



ADMINISTRACIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL MUNICIPIO MARACAIBO

Recibido: noviembre 2011. **Aceptado:** enero 2012

Rojas, Walezka

Banco Occidental de Descuento, Venezuela
walezkita13@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir el activo circulante en las empresas del sector manufacturero del municipio Maracaibo. Para lograr este propósito, las bases teóricas fueron soportadas por Van-Horne y Wachowicz (2002), Loring (2004), Chillida (2005), Muller (2004), Omeñaca (2008), Lizcaino (2005), Warren y Reeve (2005), y Perdomo (2002). El tipo de investigación utilizada fue descriptiva bajo un diseño no experimental, de campo, transeccional-correlacional. La población quedó conformada por 67 unidades informantes, siendo de tipo censo poblacional, integrada por los sujetos de las áreas de gerencia general, directores de finanzas, o dueños de empresas, así como analistas de finanzas de las empresas del sector manufacturero del municipio Maracaibo. El instrumento utilizado fue el cuestionario con un total de 12 ítems. La validación estuvo a cargo por el juicio de 5 expertos y su confiabilidad a través del método de Alpha de Cronbach, cuyo resultado fue 0,81, indicando que el instrumento es confiable. El análisis de los datos se realizó a través de la estadística descriptiva, se realizó el análisis porcentual y las medidas de dispersión. Se concluyó que las empresas objeto de estudio en cuanto a la administración del activo circulante, manejan el efectivo como principal elemento, seguido de los valores comercializables y por último el inventario de mercancías.

Palabras clave: Efectivo, Valores comercializables, Inventario, Cuentas por cobrar, Manufactura.

ADMINISTRATION OF THE CURRENT ASSETS IN THE COMPANIES OF THE MANUFACTURING SECTOR OF THE MARACAIBO MUNICIPALITY

ABSTRACT

The objective of this investigation was to describe the administration of the current assets in the manufacturing sector of the Maracaibo Municipality. To achieve this purpose, the theoretical bases were supported by Van-Horne y Wachowicz (2002), Loring (2004), Chillida (2005), Muller (2004), Omeñaca (2008), Lizcaino (2005), Warren and Reeve (2005), and Perdomo (2002). The type of investigation used was descriptive with a non-experimental transactional field design. The population was consisted of informants comprised 67 units, with census-type, composed of the subject areas of general management, finance directors or business owners, financial analysts and companies under study. The instrument used was the questionnaire with a total of 12 items. The validation was made by a panel of 5 experts in the area and the reliability was done with



the Alfa-Cronbach method obtaining a 0.81, which means high reliability. The data analysis was performed using descriptive statistics, percentage analysis was performed and measures of dispersion. It was concluded that the companies under study as to the management of current assets, cash handling as the main element, followed by marketable securities and finally finished goods inventory.

Keywords: Cash, Marketable securities, Inventory, Accounts receivable, Manufacture.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas manufactureras constituyen el motor de producción de la nación, por esta razón es indispensable darles herramientas para desarrollar sus operaciones normales, de esta forma subsanar el déficit de efectivo, generar mayores fuentes de empleo, contribuyendo al crecimiento progresivo del producto nacional bruto.

En Venezuela, la labor de las organizaciones implica enfrentarse a un mercado cambiante, además de restrictivo en cuanto a la obtención de materia prima para realizar la actividad principal de las empresas objetos de estudio. Poder satisfacer la demanda creciente con productos de calidad es el propósito fundamental de las organizaciones venezolanas.

La administración del capital de trabajo es importante por diversas razones; los niveles excesivos de activo circulante contribuyen a que una empresa obtenga un rendimiento de su inversión por debajo de lo normal, mientras que en las compañías con muy poco activo circulante pueden obtener pérdidas e insolvencias, entre otros.

Por lo antes planteado surge la necesidad de describir la administración del activo circulante de las empresas del sector manufacturero del municipio Maracaibo; mediante una revisión de la composición de dicho activo; entre los cuales se menciona el efectivo, los valores comercializables, las cuentas por cobrar y el inventario de las empresas objetos de estudio. El trabajo de investigación está compuesto por los aspectos teóricos, la metodología utilizada en el desarrollo, el análisis de los resultados, las conclusiones y por último las referencias bibliográficas.

2. ACTIVO CIRCULANTE: ASPECTOS TEÓRICOS

Para Omeñaca (2008), el activo circulante o corriente comprenderá los elementos del patrimonio que se espera vender, consumir o realizar en el transcurso del ciclo normal de explotación, así como con carácter general aquellas partidas cuyo vencimiento, enajenación o realización, se espera que se produzcan en un plazo máximo de un año contando a partir de la fecha de cierre del ejercicio.

En otro orden de ideas, Lizcaino (2005) describe el activo circulante de una empresa como aquellos activos que permanecen un corto periodo de tiempo en el patrimonio de la misma, los cuales están vinculados directa o indirectamente al ciclo corriente o periodo de la actividad económica de la sociedad y es por lo que rotan con cierta frecuencia. Por otra parte, Warren y Reeve (2005) los define como el efectivo y otros activos de los cuales se



esperan se conviertan en efectivo, se vendan o se consuman en un año o menos, como parte de las operaciones normales de la empresa.

Finalmente, el activo circulante está constituido por todos los bienes y derechos que poseen las empresas para el uso de sus operaciones normales; por lo tanto se convertirán en efectivo en un lapso no mayor a un año; según el punto de vista del investigador. El activo circulante determina el flujo de caja con que cuenta la empresa para sus operaciones diarias, como el efectivo, valores comercializables, cuentas por cobrar e inventarios los cuales se desarrollan a continuación.

2.1. EFECTIVO

En cuanto al efectivo, en la perspectiva de Perdomo (2002), se trata del dinero disponible en caja y bancos, que tienen las empresas para el desarrollo normal de sus operaciones. La administración del efectivo en caja y bancos tiene por objeto manejar adecuadamente el efectivo, para pagar normalmente los pasivos y las erogaciones imprevistas, así como reducir el riesgo de una crisis de liquidez.

Para Warren y Reeve (2005), el efectivo es de una disponibilidad inmediata, no está sujeto a restricción alguna e incluye monedas, billetes, cheques, órdenes de pago y depósitos; en general consta de todo lo que un banco acepta para depósito en cuentas bancarias. En el mismo orden de ideas, Van-Horne y Wachowicz (2002) señala que John Maynard Keynes sugirió tres razones o motivos por las que las personas usan efectivo, las cuales son:

- a. Transaccional: para hacer pagos, como compras, salarios, impuestos y dividendos derivados de las operaciones normales.
- b. Especulativo: aprovechar las oportunidades temporales, como la disminución repentina del precio de las materias primas.
- c. Precautorio: consiste en mantener un cojín de seguridad, o amortiguador, para satisfacer las necesidades inesperadas de efectivo. Cuanto más predecibles sean las entradas y salidas de efectivo de una empresa, menor será el efectivo que se debe tener para cubrir las necesidades preventivas.

El efectivo corresponde a las cantidades de dinero disponibles que tienen las empresas en cajas y bancos las cuales son utilizadas para cubrir sus operaciones normales, constituye la partida más circulante dentro de los activos que poseen las organizaciones, ya que no poseen ningún tipo de restricción.

2.2. VALORES COMERCIALIZABLES

Van-Horne y Wachowicz (2002) las define como las inversiones casi en efectivo mantenidas por las empresas, son considerados equivalentes de efectivo si su vigencia es de tres meses o menos al momento de su adquisición. El autor señala como útil describir la cartera de valores comercializables en tres segmentos, uno equivaldría a los valores que sirven como reserva para la cuenta de efectivo de las empresas, el segundo para



satisfacer las salidas controlables tales como el pago de impuestos o dividendos, a su vez finalmente el segmento de efectivo libre el cual se trata del efectivo adicional conservadas por las empresas invertidas en el corto plazo (son disponibles para fines aún no definidos).

Por otro lado para Moyer, McGuigan y Kretlow (2004), se definen como la inversión de los excedentes de efectivos los cuales generan intereses de corto plazo. En otro orden de ideas, para Loring (2004), consiste en el empleo de recursos en activos de naturaleza financiera por un tiempo menor al año y que no constituyen la principal actividad de la empresa.

Es importante destacar que son temporales por la intención de mantenerlas por un periodo de tiempo inferior o igual a un año, y no por la fecha de vencimiento del activo que se ha contratado. El objetivo del director financiero con relación a las inversiones temporales es utilizar los excedentes temporales de fondos con el fin de mejorar la rentabilidad de la empresa. Las inversiones temporales se caracterizan por:

- a. Ser liquidas, es decir, se negocian en los mercados los que el volumen y frecuencia de negociación aseguran la posibilidad de recuperar la inversión, aunque no se asegure la ganancia (riesgo de mercado).
- b. Poco arriesgadas, dada las características de los emisores, que son organismos y entidades con solvencia garantizada.
- c. Rentables, aunque la ganancia no es muy elevada, por el corto plazo en el que se realizan y el poco riesgo que sobrelleva.
- d. Fiscalidad favorable, ya que existen productos financieros cuyos rendimientos están exentos de retención fiscal, lo que las hace todavía más atractivos.

Finalmente los valores comercializables se refieren a las inversiones que realizan las empresas a corto plazo con el fin de utilizar los excedentes de efectivos y orientarlos a producir generando una rentabilidad; dichas inversiones se consideran disponibles en un periodo menor a un año.

2.3. CUENTAS POR COBRAR

Según Van-Horne y Wachowicz (2002), son las sumas de dinero que deben los clientes a una empresa por haber adquirido bienes o servicios a crédito. Es necesario para el negocio cree políticas de crédito y cobranzas optimas que permitan obtener ganancias marginales equiparables a los costos marginales.

Estas políticas implican varias decisiones, primero la calidad de la cuenta aceptada, la duración del periodo del crédito, el nivel de descuento por pronto pago, términos especiales como fechas temporales y el nivel de los gastos de cobranzas; en cada caso la decisión debe implicar la comparación de los posibles beneficios de una modificación de las políticas con el costo de dicha modificación. El procedimiento de la evaluación del



crédito a los clientes consiste en tres pasos conexos, según Van-Horne y Wachowicz (2002):

- a. Recopilar información sobre los solicitantes.
- b. Analizar dicha información para determinar su solvencia.
- c. Tomar la decisión crediticia; lo que determina si el crédito debe autorizarse y cuál será el monto máximo.

Desde el punto de vista de Loring (2004) son todos los derechos de cobro sobre terceros, cualquiera que sea la operación en la cual tienen su origen. Incluye los derechos de cobro convertidos en liquidez de forma inmediata o cuasi inmediata; por lo tanto se catalogan como disponibles. Las cuentas por cobrar constituyen un importante empleo de los recursos a corto plazo; del mismo modo las empresas hacen inversiones en activos inmovilizados, invierten también parte de sus recursos en cuentas por cobrar con la intención de ofrecerlas a sus clientes y así aumentar sus ventas.

Por otro lado, Brigham (2005) refiere que las cuentas por cobrar son los saldos que adeuda un cliente. Las compañías prefieren vender al contado que a crédito pero las presiones competitivas los obligan a vender a crédito; de esta forma se crean las cuentas por cobrar. Las cuentas por cobrar representan los derechos de cobro que posee una empresa por los montos que adeuda un cliente por la venta de mercancía o la prestación de un servicio, los cuales se pueden convertir en efectivo en un periodo de tiempo determinado siempre y cuando sea menor a 1 año.

2.4. INVENTARIOS

Chillida (2005) señala que dentro del activo circulante existe siempre un monto en bolívares que representa la acumulación de artículos comprados o productos fabricados por la empresa para su posterior venta a los clientes de la misma, a estas cantidades se les conoce con el nombre de inventario de mercancías. La razón fundamental que obliga la existencia de estos inventarios, es la imposibilidad de hacer coincidir la compra y la venta en las empresas mercantiles o la fabricación y venta del producto en las empresas industriales.

Desde el punto de vista de Muller (2004), los inventarios de una compañía están constituidos por sus materias primas, sus productos en proceso, los suministros que utiliza en sus operaciones y los productos terminados. Según Van-Horne y Wachowicz (2002) son un eslabón entre la producción y la venta de un producto. Una empresa de fabricación debe tener cierta cantidad de inventario, durante la producción; aunque otros tipos de inventarios como el de tránsito, materias primas y productos terminados no son necesarios si dan flexibilidad a la empresa. Existen distintos tipos de inventarios, entre los que se pueden mencionar:

- a. El inventario en tránsito es el que se encuentra entre las etapas de la producción o almacenamiento y permite la programación eficiente de la producción y el aprovechamiento de los recursos, sin este tipo de inventario habría que esperar que cada



una de las etapas previas de producción completara una unidad; además la posibilidad de demoras y tiempo ocioso llevan a la empresa a tener este tipo de inventario.

b. Por otro lado, el inventario de materias primas permite a la empresa tener flexibilidad en sus compras, sin este se tendría que comprar materias primas solo para mantener de sus esquemas de producción.

c. Y el inventario de productos terminados permite a la empresa tener flexibilidad en su calendario de producción y en su marketing. La producción no necesita enfocarse directamente hacia las ventas. Los niveles elevados de inventarios permiten atender con eficiencia las demandas de los clientes.

Dado lo anteriormente expuesto son varias las ventajas de tener grandes volúmenes de inventarios, ya que las empresas pueden economizar en términos de producción y compras, para surtir pedidos con mayor rapidez por esta razón son más flexibles; por el contrario las desventajas son costo total de llevar el inventario, incluyendo los costos de almacenamiento, manejo y el riesgo de que los productos se vuelvan obsoletos.

En síntesis, los inventarios representan los bienes que han sido adquiridos por la empresa con el objeto de transformarlos para su venta en el caso de las empresas manufactureras o comercializarlos; la partida del inventario constituye la partida menos liquida dentro del activo circulante de una empresa; puesto que es necesario la venta del artículo, luego el cobro de la factura.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación fue de tipo descriptiva, ya que su objetivo principal fue describir el activo circulante de las empresas del sector manufacturero del municipio Maracaibo, y el diseño de esta investigación se clasificó como no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2006), puesto que la variable de estudio se analizó en su objeto natural, es decir, no fue manipulada o controlada, la información que se obtuvo referente a las condiciones existentes no se alteró.

Dentro de la misma óptica, se definió como transeccional, ya que Chávez (2007) indica que el diseño transeccional trata de investigaciones que recopilan datos en un momento único y específico, además, el estudio fue de campo ya que se pone en contacto directamente al investigador con la comunidad, no existen intermediarios por lo que es una forma de interactuar de forma directa con los sujetos, siendo este un ejercicio adaptado a la realidad y confiable.

Para esta investigación la población estuvo constituida por el conjunto de todas las mediciones que se obtendrán de los sujetos que laboran en el área financiera de las 29 empresas adscritas a la Cámara de Industriales del Zulia, específicamente en el municipio Maracaibo, a su vez las unidades informantes serán 67 sujetos de las áreas de gerencia general, directores de finanzas, o dueños de empresas, así como analistas de finanzas.

Seguidamente, tomando en consideración que el número de la población es finita, según lo plantea Sierra (2003) las unidades de observación menores a 100.000, son



consideradas poblaciones finitas, siendo estas accesibles en cuanto a los recursos disponibles, tiempo y costes por parte del investigador, se decide llevar a cabo la técnica del censo poblacional, descartando la selección de una muestra representativa de la misma. La población encuestada se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 1. Características y distribución de las Unidades Informantes

Universo (Empresas Manufactureras)	Unidades Informantes		
	Dueños de empresas	Gerentes de Administración y/o Finanzas	Analistas
C.A. CERVECERÍA REGIONAL		1	1
DELTAGEN DE VENEZUELA, C.A.	1	1	
PROTINAL DEL ZULIA, C.A.		1	1
INDUSTRIAS VENELÁCTEOS, C.A.		1	1
C.A. MUNDO S.A. TIPOGRAFÍA	1	1	1
IMPRESOS UNIDOS MARACAIBO, C.A.		1	1
INDUSTRIA CARAMÉS, C.A.	1		1
ZULIANA DE CAL, C.A. (ZUCAL)	1		1
MARMOLERÍA MONUMENTAL, C.A.	1	1	1
BRACHOS HERMANOS, S.A.	1		1
INVERSIONES ARCA DE OCCIDENTE, C.A. (INAROCA)	1		1
METAL ARTE, C.A.		1	1
TECNOMECÁNICA INDUSTRIAL, C.A.	1	1	1
TECPURCH INTERNATIONAL	1	1	1
TURBINAS Y MECÁNICAS, C.A. (TURBIMECA)	1	1	1
MECÁNICA TERRESTRE Y MARÍTIMA, S.A. (MECTERMA)	1	1	
TERMINALES MARACAIBO, C.A.	1	1	1
COMERCIAL BELLOSO C.A. (COBECA)		1	1
LABORATORIOS INTRA, S.A.		1	1
AGA GAS, C.A.	1		1
CAUCHO INDUSTRIAL, C.A. (CAICA)	1	1	
COMERCIAL PLASTIBAG, C.A.	1		1
INDUSTRIAS COSMO, C.A.	1	1	1
MANUFACTURAS DE ANIME, C.A. (MANICA)	1	1	1
PLÁSTICOS MARABINOS, C.A.	1		1
ZOE INVESTMENTS DE VENEZUELA	1		1
CONFECCIONES RANFER	1		1
INDUSTRIAS JATU S.A. (ARROW)	1	1	1
TIENDAS MANGO, C.A.	1	1	
Total 67	22	20	25

Fuente: Cámara de Industriales del Zulia (2011).

La técnica de recolección de datos utilizada para la presente investigación fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario, en relación a las alternativas de respuesta de dicho cuestionario el mismo se establece como respuestas la escala de actitud, según Hernández, Fernández y Baptista (2006), los métodos más conocidos para medir por escalas las variables que constituyen actitudes son: el método de escalamiento Likert. El cuestionario utilizado estuvo conformado por 12 ítems, se utilizó una escala con



ponderación positiva; con (04) alternativas de respuestas siendo estas (a) De acuerdo, (b) Parcialmente de acuerdo, (c) Parcialmente en desacuerdo, (d) En desacuerdo. La validez del instrumento se obtuvo a través del juicio de expertos (05) en el área financiera y la confiabilidad por el método Alfa-Cronbach con un resultado de 0.81, lo cual representa una alta confiabilidad.

Posteriormente se procedió al análisis de los datos, a través de la tabulación de los mismos con el empleo de tablas de doble entrada. Dentro de estas tablas se asentaron los códigos de respuestas que emitieron los integrantes de la población objeto de estudio. Asimismo, se utilizó la estadística descriptiva, mediante el cálculo de las distribuciones de frecuencias absolutas (fa) y relativas (fr) de las respuestas arrojadas por la población de estudio, orientado a la consecución de los resultados que darán solución al planteamiento del problema. Para cuantificar y analizar los resultados se realizó el siguiente baremo:

Cuadro N° 2. Baremo de Interpretación

Intervalo	Interpretación
+ - 64-100	Alto
+ - 34-63	Medio
+ - 1-33	Bajo

Fuente: elaboración propia.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados se representan en tablas que a continuación se hacen referencia, se utilizó una matriz de doble entrada caracterizadas mediante frecuencias absolutas (FA), frecuencias relativas (FR), para cada indicador con sus ítems de la dimensión objeto de este estudio, culminando con la descripción del comportamiento de cada una de ellas.

Tabla N°1. Dimensión: Activo circulante

Indicador: Efectivo

Ítems	De acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Parcialmente en desacuerdo		En desacuerdo		TOTAL	
	4		3		2		1		FA	FR
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr		
Posee la empresa dinero disponible en caja.	67	100	0	0	0	0	0	0	67	100
Posee la empresa dinero disponible en banco.	67	100	0	0	0	0	0	0	67	100
La empresa utiliza efectivo para el desarrollo normal de sus operaciones.	60	90	0	0	7	10	0	0	67	100
Total	194	290	0	0	7	10	0	0	201	300
Media	65	97	0	0	2	3	0	0	67	100

Fuente: elaboración propia.



En la Tabla N° 1 se observan los resultados en función al indicador Efectivo, donde se muestra que la posibilidad de respuesta con mayor puntaje fue de acuerdo con 97%, seguido de parcialmente en desacuerdo con 3%.

Estos resultados nos dan una tendencia positiva del 97% que se encuentra dentro del intervalo del rango alto nivel, según el Baremo. Lo que significa que los encuestados están de acuerdo en que la empresa posee dinero disponible en caja y banco para el desarrollo normal de sus operaciones.

Estos resultados coinciden con lo planteado por Van-Horne y Wachowicz (2002), quien comenta que el efectivo es utilizado por tres (3) razones: transaccional para realizar pagos como compras, salarios, impuestos y dividendos; de carácter especulativo para aprovechar las oportunidades temporales como la disminución del precio de la materia prima y precautorio para mantener un cojín de seguridad o amortiguador para satisfacer las necesidades inesperadas de efectivo.

Tabla N°2. Dimensión: Activo circulante

Indicador: Valores comercializables

Ítems	De acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Parcialmente en desacuerdo		En desacuerdo		TOTAL	
	4		3		2		1			
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	FA	FR
Mantiene la empresa inversiones en valores comercializables.	29	43	6	9	6	9	26	39	67	100
El departamento financiero de la empresa conoce los beneficios de los valores comercializables.	42	63	17	25	0	0	8	12	67	100
Utiliza la empresa inversiones en valores regularmente.	28	42	7	10	6	9	26	39	67	100
Total	99	148	30	45	12	18	60	90	201	300
Media	33	49	10	15	4	6	20	30	67	100

Fuente: elaboración propia.

La tabla N° 2 muestra los resultados en función al indicador Valores Comercializables, donde se observa que la posibilidad de respuesta con mayor puntaje fue de acuerdo con 49%, seguida de en desacuerdo con 30%, luego parcialmente de acuerdo y parcialmente en desacuerdo con 15% y 6% respectivamente.

Estos resultados dan una tendencia positiva del 64% que se encuentra dentro del intervalo del rango alto nivel, según el Baremo. Lo que se traduce que los sujetos entrevistados están de acuerdo en que las compañías mantienen inversiones en valores comercializables, conocen sus ventajas y las utilizan regularmente.



Bajo este concepto Van-Horne y Wachowicz (2002), señala que es útil describir las carteras de valores comercializables en tres segmentos, el primero correspondiente a los valores que sirven de de reserva para la cuenta de efectivo, el siguiente para satisfacer las salidas controlables tales como pago de impuestos y dividendos, finalmente el segmento del efectivo libre el cual representa el efectivo adicional conservado por las empresas invertidas a corto plazo.

Tabla N°3. Dimensión: Activo circulante

Indicador: Cuentas por cobrar

Ítems	De acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Parcialmente en desacuerdo		En desacuerdo		TOTAL	
	4		3		2		1		FA	FR
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr		
La empresa utiliza las Cuentas por cobrar por la venta de bienes.	44	66	0	0	0	0	23	34	67	100
La empresa utiliza las Cuentas por cobrar por la prestación de servicios.	32	48	15	22	0	0	20	30	67	100
Considera que las cuentas por cobrar que posee la empresa son elevadas.	6	9	19	28	0	0	42	63	67	100
Total	82	122	34	51	0	0	85	127	201	300
Media	27	41	11	17	0	0	28	42	67	100

Fuente: elaboración propia.

La tabla N° 3 muestra los resultados en función al indicador Cuentas por cobrar, donde se observa que la posibilidad de respuesta con mayor puntuación corresponde a desacuerdo con 42%, a esta le sigue de acuerdo con 41% y, por último se tiene a parcialmente de acuerdo con 17%.

Estos resultados dan una tendencia positiva del 58% que se encuentra dentro del intervalo del rango nivel medio, según el Baremo. Los datos arrojados por la tabla 3 demuestran que la mayor parte de la población está de acuerdo en que las empresas utilizan las cuentas por cobrar por la venta de bienes y servicios, a su vez en que las consideras elevadas.

Dentro de este contexto, para Van-Horne y Wachowicz (2002) es necesario crear políticas de créditos para las cuentas por cobrar que incluya la calidad de la cuenta aceptada, la duración del periodo del crédito, el nivel de descuento por pronto pago, términos especiales con fechas temporales y el nivel de los gastos de cobranzas.

Tabla N°4. Dimensión: Activo circulante

Indicador: Inventarios

Ítems	De acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Parcialmente en desacuerdo		En desacuerdo		TOTAL	
	4		3		2		1		FA	FR
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr		
Es importante para la empresa mantener inventarios.	55	82	12	18	0	0	0	0	67	100
Los Inventarios de la empresa son elevados con respecto a la inversión.	7	10	25	37	5	7	30	45	67	100
Considera que la rotación del inventario es lenta en relación al activo circulante de la empresa.	6	9	0	0	18	27	43	64	67	100
Total	68	101	37	55	23	34	73	109	201	300
Media	23	34	12	18	8	11	24	36	67	100

Fuente: elaboración propia.

En la tabla N° 4 se observan los resultados en función al indicador Inventarios, donde se muestra que las posibilidades de respuesta con mayor puntaje fue en desacuerdo con 36%, seguida de acuerdo con 34%, luego parcialmente de acuerdo con 18%, y por último parcialmente en desacuerdo con 11%.

Estos resultados dan una tendencia positiva del 52% que se encuentra dentro del intervalo del rango medio, según el Baremo. Lo que se traduce que la población está de acuerdo en que es importante para las empresas del sector manufacturero mantener inventarios, estos no son elevados con respecto a la inversión, a su vez no consideran que la rotación del inventario sea lenta.

Con respecto a los inventarios, Chillida (2005) señala que la razón por la cual las empresas mantienen inventarios, es porque resulta imposible coincidir la compra con la venta en las empresas mercantiles o la de fabricación y la venta en las empresas industriales.

Existen diferentes clases de inventarios según este autor que se encuentran en las entidades objetos de estudio; como es el caso del de materia prima, productos en proceso y productos terminados.

Tabla N°5. Dimensión: Activo circulante

Indicadores	De acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Parcialmente en desacuerdo		En desacuerdo		TOTAL	
	4		3		2		1		FA	FR
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr		
Efectivo	65	97	0	0	2	3	0	0	67	100
Valores comercializables	33	49	10	15	4	6	20	30	67	100
Cuentas por cobrar	27	41	11	17	0	0	28	42	67	100
Inventarios	23	34	12	18	8	11	24	36	67	100
Total	148	220	34	50	14	21	73	108	268	400
Media	37	55	8	13	4	5	18	27	67	100

Fuente: elaboración propia.

La tabla N° 5 muestra los resultados en función a la dimensión Activo circulante, donde se observa que la posibilidad de respuesta con mayor puntaje fue de acuerdo con 55%, seguida de en desacuerdo con 27%, luego parcialmente de acuerdo con 13%, por último se tienen parcialmente en desacuerdo con 5%.

Estos resultados dan una tendencia positiva del 68% ubicándose dentro del rango alto según el baremo. Estos datos significan que la población encuestado están de acuerdo en que el activo circulante de las empresas del sector manufacturero está compuesto principalmente por el efectivo, seguido de los valores comercializables, luego las cuentas por cobrar y por último el inventario de materiales.

Dentro del mismo contexto, como indica Lizcaino (2005), el activo circulante son todos aquellos activos que permanecen un corto tiempo en el patrimonio de la empresa, los cuales están vinculados directamente o indirectamente al ciclo corriente de o periodo de la actividad económica de la empresa por lo que rotan con frecuencia; dicho activo es sumamente importante porque determina el flujo de caja con que cuenta la empresa para sus operaciones diarias.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Luego de analizar e interpretar los resultados de la investigación, puede concluirse que las empresas en estudio manejan como principal fuente de activo circulante el efectivo, seguido de los valores comercializables, luego las cuentas por cobrar y finalmente el inventario de mercancías. Por razón de estas cuatro modalidades las empresas del sector manufacturero del municipio Maracaibo obtienen el dinero para cumplir con los compromisos de pago, las necesidades de funcionamiento y los requerimientos logísticos.

Con respecto al análisis de los resultados para las empresas objeto de estudio se recomienda utilizar los inventarios de mercancías de forma efectiva dentro del activo circulante, ya que se tratan de empresas manufactureras por lo que esta partida debería ser determinante en la obtención de la materia prima necesaria para el funcionamiento de cada una de las organizaciones.



Adicionalmente, cabe destacar que las decisiones a tomar en cuanto al activo circulante de las empresas manufactureras del municipio Maracaibo competen a los gerentes y líderes de estas empresas, por lo que estos deben estar en la capacidad y poder contar con las herramientas necesarias para alcanzar las metas de la organización, realizando análisis continuos de los objetivos actuales y verificar su cumplimiento con los resultados generados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brigham, E. (2005). Fundamentos de administración financiera/ Essentials Of Managerial Finance. México. Cengage Learning Editores.
- Cámara de Industriales del Zulia (2011). Listado de Empresas. Documento en línea. Disponible en: <http://www.ciz.org.ve/DIRECTORIO.htm> Consulta: 10/12/2011
- Chávez, N. (2007). Introducción a la Investigación Educativa, (4ta. Ed.). Venezuela. Editorial La Columna.
- Chillida, C. (2005). Análisis e interpretación de balances. Venezuela. Ediciones de la Universidad Central de Venezuela.
- Hernández, S.; Fernández, C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la investigación, (Tercera Edición). México. Editorial McGraw Hill.
- Lizcaino, J. (2005). Contabilidad Financiera. España. Gestión 2000.
- Loring, J. (2004). La gestión financiera. España. Ediciones Deusto.
- Moyer, C.; McGuigan, J. y Kretlow, W. (2004). Administración financiera contemporánea. México. Cengage Learning Editores.
- Muller, M. (2004). Fundamentos de administración de inventarios. Colombia. Editorial Norma.
- Omeñaca, J. (2008). Contabilidad General. España. Ediciones Deusto.
- Perdomo, A. (2002). Elementos básicos de administración financiera. México. Cengage Learning Editores.
- Sierra, R. (2003). Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. España. Paraninfo Thomson Learning.
- Van-Horne, J. y Wachowicz, J. (2002). Fundamentos de la Administración financiera, (11ma. Edición). México. Pearson Educación.
- Warren, C. y Reeve, J. (2005). Contabilidad financiera. México. Cengage Learning Editores.