



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**"ESTRATEGIA COMPETITIVA Y FINANCIACIÓN A CORTO PLAZO DE LAS
MYPES DE LA CIUDAD DE HUACHO, AÑO 2017"**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN FINANZAS**

AUTOR:

ERAZO CAMACHO MILTON ROYER

ASESOR:

MS. SÁNCHEZ CAMARGO MARIO RODOLFO

JURADO:

MG. FLORES SOTELO WILLIAM SEBASTIÁN

MG. IZAGUIRRE GALLARDO ALFREDO

DR. JAIME BARRETO TITO HEBER

LIMA - PERÚ

2019

INDICE

INDICE.....	2
RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	4
I. INTRODUCCION	5
1.1. Planteamiento Del Problema.....	6
1.2. Descripción del Problema.....	8
1.3. Formulación del Problema.....	9
- Problema General.....	9
- Problemas Específicos	9
1.4. Antecedentes	10
1.5. Justificación.....	12
1.6. Limitaciones de la Investigación.....	13
1.7. Objetivo	13
- Objetivo general.....	13
- Objetivos Específicos	14
1.8. Hipótesis	14
II. MARCO TEÓRICO	15
2.1. Marco Conceptual.....	15
III. MÉTODO	49
3.1. Tipo de Investigación	49
3.2. Población y muestra	49
3.3. Operacionalización de Variables	51
3.4. Instrumentos de recolección de datos.....	52
3.5. Procesamiento y Análisis de Datos.....	52
3.6. Análisis de Datos	52
IV. RESULTADOS	54
V. DISCUSION DE RESULTADOS.....	63
VI. CONCLUSIONES.....	64
VII. RECOMENDACIONES	65
VIII. REFERENCIAS	66
IX. ANEXOS.....	70

RESUMEN

La tesis se realizó en la ciudad de Huacho, y tuvo como finalidad principal establecer el grado de correlación alta o baja entre las variables de estudio planteadas que son la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes, la muestra de estudio fueron 21 representantes legales de las Mypes de la ciudad de Huacho, finalmente se concluye que existe correlación entre las variables de .860 que se interpreta como una alta correlación significativa.

Palabras clave: estrategia competitiva, financiamiento a corto plazo.

ABSTRACT

The thesis was carried out in the city of Huacho, and its main purpose was to establish the degree of high or low correlation between the study variables proposed, which are the competitive strategy and the short-term financing of the Mypes, the study sample was 21 legal representatives of the Mypes of the city of Huacho, finally it is concluded that there is a correlation between the variables of .860 that is interpreted as a high significant correlation.

Keywords: competitive strategy, short-term financing.

I. INTRODUCCION

La tesis está integrada por los siguientes capítulos:

1. Capítulo. Se describe el problema que se propone en la tesis.
2. Capítulo. Se narra el marco teórico de las variables propuestas.
3. Capítulo. Se narra el método que se aplica en la tesis.
4. Capítulo. Se presentan los resultados producto de la estadística descriptiva e inferencial
5. Capítulo. Las discusiones de resultado, las conclusiones y las recomendaciones. .

1.1. Planteamiento Del Problema

En las últimas décadas, las micro y pequeñas empresas (en adelante, Mypes) han recibido una gran atención tanto por parte de investigadores y académicos como de empresarios y políticos; esto debido a su importancia, puesto que se les considera la espina dorsal del sector empresarial, porque representan el 99 % del total de empresas existentes en el mundo y brindan trabajo a dos tercios de la población económicamente activa

En América Latina las micro y pequeñas empresas no logra alcanzar la productividad deseada debido a la falta de personal capacitado y uso de tecnología por lo tanto tiene menos opciones de ser competitivo y tener rentabilidad para ser sostenible económicamente en el tiempo.

Las micro y pequeñas empresas representan el 99 % del total de empresas del y dan empleo a más del 70 % de la mano de obra nacional, pero que son, al mismo tiempo, las más excluidas de la economía, pues se las considera empresas con infraestructura tecnológica deficiente, con una baja productividad y competitividad. Por esta razón, su participación en el PBI es menor del 40 %, pese a que el 99 % de las empresas del Perú son micro y pequeñas empresas (Gestión, 2014).

En Huacho la mayor parte de empresas que se ubican en el centro de la ciudad, son micro y pequeñas empresas, establecidas e implementadas en base a tradiciones familiares o a iniciativas de emprendimiento de bajo capital. Las micro y pequeñas empresas en Huacho, generalmente se dedican al sector

ventas y presentan en sus procesos, una gestión en función de la supervisión directa de parte de sus propietarios que realizan las tareas de administradores. En su mayoría, las micro y pequeñas empresas no cuentan con estructuras organizacionales en su gestión empresarial y las que sí tienen, tienen un diseño que no es demasiado amplio. En la actualidad las micro y pequeñas empresas de Huacho carecen de competitividad porque desconocen de herramientas de gestión, el uso inadecuado de técnicas modernas de gestión empresarial genera una gran desventaja para acceder a un crédito bancario, también se aprecia carencia a la tecnología e innovación, no cuentan con un personal calificado lo cual afecta la gestión de su empresa, su competitividad y rentabilidad, por consecuencia aumentando los riesgos como liquidez, de crédito y de reputación.

Para mitigar los riesgos de liquidez, de crédito y de reputación que son expuestas las micro y pequeñas empresas, se debe contar con una adecuada gestión de riesgo para enfrentar las deficiencias que se presenten en los procesos y funciones empresariales y así poder garantizar la sostenibilidad y desarrollo económico en el tiempo de las Mypes de Huacho.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huacho tienen los siguientes problemas de riesgo como son:

- En la gestión administrativa y comercial predomina el empirismo; aunque los propietarios hayan cursado o cursen estudios universitarios, por lo general no se especializan en la administración de negocios.

- Aunque existan algunas opciones para la obtención de financiamiento en entidades públicas o privadas, el ahorro personal es el principal medio por el que se emprenden nuevas micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huacho.
- No se aplican estrategias empresariales ni lineamientos que mejoren su competitividad en el mercado y permitan su desarrollo organizacional.
- Incumplimiento de pago con entidades financieras.
- Incumplimiento de pago con proveedores.
- Incumplimiento de pago de clientes hacia la empresa.
- Deficiente selección de buenos clientes.
- El personal clave de la empresa no cuenta con capacitación para mejorar su rendimiento y mitigar errores.

1.2. Descripción del Problema

Las micro y pequeñas empresas de Huacho también necesita contar con una estrategia empresarial pensada en identificar aspectos para ser más productiva que el competidor en el usos de menos recursos para obtener el producto o prestar el servicio, marcando diferencias con el competidor y satisfacer con calidad al cliente, en la presente investigación se tiene como dimensiones el liderazgo, la adaptación permanente y la importancia del cliente. Las Mypes necesitan fortalecer el liderazgo para así poder influir positivamente en sus trabajadores para el logro de objetivos y también al cliente al convencerlo que su producto o servicio es de calidad, en la actualidad las Mypes de Huacho deben adaptarse permanentemente al mundo cambiante empresarial como los cambios

tecnológicos, nuevas técnicas empresariales, tomar la decisión de elegir una eficiente ventaja competitiva

Finalmente reconociendo la importancia de la estrategia empresarial basada en el liderazgo, la adaptación permanente, se tiene que valorar al cliente, darle la importancia debida y siempre satisfacer sus necesidades mediante la compra de un producto o prestación de un servicio, y no solo pensar en el crecimiento económico del momento sino a largo plazo.

1.3. Formulación del Problema

- Problema General

¿Qué relación existe entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?

- Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?

¿Qué relación existe entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?

¿Qué relación existe entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes Internacionales

De acuerdo a Larrea y Mieles (2015) concluyó que de acuerdo a las encuestas aplicadas a los trabajadores se determinó la creación de una metodología de administración de riesgos operativos para que pueda ser utilizado e implementado en las pequeñas y medianas empresas, para controlar los riesgos y posibles fraudes a la que están expuestas.

Gordon y Vasquez (2017) concluyó que las microempresas recurren a un financiamiento mixto, siendo la mayor parte de recursos propios y en menor proporción de terceros (sistema bancario, sistema no bancario y prestamistas) y a corto plazo; siendo invertidos en activos fijos, mejoramiento y ampliación de sus locales, y mercadería. Finalmente los motivos por el cual no recurren a financiamiento del sistema bancario son por la falta de conocimiento, los múltiples requisitos, tasas de interés altas y garantías excesivas.

1.4.2. Antecedentes Nacionales

Villano (2015) en la investigación *Estrategias competitivas y su relación con el posicionamiento de las escuelas de conductores en el distrito de Andahuaylas, 2015*, tuvo como diseño de investigación el tipo descriptivo - correlacional, cuyo objetivo principal fue analizar la relación que existe entre las estrategias competitivas y el posicionamiento, así mismo permitió conocer las estrategias competitivas en base a 2 dimensiones: liderazgo en costos y diferenciación. La información se obtuvo a través de la aplicación de una encuesta de opinión sobre las estrategias competitivas y el posicionamiento a 279 clientes. Para medir la

correlación que existe entre estas dos variables, se utilizó el coeficiente de relación de Spearman, en el que se observa un valor de 0,510 lo que significa que existe una correlación positiva moderada. Con respecto al valor de sig. se obtuvo un resultado de 0.000, que es menor a 0.05 (nivel de significancia), donde se concluyó que existe relación moderada.

Torres (2016) concluyó que la fuente de financiamiento más utilizada son las fuentes externas priorizando a las Cajas Municipales, así mismo se obtiene que en su mayoría los propietarios Mypes acostumbren a ahorrar, y en mayor totalidad no acuden a algún familiar para ser financiado. En cuanto a las formas de financiamiento se ha logrado determinar la forma de financiamiento a largo plazo por lo que se debe tomar conciencia que la tasa de interés es alto, y por ello se debe optar por un financiamiento a corto plazo.

Viera (2016) menciona que se obtuvieron resultados de un 75% que utiliza financiamiento propio, un 25 % utiliza financiamiento por terceros en el cual tenemos que un 25% que recurre a cajas para obtener financiamiento y el otro 50% obtiene financiamiento mediante bancos y el 25% no precisa.

Oncoy (2017) se obtuvo como resultados se encontró que el 80% precisó que mantienen el financiamiento de su negocio; el 93% paga puntualmente el financiamiento recibido; el 87% se endeuda a corto plazo; el 66% acude siempre a los bancos y uniones de crédito; el 80% percibe la tasa de crecimiento del mercado.

1.5. Justificación

Se pretende en la investigación aportar a la sociedad peruana la utilización de estrategias competitivas eficientes para el adecuado manejo del riesgos empresariales o la incertidumbre empresarial que son de variada índole, a diferencia de los antiguos criterios que hasta hoy se manejan basada más en la intuición que en la planificación para así optimizar las estrategias empresariales con bastante información y criterio para crecer como Mypes en el mercado peruano.

Justificación metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente porque el objetivo fue conseguir por medio de la técnica de investigación, el instrumento que más se adaptara al tema sujeto de análisis, mediante el cuestionario realizado a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huacho, y proponer a través de la metodología empleada la generación de otras tesis relacionadas con el tema, lo que brinda herramientas para generar conocimientos y aplicaciones prácticas.

Justificación teórica

La presente investigación se justifica teóricamente porque se recopiló teorías y conceptos que permitirá entender las variables de estrategia competitiva y financiación a corto plazo que en los últimos años se ha dado la mayor importancia a las teorías sugeridas por los autores.

Justificación práctica

La presente investigación se justifica en la práctica porque en el sector de las Mypes salvo casos excepcionales, se tiene desconocimiento de la estrategia competitiva y la adecuada utilización de la financiación a corto plazo en su contexto general como una función específica restándole la importancia y protagonismo que se merece.

1.6. Limitaciones de la Investigación

1.6.1. Alcances

La tesis se ejecutara en la ciudad de Huacho situado en la av. 28 de julio entre la cuadra 1, 2 y 3.

1.6.2. Limitaciones

El factor de tiempo y económico son las limitaciones más importantes en la tesis.

1.6.3. Definición de Variables

- Variable 1. Estrategia competitiva
- Variable 2. Financiación a corto plazo

1.7. Objetivo

- Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

- **Objetivos Específicos**

Determinar la relación que existe entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Determinar la relación que existe entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Determinar la relación que existe entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

1.8.2. Hipótesis Especificas

Existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Conceptual

- Eficacia. Significa realizar las tareas según los procesos (Gonzales, 2014, p. 21).
- Eficiencia. Significa realizar las tareas en el menos tiempo posible (Gonzales, 2014, p. 21).
- Evaluación de riesgo. Para el autor Blas (2014) “significa que se necesita supervisar los posibles riesgos que pueda haber en una entidad” (p. 86).
- Garantía. Según Blas (2014) “viene a ser la forma de garantía” (p.124).
- Productividad. Viene a ser la suma de la eficiencia y eficacia en una organización (Gutiérrez, 2014, p. 20).

2.1.1. Teoría de la Variable Estrategia Competitiva

2.1.1.1. Teoría de la Estrategia

Para Johnson y Scholes (1993) citado por Castro (2010) “las estrategias es direccionar y plantear los alcances de una entidad a futuro” (p. 249).

El autor Andrews (1977) señala que las estrategias tiene como vínculos importantes al objetivo y el plan para llegar a la meta principal (p. 59).

2.1.1.2. Teoría de Estrategia Competitiva

Para Khandwalla (1981) citado por Castro (2010) “cuando se vaya a determinar la estrategia competitiva, se debe estimar el esfuerzo de la empresa en factores

estratégicos básicos, como la comercialización, el desarrollo y la producción, que constituyen la base de la estrategia de la empresa” (p. 252).

El autor Porter (1985) define la estrategia competitiva como la creación de posiciones que defiendan a la empresa a través del tiempo y generar la competencia de la misma (p. 36).

Según Porter (1990) citado por Castro (2010) “La estrategia competitiva, por tanto, no sólo responde al ambiente sino que también trata de conformar el ambiente a favor de una empresa” (p. 252).

El autor Grant (1996) citado por Castro (2010) reconoce que:

La elección de la estrategia es fundamental, ya que de ella depende en buena medida el éxito empresarial, aunque también es cierto que no lo garantice. No sólo triunfan las empresas con mejores recursos o las que mejor suerte parecen tener, sino que también aquellas con una estrategia sólidamente formulada y eficazmente implantada. (P. 252).

2.1.1.3. Tipos de Estrategia Competitiva en la historia

De esta manera se puede agregar que son muchos los autores que han escrito sobre las estrategias competitivas y cinco de los más importantes autores que son:

- Miles and Snow (1978)
- Porter (1980)
- Miller (1987)

- Mintzberg (1988)
- Kotler (1992)

Es así como se pretende aquí dar a conocer los tipos de estrategias competitivas, sus similitudes, diferencias y conceptos básicos que brinden al empresario la idea fundamental de hacia dónde deber ir su empresa y en qué tipo se puede enmarcar su estrategia para lograr el éxito empresarial.(Castro, 2010, p. 249).

2.1.1.3.1. Las Estrategias competitivas de Miles y Snow

Miles y Snow (1978) menciona tres formas que son: (a) adaptarse al ciclo de empresa; (b) estudiar el entorno de la empresa; (c) con la implementación del a y b hace que la empresa alcance la eficiencia (p. 27).

2.1.1.3.2. Las estrategias competitivas de Porter

Según Porter(1980) citado por Castro (2010) la ventaja competitiva son diferenciar el producto, ajustar los costos y relacionar costos y diferenciar los productos (p. 257).

2.1.1.3.3. Las estrategias competitivas de Miller

Tabla 1

Tipos de estrategia competitiva según Miller

Dimensiones de estrategias competitiva según Miller (1987)	Atributos competitivos
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación en productos. - Innovación en procesos. - Ingeniería en innovación de I+D. - Desarrollo de productos únicos.
Diferenciación en marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Distribución de control. - Marketing agresivo e innovador. - Servicio al cliente. - Publicidad y promoción.
Amplitud	<ul style="list-style-type: none"> - variedad de clientes/mercados geográficos. - Amplitud del número de productos.
Control de costos	<ul style="list-style-type: none"> - Control. - Énfasis en el bajo coste por unidad. - Producción eficiente. - Alta utilización de la capacidad. - Bajo precio.

Nota. (Castro, 2010, p. 264) adaptado por Erazo, 2018.

2.1.1.3.4. Las estrategias competitivas de Mintzberg

Mintzberg (1988) señala seis tipos de estrategias, atendiendo a la idea de que las empresas pueden tener una estrategia de indiferenciación o que la empresa puede diferenciarse de las otras empresas en imagen, calidad, diseño, precio y soporte, a continuación se presenta las seis estrategias:

- La estrategia de indiferenciación se identifica en aquellas empresas que no tienen ningún factor sobre el que llevar a cabo la diferenciación o que copian intencionadamente a sus competidores.

- En la estrategia de diferenciación en imagen, las empresas buscan la diferenciación mediante la publicidad tratando de alcanzar la lealtad de sus clientes. El objetivo es crear una percepción distintiva de los productos o servicios en la mente de los clientes.

- La diferenciación en calidad se logra mediante altas prestaciones de sus productos. Requiere de fiabilidad, duración y un desempeño superior del producto en relación con el precio.

- La diferenciación en diseño por su parte exige a la empresa un énfasis en I+D de nuevos productos. La idea es perfeccionar las características del producto y del diseño a través de la investigación y desarrollo.

- La estrategia de diferenciación en precio es viable sólo a través de la consecución de costos bajos, para luego poder ofrecer precios bajos.

- En la diferenciación en soporte, las empresas crean un grupo de productos complementarios a los principales, con el objetivo de ofrecer una atención más amplia para atender las necesidades de sus clientes en el segmento. (Mintzberg, 1988 citado por Castro, 2010, pp. 265-265).

Tabla 2
Tipos de estrategia competitiva según Mintzberg

Dimensiones de Estrategia competitiva según Mintzberg (1988)	Detalle
Indiferenciación	Aquellas empresas que no tienen ningún factor sobre el que llevar a cabo la diferenciación o que copian intencionadamente a sus competidores.
Diferenciación en imagen	Permite a la empresa, mediante la publicidad alcanzar la lealtad de sus clientes.
Diferenciación en calidad	Altas prestaciones de sus productos.
Diferenciación en diseño	Exige a la empresa un énfasis en I+D de nuevos productos.
Diferenciación en precio	Es viable sólo a través de la consecución de costos bajos.
Diferenciación en soporte	La empresa crea un grupo de productos complementarios a los principales, con el fin de ofrecer una atención a sus clientes más amplia.

Nota. (Castro, 2010, p. 269) adaptado por Erazo, 2018.

2.1.1.3.5. Las estrategias competitivas de Kotler

Tabla 3

Tipos de estrategia competitiva según Kotler

Dimensiones de Estrategia competitiva según Kotler (1992)	Detalle
Líder	Organización con una posición dominante con una cuota de mercado superior al resto de competidores.
Retador	Empresas que ocupan el segundo o tercer lugar en participación del mercado que tratan de ocupar la posición del líder.
Seguidor	La empresa en lugar de rivalizar con la empresa líder acepta como estrategia más ventajosa la coexistencia pacífica.
Especialista	Denominada también estrategia de enfoque. La empresa se especializa en un segmento de mercado.

Nota. (Castro, 2010, p. 270) adaptado por Erazo, 2018.

2.1.2. Teoría de la Variable Financiación a corto plazo

El autor Drimer (2008) citado por Torres (2016) afirma que:

El financiamiento es el mecanismo a través del cual una empresa o persona obtienen recursos por medio de fuentes financieras para un proyecto. El tema de financiamiento, vinculado a temas como la tasa de interés y el nivel general de

liquidez, ha sido una de las cuestiones básicas abordadas por la Economía. Con un criterio clásico, Alfred Marshall señala que tienden a equilibrarse en un mercado de libre competencia. Luego el interés, siendo el precio pagado en un mercado por el uso del capital, tiende a alcanzar un nivel tal de equilibrio que la demanda total de capital en ese mercado, a dicho tipo de interés sea igual a la oferta total de capital que haya en el mismo tipo. Por otro lado John Maynard en su visión macroeconómica sostiene la demanda y las ofertas globales pueden hallar diversos puntos de equilibrio, inclusive con un bajo nivel de ocupación. En cambio para Modigliani y Miller el costo de financiarse para una empresa es independiente de su nivel de endeudamiento. (p. 22).

2.1.2.1. La teoría tradicional de la estructura financiera

Según Charca (2015) “La teoría tradicional sobre la estructura financiera propone la existencia de una determinada combinación entre recursos propios y ajenos que define la estructura financiera óptima EFO. Esta teoría puede considerarse intermedia entre la posición RE y RN”. (p. 28).

2.1.2.2. Teoría de Modigliani y Miller M&M

De acuerdo a Charca (2015):

Los planteamientos anteriores sirvieron de base a Modigliani y Miller para enunciar su teoría sobre la estructura de capital en 1958, los cuales suponen que el costo del capital medio ponderado y el valor de la empresa son totalmente independientes de la composición de la estructura financiera de la empresa; por

tanto se contraponen a los tradicionales. MM parten de varios supuestos y argumentan su teoría a través de tres proposiciones. (p. 28).

2.1.2.3. La teoría de la jerarquía financiera (Myers y Majluf, 1984)

Sobre la teoría de la jerarquía financiera (Myers y Majluf, 1984), el autor Oncoy (2017) menciona lo siguiente:

Se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones. (pp. 19-20).

2.1.2.4. La teoría de financiamiento de la jerarquía de preferencias (PeckingOrder)

La teoría de financiamiento en relación a (PeckingOrder) de acuerdo a Oncoy (2017) menciona lo siguiente:

Toma estas ideas para su desarrollo y establece que existe un orden de elección de las fuentes de financiamiento. Según los postulados de esta teoría, lo que determina la estructura financiera de las empresas es la intención de financiar nuevas inversiones, primero internamente con fondos propios, a continuación con deuda de bajo riesgo de exposición como la bancaria, posteriormente con deuda pública en el caso que ofrezca menor su valuación que las acciones y en último lugar con nuevas acciones. (p. 20).

2.1.2.5. Teoría IBrealey y Myers

Los autores Brealey y Myers (1993) mencionan que “El valor de la empresa se refleja en la columna izquierda de su balance a través de los activos reales; no por las proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa”. (Citado por Charca, 2015, p. 29). Según esta proposición la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas, por lo tanto el valor total de mercado y el costo de capital de la empresa son independientes de su estructura financiera.

2.1.2.6. Teoría IIBrealey y Myers

Los autores Brealey y Myers (1993), mencionan que “La rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece proporcionalmente al ratio de endeudamiento, expresada en valores de mercados”. (Citado por Charca, 2015, p. 29). Este crecimiento se da siempre que la deuda sea libre de riesgo. Pero, si el apalancamiento aumenta el riesgo de la deuda, los propietarios de ésta

demandarán una mayor rentabilidad sobre la deuda. Lo anterior hace que la tasa de crecimiento de la rentabilidad esperada de las acciones disminuya.

2.1.2.7. Teoría III Brealey, Myers, y Marcus

Según Brealey, Myers, y Marcus (2004):

La financiación a largo plazo como el presupuesto de capital y la elección de la estructura de capital. Se las denomina decisiones a largo plazo y ello por dos razones. La primera es que por lo general se refieren a activos o pasivos de larga duración. La segunda consiste en que no resulta fácil revocarlas y en consecuencia comprometen a la empresa a seguir una línea de acción determinada durante varios años. La financiación a corto plazo se relaciona con activos y pasivos de corta duración, y es fácil modificarlas. Por supuesto el préstamo bancario se relaciona con una decisión a corto plazo. La empresa puede devolverlo dos meses después y encontrarse en la misma situación que al principio.

Tabla 4
Evolución Histórica del financiamiento

	Periodo	Enfoque	Autores referentes
	Finales siglo XV-Finales siglo XIX Economistas clásicos	Registro monetario de las operaciones de la empresa y gestión de la tesorería. Estudio descriptivo de instituciones, instrumentos y procedimientos existentes en el mercado de capitales. Las finanzas se consideran parte de la economía.	Smith, A.; Ricardo, D. Schumpeter, J.
	Siglo XX	Las finanzas constituyen una disciplina autónoma	
Enfoque tradicional	1901-1920 Concentración industrial	Análisis externo del financiamiento. Combinación y fusión de empresas. Análisis de títulos y valores.	Dewing, A.; Gerstenberg, Ch.
	1921-1939 Innovación tecnológica y nuevas empresas.	Análisis de la liquidez y de la solvencia empresarial. Financiamiento externo a largo plazo (recursos ajenos).	Fischer, I. ; Williams, J. Keynes, J.
	1940-primeros 50 Economía de guerra	Garantías para recursos ajenos (prestamistas). Análisis de inversiones (presupuesto de capital). Planificación y control.	Schneider, E.
Enfoque moderno	Primeros 50 – 1960 Expansión Económica (Fase I)	Interrelación decisiones de inversión y financiamiento.	Friederick, A.; Vera, L. Dean, J.; Arrow, K
	1961-1973 Expansión Económica (Fase II)	Cambio tecnológico y diversificación empresarial. Nuevos sistemas en la toma de decisiones financieras.	Modigliani, F. ; Miller, M.; Merton , R.; Fisher, I.; Roll, R. ; Hirsleifer , J.; Solomon , E. ; Markowitz, H.
Enfoque contractual	1973-1980 Crisis de la Energía	Fundamentos microeconómicos y utilización de técnicas cuantitativas. Relaciones con el entorno económico: inflación y recesión.	Ross, S.; Black F.; Scholes M.; Myers, S. ; Lucas; Rubinstein, M.; Schwartz, E.; Litzenberger, R.;
	Decada de los 80	Creación de nuevos productos y mercados financieros. Gestión del riesgo financiero derivado de la volatilidad de los mercados.	Kauffman, A.; Aluja, G. ; Smith, Ruback, R.; Gibbons, M.; Banz, R.; Shiller, R. ; Hansen, C.; Keim,D.;
	Decada de los 90	Dificultades financieras y riesgos financieros elevados.	Mirrless J.; Vickrey W. ; Altman E.; Singleton, K. Fama, E. y French, K.; Bradley, M.; Stiglitz, J.
Enfoque contemporaneo		Behavioralfinance. Finanzas sociales.	Kahneman, D. ; Tversky A.
	Inicios del Siglo XXI Globalización Financiera	Finanzas corporativas. Financiación a corto plazo. Gestión del crédito.	Brealey, R., Myers, S., Marcus, A.

Nota.(Saavedra y Saavedra, 2012, pp. 48-49) adaptado por Erazo, 2017.

2.2. Bases teóricas especializadas sobre el tema

2.2.1. Estrategia

Para (Ferrell, 2012), una estrategia describe el plan de juego de la organización para lograr el éxito (p. 16).

Como menciona Martínez (2013) la estrategia es un:

Proceso que trata de identificar continuamente aspectos en los que la empresa pueda ser más productiva que la competencia utilizando menos recursos para obtener el producto o prestar el servicio para diferenciarse de los competidores y satisfacer de forma más eficaz las necesidades de los clientes. El foco de atención de toda estrategia no debe centrarse solo en vencer a la competencia, sino, primordialmente, en evaluar cómo atender mejor a los clientes, como responder más rápidamente a sus necesidades y como brindarles productos o servicios de mayor calidad. Toda estrategia debe definirse a partir de un claro entendimiento de las necesidades de los clientes y de una minuciosa evaluación de cómo crear mayor valor para los mismos, una empresa que quiere aumentar su propio valor en el mercado, primero debe preocuparse en aumentar el valor de sus productos y servicios para sus clientes. (pp. 140-142).

2.2.1.1. Estrategia competitiva

La estrategia competitiva según Porter (2015) se define como “Tomar acciones defensivas u ofensiva para establecer una posición comprensible en una empresa, afrontar de manera eficaz las cinco fortalezas competitivas y así conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la empresa” (p. 33).



Figura 1. La rueda de la estrategia competitiva
Nota. (Porter, 2015, p. 14).

2.2.1.2. Liderazgo global en costos

Como menciona Porter (1985):

Una organización se diferencia de sus competidores si su estructura de costos son difíciles de repetir en relación a otras organizaciones (p.114).

Según Porter (2015):

Para alcanzar el liderazgo en costos globales se requiere una participación de relativa consideración en el mercado u otras ventajas, como un acceso preferencial a las materias primas. La implementación de una estrategia de costos bajos quizá exigirá una fuerte inversión anticipada de capital en equipo moderno, precios agresivos y pérdidas de inicio de operaciones para incrementar la

participación en el mercado, de igual forma la participación ofrece ahorros en las compras y reduce aún más los costos. El liderazgo en esta área una vez conseguido, ofrece altos márgenes de utilidad que se reinvierten en equipo e instalaciones modernas para protegerlo. La reinversión es un requisito esencial para mantener la posición de costos bajos. (p. 35).

Según Martínez (2013):

El líder o estratega en una empresa, tiene la primera responsabilidad de definir lo que quiere que sea en el futuro y de comunicarlo a toda la organización. Es el principal responsable de impulsar la formación sistemática de este proceso, en el que deben intervenir todos los responsables de la empresa. (p. 140).

Tabla 5
Requisitos en una estrategia de liderazgo en costos

Tipo de Estrategia Competitiva	Habilidades y recursos requeridos comúnmente	Necesidades organizacionales comunes
Liderazgo en costos globales.	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión sostenida de capital y acceso a capitales. - Habilidades de ingeniería de procesos. - Supervisión meticulosa de lamano de obra. - Productos diseñados para facilitar la manufactura. - Sistema de distribución barata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Riguroso control de costos. - Informes detallados y frecuentes de control. - Organización y responsabilidades bien estructuradas. - Incentivos basados en el cumplimiento de objetivos cuantitativos estrictos

Nota. (Porter, 2012, p.57) adaptado por Erazo, 2018.

De acuerdo a Macahuachi y Gonzales (2017):

En la actualidad el liderazgo en las micro, pequeñas y medianas empresas es básico comparativamente con situaciones estables y dinámicas del mercado previsible (p. 26).

2.2.1.3. Diferenciación

Según Porter (2015):

La segunda estrategia competitiva diferencia el producto o servicio que se ofrece, creando así algo que en la empresa entera se percibe como único. Al conseguir la diferenciación esta se convierte en una estrategia útil para conseguir rendimientos superiores al promedio. La diferenciación brinda protección contra de rivalidad porque los clientes son leales a la marca, lo que disminuye la sensibilidad al precio. También aumenta los márgenes de utilidad y permite prescindir de la posición de costos bajos. Se levantan barreras de entrada gracias a la lealtad de los consumidores y a que los rivales deben superar el carácter especial del producto. La diferenciación genera márgenes más altos de utilidad para enfrentarse al poder de los proveedores, aminora además el poder de los compradores, ya que éstos no disponen de opciones similares y, por tanto, son menos sensibles al precio. Finalmente, la empresa que se diferencia para conquistar la lealtad de sus clientes estará mejor posicionada frente a los sustitutos que la competencia. La diferenciación a veces impide conseguir una gran participación en el mercado. Amenudo requiere la percepción de exclusividad, lo cual es incompatible con

este tipo de participación. Pero casi siempre la diferenciación significará un debilitamiento del liderazgo en costos, si las actividades que requiere son intrínsecamente costosas, investigación extensiva, diseño del producto, materiales de gran calidad o fuerte apoyo de los consumidores. Los clientes de la industria reconocen la superioridad de la empresa, pero no todos estarán dispuestos o podrán pagar precios más altos. (p. 36).

La diferenciación según Oncoy (2017) es:

Cuando una empresa se diferencia en el mercado con un producto o servicio que el comprador percibe como único en alguno de los atributos que lo definen. La estrategia de diferenciación trata de lograr poder de mercado, lo que se quiere es conseguir que el mercado acepte un producto o servicio superior a la competencia o tenga más demanda a igualdad de precio. (p. 49).

Tabla 6
Requisitos en una estrategia de diferenciación

Tipo de Estrategia Competitiva	Habilidades y recursos requeridos comúnmente	Necesidades organizacionales comunes
Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> - Sólidas capacidades de marketing. - Ingeniería de productos. - Estilo creativo. - Gran capacidad de investigación básica. - Reputación corporativa del liderazgo tecnológico o en calidad. - Larga tradición en la industria o combinación original de habilidades obtenidas de otras industrias. - Cooperación incondicional de otros canales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena coordinación entre las funciones de investigación y desarrollo, de desarrollo de productos y de marketing. - Medición subjetiva e incentivos en vez de medidas cuantitativas. - Comodidades para atraer mano de obra muy bien calificadas, científicos o personas creativas.

Nota. (Porter, 2012, p.57) adaptado por Erazo, 2018.

2.2.1.3.1. Ventajas de la diferenciación

Las ventajas de la diferenciación de acuerdo a Chanes (2014)son las siguientes:

- La estrategia de diferenciación protege a las empresas que la llevan a cabo de la competencia existente en el mercado ya que genera una lealtad a la marca, lo que le permite atraer a clientes que la competencia no puede satisfacer. (p. 13).

- Del mismo modo, la diferenciación permite a las empresas luchar contra los proveedores poderosos ya que las empresas diferenciadas se pueden centrar más en la subida de precios de los productos que vende que en los costes de producción lo que le va a permitir poder soportar mejor una subida en el precio de los inputs. (p. 13).

- En lo referente al poder de negociación de los clientes, las empresas que utilizan esta estrategia les van a ofrecer unos productos exclusivos que solo pueden conseguir a través de estas empresas, por lo que estos consumidores, por muy poderosos que sean no van a tener más remedio que pagar un precio mayor por estos productos, si es que realmente quieren consumirlos. (p. 13).

- La diferenciación, si es sostenible, constituye una fuerte barrera de entrada para los nuevos competidores que entran en el mercado, estas nuevas empresas, deben desarrollar nuevas habilidades competitivas para poder competir con las empresas diferenciadas, lo cual les supone asumir costes muy elevados. (p. 13).

- Finalmente, los productos sustitutivos deben contener propiedades y atributos mejores que los de la empresa diferenciada, sin embargo, estos nuevos atributos serán difíciles de conseguir si la diferenciación es muy fuerte ya que no serán capaces de copiarla. (p. 13).

2.2.1.3.2. Riesgos de la diferenciación

La diferenciación tiene asociada a sus ventajas una serie de inconvenientes que enumeramos a continuación:

- La exclusividad no es diferenciación. Una empresa sea exclusiva no implica necesariamente que esté diferenciada. Para que una empresa sea diferenciada, dicha diferenciación debe ser percibida por el consumidor, de nada sirve ofrecer algo novedoso si el consumidor no lo valora.
- Excesiva diferenciación. Las empresas no comprenden las necesidades de los compradores y deciden diferenciarse innecesariamente ofreciendo niveles de calidad de productos o servicios más altos que las necesidades de sus competidores, lo que se traducirá en una pérdida de clientes hacia empresas que proporcionen los productos y servicios tal y como son demandados por los consumidores.
- Precios demasiado altos. Si las empresas diferenciadas deciden elevar sus precios muy por encima de su competencia. Los compradores dejarán de demandar sus productos por muy exclusivos que sean.
- Desconocimiento del coste de diferenciación. La diferenciación no conlleva un desempeño superior a menos que el valor percibido por el comprador exceda el coste de la misma. El error que cometen muchas empresas es

no considerar el cote total de todas las actividades que desempeñan sino solo de una parte, de esta manera o gastan más en diferenciación de lo que pueden recuperar con la subida de precios o no explotan las formas de reducir el coste como deberían.

- Imitación por parte de los competidores. Al igual que en la ventaja en costes, si no se consigue una diferenciación suficientemente sólida, las empresas corren el riesgo de ser imitadas por sus competidores. Este riesgo se da sobre todo en las industrias maduras y en los productos de lujo a través de las falsificaciones.
- Estrategias de segmentación. Los competidores pueden lograr una mayor diferenciación en aquellos segmentos en los que concentran su actividad, y en ellos tendrán mayor poder que los que pretenden cubrir toda la industria.(Chanes, 2014, p. 14).

2.2.1.4. Enfoque o concentración

Porter (2015) de acuerdo al enfoque o concentración menciona lo siguiente:

Se centra en un grupo de compradores en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico, igual que la diferenciación, adopta multitud de modalidades. En contraste con los costos bajos y con la diferenciación, estrategias que buscan alcanzar sus objetivos en toda la empresa, ésta procura ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular; diseña las estrategias funcionales teniendo presente lo anterior. Se basa en la suposición de que la empresa podrá prestar una mejor atención a su segmento que las empresas que compiten en mercados más

extensos, se diferencia al satisfacer más satisfactoriamente las necesidades de su mercado, al hacerlo a un precio menor o al lograr ambas metas. Aunque esta estrategia no logra costos bajos ni diferenciarse desde la perspectiva del público en general, sí logra una o ambas metas frente a su pequeño nicho. La empresa que consigue el enfoque puede obtener rendimientos superiores al promedio en la empresa. Su enfoque significa que tiene una posición de costos bajos en su mercado estratégico, una gran diferenciación o ambas cosas. Como hemos visto al hablar del liderazgo en costos y de la diferenciación, son estrategias que la defienden en contra de las fuerzas competitivas. La concentración sirve además para seleccionar los mercados menos vulnerables a sustitutos

Tabla 7
Riesgos de la estrategia competitiva

Riesgos del liderazgo de costos	Riesgos de la diferenciación	Riesgos de enfoque
El liderazgo de costos no es sostenido. <ul style="list-style-type: none"> – Los competidores imitan. – La tecnología cambia. – Otras bases para el liderazgo de costos se erosionan. 	La diferenciación no se sostiene. <ul style="list-style-type: none"> – Los competidores imitan. – Las bases para la diferenciación se hacen menos importantes para los compradores. 	La estrategia de enfoque se limita. El segmento objetivo se hace poco atractivo estructuralmente. <ul style="list-style-type: none"> – La estructura se erosiona. – La demanda desaparece.
Se pierde la proximidad en la diferenciación.	Se pierde la proximidad de costos.	Los competidores de objetivos amplios agotan el sector. <ul style="list-style-type: none"> – Las diferencias de segmento de otros segmentos se angostan. – Aumentan las ventajas de una línea amplia.
Los enfocadores de costos logran aun costos menores en los segmentos.	Los enfocadores en diferenciación logran aun mayor diferenciación en los segmentos.	Nuevos enfocadores subsegmentan el sector industrial.

Nota. (Porter, 2012, p.39) adaptado por Erazo (2018).

2.2.2. Financiamiento

Córdova (2012) define financiamiento como:

Una empresa es capaz de generar holgadamente sus propios recursos, tampoco tendrá excesivos problemas de obtener recursos ajenos y viceversa. Es bueno que la empresa cuente con el capital suficiente para empezar el negocio, pero también es necesario conocer las distintas maneras de financiarse a corto y largo plazo, para disponer de ingresos sanos de forma regular. (p. 308).

Según Gitman (1996) citado por Saavedra J. (2014)“El financiamiento viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios” (p. 13).

2.2.2.1. Financiamiento a corto plazo

Según los autores referentes Brealey, Myers, y Marcus (2004)“el financiamiento a corto plazo se relacionan con activos y pasivos de corta duración y es fácil modificarlas”. (p. 406).

El autor referente Brealey(2011) menciona que el financiamiento a corto plazo:

Se puede obtener de una manera más fácil y rápida que un crédito a largo plazo; 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. El financiamiento a corto plazo consiste en obligaciones que se espera

que vengán en menos de un año y que son necesarias para sostener gran parte de los activos circulantes de la empresa. Es un componente de la estructura financiera muy importante de toda empresa, pues se genera con este pasivo, la financiación de lo que se requiera para operar y que debido a que es una fuente a bajo costo, se debe tener cuidado de no cumplir con las obligaciones adquiridas. (p. 238).

El financiamiento a corto plazo de acuerdo a Bazán (2006) citado por Saavedra J. (2014) la define como “cualquier pasivo originalmente programado para ser reembolsado dentro de un año y son divididas en cuatro grupos principales”. (p. 14).

Como menciona Monserrat (2013):

Una de las reglas fundamentales del equilibrio económico-financiero consiste en que tanto los activos no corrientes como los activos corrientes permanentemente inmovilizados deben financiarse con recursos financieros a largo plazo, y las necesidades temporales deben financiarse con recursos financieros de corto plazo ya sea con recursos propios o con endeudamiento(p.29).

El autor Flores (2013), menciona que:

El financiamiento a corto plazo es cuando la gerencia financiera, obtiene recursos financieros para aplicarlos en forma inmediata a las obligaciones contraídas que vencen en un plazo máximo de un año.

Esta modalidad de financiamiento se presenta en el estado de situación financiera dentro del pasivo corriente. (p. 249).

En relación al financiamiento a corto plazo Amadeo (2013) menciona lo siguiente:

Desde el punto de vista del empresariado, la forma más habitual de financiarse es a través de fuentes de financiamiento a corto plazo para su empresa. Esto se debe a que normalmente la empresa dispone de una suma limitada de recursos financieros para realizar sus operaciones y cubrirlas dentro del plazo de un año. Es por ello que generalmente buscan lograr este tipo de financiamiento. (p. 22).

2.2.2.1.1. Clasificación del financiamiento a corto plazo

Según los autores referentes Brealey, Myers, y Marcus (2004) mencionan lo siguiente:

Las empresas necesitan capital, esto es el dinero que se invierte en planta, maquinas, existencias, efectos a cobrar y en todos los activos necesarios para que una empresa funcione con eficacia. Los comun es que todos estos activos no se compran al mismo tiempo, sino que se van adquiriendo de a poco, a medida que la empresa crece. La necesidad total de capital de las empresas no aumenta de manera uniforme y las empresas deben estar en condiciones de enfrentar carencias temporales de tesorería, todo ello vinculado a una planificación financiera a corto plazo. Las necesidades totales de capital se pueden satisfacer por medio de la financiación a corto o a largo. Cuando la financiación a largo plazo no cubre las necesidades

totales de capital, la empresa debe conseguir capital a corto plazo para compensar la diferencia. *Cuando la financiación a largo plazo supera las necesidades totales de capital, la empresa posee excedentes de tesorería disponibles para realizar las inversiones a corto plazo. Así la cantidad de financiación a largo plazo que se consigue, dada la necesidad total de capital, determina si la empresa es prestamista o prestataria a corto plazo.* (pp. 411-412).

Según los autores referentes Brealey, Myers, y Marcus (2004) la financiación a corto plazo son las siguientes:

- Los préstamos bancarios. La manera más sencilla y común de conseguir financiación a corto plazo son los préstamos no garantizados de los bancos. La mayoría de los préstamos bancarios solo se extienden durante unos meses. (p. 420).
- Los pagarés financieros o pagarés de empresa. Cuando los bancos prestan dinero, proporcionan dos servicios. Ponen en contacto a los prestamistas y a los prestatarios y aseguran la capacidad del prestatario de devolver el préstamo. Los bancos recuperan los costos de la provisión de esos servicios cobrando a los prestatarios un tipo de interés medio superior que el que pagan a los prestamistas. Los pagarés financieros son pagares no asegurados a corto plazo emitidos por las empresas. (pp. 420-421).

- Créditos garantizados. Muchos préstamos a corto plazo no son garantizados, pero a veces las empresas ofrecen sus activos como garantía. Dado que los bancos prestan a corto plazo, la garantía consiste generalmente en activos líquidos, como efectos a cobrar, existencias o títulos. (p. 421).
 - Financiación de los efectos a cobrar. Cuando los préstamos se garantizan con efectos a cobrar, la empresa asigna esos efectos al banco. Si la empresa no devuelve el préstamo, el banco puede cobrar las cuentas pendientes de los clientes de la empresa y emplear el dinero para saldar la deuda. Sin embargo, si los efectos a cobrar resultan impagados, la empresa sigue obligada a devolver el préstamo. Así, es ella quien afronta el riesgo de impago. Algunas empresas solucionan sus problemas financieros endeudándose de acuerdo con la solidez de sus activos circulantes. (pp. 421-422).
 - Factoring. Es una fuente de financiamiento que da la impresión que es costosa para las empresas, parte de estos intereses, en apariencia elevada, representa una compensación por el riesgo de impago, y también por los costos que entraña la operación de crédito. (p. 422).
 - Financiación de existencias. Los bancos también prestan contra la garantía de las existencias, pero consideran con mucho cuidado cuales aceptar. Quieren asegurarse que puedan identificarlos y

venderlos en caso de impago. Los autos y otros bienes comunes no perecederos son buenas garantías de los préstamos, los trabajos en curso y los frutos maduros son malos colaterales. Los bancos necesitan vigilar a las empresas para que sus responsables no vendan sus activos y luego desaparezcan con el dinero. (p. 422).

Según Amadeo (2013) el Financiamiento a corto plazo interno está conformado de la siguiente manera:

- Proveedores. El financiamiento a través de los proveedores es la fuente de financiamiento más común y la que usualmente se utiliza. Se genera mediante la adquisición o compra de bienes o servicios que la empresa utiliza en su operación a corto plazo donde en el proceso de la adquisición no se firma ningún documento formal que vincule a las empresas. El volumen de este financiamiento aumenta o disminuye dependiendo del arreglo comercial que se posea con el proveedor, debido que las adquisiciones realizadas de esta manera, no son necesarias que se abonen en el acto dado que se le brinda un periodo de gracia llamado días de cuenta corriente. (p. 23).
- Sueldos y Remuneraciones. Este tipo de financiación es muy breve pero suele ocurrir con mucha frecuencia en las pequeñas y medianas empresas. Los pasivos generados por esta forma, son estables con los trabajadores como consecuencia de sus operaciones, al adeudarles salario, vacaciones, etc. Con esto, las organizaciones logran cubrir sus déficits en los periodos claves. (p. 23).

- Anticipo de Clientes. Esta forma de financiamiento se da a través de los clientes, debido a que estos pueden pagar sus cotizaciones antes de recibir la totalidad de la mercadería que se comercializa. Muchas veces para que esto sea posible, la empresa que provee ofrece un descuento considerable para poder resarcir al cliente por tomar sus fondos y disponer de ellos. En la mayoría de los casos, dicho descuentos es el cargo financiero con el cual se carga el producto. (p. 24).

Según Amadeo (2013) el Financiamiento a corto plazo externo está conformado de la siguiente manera:

- Descuentos de Valores. Esta operación se realiza a través de los bancos o entidades financieras, las cuales otorgan flujos de efectivo por el cambio de valores propios o de terceros. Mediante este tipo de operación se obtiene de forma anticipada el total del valor del título con cargo a un tercero menos un descuento que será establecido por el riesgo más el valor del dinero. En este caso, el valor es endosado a favor de la entidad financiera. El costo de este medio de financiación, depende de la tasa de descuento que se le aplica al valor y de las comisiones que puedan haber sido pactadas. En esta forma de financiación, el endosante del valor es solidariamente responsable del valor y por ello debe responder con sus bienes en el caso de que el cobro del valor no sea efectuado. (p. 24).

2.2.2.2. Financiamiento a Largo Plazo

Según Saavedra J. (2014) “La decisión de adquirir nuevos activos trae consigo el incremento del capital, por eso generalmente, los activos a largo plazo son financiados con capital a largo plazo” (p. 17).

2.2.2.2.1 Clasificación del Financiamiento a Largo Plazo

El Financiamiento a largo plazo más utilizados por las Mypes según Charca (2015) está conformado por:

- Hipoteca. Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. (p. 32).
- Acciones. Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece. (p. 32).
- Bonos. Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas. (p. 32).
- Arrendamiento Financiero. Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes. (p. 33).

2.2.2.3. Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento más utilizadas por las Mypes según Charca (2015) son las siguientes:

- Los ahorros personales. Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios. (p. 30).
- Los amigos y los parientes. Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero. Éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones. (p. 30).
- Bancos y uniones de crédito. Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las uniones de crédito. Tales instituciones proporcionarán el préstamo, solosi usted demuestra que su solicitud está bien justificada. (p. 30).
- Las empresas de capital de inversión. Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio. (p. 31).

Según Monserrat (2013) citado por Logreira y Bonett (2017) el concepto moderno de financiación, se consideran las siguientes fuentes:

- Financiación interna, en ella se encuentra:

- Retención de beneficios
 - Financiación procedente de las ventas
 - Amortizaciones
 - Reservas y provisiones
 - Financiación por modificación del patrimonio
 - Disminución del patrimonio necesario a la explotación
 - Venta del patrimonio no necesario. (p. 49).
- Financiación externa, la deuda se obtiene a través de:
- Financiación propia procedente de nuevas aportaciones de capital realizadas por los accionistas
 - Financiación por créditos o préstamos o emisiones de deuda, es decir, vía mercado de capitales. (p. 49).

2.2.2.4. Clasificación de Instituciones Financieras

De acuerdo a Lopera, Vélez, y Ocampo (2014) citado por Logreira y Bonett (2017) al carácter de las instituciones que otorgan los recursos, puede existir un financiamiento público o privado, a continuación se detalla:

- Financiamiento público, es aquel que proviene de entidades de un Estado para fomentar la producción o comercialización de bienes y servicios. (p. 50).
- Financiamiento privado, es aquel que proviene de instituciones de capital privado para fomentar la producción o comercialización de bienes y servicios. (p. 50).

Según Charca (2015) en los países existe un gran número de instituciones de financiamiento de tipo comunitario, privado público e internacional. Estas instituciones otorgan créditos de diverso tipo, a diferentes plazos, a personas y organizaciones. Estas instituciones se clasifican como:

- Instituciones financieras privadas: bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público. (p. 33)
- Instituciones financieras públicas: bancos del Estado, cajas rurales de instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias leyes, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la superintendencia de bancos. (p. 33).
- Entidades financieras: este Es el nombre que se le da a las organizaciones que mantiene líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones pobres. Incluyen los organismos internacionales, los gobiernos y las ONG internacionales o nacionales. (p. 33).

2.2.2.5. Criterios de selección de las fuentes de financiación.

Según Monserrat (2013) citado por Logreira y Bonett (2017) para tomar una decisión entre varias alternativas de financiación se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

- Costo efectivo de la fuente de financiación. Es el costo que implica utilizar una fuente de financiación, siempre debe ser menor que la rentabilidad de la inversión que financia. Este costo se refiere al coste efectivo en el cual no sólo se incluye el tipo de interés aplicado sino también otros gastos como comisiones, corretajes, otros gastos etc. (p. 65).
- Efectos sobre la solvencia y rentabilidad de la empresa. Se debe tener en cuenta el efecto que una fuente de financiación tiene sobre la solvencia o la rentabilidad. La solvencia está relacionada con el nivel de endeudamiento mientras que la rentabilidad con el coste efectivo. Es importante considerar si el objetivo prioritario de la empresa es asegurar o aumentar su rentabilidad o reforzar su nivel de solvencia. (p. 65).
- Destino o aplicación de la financiación. Al buscar una fuente de financiación es porque ya se ha tomado la decisión de inversión. Si por ejemplo se construirá un inmueble con una vida útil de 20 años, este nunca deberá financiarse con recursos de corto plazo. (p. 66).
- Disponibilidad de recursos. Se debe tener en cuenta si la entidad financiera está dispuesta a entregar los recursos y si tiene disponibilidad de los

mismos. Además, no se debe dejar de lado la capacidad de endeudamiento que tiene la empresa, es decir, si tiene un nivel de endeudamiento del 80% muy probablemente la financiación ajena le será negada, por tanto no podrá utilizar esta fuente y tendrá que recurrir a una financiación propia. (p. 67).

- Condiciones de la amortización. Entre las condiciones se definen el plazo de la financiación, la periodicidad de pago de las cuotas, posible existencia de carencia. Aquí se tiene en cuenta el uso de los fondos generados por la inversión. (p. 67).
- Formalización de la operación. De acuerdo a cómo se legaliza la fuente de financiación se tendrán repercusiones en su coste efectivo. Este aspecto está relacionado con requisitos legales, fiscales, administrativos etc. Por ejemplo, las ventas a plazo pueden movilizarse a través del descuento comercial o el factoring. Ambas modalidades tienen un coste distinto, puesto que jurídicamente son dos operaciones distintas y tienen un tratamiento fiscal diferenciado. (p. 67).
- Garantías ofrecidas al financiador. En algunos casos el acreedor puede exigir una garantía para realizar la financiación, como una garantía hipotecaria o un aval. En estos casos se debe analizar si el valor de la garantía es razonable y si no es muy superior a la financiación obtenida. (p. 67).

- Exposición al riesgo financiero. El riesgo no sólo está relacionado con la composición de la estructura financiera sino también depende del comportamiento de las variables financieras como por ejemplo tipo de interés fijo o variable o si la financiación es en moneda nacional o extranjera. (pp. 67-68).

2.2.2.6. La Micro y Pequeña empresa

Las MYPE, se han convertido en un importante centro de atención para la economía, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local. Hasta hace algunos años, el sistema financiero peruano estaba enfocado en los grupos económicos más solventes y no les prestaba suficiente atención a los más pequeños. (Morales, 2017, p. 83).

III. MÉTODO

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación según Hernández, Méndez, Mendoza, y Cuevas, 2017 es de tipo correlacional porque “se pretendió conocer el grado de relación entre las variables de estudio propuestas” (p. 77).

Según Bernal (2016) “la correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro” (p. 147).

Según Hernández et al. (2017) “los estudios correlacionales al determinar el grado de relación entre las variables, miden cada una y posteriormente cuantifican y analiza la asociación” (p. 779).

3.2. Población y muestra

La población de estudio está constituida por los representantes legales de las MYPES de la avenida 28 de julio entre la cuadra 1, 2 y 3 de la ciudad de Huacho, conformado por 21 Mypes, ya que estos participan de manera exclusiva y cotidiana en las actividades diarias, y viven con intensidad las dimensiones que se pretende medir.

Tabla 8
Población de estudio

N°	Nombre del negocio	Actividad
1	dental pluss	Consultorio odontológico
2	Deportes w	Implementos deportivos
3	Bodega	Útiles escolares
4	Julio cesar	Óptica
5	Slot fiesta	sala de juegos
6	El ángel	Jugueria
7	Casa essa	Ferretería
8	Xinglong	Chifa
9	Fátima	Hotel
10	Pionero	Venta de ropa
11	Kokomo	Sala de juegos
12	Gutiérrez	Ferretería
13	Emp. trans. los pinos-cipreses	Ruta Fujimori-los cipreses
14	Sam muebles	Mueblería
15	Gasu	Casa de cambio
16	La siete	Sala de juegos
17	Achukuta	Restaurant
18	La casa del deporte	Implementos deportivos
19	San Bartolomé	Botica
20	Avalancha	Venta de ropa
21	Miguelito	Panadería

Muestra

La muestra de estudio esta está constituida por los representantes legales delas MYPES de la avenida 28 de julio entre la cuadra 1, 2 y 3 de la ciudad de Huacho, conformado por 21 Mypes. El muestreo es no probabilistico por conveniencia.



Figura 2. Avenida 28 de Julio, ciudad de Huacho.

Muestreo

La presente investigación utilizo el muestreo no probabilístico según Arbaiza (2013) “es aquella que se elige de forma deliberada, y por lo tanto no aleatoria por el investigador”. (p. 188).

3.3. Operacionalización de Variables

La presente investigación tiene las siguientes variables:

Variable 1. Estrategia Competitiva.

Variable 2. Financiamiento a corto plazo.

3.3.1. Definición conceptual de la Variable 1. Estrategia Competitiva

Tabla 9
Operacionalización de la variable 1

Variable 1	Dimensiones	Indicadores
Estrategia competitiva	Liderazgo global en costos	Participación en el mercado Reinversión
	Diferenciación	Producto o servicio innovador Lealtad de los clientes
	Concentración	Segmento de línea de productos o servicios Mercado geográfico determinado.

3.3.2. Definición conceptual de la Variable 2. Financiamiento a corto plazo

Tabla 10
Operacionalización de la variable 2

Variable 2	Dimensiones	Indicadores
Financiamiento a corto plazo	Préstamos bancarios	Préstamo personal Préstamo al consumo
	Los pagares	Pagarés de empresa
	Créditos garantizados	Financiación de los efectos a cobrar
		Factoring
		Financiación de existencias

3.4. Instrumentos de recolección de datos

De acuerdo a Valderrama, 2016, un instrumento importante es la observación (p. 194).

La confiabilidad del instrumento se determina mediante el alfa de Cronbach y la idea es que los datos se acerquen más a la realidad (Vara, 2012, p. 245).

Tabla 11
Alfa de Cronbach de la variable 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	17

Se tiene un alfa de Cronbach de 0.825 por lo tanto hay una alta fiabilidad en la data presentada.

Tabla 12
Alfa de Cronbach de la variable 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,870	17

Se tiene un alfa de Cronbach de 0.870 por lo tanto hay una alta fiabilidad en la data presentada.

3.5. Procesamiento y Análisis de Datos

Para la correlacion se aplicara el Rho de Spearman para establecer la relacion entre las variables Gamarra, Wong, Rivera y Pujay (2015, p. 231)

3.6. Análisis de Datos

Según Andia (2017) “el diseño define los lineamientos que se debe tomar en cuenta para validar la hipótesis” (p. 167).

El diseño es el no experimental porque no se experimenta con las variables (Hernández et al., 2017, p. 107).

En relación a Andía (2017, p. 169) de corte transversal porque son estudios en donde los datos son obtenidos en un momento determinado.

Estrategia de Prueba de Hipótesis

De acuerdo al autor Bernal (2016) para realizar la prueba de hipótesis se tiene que tener claro la problemática y las opciones de hipótesis para que con ayuda de la estadística inferencial determinar si es verdadera o falsa (p. 189).

Técnicas de Investigación

Según Montenegro (2012) “la técnica es el conjunto de pasos u operaciones que se ejecutan en determinado orden y con determinados instrumentos, para obtener un resultado” (p. 12).

En la presente investigación las técnicas de recolección de datos según (Hernández, 2010, p. 198) citado por (Valderrama, 2016, p. 194) son:

- Observación. Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables a través de un conjunto de dimensiones e indicadores.

- Encuestas. Son los cuestionarios para medir niveles de conocimiento y escalas de actitudes.

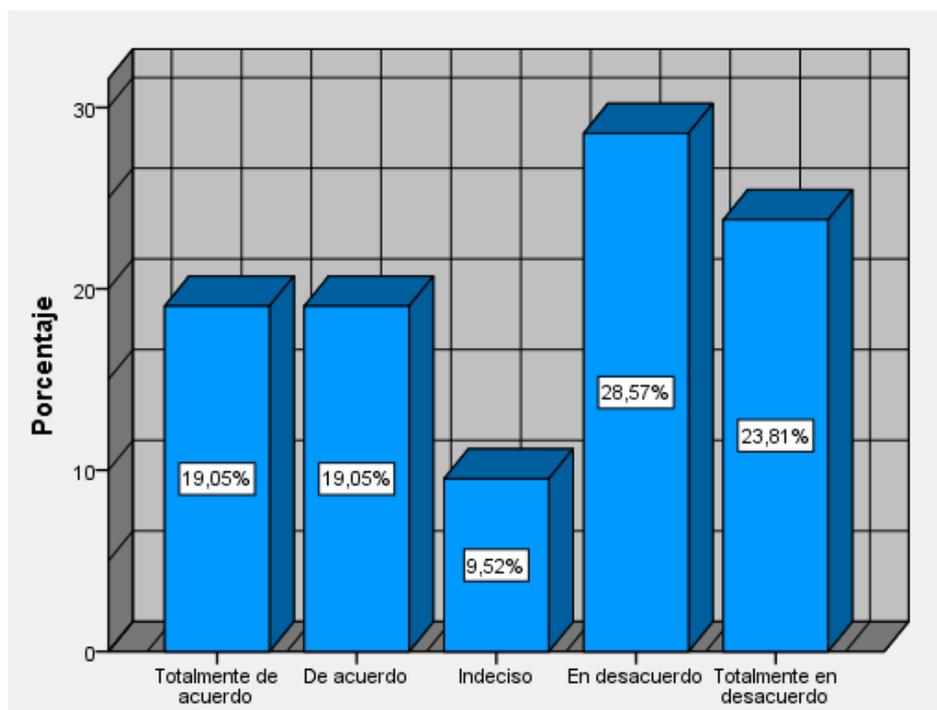
IV. RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación

Tabla 13

Distribución de la frecuencia de la variable 1. Estrategia competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	19,0	19,0	19,0
	De acuerdo	4	19,0	19,0	38,1
	Indeciso	2	9,5	9,5	47,6
	En desacuerdo	6	28,6	28,6	76,2
	Totalmente en desacuerdo	5	23,8	23,8	100,0
	Total	21	100,0	100,0	



*Figura 3.*Diagrama de barra de la frecuencia de la variable 1. Estrategia competitiva

Según los resultados la estrategia competitiva es muy importante para las Mypes y así lograr la sostenibilidad económica a corto y largo plazo.

Tabla 14

Distribución de la frecuencia de la dimensión liderazgo global en costos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	28,6	28,6	28,6
	De acuerdo	1	4,8	4,8	33,3
	Indeciso	5	23,8	23,8	57,1
	En desacuerdo	4	19,0	19,0	76,2
	Totalmente en desacuerdo	5	23,8	23,8	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

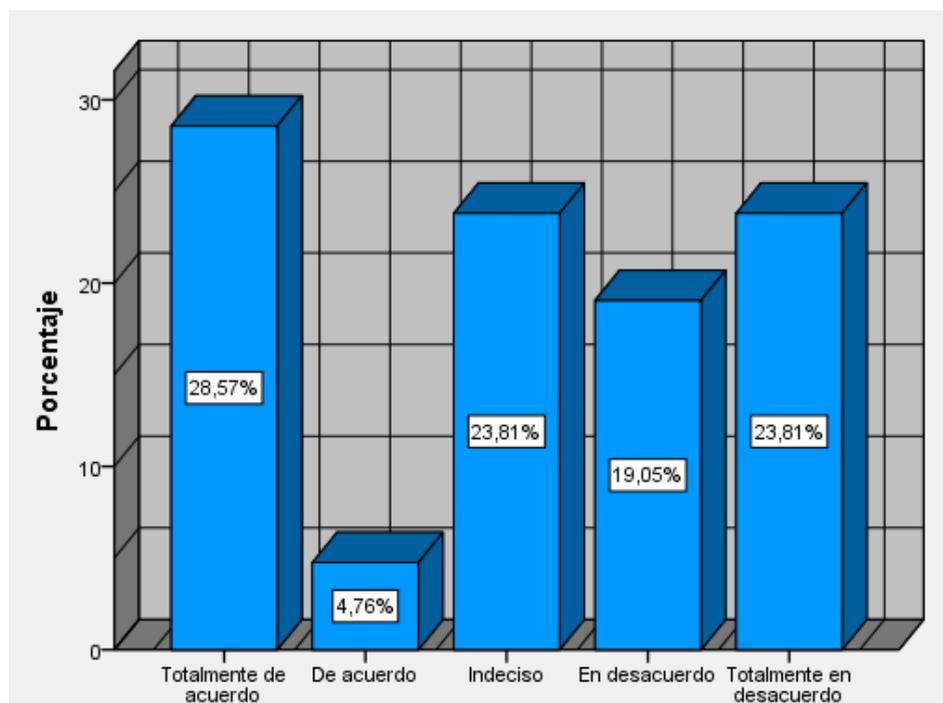


Figura 4. Diagrama de barra de la frecuencia de la dimensión liderazgo global en costos

De acuerdo a los resultados en la actualidad se hace imprescindible que las Mypes manejen costos en su actividad empresarial.

Tabla 15
Distribución de la frecuencia de la dimensión diferenciación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	23,8	23,8	23,8
	De acuerdo	4	19,0	19,0	42,9
	Indeciso	8	38,1	38,1	81,0
	En desacuerdo	2	9,5	9,5	90,5
	Totalmente en desacuerdo	2	9,5	9,5	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

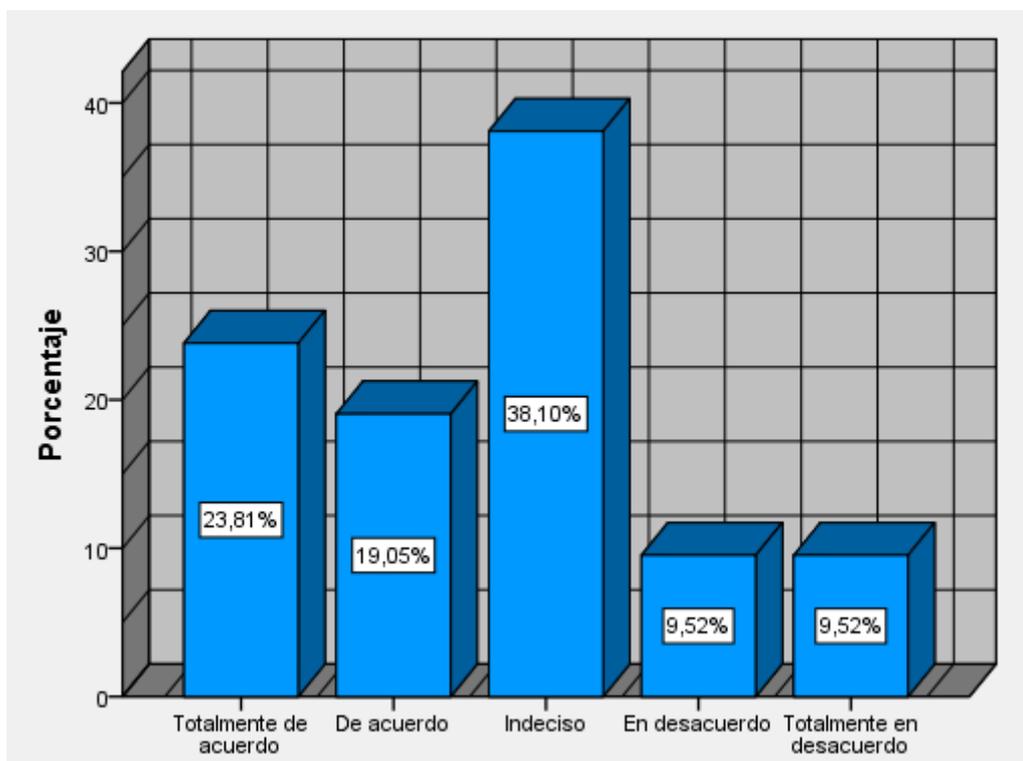


Figura 5. Diagrama de barra de la frecuencia de la dimensión diferenciación

De acuerdo a los hallazgos cada giro de negocio debe buscar la calidad y el mejoramiento continuo y diferenciarse de la competencia.

Tabla 16
Distribución de la frecuencia de la dimensión concentración

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	19,0	19,0	19,0
	De acuerdo	5	23,8	23,8	42,9
	Indeciso	4	19,0	19,0	61,9
	En desacuerdo	1	4,8	4,8	66,7
	Totalmente en desacuerdo	7	33,3	33,3	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

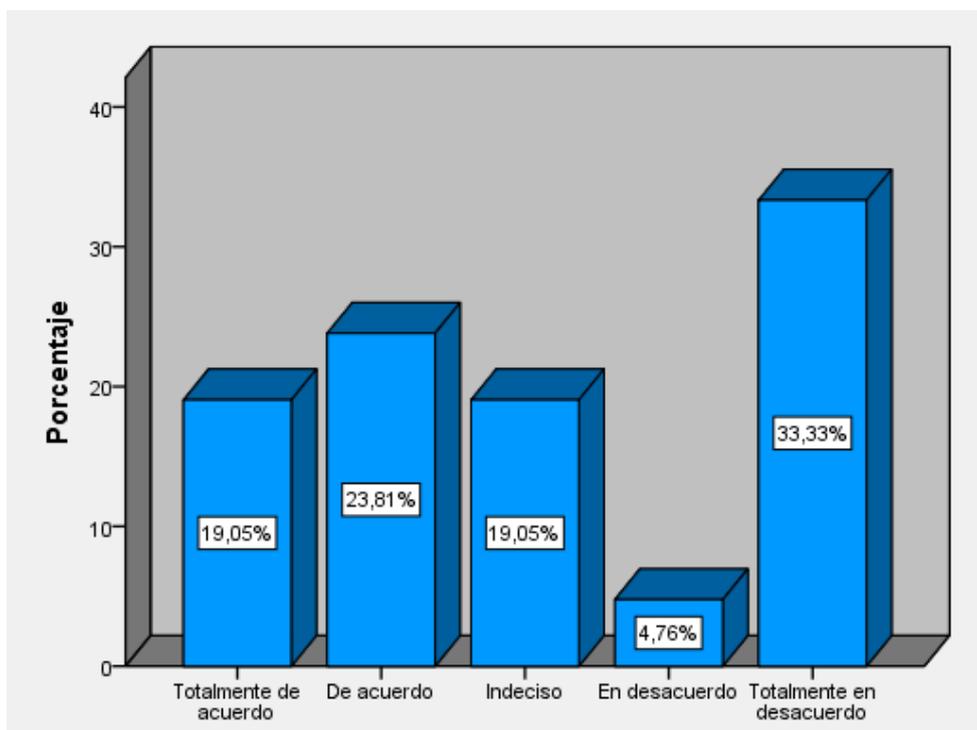


Figura 6. Diagrama de barra de la frecuencia de la dimensión concentración

Como se presentan los resultados existe relación entre la concentración y el financiamiento a corto plazo.

Tabla 17

Distribución de la frecuencia de la variable 2. Financiamiento a corto plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	19,0	19,0	19,0
	De acuerdo	3	14,3	14,3	33,3
	Indeciso	7	33,3	33,3	66,7
	En desacuerdo	4	19,0	19,0	85,7
	Totalmente en desacuerdo	3	14,3	14,3	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

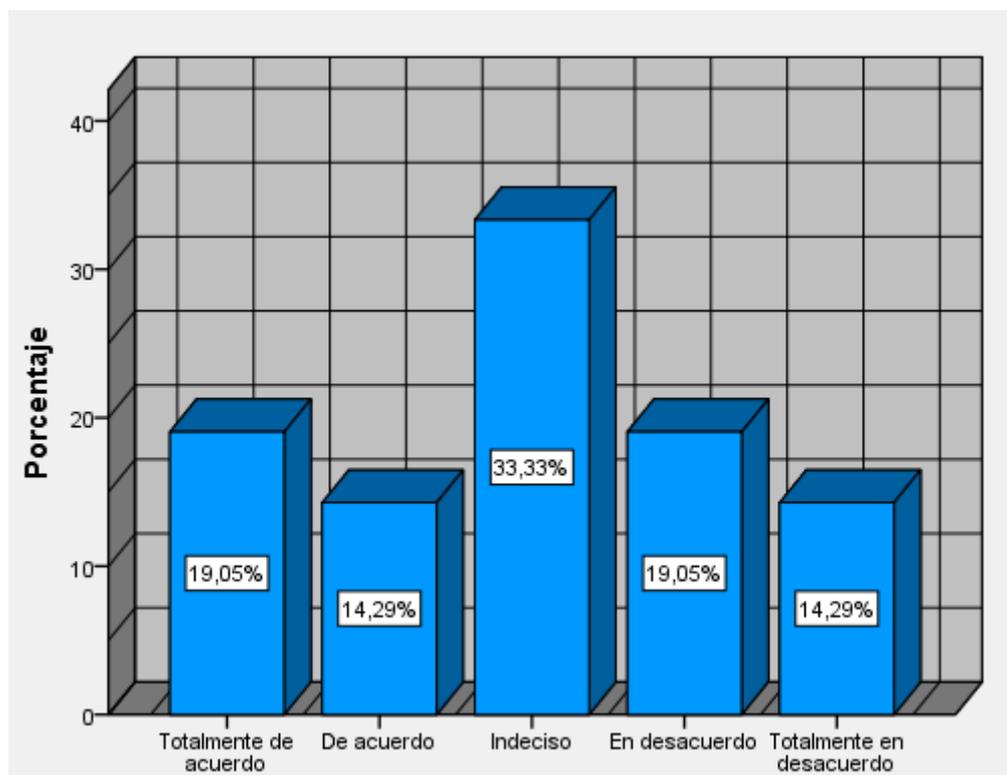


Figura 7. Diagrama de barra de la frecuencia de la variable 2 financiamiento a corto plazo

Según los hallazgos descriptivos el financiamiento a corto plazo está relacionado con la variable 1 estrategia competitiva.

4.2. Contraste de Hipótesis

4.2.1. Contraste de la hipótesis general

Hipótesis nula

No existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Hipótesis alternativa

Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Tabla 18
Correlación y *contraste de la hipótesis general*

			Estrategia competitiva (Agrupada)	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)
Rho de Spearman	Estrategia competitiva (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,860
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	21	21
	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,860	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	21	21

Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

4.2.2. Contraste de la hipótesis específica 1

Hipótesis nula

No existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Hipótesis alternativa

Existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Tabla 19
Correlación y *contraste de la hipótesis específica 1*

			Liderazgo global en costos (Agrupada)	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)
Rho de Spearman	Liderazgo global en costos (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,704
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	21	21
	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,704	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	21	21

Existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

4.2.3. Contraste de la hipótesis específica 2

Hipótesis nula

No existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Hipótesis alternativa

Existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Tabla 20

Correlación y *contraste de la hipótesis específica 2*

			Diferenciación (Agrupada)	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)
Rho de Spearman	Diferenciación (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,579
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	21	21
	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,579	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	21	21

Existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

4.2.4. Contraste de la hipótesis específica 3

Hipótesis nula

No existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Hipótesis alternativa

Existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Tabla 21
Correlación y *contraste de la hipótesis específica 3*

			Concentración (Agrupada)	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)
Rho de Spearman	Concentración (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,824
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	21	21
	Financiamiento a corto plazo (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,824	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	21	21

Existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

V. DISCUSION DE RESULTADOS

5.1. Discusión

Un resultado similar es la investigación de Villano (2015) donde para medir la correlación que existe entre las variables de estudio, se utilizó el coeficiente de Spearman, que arrojó un valor de 0, 510 lo que significa que existe una correlación positiva moderada. Con respecto al valor de sig. se obtuvo un resultado de 0.000, que es menor a 0.05 (nivel de significancia), donde se concluyó que existe relación moderada, respecto al financiamiento a corto plazo se tiene coincidencia con la investigación de Torres (2016) quien concluyó que las formas de financiamiento se ha logrado determinar la forma de financiamiento a largo plazo por lo que se debe tomar conciencia que la tasa de interés es alto, y por ello se debe optar por un financiamiento a corto plazo.

VI. CONCLUSIONES

Primera. Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Segunda. Existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Tercera. Existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

Cuarta. Existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.

VII. RECOMENDACIONES

Primera. Los representantes legales de las Mypes de la ciudad de Huacho deben implementar mejoras en el diseño de las estrategias competitivas y ser plasmada en un documento por escrito, de tal forma que pueda haber un antecedente, para que pueda realizarse correctamente un control con eficiencia de las estrategias planteadas dentro de la empresa.

Segunda. En relación a la dimensión liderazgo global en costos, se sugiere mejorar la integración dentro de la empresa entre el jefe y sus empleados, y viendo las necesidades que puedan tener los clientes y factores externos en la mejora de la calidad de servicio y posicionarse más en el mercado.

Tercera. En relación a la dimensión diferenciación, se sugiere mejorar en la capacitación del personal encargado de la atención al cliente, y utilizar la publicidad para acercarse más al cliente objetivo.

Cuarta. En relación a la dimensión concentración se sugiere tener un mayor conocimiento de las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que se tiene en la empresa para así enfocar las técnicas de la estrategia competitiva y poder así ser sostenible en el tiempo.

VIII. REFERENCIAS

- Amadeo, A. (2013). *Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas*. (Tesis de maestría), Argentina: Universidad Nacional de la Plata .
- Andia, W. (2017). *Manual de investigación universitaria*. Lima: Ediciones arte y pluma.
- Andrews, R. (1977). *El concepto de estrategia de la empresa*. España: Editorial Eunsa.
- Arbaiza, L. (2013). *Como elaborar una tesis de grado*. Lima: Esan ediciones.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Bogota: Pearson.
- Blas, E. (2014). *Diccionario de administración y finanzas*. Estados Unidos: Editorial Palibrio LLC.
- Brealey, R., Myers, S., & Marcus, A. (2004). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Brealey, R., Myers, S., & Marcus, A. (2011). *Fundamentos de finanzas corporativas*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Castro, E. (2010). *La estrategias competitivas y su importancia en la buena gestion de las empresas . Ciencias Económicas 28-No. 1, 247-276*.
- Chanes, D. (2014). *La diferenciación y el liderazgo en Costes: Claves del éxito de IKEA*. (Tesis de grado), España: Universidad de Valladolid.
- Charca, Z. (2015). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro agencias de aduana del distrito de Desaguadero provincia de Chucuito, periodo 2013-2014*. (Tesis de grado), Peri: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Chavez, J., Olguin, J., & Guzman , J. (2018). *Innovación y competitividad. Necesidad en Mypes comerciales. Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 1212-1229*.
- Cordova, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogota.

- Ferrel, O. (2012). *Estrategia de marketing* (5 ed.). Mexico: Cengage Learning Editores S.A de C.V.
- Flores, J. (2013). *Finanzas aplicadas a la gestión empresarial*. Lima: Biblioteca Nacional.
- Gamarra, G., Wong, F., Rivera, T., & Pujay, O. (2015). *Estadística e investigación con aplicación de SPSS*. Lima: San Marcos.
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria, año 2013*. (Tesis de grado), Peru: Universidad San Martín de Porres.
- Gordon, F., & Vasquez, F. (2017). Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa "Agropecuaria Paulino" de Chimbote, 2016. *In Crescendo Ciencias Contables & Administrativas*, 171-187.
- Gutierrez, H. (2014). *Calidad y productividad*. (4ta. ed.) Colombia: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill education.
- Hernandez, R., Mendez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. Mexico: Mc Graw Hill education.
- Larrea, C., & Mielles, J. (s.f.). *Fundamentos para la creación de la gerencia de riesgos empresariales*. (Tesis de grado), Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa-28015. (2003).
- Logreira, C., & Bonett, M. (2017). *Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla - Colombia*. (Tesis de grado), Colombia: Universidad de la Costa.
- Miles, R., & Snow, S. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York: McGraw-hill.
- Montserrat, J. (2013). *La financiación de la empresa. Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor*. Barcelona: Profit.
- Montenegro, L. (2012). *Metodología de la investigación en ciencias de la salud* (3 ed.). Bogota: Ecoe ediciones.

- Morales, L. (2017). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro- cerámica en el distrito de Tarica, provincia DE Huaraz – periodo 2015*. (Tesis de grado), Peru: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote .
- Oncoy, A. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado de Vicos, provincia de Carhuaz, 2016*. (Tesis de grado), Peru: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Porter, M. (1985). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Mexico: Editorial Continental.
- Porter, M. (1989). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Mexico: Cecsa.
- Porter, M. (2012). *Competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Madrid: Ediciones piramide.
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva, tecnicas para el analisis de los sectores industriales y de la competencia (2 ed.)*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Saavedra, J. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro joyerías del distrito de Catacaos, Piura- periodo 2012*. (Tesis de grado), Peru: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Saavedra, M., & Saavedra, M. (2012). Evolución y aportes de la teoría financiera y un panorama de su investigación en México: 2003-2007. *IIESCA*, 45-61.
- Torres, Y. (2016). *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mype turísticas-rubro hospedajes, distrito Sullana, año 2016*. (Tesis de grado), Peru : Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigacion científica*. Lima: San Marcos.

- Vara, A. (2012). *7 pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Viera, N. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas particulares del distrito de Sullana, año 2014*. (Tesis de grado), Peru: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Villano, F. (2015). *Estrategias competitivas y su relación con el posicionamiento de las escuelas de conductores en el distrito de Andahuaylas, 2015*. (Tesis de grado), Peru : Universidad Nacional José María Arguedas .

IX. ANEXOS

Anexo 1: Ficha Técnica de los Instrumentos a Utilizar

Ficha de la Estrategia Competitiva

Nombre del instrumento: **Encuesta de Estrategia Competitiva.**

Autor: Sosima Carrillo (2015)

Objetivo: Determinar el grado de relación de la estrategia competitiva.

Lugar: Mypes de la avenida 28 de julio entre la cuadra 1, 2 y 3 de la ciudad de Huacho

Forma: Directa.

Duración: 30 minutos.

Descripción: Es una encuesta de aplicación individual, con 17 ítems, bajo la escala de Likert.

Escala de medición: El encuestador le asignará el puntaje a cada ítem de acuerdo a la tabla 29.

Tabla 22 *Escala de medición variable*

Índices	Puntaje
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Nota. (Bernal, 2016, p. 251).

Ficha del Financiamiento a Corto Plazo

Nombre del instrumento: **Encuesta de Financiamiento a Corto Plazo.**

Autor: Arturo Oncoy (2017).

Objetivo: Determinar el grado de relación del financiamiento a corto plazo.

Lugar: Mypes de la avenida 28 de julio entre la cuadra 1, 2 y 3 de la ciudad de Huacho.

Forma: Directa.

Duración: 30 minutos.

Descripción: Es una encuesta de aplicación individual, con 17 ítems, bajo la escala de Likert. Fue adaptado para la presente investigación, sin alterar el sentido original de la pregunta.

Escala de medición: El encuestador le asignará el puntaje a cada ítem de acuerdo a la tabla 30.

Tabla 23 *Escala de medición variable*

Índices	Puntaje
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Nota. (Bernal, 2016, p. 251).

Anexo 2: Definición de Términos

Empresa

Es la persona natural o jurídica autónoma en sus decisiones financieras y de administración, propietario(a) o administrador(a) de uno o más establecimientos dedicados a la producción de bienes o servicios, comprendidos en alguna actividad económica.

Eficiencia

La relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo.

Estrategia

En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual

Eficacia

El nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia a nuestra capacidad para lograr lo que nos proponemos.

Gestión

Concepto que engloba la aplicación particular de las funciones del Proceso Administrativo (Planeación, Dirección, Organización y Control) en la conducción de la organización.

Micro empresa

Tiene de 1 trabajador hasta 10 trabajadores inclusive.

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (28015, 2003, art. 5).

Se promulgó el 3 de julio del 2003, el objetivo de esta ley es fomentar la competencia, legalización y el progreso de las Mypes para que puedan seguir incrementando la generación de empleo, además para que puedan ir mejorando su rentabilidad y productividad, generando un incremento en el producto bruto interno.

Anexo 3: Matriz de Consistencia

ESTRATEGIA COMPETITIVA Y FINANCIACION A CORTO PLAZO DE LAS MYPES DE LA CIUDAD DE HUACHO, AÑO 2017																										
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES																							
<p>Problema General ¿Qué relación existe entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?</p> <p>Problemas específicos ¿Qué relación existe entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?</p> <p>¿Qué relación existe entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?</p> <p>¿Qué relación existe entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p> <p>Objetivos específicos Determinar la relación que existe entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017. Determinar la relación que existe entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017. Determinar la relación que existe entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>Existe relación significativa entre el liderazgo global en costos y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p> <p>Existe relación significativa entre la diferenciación y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p> <p>Existe relación significativa entre la concentración y la financiación a corto plazo de las Mypes de la ciudad de Huacho, año 2017.</p>	<p>Variable 1. Estrategia Competitiva</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala</th> <th>Alternativa de respuesta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Liderazgo global en costos</td> <td>Participación en el mercado</td> <td>1, 2, 3</td> <td rowspan="6">Ordinal</td> <td rowspan="6">(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td>Reinversión</td> <td>4, 5, 6</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Diferenciación</td> <td>Producto o servicio innovador</td> <td>7, 8, 9</td> </tr> <tr> <td>Lealtad de los clientes</td> <td>10, 11, 12</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Concentración</td> <td>Segmento de línea de productos o servicios</td> <td>13, 14, 15</td> </tr> <tr> <td>Mercado geográfico determinado.</td> <td>16, 17</td> </tr> </tbody> </table>		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta	Liderazgo global en costos	Participación en el mercado	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo	Reinversión	4, 5, 6	Diferenciación	Producto o servicio innovador	7, 8, 9	Lealtad de los clientes	10, 11, 12	Concentración	Segmento de línea de productos o servicios	13, 14, 15	Mercado geográfico determinado.	16, 17
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta																			
			Liderazgo global en costos	Participación en el mercado	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo																			
				Reinversión	4, 5, 6																					
Diferenciación	Producto o servicio innovador	7, 8, 9																								
	Lealtad de los clientes	10, 11, 12																								
Concentración	Segmento de línea de productos o servicios	13, 14, 15																								
	Mercado geográfico determinado.	16, 17																								
<p>Variable 2. Financiamiento a corto plazo</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala</th> <th>Alternativa de respuesta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Préstamos bancarios</td> <td>Préstamo personal</td> <td>1, 2, 3</td> <td rowspan="6">Ordinal</td> <td rowspan="6">(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td>Préstamo al consumo</td> <td>4, 5, 6</td> </tr> <tr> <td>Los pagares</td> <td>Pagarés de empresa</td> <td>7, 8, 9</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Créditos garantizados</td> <td>Financiación de los efectos a cobrar</td> <td>10, 11, 12</td> </tr> <tr> <td>Factoring</td> <td>13, 14</td> </tr> <tr> <td>Financiación de existencias</td> <td>15, 16, 17</td> </tr> </tbody> </table>		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta	Préstamos bancarios	Préstamo personal	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo	Préstamo al consumo	4, 5, 6	Los pagares	Pagarés de empresa	7, 8, 9	Créditos garantizados	Financiación de los efectos a cobrar	10, 11, 12	Factoring	13, 14	Financiación de existencias	15, 16, 17			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta																						
Préstamos bancarios	Préstamo personal	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indeciso (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo																						
	Préstamo al consumo	4, 5, 6																								
Los pagares	Pagarés de empresa	7, 8, 9																								
Créditos garantizados	Financiación de los efectos a cobrar	10, 11, 12																								
	Factoring	13, 14																								
	Financiación de existencias	15, 16, 17																								
<p>METODOLOGÍA Tipo de investigación : correlacional Diseño: No experimental – transversal Población: 21 representantes legales. Muestra: 21 representantes legales. Muestreo: No Probabilístico</p>																										

Anexo 4: Instrumento de Medición

Cuestionario de Estrategia Competitiva

A continuación encontrará una serie de enunciados con relación a su trabajo. Se solicita su opinión sincera al respecto. Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una X el número que corresponda a su opinión.

Codificación				
5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	Ítems	Codificación				
		1	2	3	4	5
1	La estrategia competitiva implica tener los costos más bajos del sector, es decir, ser líder en costos					
2	La esencia de los beneficios se obtiene de la estrategia competitiva.					
3	Los productos sustitutos limitan el potencial de una empresa fijando un techo de precios.					
4	Ser líder en un mercado significa tener la mayor participación de mercado vendiendo más que ningún otro competidor					
5	La posibilidad de obtener una ventaja competitiva en costos depende del entorno del negocio.					
6	La esencia de formular estrategias competitivas es ser un líder en el mercado.					
7	La diferenciación puede provenir de la capacidad de una empresa de ofrecer un producto de características únicas. ¿En el sector de servicios cree usted es posible?					
8	La diferenciación de productos, requerimientos de capital, desventajas de costos, acceso a los canales de distribución y políticas gubernamentales son herramientas claves para una óptima estrategia competitiva.					
9	El objetivo de la estrategia competitiva de una empresa es Posicionarla dentro de su entorno, tal que, pueda defenderse de la mejor manera contra estas fuerzas o pueda influenciarlas a su favor.					
10	Este poder de aumentar precios o disminuir la calidad se relaciona con el poder de negociación de los vendedores.					
11	El que algo sea valioso para los clientes no quiere decir que estén dispuestos a pagar mucho por ello, sino lo mínimo indispensable					
12	Sostener en el tiempo la ventaja competitiva en su empresa no es una tarea fácil.					
13	Los productos sustitutos establecen un nuevo techo a los precios que se pueden cobrar, limitando el potencial de la empresa.					
14	Es necesario estudiar el modelo desarrollado por Michael Porter sobre estrategia competitiva porque ayuda a la empresa					

	a ser sostenible en el tiempo.					
15	Una de las maneras de obtener una sólida posición competitiva es la de no dar un servicio extraordinario a los clientes.					
16	El estado de competencia de una industria depende del ambiente donde se desarrolla la empresa.					
17	Anticipar los cambios en el arreglo de las fuerzas dentro de la empresa para tomar ventaja ante el escenario futuro de la misma					

Cuestionario de Financiamiento a Corto Plazo

A continuación encontrará una serie de enunciados con relación a su trabajo. Se solicita su opinión sincera al respecto. Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una X el número que corresponda a su opinión.

Codificación				
5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

N°	Ítems	codificación				
		1	2	3	4	5
1	Es factible para usted adquirir un préstamo personal y utilizarlo en su empresa.					
2	¿Ud. participa en el mantenimiento de la vigencia del financiamiento de la micro empresa?					
3	¿Ud. paga puntualmente el financiamiento de su micro empresa?					
4	¿Ud. renueva el financiamiento de su micro empresa, cuando es necesario?					
4	¿Ud. utiliza el financiamiento a corto plazo?					
5	¿Ud. utiliza el financiamiento a largo plazo?					
6	¿Ud. financia su micro empresa con ahorros personales?					
7	¿Conoce usted las bondades del uso del pagare?					
8	¿Ud. financia su micro empresa con el apoyo de amigos y/o parientes?					
9	¿Ud. utiliza el apoyo de los bancos?					
10	¿Conoce usted las bondades de la Financiación de los efectos a cobrar?					
11	¿Ud. recurre a las empresas de capital de inversión?					
12	¿Ud. participa competitivamente en mercado local?					
13	¿Cree usted que el factoring es una buena alternativa de financiamiento?					
14	¿Percibe usted el aumento de la tasa de interés bancario?					
15	¿Conoce usted las bondades de la Financiación de existencias?					
16	¿Cree usted que le falta mayor capacitación en herramientas de financiación?					
17	¿El financiamiento a corto plazo es una mejor alternativa para el microempresario para ser más competitivo frente a otros negocios de similar actividad comercial?					