtener riquezas y elevar la calidad de vida y el bienestar de sus habitantes, eliminando los altos índices de pobreza y subdesarrollo, Además, no solo se refiere a la capacidad productiva de un país o región, sino también a como se manejan esos recursos.

Para Castillo Martín (2011) el desarrollo económico se define como:

El desarrollo económico se define como el proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo período de tiempo. En otros términos, el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial

económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad. (pág. 2)

Además, abarca cinco pasos posibles como:

1. Introducción de un producto nuevo o de calidad nueva.
2. Introducción de un nuevo método de producción
3. Creación de un nuevo mercado.
4. Conquista de una nueva fuente de oferta de materias primas o de bienes semielaborados.
5. Nueva organización empresarial.

“El desarrollo conjuga la capacidad de crecimiento con la capacidad de transformación de la base económica y con la capacidad de absorción social de los frutos del crecimiento. Además, implica un mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo”(Castillo Martín , 2011, pág. 2).

### **Crecimiento Económico**

Se conoce al crecimiento económico como la evolución de los estándares de vida de un país o región, medidos en la capacidad productiva de su economía y de su renta dentro de un periodo de tiempo generalmente en un año. El uso del PIB como medidor del crecimiento económico ayuda a simplificar la realidad a la hora de analizar el crecimiento.

El crecimiento económico se mide como el aumento porcentual del producto interno bruto (PIB) o el producto nacional bruto (PNB) en un año. Puede ocurrir de dos maneras: una economía puede crecer de manera "extensiva" utilizando más recursos (como el capital físico, humano o natural) o bien de manera "intensiva", usando la misma cantidad de recursos con mayor eficiencia (en forma más productiva). Cuando el crecimiento económico se produce utilizando más mano de obra, no trae como resultado el aumento del ingreso por habitante; cuando se logra mediante un uso más productivo de todos los recursos, incluida la mano de obra, trae aparejado un incremento del

ingreso por habitante y la mejora del nivel de vida, como promedio, de la población. (Castillo Martín , 2011, pág. 2)

### *Importancia del crecimiento económico*

“El continuo y rápido crecimiento económico de los países industrializados les ha permitido proporcionar mejores servicios a su población. El crecimiento económico, al aumentar la riqueza total de una nación, también mejora las posibilidades de reducir la pobreza y resolver otros problemas sociales” (Castillo Martín , 2011, pág. 4).

Para ser sostenible, el crecimiento económico debe nutrirse continuamente de los frutos del desarrollo humano, como la mejora de los conocimientos y las aptitudes de los trabajadores, así como de las oportunidades para utilizarlos con eficiencia: más y mejores empleos, mejores condiciones para el florecimiento de nuevas empresas y mayor democracia en todos los niveles de adopción de decisiones. (Castillo Martín , 2011, pág. 4)

### **Crecimiento empresarial**

En cuanto a la definición de crecimiento empresarial, Aguilera & Virgen (2014) opinan que:

El crecimiento empresarial puede abordarse desde tres aspectos específicos, teniendo en cuenta la formulación estratégica; el diagnóstico interno, en el que se incluyen la misión del negocio, la evaluación interna, y los factores internos que influyen en el crecimiento empresarial; el diagnóstico externo, en el que se incluyen los factores externos del macro ambiente y el entorno sectorial; y por último, la elección e implantación de estrategias, en la que se incluyen las perspectivas desde las cuales se puede abordar el crecimiento empresarial: ciclo de vida, basada en los recursos y basada en la motivación. (pág. 27)

En este contexto se deduce que el crecimiento empresarial consiste en tener claro desde un inicio las estrategias y el diagnóstico interno de la organización, para que de esta manera se pueda desarrollar y ampliar su capacidad productiva mediante la adquisición o ajuste de nuevos recursos, tiene como finalidad principal hacer que las empresas se mantengan con un buen desempeño económico en el mercado, logrando así satisfacer tanto a los dueños como al personal que laboran dentro de las entidades.

### ***Factores de crecimiento empresarial***

El estudio del crecimiento empresarial es un tema muy amplio, puesto que son varios los factores que inciden en este tema. Según el criterio de Aguilera & Virgen (2014) señalan que:

Se ha podido constatar que la mayoría de los trabajos que analizan el crecimiento empresarial suelen considerar dicho fenómeno como factor determinante del incremento de la competitividad de la empresa, comprobándose su eficacia a través de la variación del valor de las acciones en el mercado de capitales y, por tanto, en la rentabilidad que de esta forma obtiene el accionista, basándose la mayoría de dichos estudios en las consecuencias del crecimiento, más que en analizar las causas de dicho crecimiento. (2014, pág. 29)

Para que una organización, pueda mantener un nivel apropiado debe conocer cuáles son los factores que inciden en el desarrollo oportuno de su crecimiento empresarial, es decir, en factores internos se debe conocer las fortalezas y debilidades que tienen las organizaciones y en sus factores externos conocer todo lo relacionado con su entorno social tales como sus oportunidades y amenazas.

Las empresas que cuentan con un Plan donde se destacan las Fortalezas Oportunidades, debilidades y amenazas son las que con mayor frecuencia tienen un porcentaje de crecimiento moderado dentro del mercado. Debido a que cuentan con mayor claridad sobre los problemas u oportunidades con las que cuentan las empresas frente a la competencia.

### ***Factores Internos***

#### ***Tamaño de la empresa***

“El tamaño de la empresa está dada por el valor de los activos, puede definirse que los negocios se clasifican en tres clases: empresas pequeñas, medianas y grandes” (Ortíz, 2006, pág. 159). Las empresas con mayor tamaño están en constante búsqueda de nuevas oportunidades de inversión que les permitan seguir creciendo en el mercado.

### *Factores Externos*

“Hablar de los factores externos que impulsan a la gerencia a tomar decisiones encaminadas al crecimiento de la empresa, es hablar de factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos, toda vez que cualquiera de ellos puede influir de forma notoria en la toma de dicha decisión” (Blázquez, Dorta, & Verona, 2006). En pocas palabras, esto implica conocer los factores de la sociedad es decir se debe conocer con exactitud las oportunidades y amenazas que se presentan con frecuencia y que afectan directamente a las organizaciones.

#### *Entorno económico*

“Se refiere al carácter y al curso de la economía en el lugar donde la empresa compite o podría hacerlo. Las compañías estudian el contexto económico para detectar cambios y tendencias, así como sus implicaciones estratégicas” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 48). Es decir, entorno económico juega un papel muy importante, debido a que las condiciones económicas están en constante cambio. Además, es el ambiente donde se mueven las personas, empresas, el gobierno. Por lo tanto, un propietario o gerente debe conocer las características de este entorno para el momento de la toma de decisiones empresariales.

#### *Entorno social*

Se refiere a las actitudes y los valores culturales de una sociedad. Dado que estos son los pilares de toda organización social, muchas veces impulsan las condiciones y los cambios demográficos, económicos, políticos- jurídicos y tecnológicos (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 49). Por lo tanto, este entorno nos permite conocer el comportamiento de una persona y su educación, esto es fundamental para conocer su desempeño profesional, una buena preparación educativa es sinónimo de un país desarrollado.

#### *Entorno político*

Es el terreno donde las organizaciones y los grupos de interés compiten para obtener la atención, los recursos y contar con una voz representativa en el conjunto de leyes y

reglamentos que rigen las interacciones entre los países” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 49).

Es primordial, contar con leyes que ayuden al correcto funcionamiento de la empresa en el mercado, para que de esta manera no puedan tener problemas a futuro con ninguna institución.

#### *Entorno tecnológico*

“Abarca a las instituciones y las actividades necesarias para crear conocimientos nuevos y convertirlos en información, productos, procesos y materiales nuevos. La nueva tecnología con frecuencia capta mayor parte del mercado y obtienen mayores utilidades” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 53). Este entorno es fundamental tener claro dentro de la organización debido a que son elementos claves para llegar a tener éxito y obtener oportunidades dentro del mercado, de igual forma el no contar con una tecnología apropiada puede llegar a fracasar como organización.

#### *Entorno sectorial*

“Todo negocio, cualquiera que sea su actividad, está adscrito a un sector económico-empresarial, y lo normal es que como va el sector, así van las empresas que lo conforman” (Ortíz, 2006, pág. 156). Es actualmente importante conocer el entorno donde se va a desenvolver las actividades o servicios empresariales. Puesto que si las empresas llegan a marcar territorio dentro del sector donde se desarrollan sabrán que contarán con clientes que van a preferir sus productos por la calidad con la que cuentan al momento de su elaboración. Es por ello que este entorno requiere de:

-Competidores: “La rivalidad competitiva se intensifica cuando los actos de un competidor son un reto para una empresa o cuando esta reconoce una oportunidad para mejorar su posición en el mercado” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2004, pág. 56). Todo negocio siempre contará con una competencia relevante quizá esto se da por los años de su creación o por la estrategia con la que cuentan al momento de vender sus productos, sin embargo, las empresas pequeñas o empresas en crecimiento deben



tener claro que este es uno de los retos que tiene la empresa para poder llegar a posicionarse en el mercado donde se desarrolla.

-Clientes:

“El nombre y la seriedad de dichos clientes, así como los canales de comercialización utilizados, inciden directamente sobre el volumen de cartera, el manejo de las provisiones y/o reservas para deudas malas y el comportamiento de las ventas” (Ortíz, 2006, pág. 157). Los clientes son la parte principal de una empresa, un cliente satisfecho con el producto o servicio que le brinda puede llegar a otras personas y de esta manera la empresa ganar más clientes interesados en su producto, elevando así sus ventas y su crecimiento empresarial.

-Proveedores:

“Conviene conocer quiénes son los proveedores de las materias primas o mercancías que la empresa procesa o comercializa. Será diferente el análisis si los proveedores están en el país o en otro país cercano o muy lejano” (Ortíz, 2006, pág. 157).

En otras palabras, es aquella persona que abastece a una empresa lo que necesita para la elaboración su producto o servicio, tiene como finalidad proveer a las empresas artículos tangibles o intangibles.

## **Indicadores de crecimiento**

### ***Crecimiento en el patrimonio de la empresa***

“Es de suma importancia revisar la composición del patrimonio, porque no es suficiente con que el patrimonio represente más del 50% del total del financiamiento de la empresa y que, por lo tanto, sea superior a los pasivos” (Ortíz, 2006, pág. 174).

Es decir, el patrimonio representa los bienes, derechos y obligaciones que permiten a la empresa ejercer responsabilidades, además refleja la parte de la empresa financiada por los accionistas o socios. El crecimiento del patrimonio en un tiempo

determinado demuestra que la empresa está generando beneficios para los accionistas o socios.

### ***Crecimiento de las inversiones***

“Las empresas encuentran motivaciones para invertir recursos, adquiriendo bienes de capital o aquellos bienes que se utiliza para producir bienes, porque esperan obtener con ello un beneficio, unos ingresos mayores que los costos de la inversión” (Córdoba Padilla, 2012, pág. 249).

Para que las Pymes mantengan un crecimiento en sus inversiones es necesario contar con planes estratégicos relacionados con la inversión, debido a que mediante ello puede asegurar que las empresas se encuentren en un nivel óptimo de crecimiento. Además, las inversiones son sinónimo de rentabilidad, es decir que mientras más invierte una empresa mejor resultados de liquidez obtendrán a futuro.

### ***Crecimiento de los flujos de caja***

“El flujo de caja es muy utilizado por los inversionistas, teniendo como uno de los indicadores que ayuda a tomar decisiones a las gerencias de empresas, para invertir capital en áreas que ofrecen los más atractivos porcentajes de rendimiento” (Córdoba Padilla, 2012, pág. 199). En su expresión analítica, los flujos de caja constituyen un indicador muy importante dentro de la liquidez de la empresa, el cual hace referencia a las salidas y entradas de dinero en un tiempo determinado, permitiendo de esta manera medir los niveles de liquidez de una empresa.

### ***Crecimiento de ganancias***

“Para una empresa cualquiera es muy importante vender bien, pero más importante aún es que las ventas le reporten utilidades” (Ortíz, 2006, pág. 171). El crecimiento de las ganancias es uno de los objetivos principales implementados por los propietarios de las Pymes al momento de su creación. Es preciso contar con una ganancia y no una pérdida al final del ejercicio económico ya que de esta manera favorece no solo a los dueños sino también a todos quienes laboran dentro de estas

instituciones. Además, el buen rendimiento empresarial, favorece no solo a sus propietarios y colaboradores, sino también a la economía nacional.

### ***Crecimiento de las ventas***

“Se dice que una empresa vende bien cuando el valor de sus ventas, teniendo en cuenta el tipo de negocio, guarda una proporcionalidad razonable con el valor de los activos” (Ortíz, 2006, pág. 169). La mayoría de los dueños de las empresas buscan incrementar las ventas de sus negocios. Las ventas dentro de una organización son consideradas un pilar fundamental debido a que mediante sus ingresos por ventas pueden manejar todos los aspectos que requieren para el buen desempeño de la empresa, además, es un indicador que ayuda a los propietarios o gerentes a medir el buen funcionamiento de su empresa.

## **2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación**

### **Hipótesis alternativa**

**H1:** La aplicación de estrategias financieras influyen en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocerero de la ciudad de Ambato.

### **Hipótesis nula**

**Ho:** La aplicación de las estrategias financieras no influyen en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocerero de la ciudad de Ambato.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Recolección de información

En el presente proyecto se apoya en la investigación de campo debido a que se emplea fuentes de información primaria como encuestas dirigidas a el área administrativa del sector carrocero, para así obtener información directa y relevante. También, es necesario destacar que en el presente análisis se cuenta con el sustento de la investigación bibliográfica mediante el cual se obtuvo el acceso a libros, artículos científicos, estados de situación financiera y económica de las diferentes empresas examinadas, para así contar con información confiable permitiendo resultados verídicos.

En palabras de Arias (2012) manifiesta que la población *“es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”* (pág. 81).

Bajo este contexto, la población es considera como un conjunto de individuos u objetos sobre los cuales se pretende desarrollar una investigación y tiene como finalidad sacar conclusiones que faciliten su análisis.

Por otro lado, para efecto de la presente investigación, la población es considera todo el campo de estudio, es decir el presente trabajo de investigación está comprendida por 6 PYMES del sector carrocero de la provincia de Tungurahua, el cual se compone de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; se excluye de esta investigación a las Personas No Obligadas a Llevar Contabilidad debido a que no cuentan con información contable que facilite el proceso del trabajo a desarrollar.

Para el desarrollo de la investigación que se propone, se trabajó con la población que se presenta a continuación.

**Tabla 4***Población de la investigación*

N°	Carrocería	Tipo de contribuyente	Clase de contribuyente	Categoría PYMES
1	Cepeda Cía. Ltda.	Sociedad	Especial	Grande
2	Davmotor Cía. Ltda.	Sociedad	Especial	Grande
3	Pareco Cía. Ltda.	Sociedad	Otros	Pequeña
4	Patricio Cepeda Cía. Ltda.	Sociedad	Especial	Grande
5	Picosa Cía. Ltda.	Sociedad	Especial	Grande
6	Varma S.A.	Sociedad	Especial	Mediana

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)**Fuente:** ANT, CANFAC & SRI***Muestra***

El cálculo de la muestra permite obtener datos confiables utilizando de manera correcta todos los sujetos a investigar y analizar. *“La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”* (Arias , 2012, pág. 83). Es decir, es la parte específica que se utiliza para un desarrollo más claro y conciso de la investigación.

En la presente investigación no fue necesario aplicar el cálculo de la muestra, debido a que es una población finita, es decir para su desarrollo se tomó en cuenta a las 6 PYMES del sector carrocerero de la ciudad de Ambato, por lo tanto, se trabaja con toda la población para el levantamiento de información.

***Unidad de análisis***

La industria carrocera es uno de los principales sectores que mantiene la economía de la provincia en un nivel moderado, puesto que es un sector que genera un alto porcentaje de empleo. Así lo manifiesta CANFAC (2007) *“la industria carrocera es uno de los ejes principales que sostiene la economía de la provincia, puesto que genera gran cantidad de empleos ya sea en forma directa e indirecta. La provincia de Tungurahua, y específicamente la ciudad de Ambato es la ciudad que mayor número de empresas carroceras posee”*.

Para el correcto desarrollo de la investigación se considera como unidad de análisis a las Pymes del sector carrocero de la provincia de Tungurahua.

***Fuentes primarias y secundarias***

Como fuentes de información primaria la investigación cuenta con datos que fueron proporcionados mediante un cuestionario aplicado a los directivos y personal responsable en el área administrativa del sector al que se refiere esta investigación y que se relaciona con el problema.

Como fuente secundaria se consideró los estados de situación financiera y estados de resultados de cada empresa carrocera los cuales nos permitieron identificar los índices de crecimiento de ventas, activos, patrimonio, capital neto, ganancia bruta y utilidad neta. La información planteada fue obtenida de la base de datos de la Superintendencia de Compañías.

A continuación, se detalla la información primaria y secundaria recolectada para efecto de la investigación.

**Tabla 5**

*Fuentes de recolección de información*

<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÈCNICA DE INVESTIGACIÒN</b>	<b>INSTRUMENTO DE INFORMACIÒN</b>
Fuente Primaria	Encuesta	Cuestionario
Fuente Secundaria	*Artículos científicos	*Libros
	*Páginas Web	*Internet
	*Biblioteca virtual	* Base de datos

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Fuente:** Investigación Bibliográfica

## ***Instrumentos y métodos para recolectar información***

En palabras de Arias (2012) “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”.

Como instrumento de recolección de datos se consideró un cuestionario dirigido al personal administrativo o personal responsable de la entidad, obteniendo una serie de información apropiada para la investigación.

Para la recolección de información de la presente investigación se respondió a las siguientes preguntas:

**Tabla 6**

### ***Plan de recolección de la información***

¿Para qué?	Para cumplir con el objetivo general de la investigación.
¿Sobre qué aspectos?	Estrategias financieras y crecimiento empresarial
¿Quién investiga?	Investigadora Gissela Guamán
¿Cuándo?	Año 2019
¿Dónde?	Las Pymes del sector carroceros de la Ciudad de Ambato
¿Cuántas veces?	1 vez
¿Qué técnica de recolección?	Observación, encuestas y análisis de información financiera
¿Con qué?	Fuentes primarias y secundarias.

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Fuente:** Investigación del Autor

## **3.2. Tratamiento de la información**

### ***3.2.1 Plan de procesamiento de la información***

El tratamiento de la información constituye un paso muy importante en el proceso del trabajo de investigación, debido a que las fuentes de información y los parámetros estadísticos facilitan la determinación de las conclusiones y recomendaciones. El procesamiento de información tiene como propósito “concentrar la información, tabular los datos y concentrar sus resultados en cifras estadísticas, diagramas, tablas, gráficas, cuadros representativos y demás elementos

necesarios para hacer la interpretación adecuada del fenómeno en estudio” (Arias , pág. 120).

Para el levantamiento de la información se consideró lo siguiente:

En primer lugar, se descargaron los estados financieros de la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, para posteriormente obtener información de los últimos 5 años, es decir: 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, y así utilizar los valores de las ventas, activos, patrimonio, capital de trabajo, ganancia bruta y utilidad neta, con el propósito de analizar el crecimiento empresarial. Mas tarde, se realizó el análisis de las tablas y gráficas de estos indicadores. Además, se estimó la participación en el mercado de las 6 Pymes carroceras, con la finalidad de conocer la evolución que cada una de las carrocerías han tenido durante este tiempo dentro del mercado.

Por otro lado, en la presente investigación, se aplicó las encuestas a las 6 Pymes del sector carrocerero de la ciudad de Ambato, seguidamente, las preguntas fueron tabuladas mediante la utilización del Software Microsoft Excel donde se realizó su respectivo análisis e interpretación para la presentación de los resultados. Además, luego de su análisis se elaboró una tabla donde se detallan todas las estrategias financieras propiamente aplicadas y utilizadas en las carrocerías encuestadas, logrando así clarificar e identificar las estrategias financieras que les permiten asegurar el sustento financiero de las empresas dentro del sector carrocerero.

De igual manera, se realizó un análisis de la variable independiente donde se detalla con claridad las estrategias financieras obtenidas de las encuestas aplicadas al sector carrocerero, para este análisis se tomó en cuenta varios ítems como: categoría, indicadores, técnicas de instrumentos, ítems básicos, resultados, hallazgos, criterio, conclusión y recomendación. Además, se analizó de manera conjunta el comportamiento de los indicadores del crecimiento empresarial, obteniendo así los promedios de cada carrocería, logrando determinar sus porcentajes para evaluar si el indicador se encuentra en un nivel alto, moderado o bajo, mediante el uso de un semáforo.



Finalmente, para la verificación de la hipótesis se procedió aplicar un modelo estadístico denominado U de Mann- Whitney, el cual requirió de la utilización de los indicadores de crecimiento y las preguntas elaboradas en las encuestas. Dicha prueba estadística consistió en la comparación de una variable cuantitativa (ventas) con una variable cualitativa (rentabilidad alcanzada) proveniente del cuestionario, posteriormente dichos datos se ingresaron en el programa estadístico SPSS el cual proporcionó como resultado el rechazo de la hipótesis nula, por lo cual se identificó que estas características inciden en el crecimiento empresarial de las compañías del sector carrocerero.

### 3.3 Operacionalización de las variables

#### 3.3.1 Variable independiente: Estrategias financieras

**Tabla 7**

*Variable independiente: Estrategia Financiera*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica e instrumento
Se define como la “elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende, necesita ser organizada, planeada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado” (Galeando, 2011, pág. 5).	Nivel de estrategia	Corporativas	¿En su entidad, se realiza un análisis del cumplimiento de los objetivos propuestos?	Técnica: Cuestionario, análisis de los Estados de Situación Financiera y Estados de Resultados.  Instrumento: Encuesta aplicada a las PYMES del sector carroceros de la ciudad Ambato.
		Unidad de negocio	¿La empresa cuenta con una cartera de productos para lograr posicionarse en el mercado?	
		Operativas	¿La empresa invierte en promoción y publicidad para sus productos?	
	Estrategias a largo plazo	Inversión	¿Con que periodicidad accede a préstamos para financiar nuevas inversiones?	
		Estructura financiera	¿Los reportes financieros son entregados y revisados a tiempo?	
		Reparto de utilidades	¿Considera que la empresa alcanza la rentabilidad esperada?	
Estrategias a corto plazo	Capital de trabajo	¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los cobros a clientes y el pago a proveedores?		
	Estrategia conservadora	¿La empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?		
	Gestión del efectivo	¿Con que periodicidad se controla y analiza la cantidad exacta con la que se maneja en caja chica?		

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Fuente:** Investigación del Autor

### 3.3.2 Variable dependiente: Crecimiento empresarial

**Tabla 8**

*Variable independiente: crecimiento empresarial*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica e instrumento
Es el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno, según el cual, la empresa amplía su capacidad productiva mediante la adquisición de nuevos recursos, todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable con el tiempo. (Blázquez Santa, Dorta Velázquez, & Verona Mantel, 2006, pág. 186)	crecimiento económico	Ventas	¿Qué expectativa de ventas tiene usted para dentro de 2 años?	Técnica: Cuestionario, análisis de los Estados de Situación Financiera y Estados de Resultados  Instrumento: Encuesta aplicada a las PYMES del sector carrocero de la ciudad Ambato.
		Activo total	¿La inversión de los activos ha crecido en la empresa?	
		Patrimonio	¿Considera usted que el patrimonio de su empresa representa más del 50% del total del financiamiento?	
		Capital neto de trabajo	¿Cómo está formado su capital de trabajo?	
		Ganancia Bruta	¿El porcentaje de ganancia con el que cuenta la empresa de manera mensual es el suficiente para cubrir las deudas con terceras personas?	
		Utilidad Neta	¿Considera usted que la empresa ha crecido en los últimos años?	
	Factores	Internos	¿Considera que es necesario evaluar el grado de eficiencia y eficacia de las decisiones dentro de la empresa?	
		Externos	¿Considera que es necesario que la empresa cuente con un plan estratégico astuto, creativo y proactivo para mantenerse en el mercado?	

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Fuente:** Investigación del Autor

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 Resultados y discusión**

En el presente capítulo se procederá a determinar la representación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los propietarios de las 6 carrocerías de la ciudad de Ambato.

Se estructuró una encuesta utilizando como instrumento el cuestionario, el cual fue dirigida a el área administrativa, con la finalidad de determinar el grado de relación entre las variables objeto de estudio. La encuesta como tal abarco temas de gran importancia relacionados directamente con las variables: Estrategias Financieras - Crecimiento empresarial

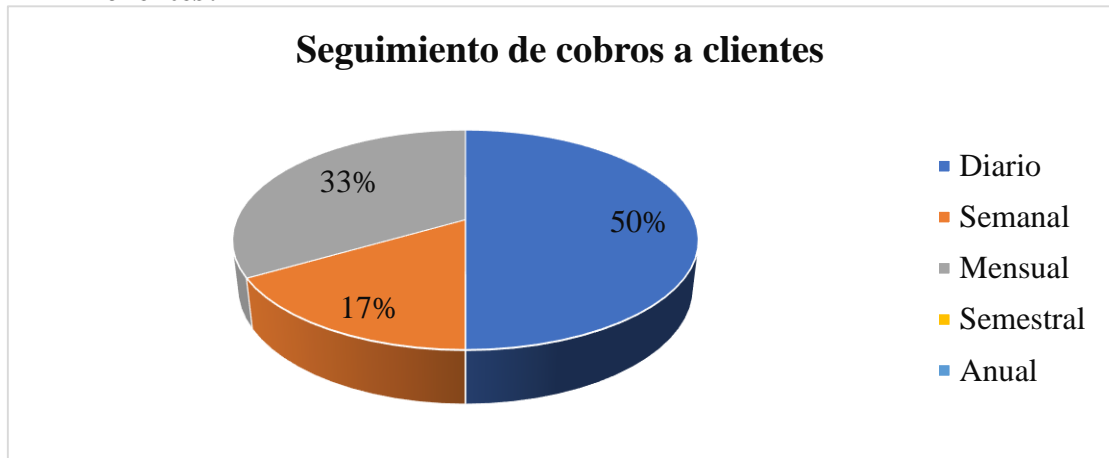
En el mismo sentido, es preciso mencionar que las encuestas permiten motivar a las empresas carroceras a continuar innovando sus productos dentro del área local para que sigan creciendo en el mercado, ya que este sector juega un papel muy importante dentro de la economía nacional.

Consecutivamente luego de haber realizado la investigación de campo y culminar con la recolección de información suficiente, se inició con el análisis de los datos.

Es preciso mencionar que para tabular los datos obtenidos mediante la encuesta se utilizó el programa de Microsoft Excel, el mismo que permitió elaborar tablas y gráficos estadísticos facilitando el análisis e interpretación de cada pregunta.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las encuestas que se aplicó a las Pymes del sector carrocerero.

**1. ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los cobros a clientes?**



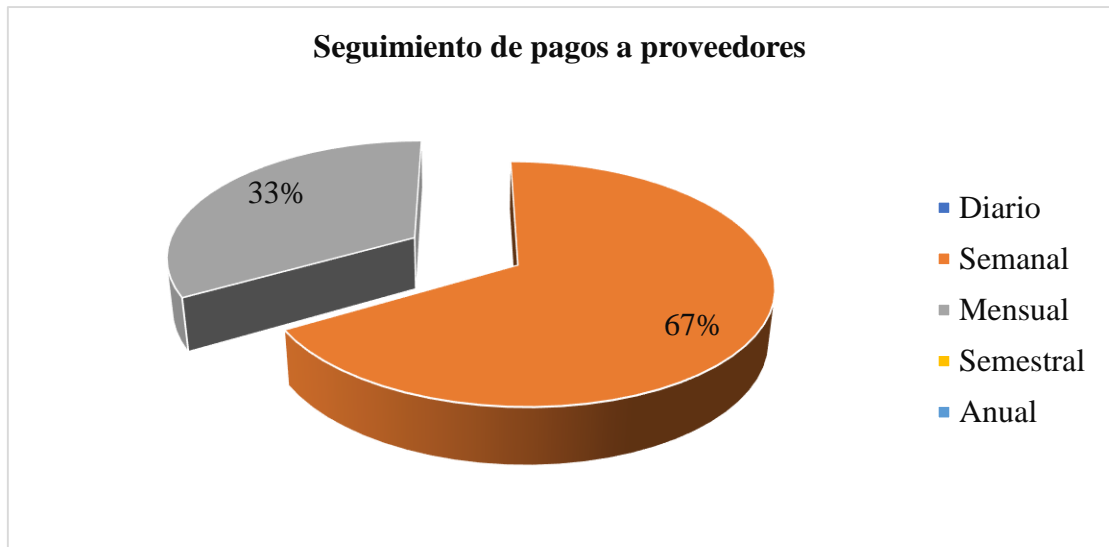
**Gráfico 5.** Seguimiento de cobros a clientes  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e interpretación**

El 50 % de las Pymes encuestadas del sector carrocerero afirman que, diariamente se realiza un control de seguimiento de cobros a clientes con la finalidad de no tener problemas a futuro en cuanto a la relación que mantiene la empresa con sus consumidores, un 33% de las PYMES realizan seguimiento de cobros mensual y un 17 % lo realiza de manera semanal.

Como se puede observar en los resultados la mayoría de los encuestados manifestó que el seguimiento de cobro es diario, con la finalidad de prevenir pérdidas de las ventas realizadas por la empresa carrocerera, y a su vez tiene como objetivo principal evitar la falta de pago por parte de sus consumidores. Es así como las empresas al generar un control adecuado del efectivo ayudan a que su capital de trabajo se mantenga como una herramienta ágil para llevar sus actividades empresariales con normalidad.

**2. ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los pagos a proveedores, empleados, bancos?**



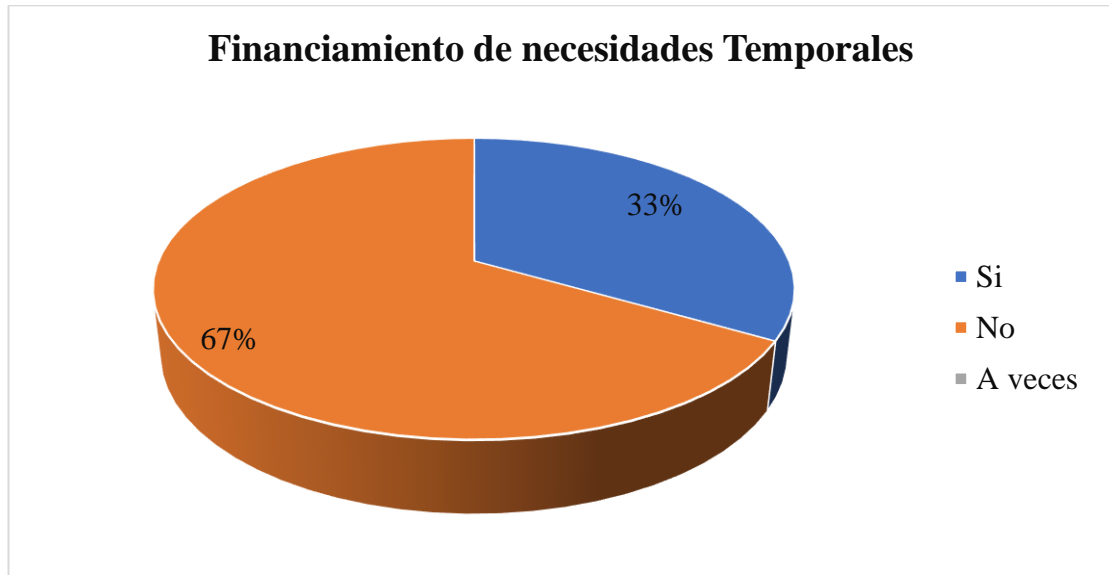
**Gráfico 6.** Seguimiento de pagos a proveedores  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e interpretación**

Del total de las PYMES encuestadas de la industria carrocera el 67% realizan un control de seguimiento semanal de los pagos a proveedores, empleados y bancos, un 33% lo realizan de manera mensual, con la finalidad de que la empresa no tenga problemas al momento de adquirir o pagar a terceras personas sobre los financiamientos efectuados.

Las PYMES encuestadas manifiestan que no siempre se puede cancelar las deudas de manera fácil, ya que a veces no es posible obtener liquidez, especialmente en los últimos años donde mencionan que sus ventas han decrecido por diferentes factores externos.

**3. ¿la empresa financia sus necesidades temporales con deudas a corto plazo?**



**Gráfico 7.** Financiamiento de necesidades temporales a corto plazo

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

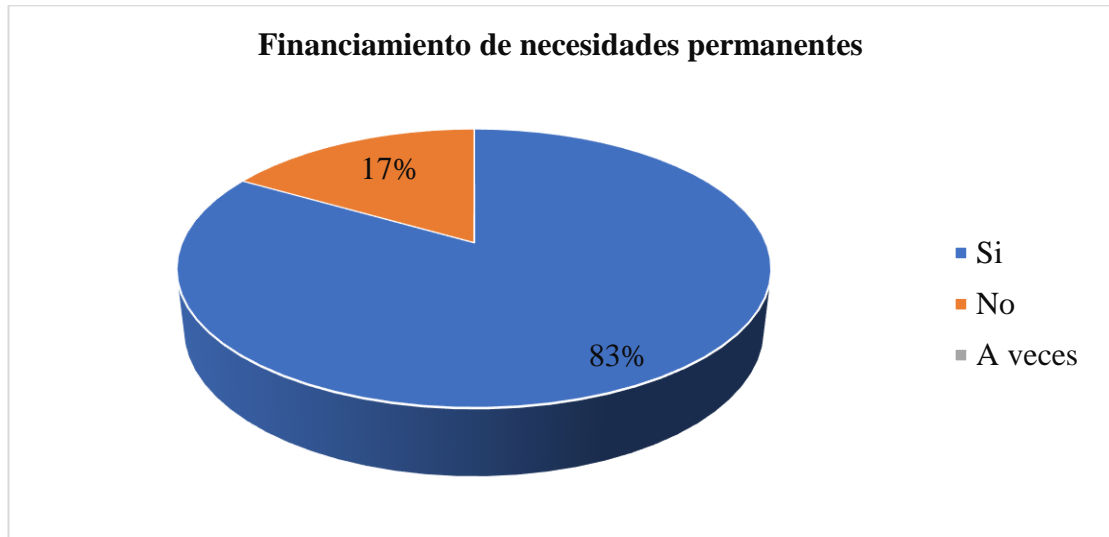
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e interpretación**

De acuerdo con la encuesta realizada a las Pymes carroceras se observa que el 67% no financian sus necesidades temporales con deuda a corto plazo, mientras que un 33% manifiesta que, si lo hace.

Como se detalla en el parrado anterior los datos muestran que en su gran mayoría los propietarios de las empresas carroceras prefieren financiarse a largo plazo, para evitar problemas de endeudamiento en cuanto a plazos de cancelación muy cortos, las carrocerías señalan que siempre tienen la necesidad de financiamiento, pero no lo realizan con rapidez si no siempre y cuando sea altamente necesario. En ocasiones sus pasivos a corto plazo son superiores a las deudas a largo plazo.

**4. ¿la empresa financia sus necesidades permanentes con deudas a largo plazo?**



**Gráfico 8.** Financiamiento de necesidades permanentes a largo plazo  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

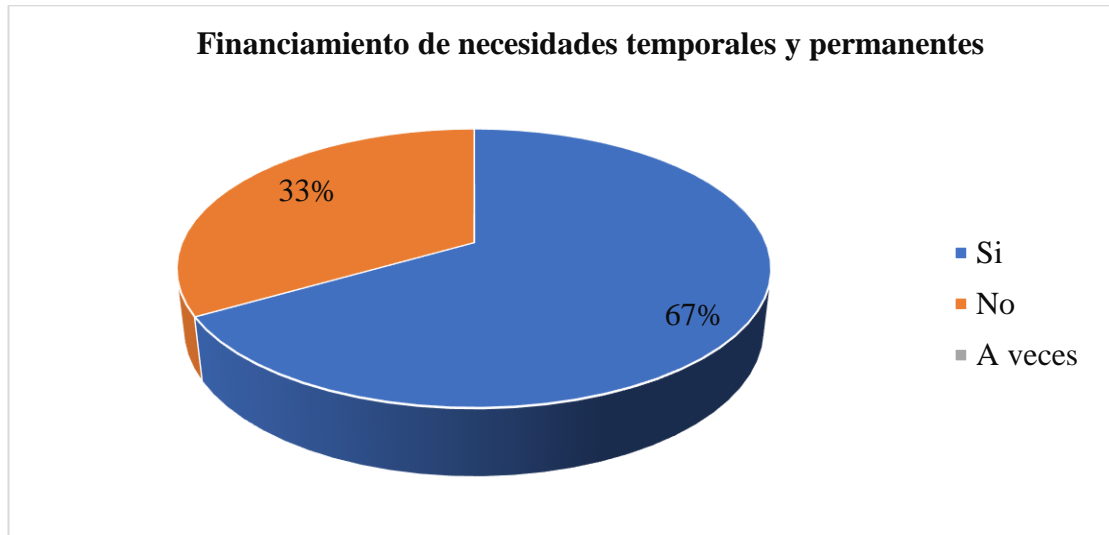
**Análisis e interpretación**

Las Pymes del sector carrocero de la ciudad de Ambato a las cuales se realizó la encuesta, un 83% financian sus necesidades permanentes con deudas a largo plazo, y un 17% señalan que no.

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayoría de las Pymes consideran que es oportuno mantener deudas a largo plazo, debido a que según como la empresa vaya generando ingresos podrá ir cancelando sus deudas, en ocasiones las empresas no tienen una rentabilidad altamente positiva por lo que les dificulta realizar sus pagos a tiempo.



**5. ¿la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?**



**Gráfico 9.** Financiamiento de necesidades temporales y permanentes a largo plazo

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

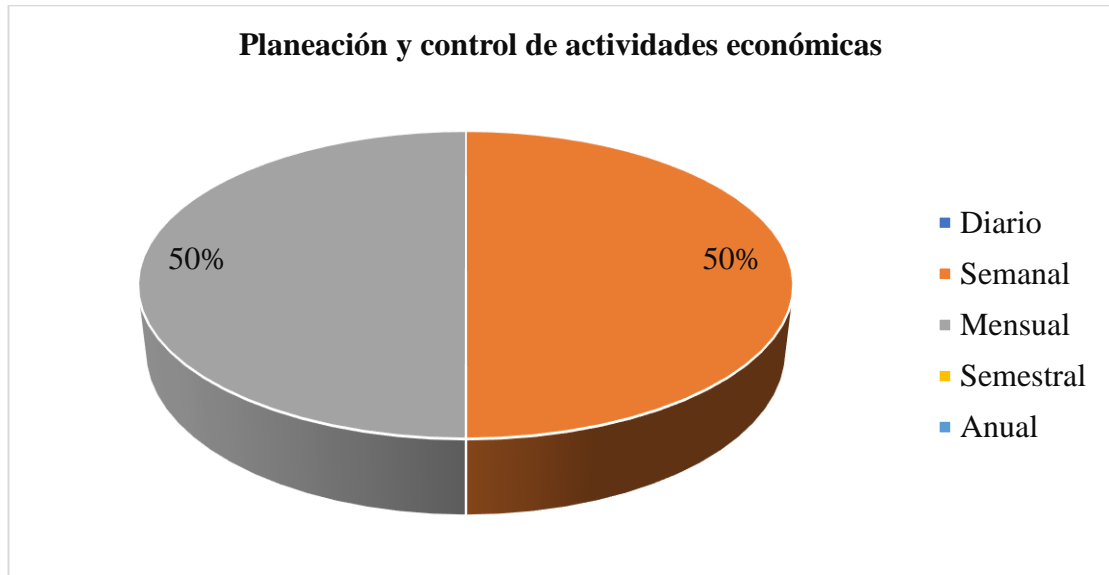
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e interpretación**

Del total de las empresas carroceras encuestadas, un 67% afirman que las Pymes si financian sus necesidades tanto temporales como permanentes a largo plazo, y el 33% no deja de considerar que el financiamiento a corto plazo también puede ser de gran ayuda para las industrias, por lo que ayuda a resolver problemas en el momento dado.

Conforme a lo detallado en el párrafo anterior, los empresarios manifiestan que al mantener deudas a largo plazo los ayudan a operar de modo más relajado, sin presiones relacionadas con las exigencias de los acreedores. Los propietarios utilizan esta estrategia de financiamiento debido a que les permite cumplir con sus obligaciones a tiempo.

## 6. Cada que tiempo la empresa planea y controla sus actividades económicas



**Gráfico 10.** Planeación y control de actividades económicas

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

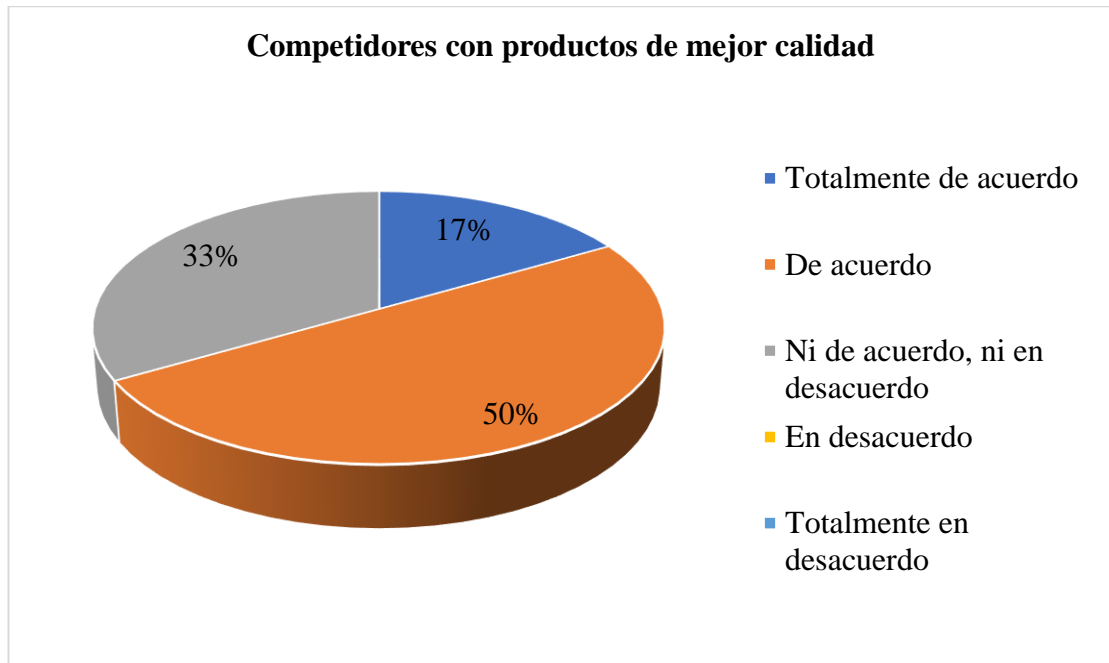
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### Análisis e interpretación

De las Pymes del sector carrocero a los que se aplicó la encuesta, un 50% de ellas afirman que diariamente se planea y controla las actividades económicas, mientras que el otro 50% lo realiza semanalmente, lo que ha permitido que en su gran mayoría lleven un orden adecuado en cuanto al manejo de las actividades empresariales.

Se puede decir que las Pymes al planear con tiempos sus actividades económicas se evitara grandes desperdicios de tiempo, es decir, la mayoría de los funcionarios de la entidad tendrían claro cuáles son los lineamientos por seguir para lograr cumplir con todas las expectativas de crecimiento de la empresa.

**7. ¿Está usted de acuerdo que los competidores ofrecen productos o servicios de mejor calidad a precios similares?**



**Gráfico 11.** Competidores con productos y servicios de mejor calidad

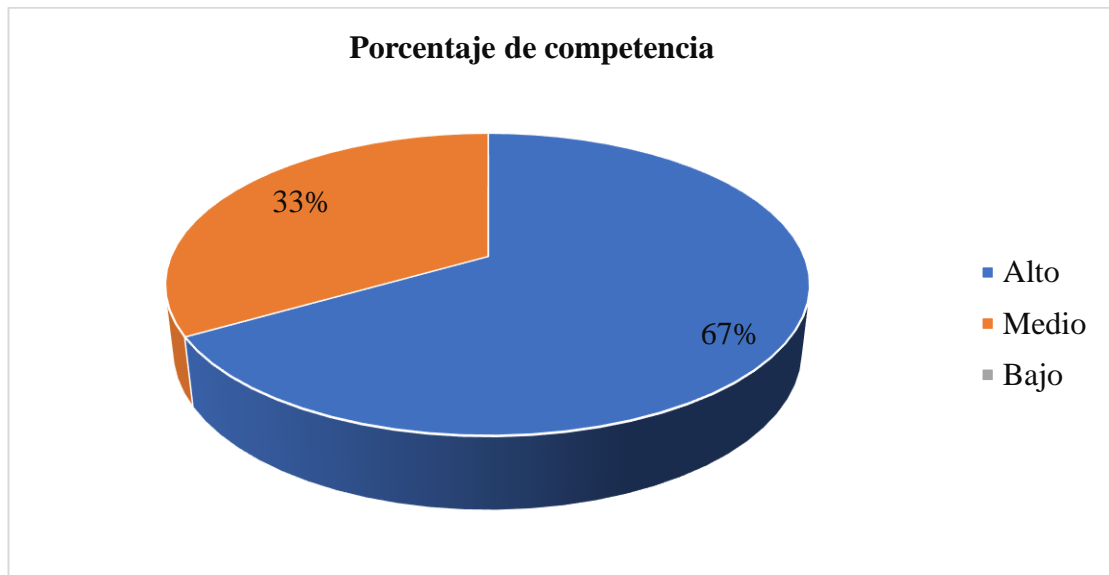
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### **Análisis e interpretación**

El 50% de las Pymes carroceras encuestadas están de acuerdo que en su gran mayoría la competencia presenta productos y servicios de mejor calidad, los cuales a simple vista resultan útiles para los consumidores, por otro lado, el 33% de las empresas señalan que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, un 17% está totalmente de acuerdo considerando que esto afecta directamente al crecimiento del sector en especial a quienes están en procesos de crecimiento empresarial.

## 8. ¿El porcentaje de competidores con el que cuenta la empresa es?



**Gráfico 12.** Porcentaje de competencia de la empresa

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

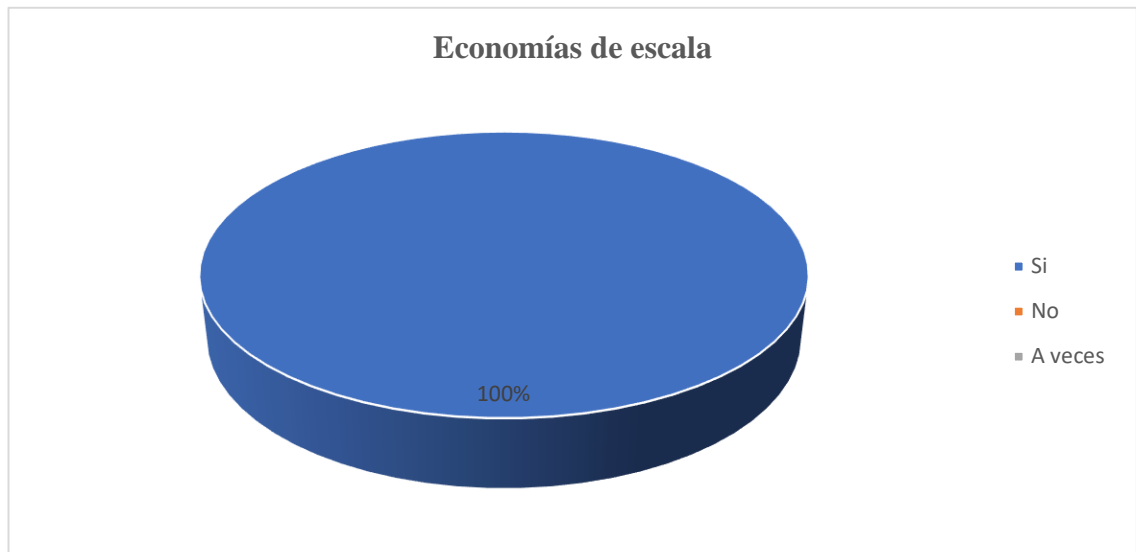
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### Análisis e interpretación

De las Pymes del sector carroceras encuestadas se observa que un 67% consideran que la competencia con la que cuentan las empresas es elevada y un 33% señala que cuentan con un porcentaje medio.

Según los resultados obtenidos los propietarios consideran que se encuentran frente a una fuerte competencia en el mercado por muchos años, los cuales no han impedido que puedan seguir produciendo con normalidad, sin descuidar la calidad del producto o servicio que oferta ya que no ganarían nada si ofrecen un producto a menor costo, pero con una mala calidad el cual afectaría en un futuro la imagen de la entidad, perdiendo por completo su credibilidad.

## 9. ¿La participación en el sector carrocerero requiere de economías de escala?



**Gráfico 13.** Participación de economías de escala en el sector

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

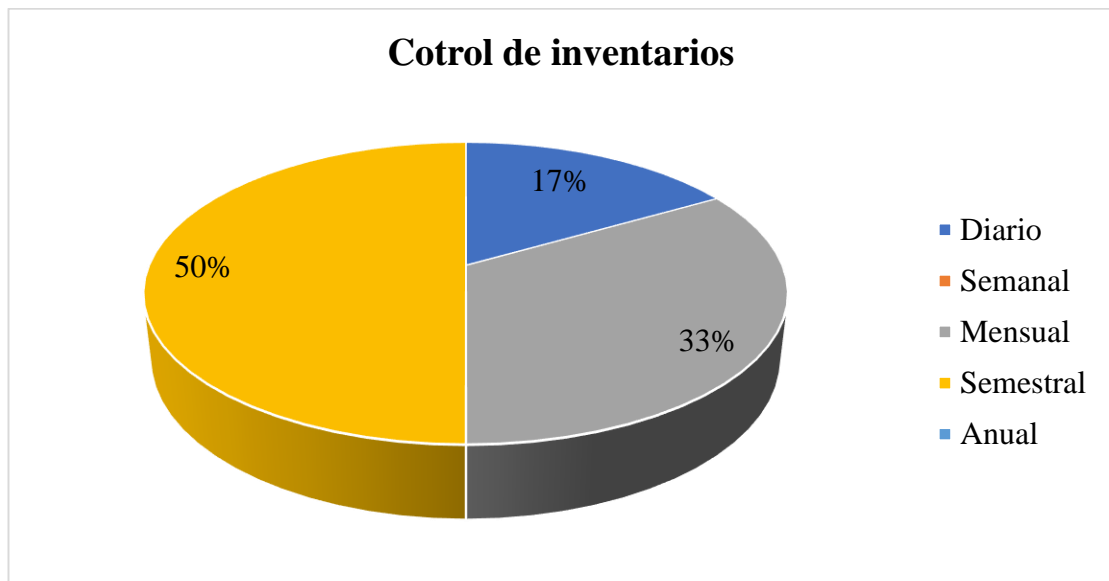
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### **Análisis e interpretación**

Del total de las Pymes del sector carrocerero encuestadas, el 100% de ellas aseguran que la participación en el sector carrocerero requiere de economías de escala para enfrentar las exigencias que en la actualidad se presentan en el mercado.

Los propietarios de las Pymes del sector carrocerero señalan que en la provincia de Tungurahua son pocas las empresas que consideran indispensable la participación de economías de escala, por otro lado, consideran que en este sector es importante mantener economías de escala debido a que cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad, ventaja que, en términos de costos, obtiene una empresa gracias a su crecimiento o expansión.

## 10. ¿Con qué frecuencia realizan un proceso de control de inventarios?



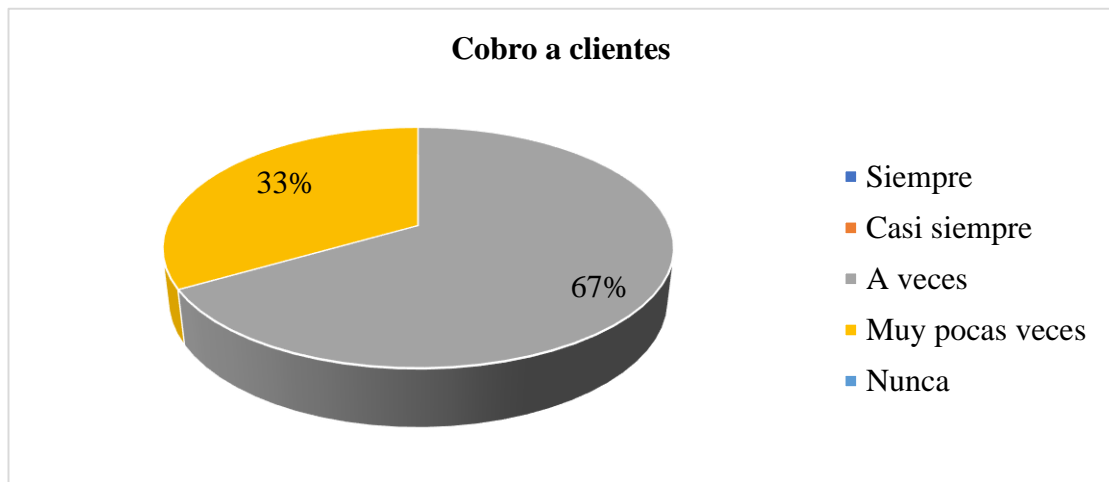
**Gráfico 14.** Frecuencia de control de inventario  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### Análisis e interpretación

De total de las empresas encuestadas, un 50% de las Pymes carroceras realizan un control de inventarios semestralmente los cuales facilitan que la empresa conozca con frecuencia la salida de sus inventarios y la cantidad que dispone en stock, evitando así la pérdida de sus inventarios. Un 33% de las Pymes controlan sus inventarios mensualmente y un 17% lo hacen diariamente.

Los propietarios de las Pymes carroceras manifiestan que tener un control adecuado de sus inventarios ayudara a que estos puedan convertirse rápidamente en efectivo o cuentas por cobrar generando así fuentes de ingreso para la entidad.

**11. ¿En su entidad, se utiliza una técnica de cobro inmediato para sus clientes?**



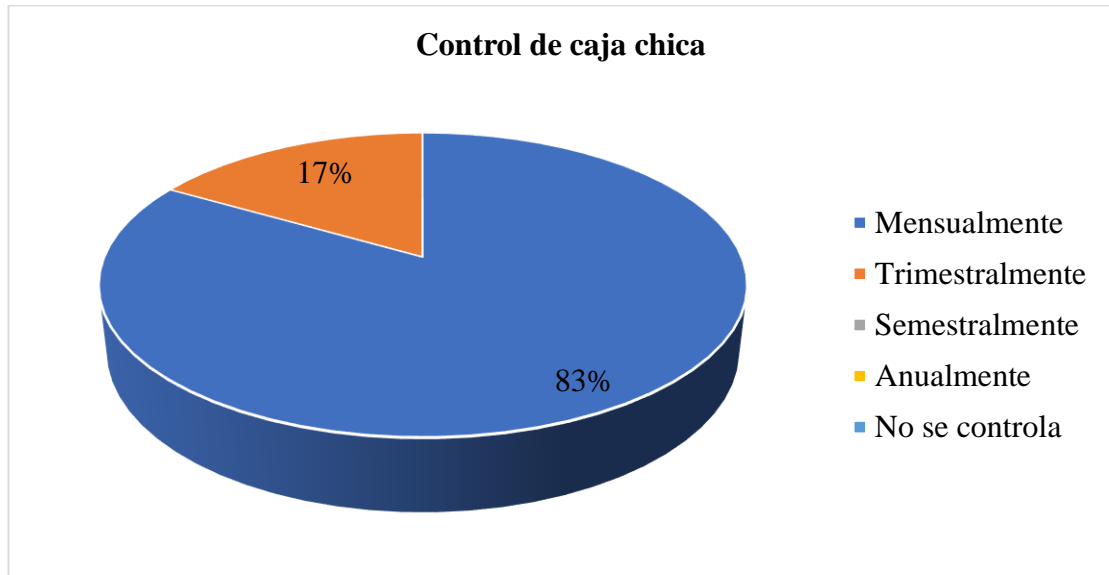
**Gráfico 15.** Técnica de cobro a clientes  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e interpretación**

El 67% de las Pymes del sector carroceras de la provincia de Tungurahua afirman que a veces utilizan una técnica de cobro inmediato para sus clientes, la razón que pueden atribuir a esta respuesta, es que la cartera de clientes con el que cuenta la empresa es controlada con frecuencia para evitar retrasos en los pagos, además se menciona que al realizar recompensas o descuentos como técnica de motivación al cliente estos pueden llegar a ser no tan beneficioso para la empresa.

El 33% de los empresarios encuestados consideran que muy pocas veces se basan en una técnica de cobro, es decir que la mayoría de las veces no manejan una técnica que les permita cobrar de manera inmediata, lo cual puede en un futuro afectar la liquidez de la empresa.

**12. ¿Con que periodicidad se controla y analiza la cantidad exacta con la que se maneja en caja chica?**



**Gráfico 16.** Control de caja chica  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

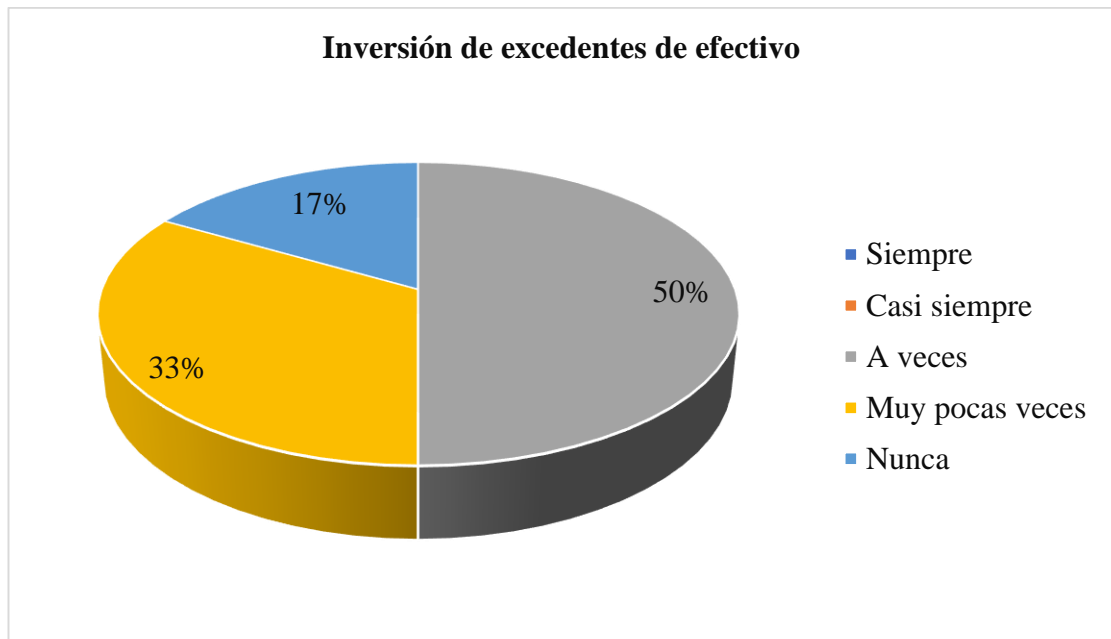
### **Análisis e Interpretación**

Sobre la periodicidad del control de caja en las Pymes del sector carroceros de la provincia de Tungurahua se obtuvo como resultado que el 83% controlan y analizan caja chica de manera mensual, mientras que un 17% lo realiza de manera trimestral,

Según lo analizado, las Pymes carroceras indicaron que, si controlan frecuentemente el efectivo de caja chica evitaran problemas a futuro sobre los saldos de la empresa, además consideran que el dinero es necesario para llevar u obtener inversiones a corto plazo con la finalidad de que la empresa pueda resolver sus problemas a tiempo.



### 13. ¿En su entidad, se invierte los excedentes de efectivo a tasas de interés?



**Gráfico 17.** Inversiones de excedentes de efectivo

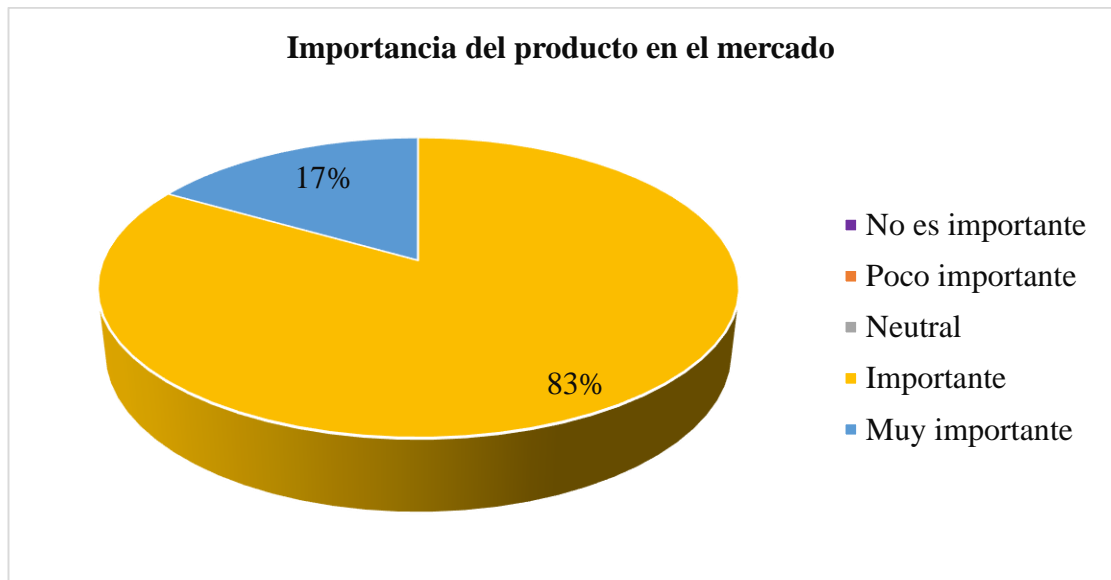
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

#### **Análisis e interpretación**

Un 50% de las Pymes carroceras encuestadas afirman que a veces se invierten los excedentes de efectivo, es decir que el dinero con el que cuentan al inicio del periodo no es restado con el dinero disponible al final del periodo, mientras que el 33% de las Pymes, replica que muy pocas veces realizan sus inversiones, debido a que las empresas no consideran tan necesario, y un 17% de la población encuestada, señalan que nunca realizan una inversión.

**14. ¿Qué tan importante considera usted que es su producto para el mercado?**



**Gráfico 18.** Importancia del producto en el mercado

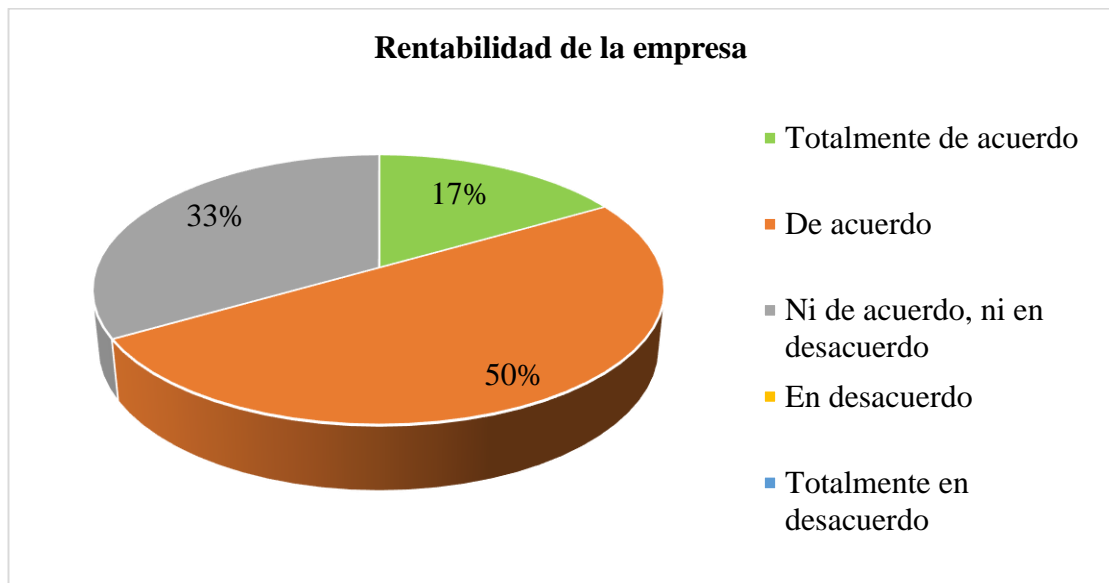
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

Del total de las Pymes del sector carrocerero encuestadas, el 83% consideran importante su producto en el mercado, caracterizándose por ser competitivas en el mercado, por lo que se encuentran en constante innovación de sus productos y procesos, de esta manera, los propietarios entregan productos con altos estándares de calidad por lo que es aceptado por los clientes. Mientras un 17% mencionan que es muy importante debido a que no solo realizan ventas dentro de la ciudad sino también a diferentes lugares del país.

### 15. ¿Considera que la empresa alcanza la rentabilidad esperada?



**Gráfico 19.** Rentabilidad esperada

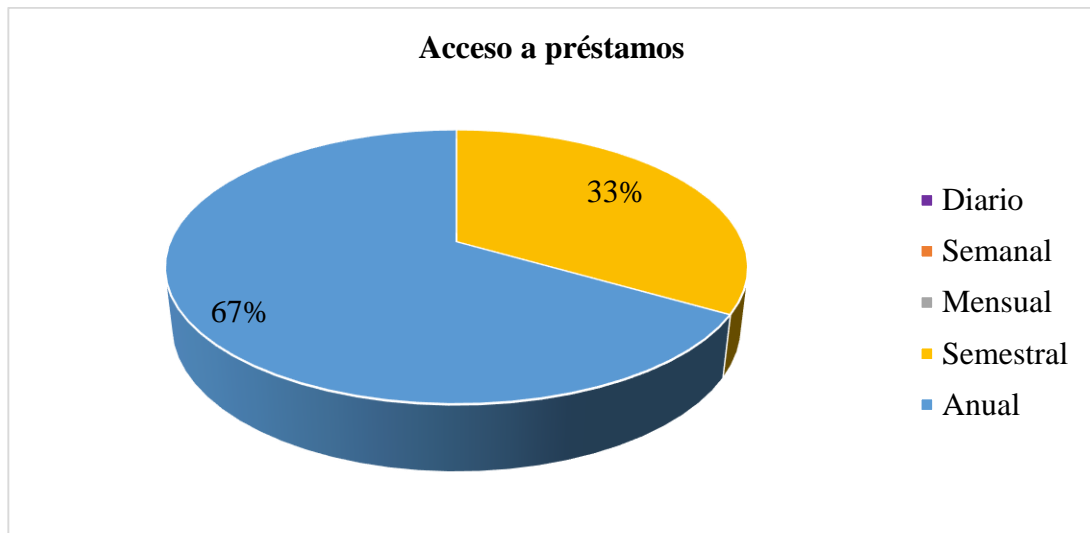
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

#### **Análisis e Interpretación**

De las Pymes encuestadas del sector carrocero, el 50% de ellas están de acuerdo que alcanzan su rentabilidad al final del ejercicio económico, hecho que se debe a que las empresas realizan una correcta toma de decisiones antes de adquirir materia prima o efectuar algún financiamiento, mientras que un 33% de los encuestados no están ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que solo evalúan la cantidad de utilidades al final, no existe un control con anticipación. Por otro lado, el 17% de los encuestados están totalmente de acuerdo que alcanzan su rentabilidad debido a que evalúan la cantidad de utilidades obtenidas con relación a la inversión con frecuencia.

**16. ¿Con que periodicidad accede a préstamos para financiar nuevas inversiones?**



**Gráfico 20.** Acceso a préstamos

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

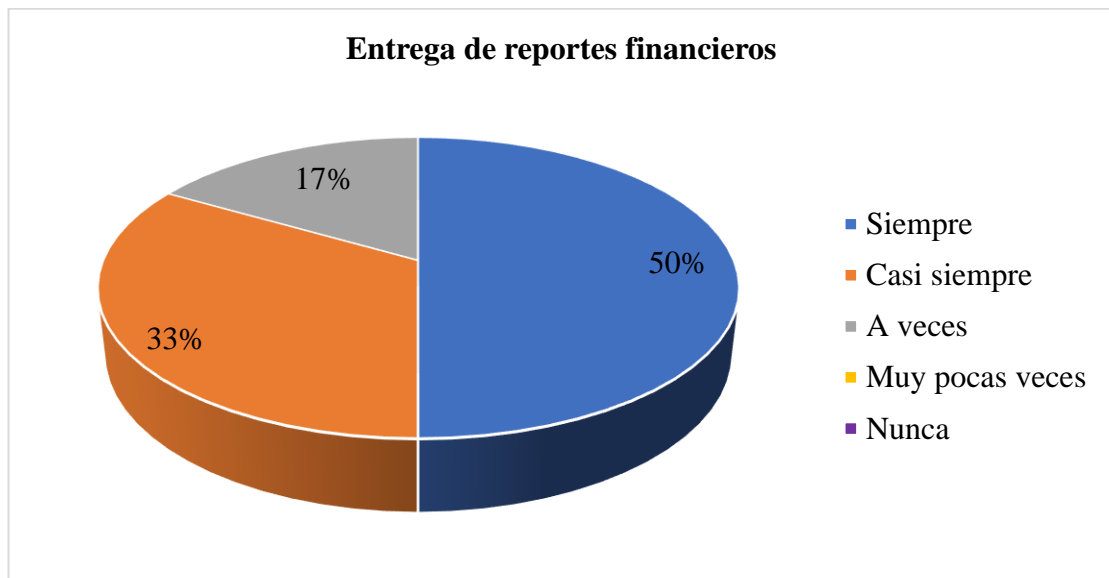
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes del sector carrocerero encuestado se puede observar que el 67% durante los últimos años han accedido a préstamos a largo plazo, debido a que es mucho más fácil la forma de pago y además les permite invertir a tiempo con la finalidad de obtener rendimiento, por otro lado, un 33% dicen que sus préstamos lo solicitan para menos de un año.

Según lo analizado, se puede decir que las Pymes carroceras prefieren acceder a préstamos a largo plazo para sus inversiones, ya que les resulta mucho más factible al momento de pagar sus cuotas en instituciones financieras u otros medios en donde haya adquirido el préstamo, además mencionan que según la empresa vaya teniendo ingresos podrán ir guardando su dinero e ir cancelando sus pagos sin ningún problema.

## ¿Los reportes financieros son entregados y revisados a tiempo?



**Gráfico 21.** Reportes financieros

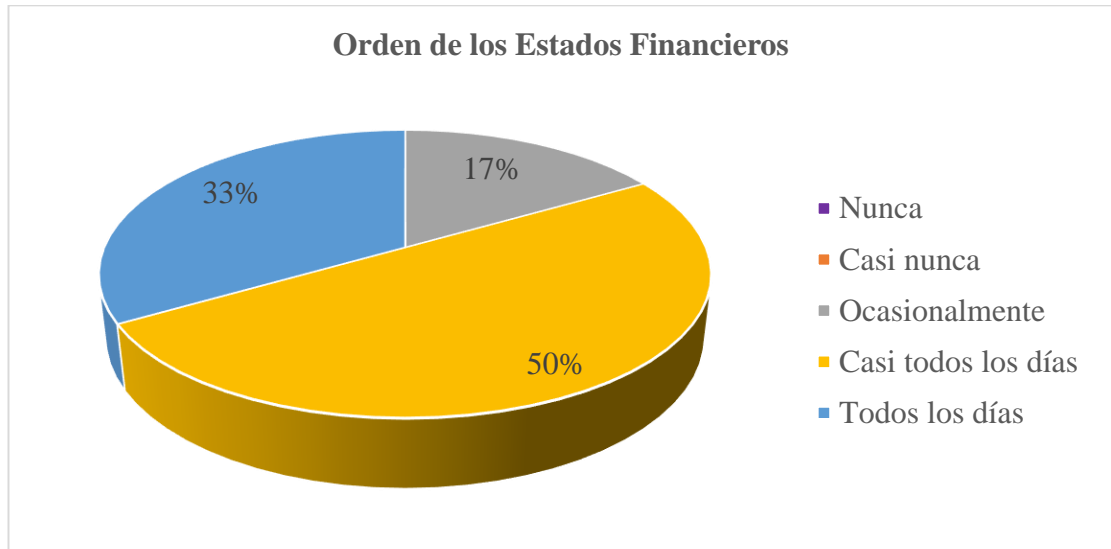
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### **Análisis e Interpretación**

Un 50% de las Pymes del sector carrocerero encuestadas afirman que siempre se revisan y entregan los reportes financieros a tiempo, es decir que utilizan con frecuencia instrumentos financieros para lograr maximizar las inversiones y producir utilidades favorables para la empresa, un 33% replica que casi siempre se puede entregar y revisar con facilidad, pero que hay ciertas excepciones puesto que hay ocasiones en las que no siempre se puede cumplir con un control adecuado, un 17% considera que a veces se cumple con su revisión antes de ser entregados.

**17. En su entidad, ¿Los resultados financieros de cada mes y el acumulado son llevados ordenadamente?**



**Gráfico 22.** Estados financieros

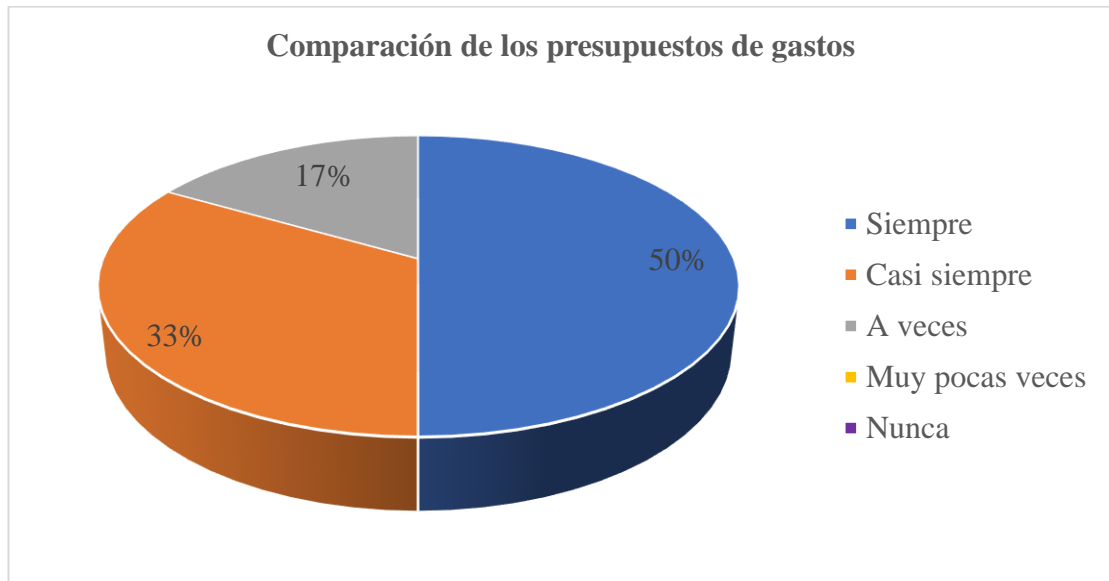
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

El 50% de las Pymes del sector carrocerero encuestado afirman que, casi todos los días se realiza un análisis las actividades financieras, es decir que se controla y corrige a tiempo todo con respecto a los resultados financieros, mientras que un 33% de las carrocerías mencionan que todos los días se realiza este tipo de análisis y control. Un 17% señalan que se lo realizan ocasionalmente, es decir, hay veces que no se realiza un control adecuados de los resultados financiero-finales tanto mensuales como el acumulado. Como se puede observar el mayor porcentaje realiza un control continuo, sin embargo, hay Pymes que no dan mayor importancia al tema.

**18. ¿Elabora el presupuesto de gastos y los compara con el resultado real?**



**Gráfico 23.** Comparación de los presupuestos de gastos

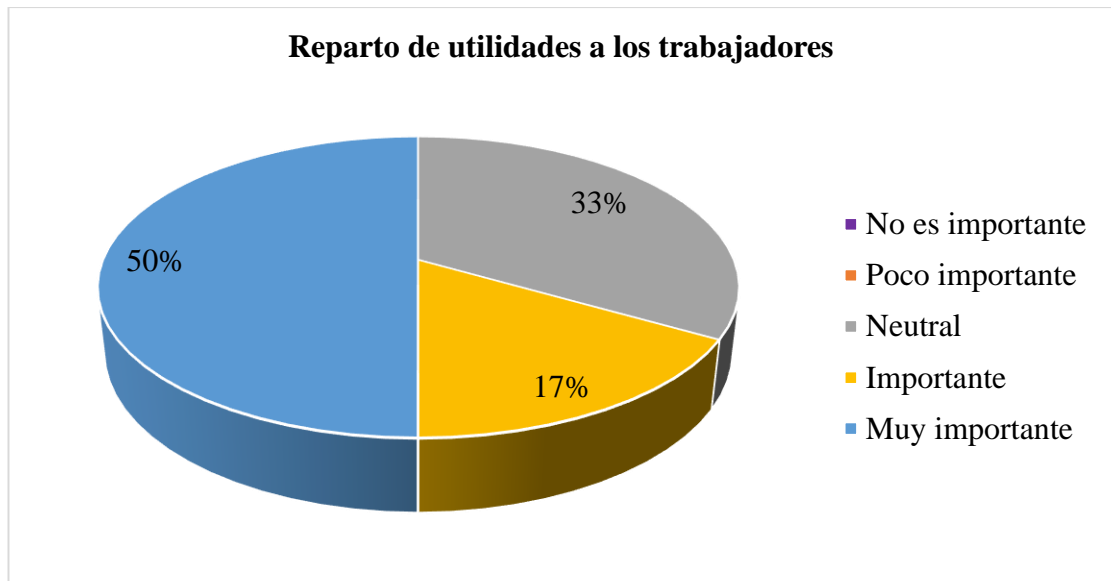
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes carroceras encuestadas afirman que el 50% siempre elabora un presupuesto de gastos para luego compararlos con el resultado real, es decir cumplen con lineamientos específicos para todo lo que respecta a gastos, de esta manera evitan inconvenientes que perjudiquen a la empresa especialmente a lo concerniente a materiales y mano de obra, mientras que un 33% menciona que casi siempre se realiza este tipo de análisis, y un 17% considera que a veces se elabora un presupuesto que evite gastos innecesarios para la empresa.

**19. ¿Qué tan importante considera usted el reparto de utilidades a sus trabajadores?**



**Gráfico 24.** Reparto de utilidades

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

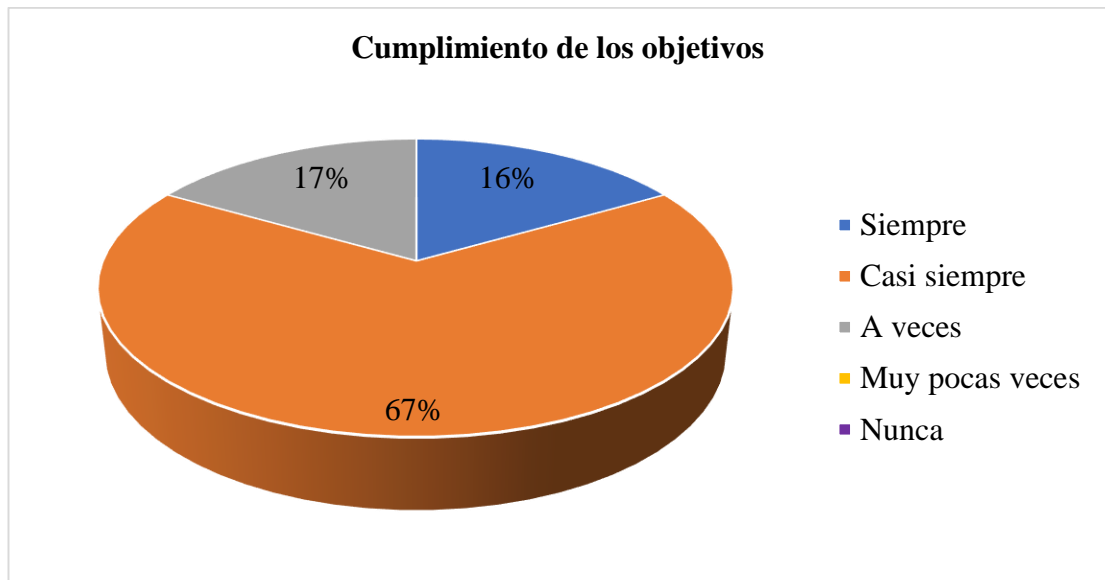
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes del sector carrocerero encuestadas, el 50% menciona que es muy importante que sus trabajadores reciban las utilidades que las empresas generan al final del ejercicio económico, un 33% de las empresas carroceras encuestadas, consideran neutral puesto que hay ocasiones que no se puede cumplir con dicha obligación, mientras que el 17% de los encuestados señalan que es importante. Según lo analizado el mayor porcentaje de Pymes consideran muy importante el pago de utilidades a sus trabajadores ya que los motiva a mejorar la productividad y además ayudan a mejorar el ingreso de sus familias, lo que resulta beneficiosos para ambas partes.



**20. ¿En su entidad, se realiza un análisis del cumplimiento de los objetivos propuestos?**



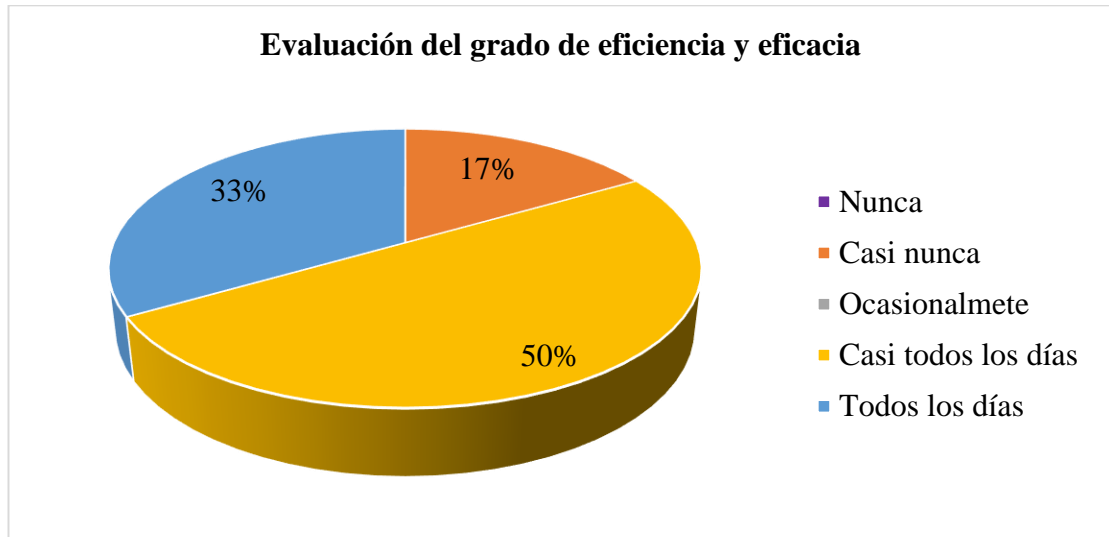
**Gráfico 25.** Cumplimiento de los objetivos  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

El 67% de las Pymes de sector carrocerero encuestado, afirman que casi siempre se analiza el cumplimiento de los objetivos establecidos por la empresa, un 17% menciona que a veces lo hacen y un 16% lo hace siempre.

Según lo analizado, se puede decir que las Pymes carroceras realizan casi siempre un control del cumplimiento de los objetivos propuestos, ya que de esta manera las empresas pueden tomar las decisiones más acertadas y corregir posibles desviaciones que podrían perjudicar el desempeño de las carrocerías.

**21. ¿La Gerencia evalúa el grado de eficacia y eficiencia de las decisiones que se toman dentro de la empresa?**



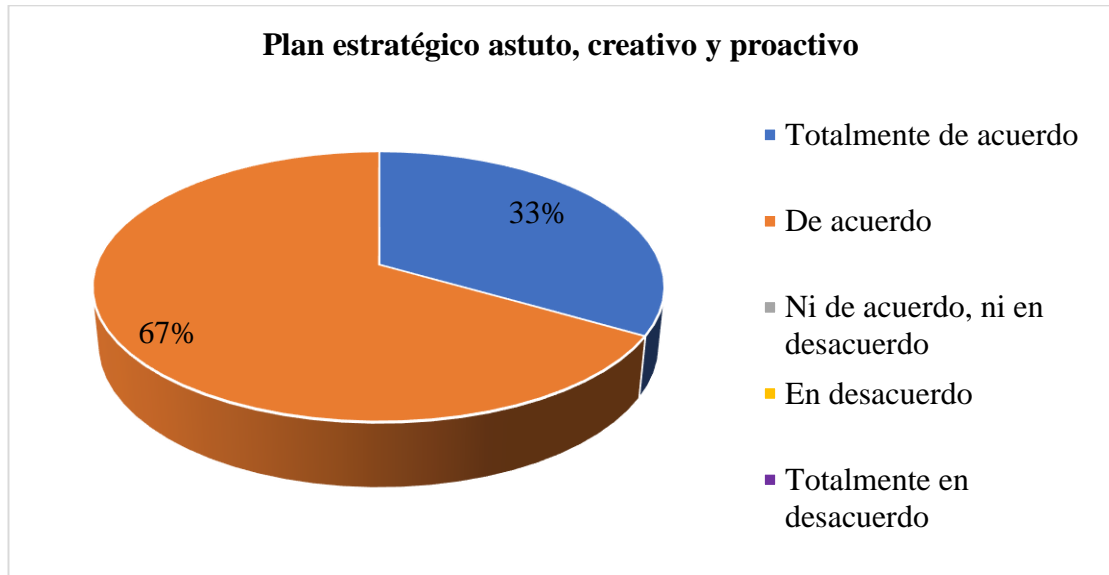
**Gráfico 26.** Grado de eficiencia y eficacia  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

EL 50% de las Pymes del sector carrocero afirman que, casi todos los días la gerencia evalúa el grado de eficacia y eficiencia con la finalidad de tomar decisiones acertadas para el buen funcionamiento de la entidad, el 33% mencionan que lo hacen todos los días y el 17 % afirma que casi nunca.

Según lo analizado, se puede decir que las Pymes carroceras realizan un control frecuente de las decisiones que se toman dentro de la empresa, para de esta manera tener claro cuáles son los objetivos alcanzar, logrando obtener procesos con eficiencia y efectividad.

**22. ¿Está usted de acuerdo con que la empresa cuenta con un Plan Estratégico astuto, creativo y proactivo?**



**Gráfico 27.** Plan estratégico

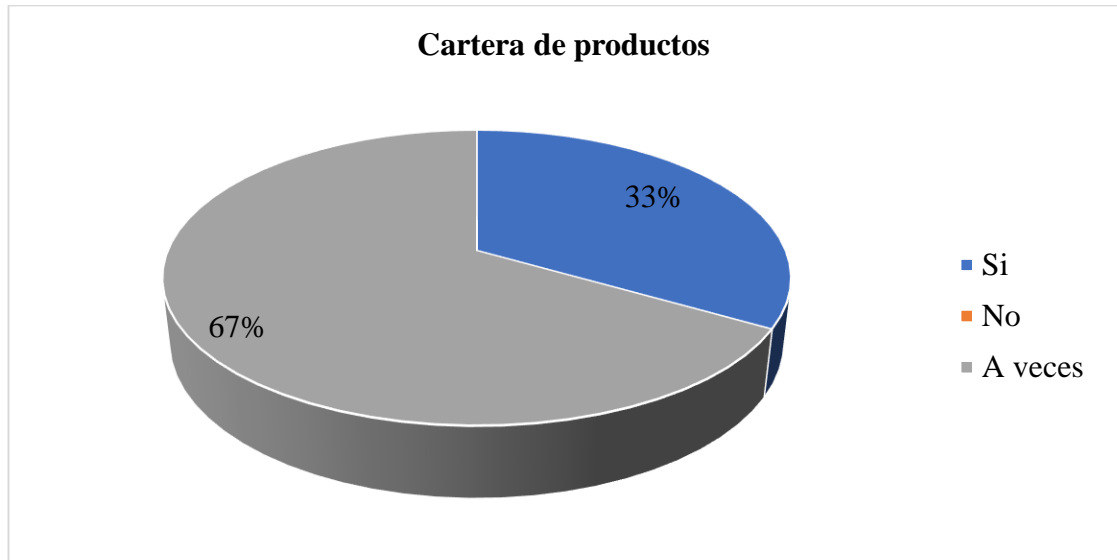
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

El 67% de las Pymes del sector carrocerero están de acuerdo que cuentan con un plan estratégico, que les permite ser más competitivos en el mercado, mediante el uso de un plan astuto y creativo, mientras que el 33% mencionan que están totalmente de acuerdo, puesto que el plan estratégico los ayuda a detallar aspectos muy importantes para gestionar su empresa hacia el mercado, cuya finalidad es mantener un vínculo a meno con sus consumidores para de esta manera alcanzar una ventaja competitiva.

**23. ¿La empresa cuenta con una cartera de productos para lograr posicionarse en el mercado?**

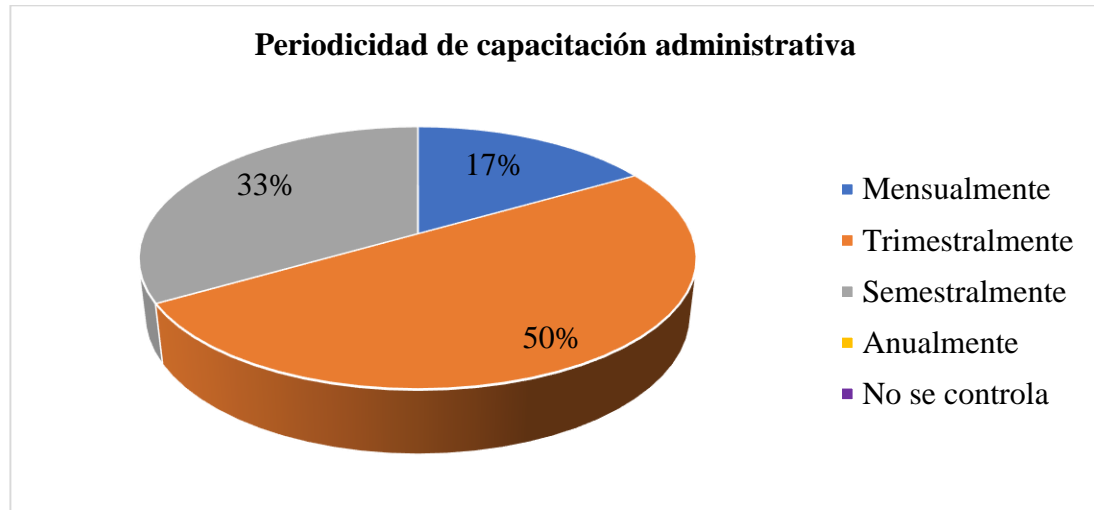


**Gráfico 28.** Cartera de productos  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes del sector carrocero a las cuales se realizó la encuesta, el 67% de ellas afirman que a veces cuentan con una cartera de productos, algunas de las causas que se puede atribuir a la ausencia de esto es que únicamente realizan esta labor cuando empiezan a tener pérdidas o acumulación de stock, por otro lado, el 33% de los encuestados opinan que si cuentan con una cartera de productos, ya que esto les ayuda a tomar varias decisiones para posicionarse en el mercado, recalcan además que es importante llevar con frecuencia un análisis de la cartera de productos.

**24. ¿Con que prioridad la empresa contribuye al desarrollo y capacitación de sus trabajadores?**



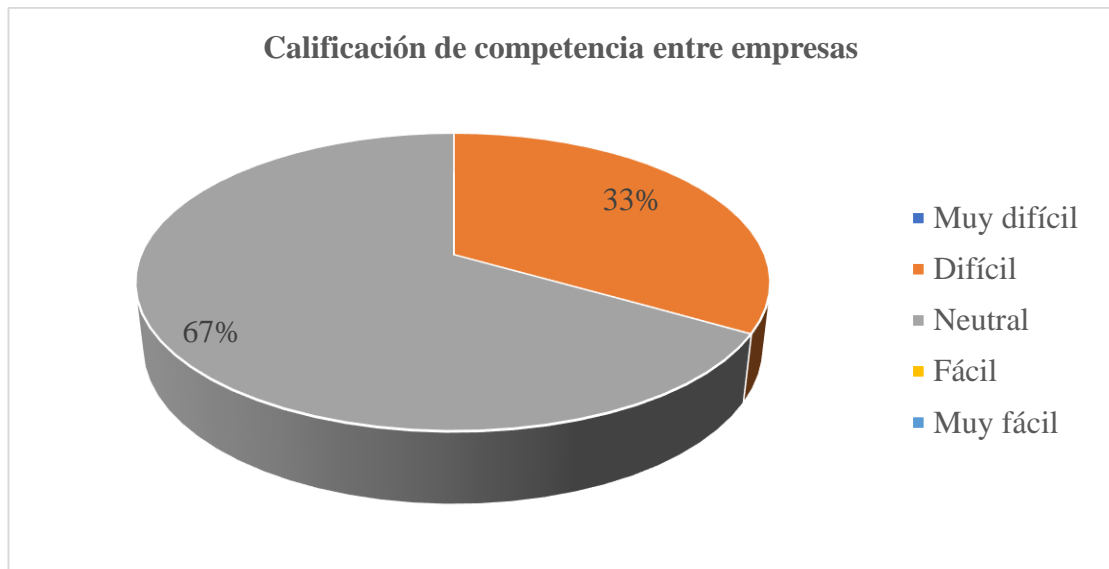
**Gráfico 29.** Capacitación administrativa  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes carroceras a las cuales se realizó la encuesta, el 50% de ellas realizan capacitaciones de forma trimestral, mientras que un 33% lo realiza de manera semestral y un 17% realiza capacitaciones cada mes.

De acuerdo con los resultados, los encuestados señalaron que es importante capacitar al personal tanto administrativo como operativo, ya que les permite mejorar sus conocimientos y habilidades para el correcto funcionamiento dentro de la empresa. Su principal objetivo empresarial es realizar determinadas tareas con eficiencia empleando un mínimo de tiempo y recursos.

**25. ¿Cómo calificaría la competencia y negociación entre su empresa y las de su sector?**



**Gráfico 30.** Competencia entre empresas

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

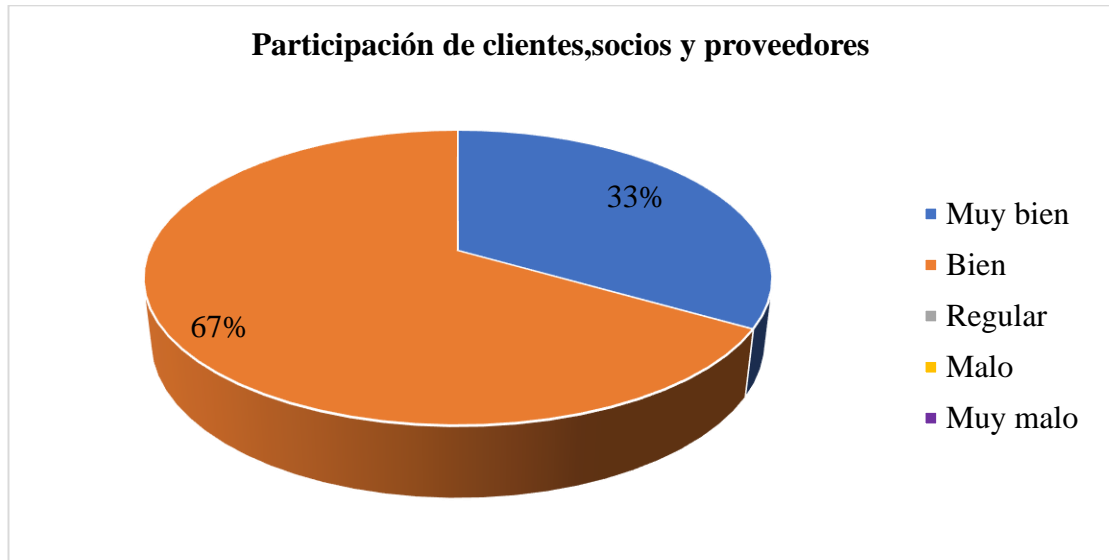
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

De las Pymes encuestadas del sector carrocerero se afirman que el 67% de ellas consideran neutral la competencia y negociación en el sector donde se desarrollan, mientras el 33% señalan que esta difícil la situación de negociación, ya que cuentan con un alto nivel de competencia por parte de la industria internacional.

Según lo analizado, se puede decir que las Pymes carroceras cuentan con procesos de negociación escasos para alcanzar sus objetivos en todas las perspectivas del negocio tales como recursos, clientes y procesos. Lo cual evita por completo que sus empresas compitan en el sector de manera ágil y sencilla.

**26. ¿Cómo calificaría la participación de sus clientes, socios, proveedores y empleados a los valores de su empresa?**



**Gráfico 31.** Participación de clientes, socios y proveedores

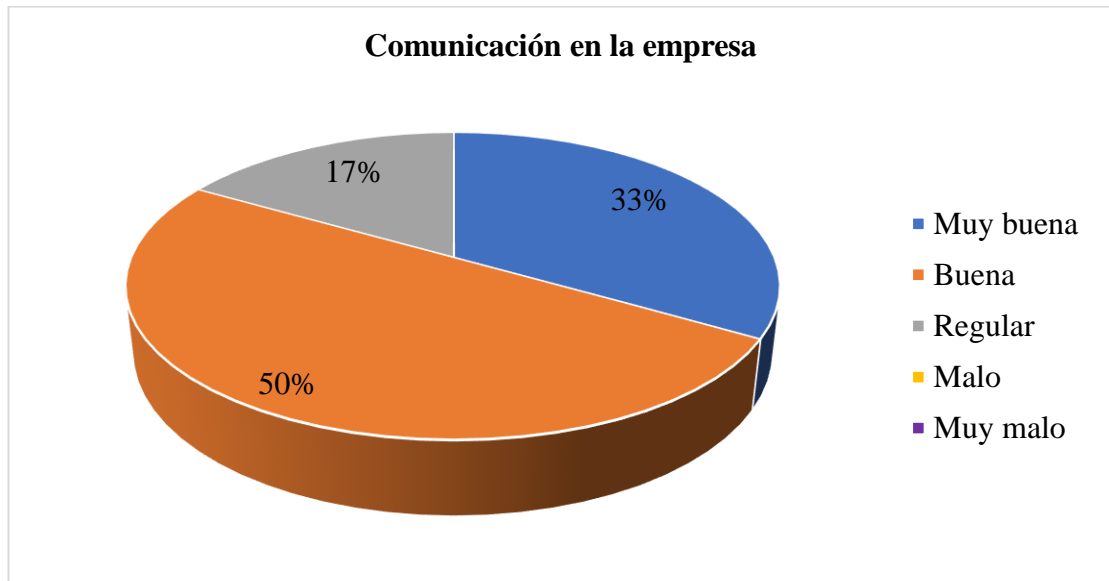
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

### **Análisis e Interpretación**

Del total de las Pymes carroceras encuestadas, el 67% afirman que se encuentran bien en cuanto a la participación de los valores empresariales, ya que son elementos propios de cada entidad que les permiten posicionar una cultura empresarial y marcar patrones o lineamientos para la toma de decisiones. Además, es un elemento clave que les ayuda a trabajar en un ambiente a meno. Por otro lado, el 33% de los encuestados manifiestan que el 33% se encuentran muy bien con la participación de sus valores entre sus clientes, socios y proveedores.

## 27. ¿Cómo considera la comunicación al interior de la empresa?



**Gráfico 32.** Comunicación en la empresa

**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

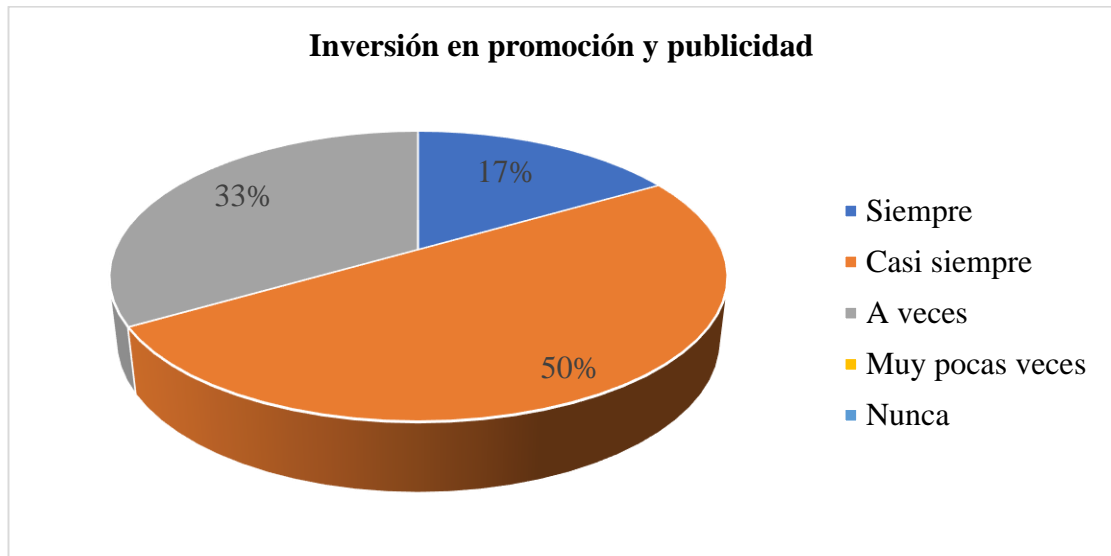
### Análisis e Interpretación

Las Pymes del sector carrocerero, el 50% de ellas consideran que la comunicación al interior de sus empresas es buena, mientras que el 33% de la población encuestada, menciona que es muy buena y un 17% afirma que es regular.

Según lo analizado, los propietarios de las Pymes carroceras mencionan que una buena comunicación al interior de la empresa es sinónimo de eficiencia, orden y coordinación, y que una mala comunicación puede llegar a ser motivo de ineficiencia, desorden y conflictos dentro de la organización.



**28. ¿La empresa invierte en promoción y publicidad para sus productos?**



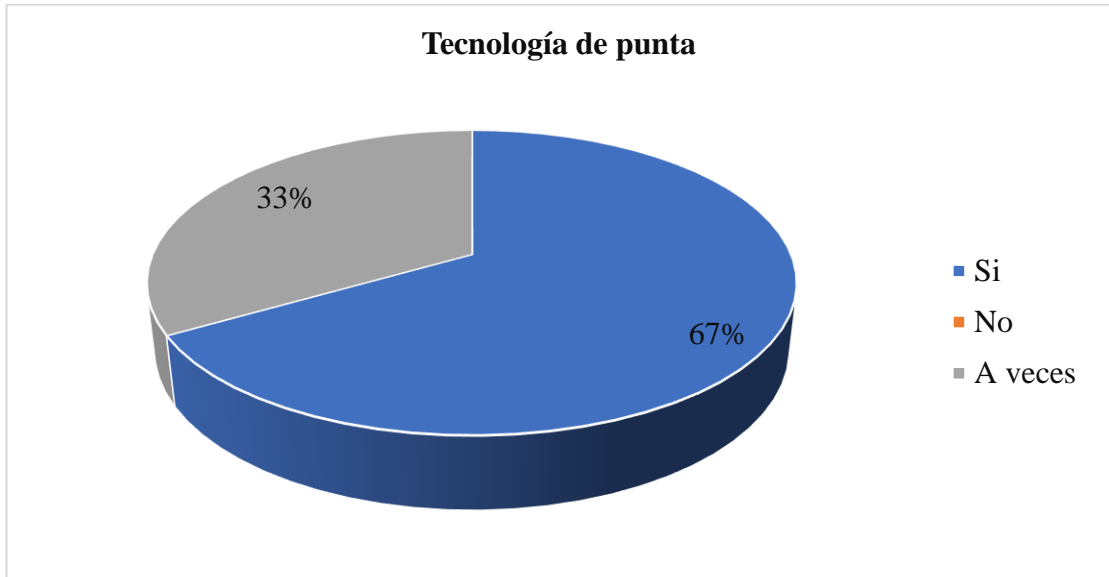
**Gráfico 33.** Inversión en promoción y publicidad  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

EL 50% de las Pymes carroceras encuestadas afirman que, casi siempre se invierte en promoción y publicidad, con la finalidad de vender sus productos y lograr posicionarse en el mercado, mientras que el 33% de los encuestados consideran que a veces invierten en promoción y publicidad, y un 17% de las Pymes realizan siempre una inversión.

Los propietarios de las Pymes mencionan que invertir en promoción les ayuda a incrementar sus ventas y a lanzar un producto en el corto plazo, mientras que invertir en publicidad los ayudan a posicionarse en el mercado a través de la difusión del producto, por lo que casi siempre se encuentran invirtiendo.

**29. ¿En su entidad, cuenta con tecnología de punta?**



**Gráfico 34.** Tecnología de punta  
**Fuente:** Encuesta a Pymes carroceras de Ambato  
**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Análisis e Interpretación**

El 67% de las Pymes encuestadas afirman que, si cuentan con tecnología de punta y un 20% menciona que a veces. Por lo tanto, se puede observar que un pequeño porcentaje de las organizaciones no están apostando a la tecnología de punta, para lograr optimizar costos y mejorar el servicio para sus clientes. Actualmente las empresas líderes son aquellas que centran su atención en la tecnología, ya que les permite hacer las cosas más fáciles y al menor tiempo posible.

**Tabla 9***Estrategias Financieras de las Pymes carroceras de la ciudad de Ambato*

ESTRATEGIAS		Variable a evaluar	Indicador	Frecuencia	
Estrategia Financiera a corto plazo	Capital de trabajo	Clientes	Control cobros a clientes	Diario	
		Proveedores	Pagos a proveedores	Semanal	
	Estrategia conservadora	Necesidades de la empresa	Financiamiento de necesidades temporales y permanentes a largo plazo	Siempre	
	Estrategia intermedia	Características de la empresa	Planeación y control de las actividades económicas	Mensual	
		Competidores	Los competidores ofrecen mejores productos al mismo precio	De acuerdo	
			Número de competidores	Alto	
	Gestión del efectivo	Liquidez de la empresa	Sectorial	El sector requiere de economías de escala	Siempre
			Uso de una técnica de cobro a clientes	A veces	
			Invierte los excedentes de efectivo	A veces	
		Periodo de control y análisis de caja chica	Mensual		
Estrategia Financiera a largo plazo	Utilidades	Características de la empresa	Alcanza la rentabilidad esperada	De acuerdo	
	Inversión	Consideraciones - crecimiento	Periodo de financiamiento para nuevas inversiones	Anual	
	Estructura financiera	Acciones de la empresa	Revisión y entrega de los reportes financieros	Siempre	
		Consideraciones para su crecimiento	Elaboración del presupuesto de gastos y comparación con los resultados reales	Siempre	
Nivel de estrategia	Estrategia corporativa	Organizacional	Análisis del cumplimiento de los objetivos propuestos	Siempre	
		Acciones de la empresa	Evaluación de eficacia y eficiencia de las decisiones de la empresa	Todos los días	
		Organizacional	La empresa cuenta con un plan estratégico	De acuerdo	
	Estrategia de unidad de negocio	Sectorial		La empresa cuenta con una cartera de productos para posicionarse en el mercado	A veces
			Organizacional	Periodo de desarrollo y capacitación de sus trabajadores	Trimestralmente
			Competidores	Competencia entre la empresa y el sector	Difícil
			Organizacional	Calificación de los valores de la empresa	Bien
	Estrategia operativa	Características de la empresa		Comunicación al interior de la empresa	Muy buena
				Inversión en promoción y publicidad	A veces
Organizacional			Tecnología de punta	Siempre	

**Fuente:** Encuestas de las Pymes carroceras**Elaborado por:** Guamán, G (2019)

## **Análisis de los resultados obtenidos en las encuestas para identificar las Estrategias Financieras que utilizan las Pymes del sector carrocero de la Provincia de Tungurahua.**

Se ha realizado una encuesta que consta de 30 preguntas para evaluar la variable a estudiar en este proyecto de investigación dentro del sector carrocero de la Provincia de Tungurahua, para lo cual se procedió a evaluar las estrategias financieras que aplican en las diferentes Pymes para determinar el crecimiento empresarial.

De las 6 Pymes carroceras encuestadas tres de ellas mantienen un capital de trabajo moderado, es decir, realizan permanentemente controles de cobros, lo que señala que sus activos corrientes están en constante movimiento en cuanto a sus inversiones, por otro lado sus pasivos corrientes se encuentran bajo control, debido a que las deudas a corto plazo son efectuadas en un tiempo moderado, es así que en su gran mayoría las Pymes cuentan con un capital de trabajo aceptable que les permite mantenerse con un porcentaje de liquidez confiable.

Los créditos obtenidos por las Pymes del sector carrocero de la ciudad de Ambato en su gran mayoría no son a corto plazo, es decir gran parte de ellas financian sus necesidades tanto temporales como permanentes a largo plazo; lo cual significa que las carrocerías mantienen una estrategia conservadora dentro de sus entidades en cuanto al manejo de sus deudas, es así como les permiten operar de un modo más relajado y sin ninguna presión por parte de los acreedores.

Se puede afirmar también que las Pymes del sector carrocero utilizan una estrategia intermedia para el correcto funcionamiento de su entidad, cabe mencionar que las carrocerías que mantienen esta estrategia son aquellas que con frecuencia controlan y planean sus actividades económicas, los cuales mediante la encuesta señala que lo hacen semanal y mensualmente, por otro lado, las Pymes manifiestan que cuentan con un porcentaje alto de competencia debido a que ofrecen productos de mejor calidad, pero quienes usan la estrategia intermedia saben que siempre deben mantenerse en un balance en cuanto a la relación riesgo y rendimiento con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento de la carrocería.

Ninguna de las Pymes del sector carrocero encuestadas utiliza un financiamiento corriente a corto plazo, por lo que se puede decir que no cuentan con esta estrategia en sus empresas carroceras.

Otra de las estrategias financieras a corto plazo es la gestión del efectivo en donde al encuestar a las Pymes carroceras se concluye que el uso de esta estrategia es moderado, debido a que los flujos de caja en cuanto a los cobros de clientes son a veces mediante una técnica lo que hace que sus cobros no sean inmediatos, por otro lado, los excedentes de efectivo no siempre se los utiliza a tasas de interés, sin embargo, se podría decir que las Pymes que utilizan esta estrategia son aquellas que cuentan con control y análisis oportuno de los valores de caja chica para evitar pérdidas del efectivo y gastos innecesarios.

Por otra parte, entre las estrategias financieras a largo plazo que utilizan las Pymes carroceras están las utilidades, ya que las carrocerías están de acuerdo que siempre alcanzan la rentabilidad esperada, y además consideran muy importante el reparto de sus utilidades a los trabajadores, es por ellos que se concluye que las empresas se manejan mediante esta técnica a largo plazo para el buen rendimiento empresarial.

Las Pymes cuentan con una estrategia de inversión el cual les permite negociar a tiempo y obtener beneficios, los empresarios acceden a préstamos para financiar sus inversiones anualmente de esta manera les permite obtener mejores rendimientos.

Todas las Pymes carroceras utilizan una estrategia con relación a su estructura financiera, porque en los resultados obtenidos señalan claramente que siempre los reportes financieros son entregados y revisados a tiempo para las futuras decisiones de inversión y financiamiento, por otro lado, esta estrategia les permite mantener ordenadamente los resultados financieros de cada mes y el acumulado.

En las pymes del sector carrocero se realiza casi siempre un análisis del cumplimiento de los objetivos, así como también la gerencia evalúa casi todos los días las decisiones que se toman dentro de la empresa, por otro lado, las carrocerías están de acuerdo que cuentan con un Plan estratégico, por lo que se concluye que en

el sector carrocerero se aplican las estrategias corporativas que tiene como finalidad especificar las acciones de la empresa para alcanzar una ventaja competitiva.

La estrategia de unidad de negocio es otra estrategia que es aplicada por parte de las Pymes del sector carrocerero, esta tiene como finalidad contar con un conjunto de actividades que se llevan a cabo para lograr cumplir con los objetivos trazados por la empresa, es así que las pymes encuestadas manifiestan que cuentan con una cartera de productos que los ayudan a ser más competitivos en el mercado, además mencionan que capacitan trimestralmente a sus trabajadores para que se efectúen los trabajos a tiempo y sin desgastar recursos, otra de las actividades que realizan las carrocerías es hacer que sus clientes, socios, proveedores y empleados cumplan con los valores de su empresa.

Es importante que las empresas cuenten con una estrategia que les permita mejorar la competitividad de la empresa, por lo que las Pymes señalan que si cuentan con una estrategia operativa la cual tiene como finalidad llevar a cabo sus operaciones que les permitan alcanzar sus propósitos. Es así como las Pymes mencionan que mantienen una buena comunicación al interior de la empresa al momento de ejecutar un trabajo, además que sus empresas invierten en promoción y publicidad para apoyar el cumplimiento de la estrategia corporativa, y finalmente, cuentan con tecnología de punta para el uso de los recursos con los que cuentan las carrocerías.

Finalmente, se puede decir que las Pymes del sector carrocerero de la provincia de Tungurahua aplican diferentes estrategias financieras tanto a corto como a largo plazo. Una vez analizadas las estrategias financieras se determinó que en su gran mayoría las carrocerías se manejan mediante el uso adecuado de estrategias las cuales les permiten contar con un buen funcionamiento empresarial.

## **Evaluación de los Estados Financieros para identificar los índices de crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocero de la Provincia de Tungurahua.**

En la presente sección se procederá a realizar el análisis e interpretación de los Estados Financieros de las 6 carrocías de la ciudad de Ambato, mediante los indicadores que permiten conocer el estado actual de cada una de las empresas y a su vez, pretende motivar a las carrocías a continuar evolucionando sus productos dentro del área local para que sigan creciendo en el mercado, ya que este sector juega un papel muy importante dentro de la economía nacional.

Consecutivamente luego de haber realizado la recolección de información suficiente, se inició con el análisis de los datos. Es preciso mencionar que para desglosar los datos obtenidos mediante análisis de los Estados de Situación Financiera y de Resultados se utilizó el programa de Microsoft Excel, el mismo que permitió elaborar tablas y gráficos estadísticos facilitando el análisis de cada indicador.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos que se aplicó a las Pymes del sector carrocero.

## TENDENCIA DE CRECIMIENTO

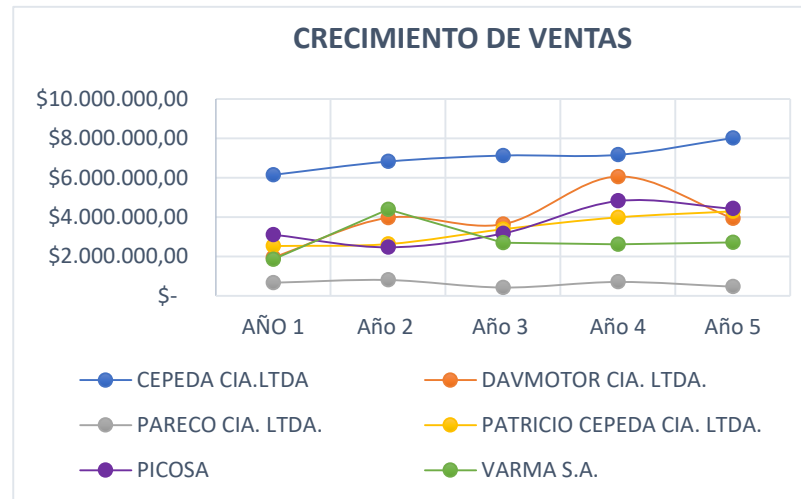
**Tabla 10**

*Tendencia de crecimiento - ventas de las Pymes carroceras*

VENTAS CARROCERÍA	2012	2013	2014	2015	2016	CRECIMIENTO			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1-2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Cepeda Cía. Ltda.	\$6.147.596,43	\$6.826.136,25	\$ 7.131.499,16	\$ 7.166.676,62	\$ 8.022.918,88	11,04%	4,47%	0,49%	11,95%
Davmotor Cía. Ltda.	\$1.951.665,21	\$3.961.616,38	\$ 3.636.389,65	\$ 6.056.335,91	\$ 3.938.531,77	102,99%	-8,21%	66,55%	-34,97%
Pareco Cía. Ltda.	\$ 667.648,82	\$ 803.652,14	\$ 421.882,33	\$ 704.588,55	\$ 465.665,19	20,37%	-47,50%	67,01%	-33,91%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$2.526.326,39	\$2.625.416,56	\$ 3.380.443,37	\$ 3.983.667,32	\$ 4.289.180,16	3,92%	28,76%	17,84%	7,67%
PICOSA	\$3.109.637,17	\$2.466.726,58	\$ 3.173.318,62	\$ 4.821.665,47	\$ 4.431.001,98	-20,67%	28,64%	51,94%	-8,10%
VARMA S.A.	\$1.857.170,15	\$4.384.563,91	\$ 2.697.835,26	\$ 2.617.626,86	\$ 2.720.277,51	136,09%	-38,47%	-2,97%	3,92%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 35.** Crecimiento de ventas

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



En los últimos 5 años las ventas de las empresas en el sector carrocerero han crecido favorablemente debido a la buena gestión empresarial, la empresa carrocera con mayor crecimiento en sus ingresos operacionales es CEPEDA CIA. LTDA., que en el año 1, obtuvo un valor en ventas de \$6.147.596,43, de esta manera fue creciendo en relación a las demás empresas, para el año 2 generó ventas de \$6.826.136,25, mientras que para el año 3 se observa una tendencia de crecimiento, en el año 4 se mantuvo en un monto de \$ 7.166.676,62 , ya para el año 5 se elevó a \$ 8.022.918,88, cabe mencionar que entre los años 4 y 5 presentó un porcentaje alto de crecimiento de 11,95 % en relación con los demás. Por otro lado, la empresa con un menor crecimiento en ventas es PARECO CIA. LTDA., se puede observar que en el año 1, inicio con ventas de \$667.648,82, gracias a una buena gestión en ventas para el año 2, se notó un crecimiento con un monto de \$803.652,14, en el año 3 se vio afectada sus ventas presentando un decrecimiento de \$ 421.882,33, mientras que para el año 4 se elevó a \$704.588,55 y para el año 5 descendió nuevamente donde presenta un valor de \$465.66519, cabe señalar que en el año 4 y 5 presenta un porcentaje de decrecimiento de 33,91%.

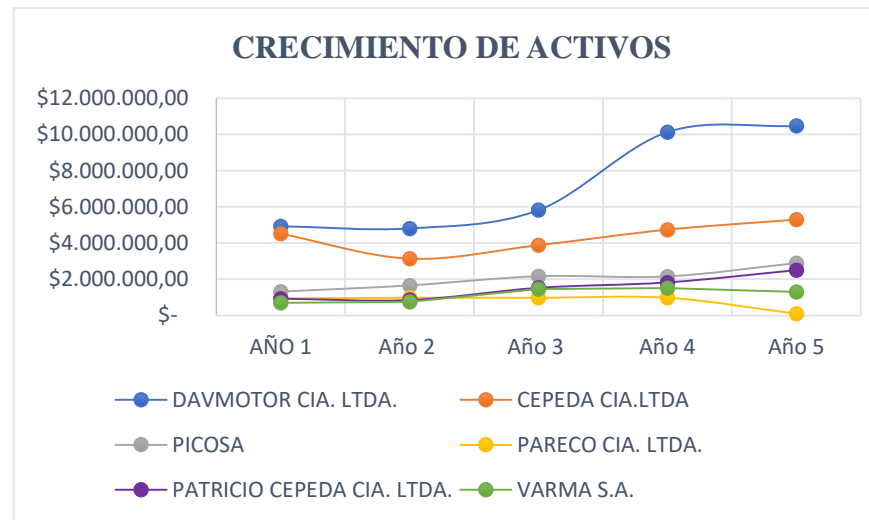
**Tabla 11**

*Tendencia de crecimiento del activo total de las Pymes carroceras*

ACTIVO TOTAL	2012	2013	2014	2015	2016	CRECIMIENTO			
CARROCERÍA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1- 2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Davmotor Cía. Ltda.	\$4.930.100,72	\$4.809.334,70	\$5.819.528,67	\$10.126.529,90	\$10.471.238,20	-2,45%	21,00%	74,01%	3,40%
Cepeda Cía. Ltda.	\$4.515.345,34	\$3.145.648,94	\$3.886.891,37	\$ 4.739.626,69	\$ 5.292.408,18	-30,33%	23,56%	21,94%	11,66%
PICOSA	\$1.312.526,12	\$1.653.092,63	\$2.161.262,56	\$ 2.151.317,73	\$ 2.883.472,76	25,95%	30,74%	-0,46%	34,03%
PARECO CIA. LTDA.	\$ 939.050,85	\$ 981.506,32	\$ 976.193,57	\$ 976.692,85	\$ 99.687,44	4,52%	-0,54%	0,05%	-89,79%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$ 923.562,88	\$ 849.542,82	\$1.522.209,38	\$ 1.820.373,97	\$ 2.494.374,68	-8,01%	79,18%	19,59%	37,03%
VARMA S.A.	\$ 691.182,96	\$ 746.462,44	\$1.462.644,51	\$ 1.506.115,52	\$ 1.294.435,93	8,00%	95,94%	2,97%	-14,05%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 36.** Crecimiento del activo total

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

El sector carroceros de la provincia de Tungurahua en los últimos años ha crecido favorablemente en sus Activos; en el siguiente cuadro se presenta el análisis de 6 carrocerías de los cuales se observa que existe una variación del activo muy regular, se toma como punto de partida \$0,00 dólares, siendo la empresa carrocera con mayor crecimiento DAVMOTOR CIA. LTDA, con \$4.930.100,72 en el año 1, para el año 2 se mantiene en un mismo nivel presentando un monto de \$4.809.334,70, es así como para el año 3, el incrementó en sus activos es de \$5.819.528,67 presentando una línea de incremento moderado, se observa que gracias a diferentes factores positivos la empresa para el año 4, crece progresivamente con un valor de \$10.126.529,90 es allí donde la empresa empieza a tener grandes incrementos de sus activos , el cual para el año 5 se sigue manteniendo elevado con un monto de \$10.471.238,20. La empresa carrocera con un menor incremento en sus activos totales es PARECO CIA. LTDA., donde se observa que para el año 1 obtuvo un monto de \$939.050,85, su línea de crecimiento no es muy elevada por lo que en el año 2 sus resultados fueron de \$981.506,32, hasta el año 3 se mantiene su tendencia de crecimiento, donde en el año 4 se observa un monto de \$ 976.692,85, este valor en el año 5 descendió a \$99.687,44. Por otro lado, se relaciona en porcentajes el año 4 y 5 en el cual se presenta un incremento de 37,03% por parte de Patricio Cepeda Cía. Ltda., y la empresa carrocera que presenta un decrecimiento en sus activos es PARECO CIA. LTDA., con un porcentaje de 89,79% entre los años 4 y 5.

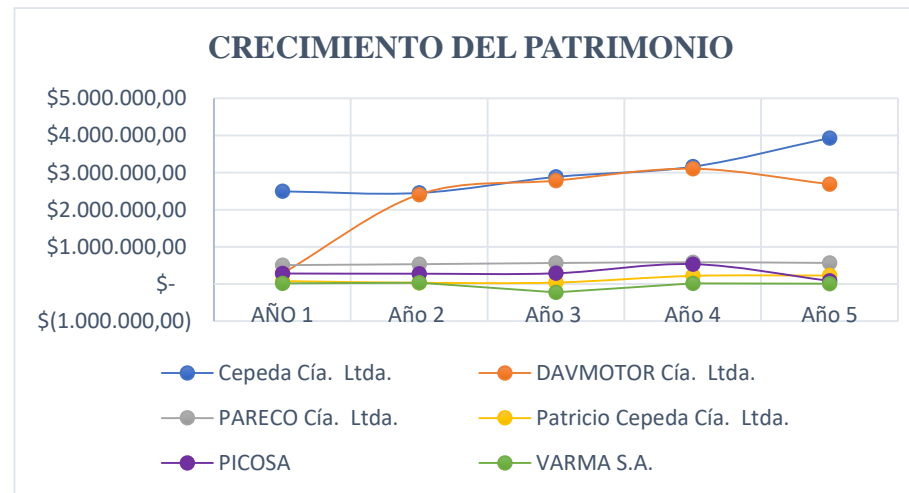
**Tabla 12**

*Tendencia de crecimiento del patrimonio de las Pymes carroceras*

CARROCERÍA	PATRIMONIO					CRECIMIENTO			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1- 2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Cepeda Cía. Ltda.	\$2.495.242,66	\$2.452.920,99	\$2.883.334,44	\$3.159.890,23	\$ 3.929.611,65	-1,70%	17,55%	9,59%	24,36%
Davmotor Cía. Ltda.	\$ 287.733,99	\$2.408.032,53	\$ 2.781.001,99	\$ 3.100.162,10	\$ 2.686.611,43	736,90%	15,49%	11,48%	-13,34%
Pareco Cía. Ltda.	\$ 509.386,71	\$ 534.219,85	\$ 566.527,98	\$ 586.372,60	\$ 568.006,37	4,88%	6,05%	3,50%	-3,13%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$ 80.290,06	\$ 33.580,10	\$ 40.385,06	\$ 220.832,51	\$ 229.846,05	-58,18%	20,26%	446,82%	4,08%
PICOSA	\$ 283.968,12	\$ 278.090,79	\$ 289.734,01	\$ 533.074,65	\$ 89.257,05	-2,07%	4,19%	83,99%	-83,26%
VARMA S.A.	\$ 21.130,89	\$ 35.736,56	\$ -223.292,92	\$ 20.507,66	\$ 8.514,08	69,12%	-724,83%	-109,18%	-58,48%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 37.** Crecimiento del patrimonio

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

En el sector carrocerero de la provincia de Tungurahua en los últimos años no han crecido favorablemente su Patrimonio debido a que sus socios no han tomado la decisión de aumentar su capital, en el siguiente cuadro se presenta el análisis de 6 carrocerías de los cuales se observa que 2 empresas han incrementado su patrimonio, una de las empresas que mayor crecimiento en su patrimonio posee es CEPEDA CIA. LTDA., con \$2.495.242,66 en el año uno, su patrimonio se mantiene en un nivel moderado hasta el año 3, después de este año empieza a crecer y presenta un monto de \$3.159.890,23 en el año 4, es así como para el año 5 crece progresivamente presentando un nivel más alto con un monto de \$ 3.929.611,65 lo que hace que la variación de su patrimonio sea notoria en comparación con las demás empresas. Otra de las empresas con mayor crecimiento en su patrimonio es DAVMOTOR CIA. LTDA., el cual inicio con un monto de \$ 287.733,99 un valor bajo en relación con las otras empresas, para el año 2, incremento de manera muy elevada a \$2.408.032,53, en el año 3 se mantiene su tendencia de crecimiento, mientras que para el año 4 se elevó a \$3.100.162,10, en el año 5 descendió a \$2.686.611,43 es decir cada año fue incrementando y disminuyendo su patrimonio lo que indica que es necesario que la empresa empiece a mejorar su liquidez y ha con sus obligaciones. La empresa carrocera con menor incremento en su patrimonio con relación a las demás carrocerías es VARMA S.A. se observa que en el año 1 presentó un monto de \$21.130,89, en el año 2 generó un pequeño incremento de \$35.736,56, mientras que para el año 3 descendió a \$223.292,92 , sin embargo en el año 4 se observa una tendencia de crecimiento y ya para el año 5 se observa un monto de \$8.514,08, lo cual señala que anualmente ha existido desbalances en cuanto al crecimiento de su patrimonio. Por otro lado, en los años 4 y 5 la empresa CEPEDA CIA. LTDA. presentó un porcentaje de incremento del 24,36% y la empresa carrocera que tiene un decrecimiento es PARECO CIA. LTDA. con un porcentaje de 3,14% en los mismos años.

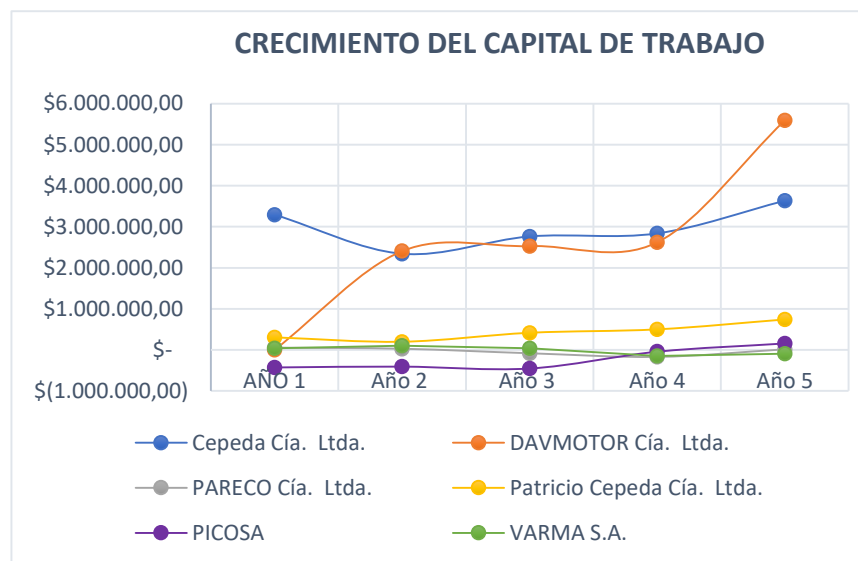
**Tabla 13**

*Tendencia de crecimiento del capital neto de trabajo de las Pymes carroceras*

CAPITAL NETO DE TRABAJO CARROCERÍA	2012	2013	2014	2015	2016	CRECIMIENTO			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1- 2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Cepeda Cía. Ltda.	\$3.293.038,93	\$2.342.068,42	\$2.762.751,16	\$ 2.837.450,72	\$ 3.633.591,35	-28,88%	17,96%	2,70%	28,06%
Davmotor Cía. Ltda.	\$ 504,38	\$2.406.828,67	\$2.530.760,16	\$ 2.622.919,53	\$ 5.595.329,32	477085,59%	5,15%	3,64%	113,32%
Pareco Cía. Ltda.	\$ 52.002,31	\$ 25.444,42	\$ -83.365,97	\$ -170.588,11	\$ 11.350,80	-51,07%	-427,64%	104,63%	-106,65%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$ 304.250,80	\$ 197.926,57	\$ 416.237,95	\$ 499.195,94	\$ 740.025,45	-34,95%	110,30%	19,93%	48,24%
PICOSA	\$ -427.200,56	\$ -406.352,34	\$ -452.861,16	\$ -41.565,38	\$ 160.003,00	-4,88%	11,45%	-90,82%	-484,94%
VARMA S.A.	\$ 37.026,85	\$ 99.724,55	\$ 37.184,05	\$ -149.023,14	\$ -93.183,73	169,33%	-62,71%	-500,77%	-37,47%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 38.** Crecimiento del capital de trabajo

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

En el sector carrocerero de la provincia de Tungurahua en los últimos años se observa un monto moderado de variación en el capital neto de trabajo, es decir que los recursos provienen de la operación propia de la empresa no son recursos externos de acreedores o socios. En el siguiente cuadro se presenta el análisis de las 6 carrocerías de los cuales se observa que 2 empresas presentan un crecimiento superior a las demás carrocerías. Una de ellas con mayor incremento es DAVMOTOR en el cual se observa que empezó con un monto no tan elevado de \$504,38 en el año 1, con el pasar del tiempo para el año 2 se incrementó a \$2.406.828,67, mientras que para el año 3 presenta un valor \$2.530.760,16, sin embargo, en el año 4 se observa que la tendencia de crecimiento ascendente, en el año 5 la empresa presentó un monto muy elevado comparado con los años anteriores el cual fue de \$ 5.595.329,32. Otra de las empresa carrocera con un capital de trabajo alto es CEPEDA CÍA. LTDA., con un monto de \$3.293.038,93 en el año 1, este valor en el año 2 descendió a \$2.342.068,42, sin embargo en el año 3 se observa la tendencia de crecimiento de su capital de trabajo, mientras que para el año 4 se elevó a \$2.837.450,72, esto ha ido incrementando y en el año 5 presentó un monto de \$3.633.591,35. Por otro lado, la empresa con mayor decrecimiento en su capital neto de trabajo es PICOSA donde se observa que desde un inicio revela valores negativos, para el año uno presentó un decrecimiento de \$427.200,56, este valor para el año 2 descendió a \$406.352,34, su capital ha ido disminuyendo en los 3 años, al cuarto año señala también un decrecimiento de \$41.565,38, este valor en el año 5 creció a un valor de \$160.003,00. En los años 4 y 5 se presenta un porcentaje elevado de \$113,32% por parte de la carrocería DAVMOTOR Cita. Ltda. en relación con los demás, mientras que en los mismos años la carrocería que presenta un decrecimiento es PICOSA con un porcentaje de 484,94%.

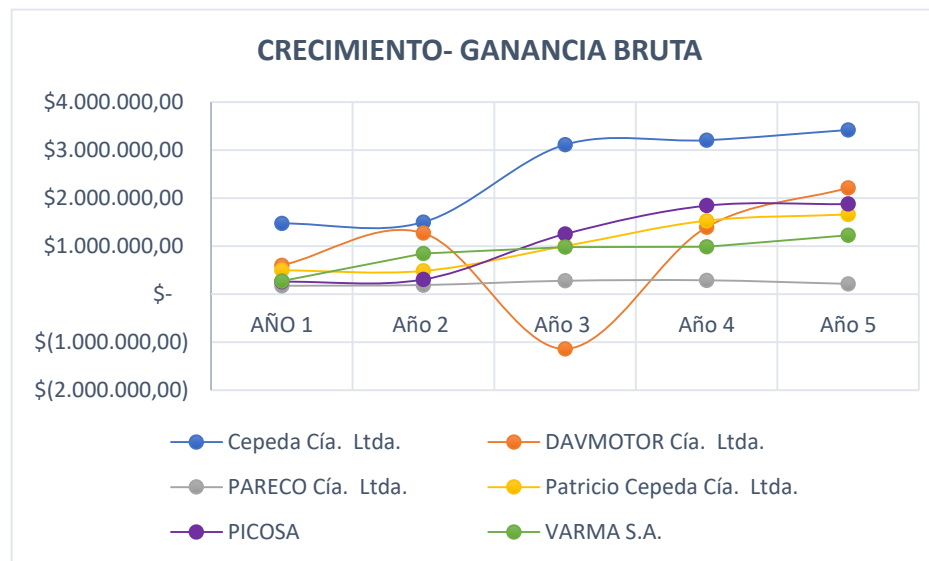
**Tabla 14**

*Tendencia de crecimiento de la ganancia bruta de las Pymes carroceras*

GANANCIA BRUTA CARROCERÍA	2012	2013	2014	2015	2016	CRECIMIENTO			
	AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1-2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Cepeda Cía. Ltda.	\$1.471.192,63	\$1.498.225,52	\$ 3.111.717,34	\$ 3.205.630,69	\$ 3.419.708,13	1,84%	107,69%	3,02%	6,68%
Davmotor Cía. Ltda.	\$ 601.605,44	\$1.273.084,71	\$-1.138.408,93	\$ 1.393.897,47	\$ 2.214.353,19	111,61%	-189,42%	-222,44%	58,86%
PARECO Cía. Ltda.	\$ 172.767,08	\$ 189.107,68	\$ 277.626,28	\$ 287.983,24	\$ 212.790,25	9,46%	46,81%	3,73%	-26,11%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$ 497.729,95	\$ 484.816,50	\$ 999.618,48	\$ 1.527.145,81	\$ 1.656.849,45	-2,59%	106,18%	52,77%	8,49%
PICOSA	\$ 258.910,87	\$ 305.894,70	\$ 1.253.392,62	\$ 1.844.277,42	\$ 1.876.583,58	18,15%	309,75%	47,14%	1,75%
VARMA S.A.	\$ 274.538,09	\$ 847.649,74	\$ 980.531,60	\$ 987.703,43	\$ 1.227.915,55	208,75%	15,68%	0,73%	24,32%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 39.** Crecimiento de la ganancia bruta

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



En el sector carrocerero de la provincia de Tungurahua se presenta el análisis de 6 carrocerías de los cuales se observa la ganancia bruta de las Pymes en los últimos años, se toma como punto de partida \$0,00 dólares, siendo la empresa carrocera con mayor crecimiento en sus ganancias CEPEDA CIA. LTDA, con \$1.471.192,63 en el año 1, mientras que para el año 2 su ganancia es moderada presentando un monto de \$1.498.225,52, para el año 3 se elevó a \$ 3.111.717,34, con el pasar del tiempo en el año 4 se incrementó a \$ 3.205.630,69, el mismo se incrementó en el año 5 a \$3.419.708,13., es preciso mencionar que entre los años 4 y 5 CEPEDA CIA. LTDA presentó un porcentaje de crecimiento de 6,68 %. Por otro lado, la empresa con una tendencia de crecimiento variable es DAVMOTOR CIA. LTDA., el cual en el año 1 presentó una ganancia de \$601.605,44, el mismo se incrementó en el año 2 a \$ 1.273.084,71, en el año 3 este valor decreció notablemente presentando una pérdida de \$ 1.138.408,93 un valor muy significativo comparado con las demás Pymes, sin embargo, en el año 4 se observa una tendencia de crecimiento con un monto de \$1.393.897,47 cuyo valor ha sido de gran beneficio para la empresa después de haber obtenido una gran pérdida en el año anterior, en el año 5 este valor creció a \$2.214.353,19. En los años 4 y 5 la carrocería con un porcentaje elevado es DAVMOTOR CIA. LTDA., con un 58,86% esto se obtiene después de descontar los costos de ventas respectivamente, la empresa PARECO CIA. LTDA cuenta con un decrecimiento de 26,11% en el mismo año, así como también podemos afirmar que a pesar de que los costos de venta aumentaron su impacto sobre la ganancia bruta no es significativa.

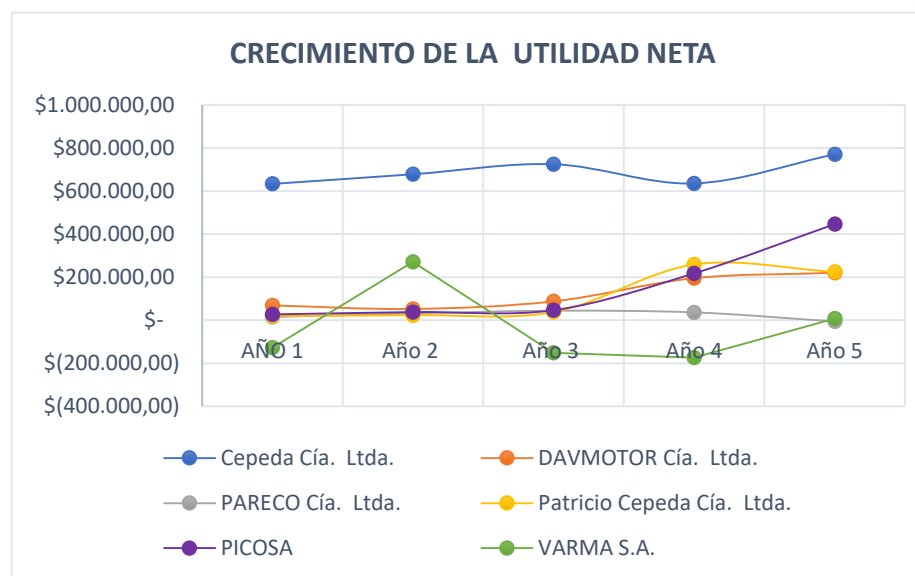
**Tabla 15**

*Tendencia de crecimiento de la Utilidad Neta de las Pymes carroceras*

UTILIDAD NETA CARROCERÍA	2012	2013	2014	2015	2016	CRECIMIENTO			
	AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1- 2	Año 2-3	Año 3-4	Año 4-5
Cepeda Cía. Ltda.	\$ 632.950,52	\$ 677.644,88	\$ 724.176,09	\$ 635.161,18	\$ 769.721,42	7,06%	6,87%	-12,29%	21,19%
Davmotor Cía. Ltda.	\$ 68.570,56	\$ 52.318,72	\$ 87.350,39	\$ 195.331,48	\$ 220.284,55	-23,70%	66,96%	123,62%	12,77%
Pareco Cía. Ltda.	\$ 14.563,97	\$ 31.310,76	\$ 43.795,95	\$ 36.144,01	\$ 6.185,70	114,99%	39,88%	-17,47%	-117,11%
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	\$ 19.230,54	\$ 23.073,06	\$ 37.230,50	\$ 258.875,23	\$ 224.327,68	19,98%	61,36%	595,33%	-13,35%
PICOSA	\$ 26.998,37	\$ 37.857,81	\$ 46.608,44	\$ 217.677,95	\$ 446.131,48	40,22%	23,11%	367,04%	104,95%
VARMA S.A.	\$ -128.219,31	\$ 270.818,16	\$ -151.530,40	\$ -173.605,35	\$ 7.429,32	-311,21%	-155,95%	14,57%	-104,28%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 40.** Crecimiento de la utilidad neta

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

En el sector carrocerero de la provincia de Tungurahua en los últimos años sus beneficios no han crecido favorablemente debido a las diferentes regulaciones gubernamentales que las supervisan, en el siguiente cuadro se presenta el análisis de 6 carrocerías de los cuales se observa que la empresa que mayor crecimiento en sus beneficios posee es CEPEDA CIA. LTDA., con un monto de \$632.950,52 en el año 1, su tendencia de crecimiento es moderada en el año 2 con un beneficio de \$677.644,88, el mismo se incrementó en el año 3 a \$724.176,09, este valor en el año 4 descendió a \$ 635.161,18, mientras que para el año 5 se elevó a \$769.721,42. Al relacionar el año 4 y 5 se observa que CEPEDA CIA. LTDA., presenta un porcentaje de crecimiento en su utilidad de 21,19%. Por otro lado, la empresa carrocera con un menor incrementó es VARMA S.A., con una pérdida de \$128.219,31 en el año 1, mientras que para el año 2 su utilidad se elevó a \$270.818,16, los mismos que con el transcurso del tiempo ha ido disminuyendo presentando en el año 3 otra pérdida de \$151.530,40, en el año 4 este valor decreció a \$173.605,35, sin embargo en el año 5 se observa una mínima tendencia de crecimiento con un monto de \$7.429,32 el cual ha sido de gran beneficio para la carrocería debido a que en los últimos años solo han presentado pérdidas. En los años 4 y 5 Varma S.A. presentó un porcentaje de decrecimiento de 104,28% y en los mismos años el que menor crecimiento en porcentaje tiene es PARECO CIA. LTDA., con un decrecimiento de 117,11%

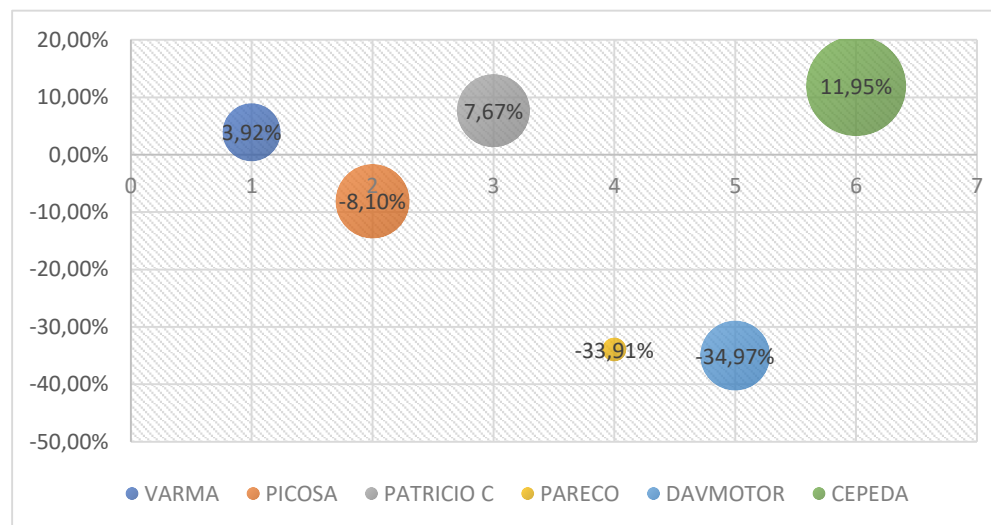
**Tabla 16**

*Distribución de Ventas, cuota de mercado y crecimiento de las Pymes carroceras*

<b>CARROCERÍA</b>	<b>venta (año 2015)</b>	<b>ventas (año 2016)</b>	<b>Variación</b>	<b>Crecimiento</b>	<b>Ln ventas</b>	<b>Participación en el mercado</b>
Cepeda	\$ 7.166.676,62	\$ 8.022.918,88	\$ 856.242,26	11,95%	15,90	33,61%
Davmotor	\$ 6.056.335,91	\$ 3.938.531,77	\$ -2.117.804,14	-34,97%	15,19	16,50%
Pareco	\$ 704.588,55	\$ 465.665,19	\$ -238.923,36	-33,91%	13,05	1,95%
Patricio Cepeda	\$ 3.983.667,32	\$ 4.289.180,16	\$ 305.512,84	7,67%	15,27	17,97%
PICOSA	\$ 4.821.665,47	\$ 4.431.001,98	\$ -390.663,49	-8,10%	15,30	18,56%
VARMA	\$ 2.617.626,86	\$ 2.720.277,51	\$ 102.650,65	3,92%	14,82	11,40%
<b>TOTAL</b>	<b>\$25.350.560,73</b>	<b>\$23.867.575,49</b>	<b>\$-1.482.985,24</b>	<b>\$ -0,53</b>	<b>\$ 89,53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)



**Gráfico 41.** Distribución de ventas, cuota de mercado y crecimiento de las Pymes carroceras

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, valores y seguros

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

En el sector carrocerero de la provincia de Tungurahua en los dos últimos años se observa la distribución de ventas, cuotas de mercado y crecimiento. En cuanto a las ventas y participación en el mercado de las Pymes, la carrocería CEPEDA CIA.LTDA y PICOSA S.A., presentan la mayor representatividad en ventas con relación al mercado, su participación asciende a 33,61% y 18,56% respectivamente, la tercera empresa con mayor peso en el mercado es PATRICIO CEPEDA CIA. LTDA., el cual alcanza una cuota del 17,97%.

Las empresas que han presentado un mayor crecimiento en los años 2015- 2016 fueron: en primer lugar, la carrocería CEPEDA CIA. LTDA., con un crecimiento de 11,95% lo que indica que es la empresa carrocera con mayor cuota de mercado y mayor crecimiento que las demás, en segundo lugar, se encuentra la carrocería PATRICIO CEPEDA CIA. LTDA., con un crecimiento del 7,67%, y en un tercer lugar está la carrocería VARMA S.A., con un 3,92% lo que muestra que tiene mayor crecimiento, disminución en ventas y en cuota de mercado.

**Tabla 17**

*Análisis de la variable independiente*

ANÁLISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE											
VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS	ITEMS BÁSICOS	RESULTADOS			HALLAZGO	CRITERIO	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN
					SI	NO	A VECES				
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	Nivel de estrategia	Estrategia de unidad de negocio	Encuesta	¿La empresa cuenta con una cartera de productos para lograr posicionarse en el mercado?	33%	0,00%	67%	El 67% de las Pymes carroceras consideran que a veces cuentan con una cartera de productos, mientras que el 33% considera que si cuenta con una cartera amplia de productos	Las empresas deben contar con un catálogo donde se detallan con más claridad los precios del producto que ofrece.	La mayoría de Pymes carroceras deciden que no siempre es necesario contar con un grupo de productos, servicios o marcas para poder vender en el mercado.	Recomiendo a las empresas mejorar sus funciones departamentales en las que se cumplan las estrategias corporativas ya que es primordial evaluar con frecuencia las decisiones de las empresas de manera eficaz y eficiente, para así, mejorar el desempeño competitivo y productivo en el mercado.
		Estrategia Operativa	Encuesta	¿En su entidad, cuenta con tecnología de punta?	67%	0,00%	33%	Las empresas del sector carrocerero cuentan con tecnología de punta en un 67%, por otro lado, el 33% de estas empresas no cuentan con tecnología actualizada para su entidad.	Las empresas deben realizar planes de mejora para su maquinaria con la labora.	No todas las Pymes tienen planes de innovación de tecnología.	
	Estrategia Financiera a corto plazo	Estrategia conservadora	Encuesta	¿la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?	67%	0,00%	33%	Un 67% afirman que las Pymes si financian sus necesidades tanto temporales como permanentes a largo plazo, y el 33% no deja de considerar que el financiamiento a corto plazo también puede ser de gran ayuda para las industrias	Toda empresa debe tener un negocio que sea rentable es por ello que deben invertir sus necesidades a un tiempo moderado.	Los empresarios manifiestan que al mantener deudas a largo plazo los ayudan a operar de modo más relajado, sin presiones relacionadas con las exigencias de los acreedores.	Es recomendable que las empresas carroceras no dejen de implementar las estrategias financieras con las que se desempeñan actualmente, ya que mediante ellas puede tener un control adecuado en cuanto a su liquidez empresarial.

	Estrategia intermedia	Encuesta	¿La participación en el sector carrocerero requiere de economías de escala?	100%	0,00%	0,00%	Las Pymes del sector carrocerero el 100% consideran que requieren de economías de escala.	Las empresas deben producir más para su costo sea menor.	A medida que la producción de las empresas carroceras crece, sus costes, por unidad producida se reducen	
Estrategia Financiera a largo plazo				<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo, ni es desacuerdo</b>				Es recomendable que las Pymes carroceras controlen con mayor frecuencia la rentabilidad que alcanza al final de un periodo, para de esta manera evaluar sus posibles problemas al no poder alcanzar lo que se esperaba
	Utilidades	Encuesta	¿Considera que la empresa alcanza la rentabilidad esperada?	50%	33%	17%	El 50% de las empresas carroceras están de acuerdo, un 33% está totalmente de acuerdo y un 17% tiene otro criterio.	Toda empresa debe tener claro cuál será su meta en cuanto a la rentabilidad al final del ejercicio económico	El nivel de rentabilidad que alcanza las empresas carroceras es aceptado.	
				<b>Anual</b>	<b>Semestral</b>	<b>Mensual</b>				
	Inversiones	Encuesta	¿Con que periodicidad accede a préstamos para financiar nuevas inversiones?	67%	33%	0,00%	El 67% durante los últimos años han accedido a préstamos a largo plazo, por otro lado, un 33% mencionan que sus préstamos lo solicitan para menos de un año.	Las empresas para un mejor desarrollo deben acceder a préstamos a largo plazo por la comodidad de pago.	Se concluye que para cumplir con sus expectativas las empresas se enfocan en préstamos a largo plazo para financiar nuevas inversiones.	

**Fuente:** Encuestas de las Pymes carroceras

**Elaborado por:** Guamán, G (2019)

**Tabla 18***Análisis de los Indicadores de crecimiento*

	2012	2013	2014	2015	2016		
<b>INDICADORES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Promedio</b>	<b>índice de crecimiento</b>
Ventas	\$ 16.260.044,17	\$21.068.111,82	\$20.441.368,39	\$25.350.560,73	\$23.867.575,49	\$21.397.532,12	7,98
Activo Total	\$ 13.311.768,87	\$12.185.587,85	\$15.828.730,06	\$21.320.656,66	\$22.535.617,19	\$17.036.472,13	11,10
Patrimonio	\$ 3.677.752,43	\$ 5.742.580,82	\$ 6.337.690,56	\$ 7.620.839,75	\$ 7.511.846,63	\$ 6.178.142,04	15,35
Capital Neto de Trabajo	\$ 3.259.622,71	\$ 4.665.640,29	\$ 5.210.706,19	\$ 5.598.389,56	\$10.047.116,19	\$ 5.756.294,99	25,25
Ganancia Bruta	\$ 3.276.744,06	\$ 4.598.778,85	\$ 5.484.477,39	\$ 9.246.638,06	\$10.608.200,15	\$ 6.642.967,70	26,49
Utilidad Neta	\$ 634.094,65	\$ 1.093.023,39	\$ 787.630,97	\$ 1.169.584,50	\$ 1.661.708,75	\$ 1.069.208,45	21,25

<b>INDICADOR</b>	<b>ESTADO ACTUAL</b>	
Ventas	7,98%	<b>MODERADO</b>
Activo Total	11,10%	<b>MODERADO</b>
Patrimonio	15,35%	<b>MODERADO</b>
Capital Neto de Trabajo	25,25%	<b>MODERADO</b>
Ganancia Bruta	26,49%	<b>ALTO</b>
Utilidad Neta	21,25%	<b>MODERADO</b>

>25 -100%	<b>ALTO</b>
>5 - 25%	<b>MODERADO</b>
<=5%	<b>BAJO</b>

**Fuente:** Encuestas de las Pymes carroceras

**Elaborado por:** Guamán, G (2019)



## 4.2 Verificación de la hipótesis

Como lo señala Rodríguez, Pierdant , & Rodríguez (2014) una verificación de hipótesis es : “una prueba estadística que se utiliza para decidir si cierta propiedad supuesta para una población es confirmada por la observación de una muestra” (pág. 386). Así mismo los autores señala que: “el procedimiento estadístico de decisión consiste en formular una hipótesis acerca de la población, en elegir la prueba estadística adecuada para contrastar dicha hipótesis y en aplicar la prueba sobre la muestra observada” (pág. 386).

Por otro lado, Martínez Bencardio (2012) menciona que:

Una hipótesis estadística, puede considerarse como la afirmación acerca de una característica ideal de una población sobre la cual hay inseguridad en el momento de formularla y que, a la vez; es expresada de tal forma que puede ser rechazada.

La hipótesis puede ser formulada con el fin de rechazarla de acuerdo con el análisis estadístico. Esta clase de hipótesis se denomina *hipótesis nula* y se representa por  $0$ , es aquella por medio de la cual se hace afirmación sobre un parámetro, que se va a consultar con el resultado muestral. Se tiene también la *hipótesis alternativa* representada por  $a$ , es toda aquella hipótesis que difiere de la hipótesis nula, es decir, ofrece una alternativa, afirmando que la hipótesis nula es falsa. (pág. 328)

Para la comprobación de hipótesis se utilizó el programa estadístico U de Mann - Whitney la cual de acuerdo a Martínez Bencardio (2012) “Es la prueba más aplicada dentro de las distribuciones *no paramétricas*, debido a que toma mayor información que poseen los datos, haciéndola mucho más eficiente que las otras pruebas, sobre todo cuando se seleccionan *dos conjuntos aleatorios e independientes*, es tal forma que se puedan ordenar por rangos” (pág. 466).

La fórmula de aplicación de la U de Mann Whitney es:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_2$$

**Donde:**

$n_1$  = Tamaño de la muestra del grupo 1

$n_2$  = Tamaño de la muestra del grupo 2

$R_1$  y  $R_2$  = Suma de rango para cada grupo

La base de datos utilizada para introducir en el programa SPSS fue la siguiente:

**Tabla 19**

*Base de datos ventas sector carrocero*

VENTAS	2012	2013	2014	2015	2016
CARROCERÍA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cepeda Cía. Ltda.	6147596,43	6826136,25	7131499,16	7166676,62	8022918,88
Davmotor Cía. Ltda.	1951665,21	3961616,38	3636389,65	6056335,91	3938531,77
Pareco Cía. Ltda.	667648,82	803652,14	421882,33	704588,55	465665,19
Patricio Cepeda Cía. Ltda.	2526326,39	2625416,56	3380443,37	3983667,32	4289180,16
PICOSA	3109637,17	2466726,58	3173318,62	4821665,47	4431001,98
VARMA S.A.	1857170,15	4384563,91	2697835,26	2617626,86	2720277,51

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

**Fuente:** Superintendencia de compañías, valores y seguros.

La información que se utiliza para introducir en el programa SPSS son las ventas de los últimos 5 años de las 6 PYMES carroceras del cantón Ambato, relacionada con la pregunta 15 de las encuestas realizadas a este sector, se realiza esta relación con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada.

Con un nivel de confianza del 95%, se comprueba la hipótesis en el año 1 y en el año 5 por lo cual se concluye que:

**H1:** La aplicación de las estrategias financieras si influyen en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocero de la ciudad de Ambato.

Se puede decir que en el año 1 y 5 existe una gran relación debido a que fueron los años con mayor porcentaje en ventas por lo que las empresas logran alcanzar la rentabilidad esperada, demostrando así que las carrocerías cuentan con el buen funcionamiento de las estrategias financieras a largo plazo. Finalmente, es preciso mencionar que: para la comprobación de la hipótesis se utilizó el programa estadístico SPSS, donde se obtuvo la siguiente información.

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las medianas de año_uno son las mismas entre las categorías de Alcanza la rentabilidad?.	Prueba de la mediana para muestras independientes	,050	Rechazar la hipótesis nula.

**Gráfico 42.** Verificación de hipótesis de las ventas año 1

**Fuente:** Programa Estadístico SPSS

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

5	Las medianas de año_cinco son las mismas entre las categorías de Alcanza la rentabilidad?.	Prueba de la mediana para muestras independientes	,050	Rechazar la hipótesis nula.
---	--	---	------	-----------------------------

**Gráfico 43.** Verificación de hipótesis de las ventas año 5

**Fuente:** Programa Estadístico SPSS

**Elaborado por:** Guamán, G. (2019)

El programa SPSS arrojó como resultado de significación un valor de 0,050. Por lo que se puede decir que: son significativos porque los  $p$  valores son menores o iguales que 0,05 con un nivel de confianza del 95%.

En otras palabras, cuando se realiza una prueba de hipótesis con el programa estadístico SPSS no se establece el nivel de significación deseado, el programa calcula el valor de  $p$  o significación asintótica; si el valor de  $p$  es menor o igual que el nivel de significación ( $\alpha$ ) se rechazará la hipótesis nula, denominando su resultado “estadísticamente significativo”.

### **4.3. Limitación del estudio**

Para la realización del presente proyecto de investigación no existieron limitaciones por parte de los directivos y propietarios de las Pymes del sector carrocero de la ciudad de Ambato, es decir, durante la investigación existió colaboración y predisposición para obtener la información primaria necesaria para su respectivo análisis.

Una de las limitaciones que se presentó en este proyecto fue la información no actualizada de los estados financieros de algunas empresas carroceras, dado que en la base de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros no contaba con documentación de los estados financieros del año 2017. Considerando aquello, se realizó la investigación con años anteriores (2012,2013,2014,2015 y 2016) para poder tener la misma información todas las carrocéricas a estudiar. Para la realización de la comprobación de hipótesis se consideró únicamente a las ventas de las empresas constituidas como compañías, y es así como se puede llegar a verificar la hipótesis planteada.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Basado en los objetivos de la presente investigación se establecieron las siguientes conclusiones:

#### 5.1 Conclusiones

- A través del análisis respectivo mediante las encuestas aplicadas a las Pymes del sector carrocero de la ciudad de Ambato, se identificó que las carrocerías utilizan estrategias financieras para la evaluación y toma de decisiones empresariales acertadas, pues las mismas les permiten asegurar el sustento financiero de las Pymes.

Una de las estrategias aplicadas que han tenido mayor incidencia y que es mayormente utilizada por las Pymes carroceras es la estrategia conservadora que se encuentran dentro de las Estrategias financieras a corto plazo, el cual mediante la encuesta muestra que un promedio de 67% de las empresas financian sus necesidades temporales y permanentes a largo plazo, lo cual es aceptable ya que de esta forma optan por créditos a largo plazo, es decir que su deuda ascienda a más de un año, además las carrocerías prefieren endeudarse con menor frecuencia y solicitar montos de gran representatividad para pagarlos a un tiempo moderado. De la misma manera dentro de este grupo de estrategias a corto plazo se analiza la estrategia intermedia, en la cual el 50% de las empresas planean y controlan las actividades económicas de forma semanal, lo cual es conveniente para la correcta toma de decisiones en un tiempo moderado. Finalmente, se identificó que las Pymes utilizan también estrategias financieras a largo plazo dentro de ellas se encuentra la de las utilidades, donde el 50% mencionan que siempre alcanzan su rentabilidad lo cual les permite seguir creciendo de forma correcta.

- Los principales indicadores de crecimiento empresarial aplicados en el presente proyecto de investigación permitieron evaluar los índices de crecimiento de las Pymes carroceras para la correcta toma de decisiones y aplicación de oportunidades de desarrollo económico. De las 6 Pymes

carroceras a las cuales se analizó mediante los indicadores de: ventas, activos, patrimonio, capital neto, ganancia bruta, utilidad neta; se puede concluir que las ventas con mayor representatividad en los años 2015 y 2016 fueron las carrocerías Cepeda Cía. Ltda. y Patricio Cepeda Cía. Ltda. y una de las carrocerías que se encuentra en una zona de riesgo es Davmotor Cía. Ltda. con un porcentaje de decrecimiento de 34,97% en los años 2015 y 2016. En cuanto al indicador sobre la utilidad neta para el año 2016 la carrocería que refleja un alto crecimiento es Cepeda Cía. Ltda.; dichos resultados muestran que las industrias tienen un potencial de crecimiento a largo plazo, aunque ciertas empresas mantienen una participación de mercado considerable y no muy representativas. Así mismo se concluye que los dos últimos años el crecimiento empresarial de las Pymes del sector carrocerero ha sido elevado en comparación a los años anteriores.

- Las estrategias financieras influyen significativamente en el crecimiento empresarial en el sector carrocerero de la Provincia de Tungurahua, es decir, que las estrategias financieras para las carrocerías son de gran importancia para su competitividad dentro del mercado, además Ambato es una de las ciudades que abarca un gran porcentaje de empresas de la industria carrocera, lo que hace que aporte considerablemente a la economía del país, por ellos los propietarios manifiestan que siempre buscan estrategias o técnicas que los ayuden a sobresalir dentro del sector con productos que cuenten con altos estándares de calidad.

## **5.2 Recomendaciones**

- Luego de la investigación de campo se puede recomendar que una solución para mejorar el crecimiento empresarial es implementar con mayor frecuencia las demás estrategias financieras que se conoce pero que no son aplicadas continuamente dentro de la organización, esto se puede realizar mediante el diseño de una metodología para el desarrollo de estrategias financieras dentro de las empresas, puesto que se realizan planes de acción y se plantean los objetivos con claridad, los cuales permitirán definir las estrategias a utilizar para lograr los objetivos empresariales establecidos.

- Con relación al crecimiento empresarial se recomienda mejorar su participación en el mercado mediante el fortalecimiento y consolidación de la empresa al futuro, además deben considerar la idea de expandir sus productos a otros mercados donde puedan tener mayor participación y asegurar la continuidad del negocio. Realizar periódicamente un presupuesto de ingresos y egresos para cada empresa carrocera con la finalidad de solucionar imprevistos a tiempo y con ello incrementar las utilidades con relación a los años anteriores. Así mismo, se recomienda a todas las Pymes tomar como modelo las empresas que tienen mayor crecimiento en el mercado y plantearse como meta llegar a ser iguales o mejores que la competencia.
- El tener claro las estrategias financieras permitirá un mayor cuidado de la salud financiera de las empresas y se podrá evitar futuros problemas que pueden conducir la empresa a la quiebra, por lo que se recomienda a las Pymes crear políticas internas sobre el cumplimiento de las estrategias por parte de todos los colaboradores. Por otro lado, para que las Pymes carroceras sigan en constante crecimiento necesario promocionar su trabajo y dar a conocer sus productos a través de ferias dentro y fuera de la ciudad, generando así confianza en los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera Enríquez, L., González Adame, M., & Rodríguez Camacho, R. (septiembre-diciembre de 2011). Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia. *Investigación y Ciencia*, 19(53), 39-48. Recuperado el 31 de julio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/674/67421408005.pdf>
- Aguilera, A., & Puerto, D. (enero-junio de 2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*(32), 1-26. Recuperado el 6 de junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Aguilera, A., & Virgen, V. (2014). Principales Indicadores De Crecimiento Empresarial En Las Pequeñas Y Medianas Empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(7), 27-43. Recuperado el 10 de octubre de 2018, de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2334385](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2334385)
- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*(32), 1-26. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64623932002.pdf>
- Álvarez, M., & Abreu. (septiembre de 2008). Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 3(2), 65-104. Recuperado el 31 de julio de 2018, de <http://www.spentamexico.org/v3-n2/3%282%29%2065-104.pdf>
- Álvarez, M., & Abreu, J. (septiembre de 2008). Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa. *Daena Journal*, 3(2), 65-104. Recuperado el 1 de mayo de 2018
- ANT. (16 de noviembre de 2018). *Agencia Nacional de Tránsito*. Recuperado el 20 de abril de 2019, de <https://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/5950->



listado-de-empresas-fabricantes-de-carrocerias-autorizadas-por-ant-14-de-noviembre-de-2018

- Aragón, A., Rubio, A., Jiménez , A., & Chablé, J. (abril de 2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Investigacion y ciencia*(47), 4-12. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <https://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%201.pdf>
- Arias , F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. Recuperado el 10 de abril de 2019
- Arias , F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. Recuperado el 10 de Abril de 2019
- Aybar, C., Casino , A., & López, J. (abri de 2003). Estrategia y estructura de capital en la PYME: una aproximación empírica. *Estudios de Economía Aplicada*, 21(1), 27-52. Recuperado el 1 de mayo de 2018, de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30121108>>
- Baños, S., García, P., & Martínez, P. (octubre- diciembre de 2014). Estrategias de financiación de las necesidades operativas de fondos y rentabilidad de la empresa. *Universia Business Review*(44), 104-121. Recuperado el 1 de mayo de 2018
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (julio-diciembre de 2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *INNOVAR Revista de Ciencias*, 16(28), 43-56. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>

- Camacho , M. (2002). Direccionamiento estratégico: análisis de una herramienta. *Revista Via Salud*, 6-12. Recuperado el 16 de agosto de 2018, de <https://oes.org.co/portfolio/revista-via-salud-no21-2002/>
- CANFAC. (2007). *Cámara de Nacional de Fabricantes de Carrocerías*. Recuperado el 10 de abril de 2019, de Cámara de Nacional de Fabricantes de Carrocerías: <https://es.calameo.com/read/004840217be1816e944c5>
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá, Colombia: Ecoe. Recuperado el 10 de octubre de 2018
- Duarte, F. (julio de 2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 2(3), 46-56. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/2816/281621764007.pdf>
- Durbán, S. (2008). *Dirección Financiera* (primera ed.). (J. Fernández , Ed.) Madrid, España: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA. Recuperado el 9 de octubre de 2018
- Fred, D. (2008). *Conceptos de administración estratégica* (decimoprimer ed.). (P. M. Guerra Rosas, Ed.) México, México: Pearson educación. Recuperado el 9 de octubre de 2018
- García, J., & Paredes, L. (2014). *Estrategias financieras empresariales*. Mexico: Patria. Recuperado el 15 de agosto de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utasp/reader.action?docID=3227432&query=>
- Gitman, L., & Gutiérrez, O. (2010). *Administración Financiera* (Decimoprimer ed., Vol. 1031). (M. Zahar, Ed.) México, México: Pearson Education. Recuperado el 9 de octubre de 2018
- Hitt, M., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. (2004). *Administración Estratégica, Competitividad y conceptos de globalización* . (P. d. Rosales,

Ed.) México,D.F, México: International Thomson Editores, S.A. Recuperado el 9 de octubre de 2018

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (Decimocuarta edición ed.). (J. Mares, & K. E. Arriaga, Edits.) México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. Recuperado el 31 de julio de 2018, de <https://brandingconsultinggroup.files.wordpress.com/2018/04/administracion-una-perspectiva-global-y-empresarial-14-edi-koontz.pdf>

La Hora. (11 de octubre de 2011). La carrocería ambateña, con sello de exportación. Ambato, Tungurahua, Ecuador. Recuperado el 20 de abril de 2019, de <https://lahora.com.ec/noticia/1101217362/noticia>

Leal, M., & Cefalá, Y. (octubre-diciembre de 2003). Estrategias de crecimiento empresarial aplicadas por hipermercados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 8(24), 607-621. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/290/29002406.pdf>

López, E., Vázquez, M., García, O., & Rangel, J. (2016). Estrategias financieras en la micro y pequeña empresa artesanal del municipio de. *Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital*. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de [http://www.ecorfan.org/actas/A\\_1/12.pdf](http://www.ecorfan.org/actas/A_1/12.pdf)

Martínez Bencardio, C. (2012). *Estadística y muestreo* (Décima tercera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 24 de mayo de 2019

Ortíz, H. (2006). *Análisis Financiero aplicado y principios de administración financiera* (treceava ed.). Colombia. Recuperado el 10 de octubre de 2018

Pérez, D., & Velazco, D. (enero-diciembre de 2012). Sostenibilidad y autonomía financiera en empresas de producción social. *Multiciencias*, 12, 121-125. Recuperado el 2 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/904/90431109019.pdf>

- Ramírez , G., Solórzano, L., & Rosillo, Y. (julio-noviembre de 2002). Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Cumaná (Venezuela): inflación, gerencia y desarrollo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 7(19), 390-402. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/290/29001904.pdf>
- Ramírez, C. (julio-diciembre de 2013). La importancia de la estrategia corporativa en el desarrollo del producto: una propuesta. *portancia de la estrategia corporativa en el desarrollo del producto: una propuesta*(35), 182-205. Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64629832008.pdf>
- Rodríguez, J., Pierdant , A., & Rodríguez, C. (2014). *Estadística para Administración*. (J. Callejas, Ed.) México D.F.: PatriaS.A. Recuperado el 24 de mayo de 2019
- Romero, L. (mayo-agosto de 2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes. *Revista Escuela de Administración de*(57), 131-141.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (s.f.). *SRI*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Shim, J., & Siegel, J. (2004). *Dirección Financiera* (segunda ed.). (S. Figueras, Ed.) Madrid, España: McGRAW-Hill Companies. Recuperado el 10 de octubre de 2018
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2017). *Estudios sectoriales: MIPYMES y Grandes Empresas. Investigación y estudios, Dirección Nacional de Investigación y Estudios*. Recuperado el 15 de marzo de 2019, de [https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial\\_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02](https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02)

- Telégrafo, E. (1 de julio de 2017). El sector carrocerero factura \$ 80 millones al año. *A nivel nacional cada año se renuevan 2.200 unidades de transporte*. Ambato, Tungurahua. Recuperado el 20 de abril de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-sector-carrocero-factura-usd-80-millones-al-ano>
- Thompson, A., Strickland, A., & Gamble, J. (2008). *Administración Estratégica, Teoría y Casos* (decimoquinta ed.). (J. Mares, Ed.) Mexico, DF, Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA. Recuperado el 9 de octubre de 2018
- Weston, F., & Brigham, E. (1984). *Manual de administración financiera* (séptima ed.). México,D.F., México: Nueva Editorial Interamericana. Recuperado el 10 de octubre de 2018
- Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad General* (séptima ed.). Bogotá, Colombia: McGraw Hill Interamericana. Recuperado el 9 de octubre de 2018
- Zúñiga, R. (2005). Operaciones: concepto, sistema, estrategia y simulación. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 1-24. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/716/71603402.pdf>

## ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



---

### ENCUESTA

**DIRIGIDO A:** PYMES del sector carrocero de la provincia de Tungurahua.

**ÁREA:** Administrativa

**MOTIVACIÓN:** Obtener información confiable para el estudio de la presente investigación, la misma que será realizada con fines académicos.

**OBJETIVO:** Recolectar información relevante sobre las estrategias financieras que han influido en el crecimiento empresarial de la industria carrocera de la provincia de Tungurahua.

**NOMBRE DE LA EMPRESA:**

.....

**1.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los cobros a clientes?**

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

**2.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los pagos a proveedores, empleados, bancos?**

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

**3.- ¿la empresa financia sus necesidades temporales con deudas a corto plazo?**

**(si la respuesta es NO pase a la pregunta 5)**

Si  No  A veces

**4.- ¿la empresa financia sus necesidades permanentes con deudas a largo plazo?**

**(Si la respuesta es SI pase a la pregunta 6)**

Si  No  A veces

**5.- ¿la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?**

Si  No  A veces

**6.- Cada que tiempo la empresa planea y controla sus actividades económicas?**

Diario  
 Semanal  
 Mensual  
 Semestral  
 Anual

**7.- ¿Está usted de acuerdo que los competidores ofrecen productos o servicios de mejor calidad a precios similares?**

Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

**8.- ¿El porcentaje de competidores con el que cuenta la empresa es?**

Alto

- Medio
- Bajo

**9.- ¿La participación en el sector carrocero requiere de economías de escala?**

- Si
- No
- A veces

**10.- ¿Con qué frecuencia realizan un proceso de control de inventarios?**

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

**11.- ¿En su entidad, se utiliza una técnica de cobro inmediato para sus clientes?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Muy pocas veces
- Nunca

**12.- ¿Con que periodicidad se controla y analiza la cantidad exacta con la que se maneja en caja chica?**

- Mensualmente
- Trimestral
- Semestralmente
- Anualmente
- No se controla

**13.- ¿En su entidad, se invierte los excedentes de efectivo a tasas de interés?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Muy pocas veces
- Nunca

**14.- ¿Qué tan importante considera usted que es su producto para el mercado?**

- No es importante
- Poco importante
-



- Neutral
- Importante
- Muy importante

**15.- ¿Considera que la empresa alcanza la rentabilidad esperada?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**16.- ¿Con que periodicidad accede a préstamos para financiar nuevas inversiones?**

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

**17.- ¿Los reportes financieros son entregados y revisados a tiempo?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Muy pocas veces
- Nunca

**18.- En su entidad, ¿Los resultados financieros de cada mes y el acumulado son llevados ordenadamente?**

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todos los días
- Todos los días

**19.- ¿Elabora el presupuesto de gastos y los compara con el resultado real?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Muy pocas veces
- Nunca

**20.- ¿Qué tan importante considera usted el reparto de utilidades a sus trabajadores?**

- No es importante
- Poco importante
- Neutral
- Importante
- Muy importante

**21.- ¿En su entidad, se realiza un análisis del cumplimiento de los objetivos propuestos?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Muy pocas veces
- Nunca

**22.- ¿La Gerencia evalúa el grado de eficacia y eficiencia de las decisiones que se toman dentro de la empresa?**

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todos los días
- Todos los días

**23.- ¿Está usted de acuerdo con que la empresa cuenta con un Plan Estratégico astuto, creativo y proactivo?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**24.- ¿La empresa cuenta con una cartera de productos para lograr posicionarse en el mercado?**

- Si                                       No                                       A veces

**25.- ¿Con que prioridad la empresa contribuye al desarrollo y capacitación de sus trabajadores?**

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente
- No se capacita

**26.- ¿Cómo calificaría la competencia y negociación entre su empresa y las de su sector?**

- Muy difícil
- Difícil
- Neutral
- Fácil
- Muy fácil

**27.- ¿Cómo calificaría la participación de sus clientes, socios, proveedores y empleados a los valores de su empresa?**

- Muy bien
- Bien
- Regular
- Malo
- Muy malo

**28.- ¿Cómo considera la comunicación al interior de la empresa?**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Malo
- Muy malo

**29.- ¿La empresa invierte en promoción y publicidad para sus productos?**

Siempre

Casi siempre

A veces

Muy pocas veces

Nunca

**30.- ¿En su entidad, cuenta con tecnología de punta?**

Si

No

A veces



*Muchas gracias*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Totalmente de acuerdo

ENCUESTA



COMPENSA  
compañía limitada

DIRIGIDO A: PYMES del sector carrocerero de la provincia de Tungurahua.

ÁREA: Administrativa

MOTIVACIÓN: Obtener información confiable para el estudio de la presente investigación, la misma que será realizada con fines académicos.

OBJETIVO: Recolectar información relevante sobre las estrategias financieras que han influido en el crecimiento empresarial de la industria carrocerera de la provincia de Tungurahua.

NOMBRE DE LA EMPRESA: Cepeda Cua Ltda.

1.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los cobros a clientes?

- Diario  
 Semanal  
 Mensual  
 Semestral  
 Anual

2.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los pagos a proveedores, empleados, bancos?

- Diario  
 Semanal  
 Mensual  
 Semestral  
 Anual

3.- ¿la empresa financia sus necesidades temporales con deudas a corto plazo? (si la respuesta es NO pase a la pregunta 5)

- Si  No  A veces

4.- ¿la empresa financia sus necesidades permanentes con deudas a largo plazo? (Si la respuesta es SI pase a la pregunta 6)

- Si  No  A veces

5.- ¿la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?

- Si  No  A veces

6.- Cada que tiempo la empresa planea y controla sus actividades económicas?

- Diario  
 Semanal



ENCUESTA

**DIRIGIDO A:** PYMES del sector carrocero de la provincia de Tungurahua.

**ÁREA:** Administrativa

**MOTIVACIÓN:** Obtener información confiable para el estudio de la presente investigación, la misma que será realizada con fines académicos.

**OBJETIVO:** Recolectar información relevante sobre las estrategias financieras que han influido en el crecimiento empresarial de la industria carrocera de la provincia de Tungurahua.

**NOMBRE DE LA EMPRESA:** Carrocerías Yajma S.A.



1.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los cobros a clientes?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

2.- ¿Con qué frecuencia realizan un control de seguimiento de los pagos a proveedores, empleados, bancos?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

3.- ¿la empresa financia sus necesidades temporales con deudas a corto plazo? (si la respuesta es NO pase a la pregunta 5)

- Si
- No
- A veces

4.- ¿la empresa financia sus necesidades permanentes con deudas a largo plazo? (Si la respuesta es SI pase a la pregunta 6)

- Si
- No
- A veces

5.- ¿la empresa financia sus necesidades tanto temporales como permanentes con deuda a largo plazo?

- Si
- No
- A veces

6.- Cada que tiempo la empresa planea y controla sus actividades económicas?

- Diario
- Semanal



**FOTOGRAFÍAS OBTENIDAS EN LA VISITA A LAS EMPRESAS  
CARROCERAS**

**Anexo 4. Carrocería Varma**



**Anexo 5. Carrocería Davmotor**



**Anexo 6. Carrocería Pareco**



**Anexo 7. Carrocería Picosá**





# ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA DE LA SUPEINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

## Anexo 8. PORTAL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS



### PORTAL DE DOCUMENTOS

Bienvenidos al Portal de Documentos de la Superintendencia de Compañías y Valores, donde podrá visualizar y descargar los documentos en formato digital sobre actos jurídicos, presentación de Estados Financieros, entre otros, receptados por la Institución. Adicionalmente podrá revisar las publicaciones de Resoluciones y Extractos emitidas para conocimiento de las empresas controladas.







