

**DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA
LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE
RIOHACHA**

**LISYANI GONZALEZ DELUQUE
1.140.883.656**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN FINANZAS
DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA LA
GUAJIRA
2022**

**DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA
LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE
RIOHACHA**

LISYANI GONZALEZ DELUQUE

**Trabajo de presentado como requisito para optar el título de
Magister en Finanzas**

**Director
Rubén Darío Cabrera Palacio
Docente de planta Universidad de La Guajira
Contador Público
Magister en Gerencia Empresarial
Doctor en Ciencias Gerenciales**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRIA EN FINANZAS
RIOHACHA-LA GUAJIRA
2022**

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, quien es motor y guía de cada paso que doy, por darme la fuerza y voluntad para seguir adelante ante los obstáculos, y ayudarme a comprender que a pesar de todas las tormentas que se presentan en el camino luego viene la calma, por ser una luz en mi vida y en quien siempre he encontrado apoyo.

A mis padres y mi hermano, quienes con su amor y sacrificio hicieron posible gran parte de este logro.

Y un agradecimiento especial a todos los profesores quienes tuvieron la paciencia y dedicación para apoyarnos en la culminación del presente estudio.

LISYANI GONZALEZ DE LUQUE

DEDICATORIA

A Dios por estar vivo con salud y poder llegar hasta aquí.

A mis padres, por enseñarme el buen camino para obtener triunfos, y facilitarme su ayuda en todo momento, gracias por su confianza y fe puesta en mí.

LISYANI GONZALEZ DE LUQUE

Tabla de contenido

Tabla de contenido	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
1. EL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Formulación del Problema	10
1.1.2 Sistematización del Problema	10
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.2.1. Objetivo General	11
1.2.2. Objetivos Específicos	11
1.3 JUSTIFICACIÓN	12
1.4 DELIMITACIÓN	13
1.4.1 Delimitación temática o teórica	13
1.4.2. Delimitación geográfica o espacial	14
1.4.3. Delimitación temporal	14
2. MARCO REFERENCIAL	15
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1.1. BASES TEÓRICAS	26
2.2. Desarrollo empresarial	27
2.2.1. Elementos que articulan el desarrollo empresarial	28
2.2.1.1. Crecimiento Económico	29
2.2.1.2. Cultura Organizacional	29
2.2.1.3. Liderazgo	30
2.2.1.4. Gestión del conocimiento	32
2.2.2. Factores de éxito para el desarrollo empresarial	33
2.2.2.1. Innovación	34
2.2.2.2. Soporte técnico	35
2.2.2.3. Atención de los mercados	36
2.2.2.4. Sistema promocional	37
2.2.2.5. Competencias del talento humano	38
2.2.2.6. Modernización de procesos	40
2.2.2.7. Imagen corporativa	41
2.2.2.8. Utilización de recursos	42
2.3. Fuentes de Financiamiento	44
2.3.1. Tipos de Fuentes de Financiamiento	45
2.3.1.1. Fuentes de Financiamiento a Corto Plazo	47

2.3.1.2.	Fuentes de Financiamiento a largo plazo	47
2.3.2.	Estrategias de financiamiento	48
2.3.2.1.	Créditos comerciales	49
2.3.2.2.	Endeudamiento	51
2.3.2.3.	Acciones preferentes	52
2.3.2.4.	Acciones comunes	53
2.3.2.5.	Ganancias retenidas	54
2.4.	Marco Legal	55
2.5.	Marco Contextual	57
2.6.	Sistema de Variables	60
2.6.1.	Definición Conceptual	60
2.6.2.	Definición Operacional	60
2.6.3.	Definición Conceptual	61
2.6.4.	Definición Operacional	61
	MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	62
3.	MARCO METODOLOGICO	63
3.1.	Paradigma y enfoque metodológico	63
3.2.	Tipo de Investigación	65
3.3.	Diseño de la Investigación	67
3.4.	Población y Muestra	69
3.4.1.	Población	69
3.5.	Fuentes de recolección de datos	71
3.5.1.	Fuentes de Información primaria	72
3.5.2.	Fuentes de Información secundaria	72
3.6.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	73
3.7.	Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos	75
3.7.1.	Validez del instrumento	75
3.7.2.	Confiabilidad del instrumento	76
3.8.	Procesamiento estadístico de los datos	78
3.8.1.	Codificación	78
3.8.2.	Tabulación	79
3.8.3.	Análisis estadístico	80
3.9.	Procedimiento de la Investigación	81
4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	83
4.1.	Análisis de los Resultados	83
4.2.	Correlación entre desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento	105
4.3.	Propuesta de los Lineamientos Estratégicos	107
	CONCLUSIONES	112

RECOMENDACIONES	115
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	118
ANEXOS	122

González Deluque, Lisyani. Desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Universidad de La Guajira. Maestría en finanzas. Riohacha. 2020.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Las dimensiones fueron elementos que articulan el desarrollo empresarial, factores de éxito para el desarrollo empresarial, tipos de Fuentes de financiamiento y estrategias de financiamiento. Teóricamente la variable de desarrollo empresarial se sustentó con los postulados de Delfin y Acosta (2016), Zuñiga (2018), Chiavenato (2017), David y David (2017), entre otros. Para la variable fuentes de financiamiento se sustentó con los siguientes autores: Gitman y Zutter (2016), Ortiz (2015), entre otros. La metodología utilizada se encuentra bajo el paradigma cuantitativo y enfoque positivista, el tipo de investigación fue descriptiva y transversal, el diseño de investigación fue no experimental, y de campo. La población estuvo conformada por 18 gerentes de las empresas de la construcción del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha. La técnica e instrumento de recolección de información utilizada fue una encuesta tipo cuestionario de 57 ítems, bajo el escalamiento tipo Likert con las siguientes alternativas: Siempre (5), Casi Siempre (4), Algunas veces (3), Casi nunca (2) y Nunca (1). Para la validez del instrumento se utilizaron (5) expertos, se aplicó la confiabilidad de coeficiente Alpha de Cronbach cuyo índice fue 0,8515, considerándose de alta confiabilidad para ser aplicado la población objeto de estudio. Se empleó el coeficiente de correlación de Spearman indicado que entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, hay una relación directamente proporcional importante, por lo que la presencia o no de un buen desarrollo empresarial, determinan o afectan de manera significativa las fuentes de financiamiento y todo lo relacionado con ello. Ante los resultados encontrados, se puede decir que el desarrollo empresarial es una variable moderadamente presente internalizada por los gerentes de las pymes del sector de la construcción de Riohacha, donde entre sus dimensiones destacan los elementos que articulan el desarrollo empresarial, evidenciándose debilidad en la imagen corporativa, por lo cual se deben realizar estrategias para el posicionamiento, mientras las fuentes de financiamiento es una variable moderadamente presente por los gerentes de las pymes del sector de la construcción de Riohacha, teniendo debilidad al implementar estrategias de financiamiento, donde no se tiene una clara decisión sobre a cual fuente de financiamiento recurrir, para tener un empuje en las pymes estudiadas. Se recomienda aplicar efectivamente los

factores de éxito para el desarrollo empresarial en concordancia con el financiamiento a corto y largo plazo, que permitan a las pymes del sector de la construcción emitir resultados confiables a sus clientes, logrando alcanzar el desarrollo empresarial en las pymes.

Palabras claves: desarrollo empresarial, fuentes de financiamiento, pymes, estrategias de financiamiento.

González Deluque, Lisyani. Business development and sources of financing for SMEs in the Special, Tourist and Cultural District of Riohacha. University of La Guajira. Master of Finance. Riohacha. 2020.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between business development and sources of financing for SMEs in the construction sector in the Special, Tourist and Cultural District of Riohacha. The dimensions were elements that articulate business development, success factors for business development, types of financing sources and financing strategies. Theoretically, the business development variable was supported by the postulates of Delfin and Acosta (2016), Zuñiga (2018), Chiavenato (2017), David and David (2017), among others. For the variable sources of financing, it was supported by the following authors: Gitman and Zutter (2016), Ortiz (2015), among others. The methodology used is under the quantitative paradigm and positivist approach, the type of research was descriptive and cross-sectional, the research design was non-experimental, and field. The population was made up of 18 managers from the construction companies of the Riohacha Special Tourist and Cultural District. The information collection technique and instrument used was a questionnaire-type survey of 57 items, under the Likert-type scaling with the following alternatives: Always (5), Almost Always (4), Sometimes (3), Almost never (2) and Never (1). For the validity of the instrument, (5) experts were used, the reliability of Cronbach's Alpha coefficient was applied, whose index was 0.8515, considering high reliability to be applied to the population under study. The Spearman correlation coefficient was used, indicating that between business development and financing sources, there is an important directly proportional relationship, so that the presence or absence of good business development determines or significantly affects the sources of financing. and everything related to it. Given the results found, it can be said that business development is a moderately present variable internalized by the managers of SMEs in the construction sector of Riohacha, where among its dimensions the elements that articulate business development stand out, showing weakness in the image. For this reason, strategies must be carried out for positioning, while the sources of financing is a variable moderately present by the managers of SMEs in the Riohacha construction sector, having weakness when implementing financing strategies, where there is no clear decision on which source of financing to turn to, to have a boost in the SMEs studied. It is recommended to effectively apply the success factors for business development in accordance with short and long-term financing, which allow SMEs in the construction sector to deliver reliable results to their clients, achieving business development in SMEs.

Keywords: business development, financing sources, SMEs, financing strategies.

INTRODUCCIÓN

Las empresas se han incorporado a la dinámica de la globalización, por lo cual, en los últimos años, el avance ocurrido en materia contable, financiera y económica que ha dado origen a la transferencia de ideas e información a nivel mundial, característico de emprender hacia un desarrollo empresarial. A este respecto, las pequeñas y medianas empresas modernas son productos de importantes transformaciones, que aun cuando se sucedían de manera relativamente gradual, permiten a la sociedad en general cierto margen de tiempo prudencial para adaptarse a las nuevas realidades sociales, económicas, contables y financieras.

En ese contexto, se señala que el entorno gerencial actual, se ha venido caracterizando por los crecientes factores y elementos presentes en el desarrollo de las empresas, haciendo necesario gerenciar con base en la intuición y creatividad, generando así cambios en la gerencia. Esencialmente lo que se experimenta hoy, es toda una nueva era de competencia mundial.

No obstante, la situación económica actual, en el ámbito mundial es cada vez más cambiante, donde la posibilidad de obtención de recurso se hace más difícil para pequeñas y medianas empresas, teniendo las mismas que acudir a fuentes de financiamiento para impulsarse y posesionarse en el mercado, así como ser más competitivas, debiendo utilizar estrategias de financiamiento para el logro de los objetivos propuestos y por ende para el éxito empresarial.

A este respecto, las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes), deben enfrentarse a una carga desproporcionada de adversidades, para cumplir con diversas regulaciones gubernamentales, así como, condiciones del entorno, debido a la limitada capacidad para cubrir los compromisos económicos - financieros que esto amerita. De acuerdo con Sabatino (2014), las Pymes tienen menos capacidad para absorber estos compromisos debido a su menor disponibilidad en cuanto a capital si son comparadas con las grandes

organizaciones. Siendo el estudio de las finanzas es un factor vital en las empresas; el cual comprende el manejo adecuado en lo concerniente a los recursos para su operatividad, estableciendo una dinámica funcional acorde a las oportunidades financieras presentadas en un momento determinado, utilizando fuentes financieras.

El trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente manera: el capítulo I se plantea la problemática existente en relación al desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento de las pymes del sector de la construcción del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha- Colombia, así como también se presentan los objetivos que se pretenden alcanzar, la justificación; y la delimitación temática o teórica, espacial y temporal de la investigación.

En el capítulo II, se engloba el marco teórico, realizándose una revisión de trabajos previos que dieron lugar a la investigación, además los aspectos teóricos que permitieron la construcción de la matriz de operacionalización de las variables, dimensiones e indicadores. En el capítulo III se refiere al marco metodológico en donde se plasma el paradigma, enfoque, tipo y diseño de la investigación, las técnicas de instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad, y la forma como se analiza e interpreta la investigación.

El Capítulo IV, corresponde al Análisis de los Resultados, para lo cual presenta una serie de cuadros estadísticos donde se expone el porcentaje obtenido por cada una de las opciones correspondientes a cada ítem del instrumento, lo que a su vez es contrastado con los autores que sirvieron de soporte a la investigación. Con esta información, se establecieron las conclusiones y recomendaciones del estudio, además se propusieron los lineamientos estratégicos.

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial, de acuerdo con Pérez, Torralba, Cruz de los Ángeles & Martínez (2016), el escenario económico requiere que los empresarios implementen estrategias para triunfar en un mercado altamente competitivo. Este antecedente hace necesario que los emprendedores planifiquen adecuadamente sus actividades para que puedan tomar decisiones acertadas, especialmente en el manejo de los recursos monetarios y la disposición oportuna del efectivo de la empresa, a fin de mantener un equilibrio entre el activo y el pasivo circulantes, ayudando al desarrollo económico de la empresa.

Según Delfín y Acosta (2016), el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el gerente puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, dichos elementos son crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación, generando un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.

En concordancia con Ramírez (2014) quien refiere que las organizaciones que ponen en práctica el desarrollo empresarial como filosofía, estudian los efectos del cambio, los métodos de cambio organizacional y los factores que influyen sobre el éxito de su implementación para alcanzar los objetivos, así como las metas pautadas, a partir del talento humano.

En este sentido, desde la perspectiva de la investigadora el desarrollo empresarial, representa el conjunto de acciones para el cambio de una empresa que tiene por finalidad el crecimiento y la mejora de su desempeño, sea aumentando su presencia en el mercado o su competitividad. Igualmente, es el paso a paso por lo que a través de ello el empresario y su staff consiguen

o fortalecen sus habilidades y destrezas, tanto así, que ayude al crecimiento de forma sostenida de la organización.

En el ámbito latinoamericano, de acuerdo con Rosales (2016), las organizaciones actuales enfrentan grandes transformaciones en el mundo de los negocios y es por ello establecen estrategias que le permitan competir en el nuevo mercado global, por lo tanto, requieren de sistemas de información que le sirvan de soporte para las decisiones. En países como Chile, Argentina y México, tuvieron un estancamiento en el desarrollo empresarial, sin embargo, durante la última década han tenido un gran auge, debido a que los gerentes empresariales han tomado en consideración la magnitud de los problemas sociales que recae en su región en lo que la toma de decisiones.

A este respecto, la investigadora opina que sin lugar a dudas, el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas Pymes en el mercado global es una prioridad para el crecimiento económico de cada país, pero sin embargo para mantenerse, crecer, desarrollarse en un entorno mundial y dinámico tienen que plantear estrategias las cuales les permitan alcanzar su desarrollo empresarial en el entorno donde se encuentran.

Por otra parte, de acuerdo a la percepción de Vásquez (2012), el desarrollo empresarial se debe a una gran variedad de factores culturales, institucionales, sociales y económicos, que son interdependientes y se refuerzan entre sí; por lo que las características específicas de un territorio son las que promueven el desarrollo empresarial. En este sentido, para que las organizaciones perduren en los mercados de alta competencia deben alcanzar un desarrollo empresarial que les permita enfocarse en los diversos conceptos básicos y fundamentales como el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento e innovación.

Mientras Apac (2017), afirma que el desarrollo es cuando las micro y pequeñas empresas dispongan de mecanismos de facilitación y promoción de acceso a los mercados competitivos: la asociatividad empresarial, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información sobre este

tipo de empresas; todo lo cual puede encaminarse positivamente con una adecuada dirección y gestión empresarial que lleve a cabo la planeación de las actividades y recursos organizacionales, establezca una organización estructural y funcional que permita las actividades del giro empresarial; se tomen las decisiones más adecuadas por parte de la dirección; se coordinen todos los elementos y controlen los recursos en forma continuada.

En opinión de la investigadora, el desarrollo empresarial se hace desde adentro de la empresa, que puede financiar con recursos propios o por aportaciones adicionales de los socios para una mejora de la producción, adquisición de tecnología, capacidad de distribución y ventas, entre otros. Algunas formas de desarrollo empresarial del nivel micro son las mismas estrategias empresariales con las que se referencian. En este mismo orden de ideas, se menciona que el desarrollo desde siempre ha sido una preocupación constante a nivel de las finanzas.

Para Flores (2017), las finanzas aluden a la captación de recursos financieros, como son obtención de capitales, préstamos, créditos obtenidos y su aplicación eficiente de estos recursos, con la finalidad de lograr los objetivos trazados de una empresa, lo cual le permite incrementar al máximo el valor de sus acciones, y obtener un rendimiento razonable sobre el capital de los inversionistas en una determinada empresa.

En este orden de ideas, las finanzas consisten en un conjunto de modelos cuantitativos los cuales permiten optimizar la manera como los agentes económicos asignan recursos escasos a lo largo del tiempo. De igual manera, estudian cómo las organizaciones emprenden inversiones o proyectos reales para los cuales requieren financiamiento. En otras palabras, es la planeación de los recursos económicos con finalidad de establecer cuáles serán las fuentes de recursos.

Sobre este particular, según Brealey y Myers (2013), las fuentes de financiamiento se refieren a la obtención del dinero requerido para ejecutar inversiones, desarrollar operaciones e impulsar el crecimiento de la

organización; el cual puede conseguirse a través de recursos propios, autofinanciación, recursos generados de operaciones propias de la empresa y aportaciones de los socios, emisión de acciones o mediante recursos externos con la generación de una deuda saldable en el corto, mediano o largo plazo.

En este orden de ideas, en opinión de la investigadora, las fuentes de financiamiento resultan ser una herramienta estratégica la cual ayuda a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la empresa. Siendo de gran importancia para la toma de decisiones, de manera específica en el manejo de los recursos monetarios y en la oportuna disposición del efectivo para la organización.

Por otro lado, Jaraba (2018), menciona que para realizar una adecuada selección de fuentes de financiamiento es necesario considerar además de la información brindada por las instituciones financieras, también establecer procedimientos evaluativos los cuales permitan comparar debidamente diferentes opciones, teniendo como referencia las características de cada empresa en el mercado donde esté establecida y las necesidades que presenta.

Mientras para Carbó (2012), las necesidades de financiación de muchos países se cubren en gran medida con ahorro externo, como es el caso de Estados Unidos y España. Estas dependencias, en cualquier caso, deben guardar un equilibrio y las necesidades de financiación deben ser cubiertas bajo parámetros estrictos de gestión de la calidad crediticia.

Cabe mencionar que en Colombia las medidas actuales para clasificar las empresas por su tamaño están dispuestos en el artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013), las cuales mencionan que las Microempresas poseen un personal no superior a 10 trabajadores y los activos totales son inferiores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Seguidamente, las pequeñas empresas integradas con personal entre 11 y 50 trabajadores y los activos las empresas totales oscilan entre 501 y

menores de 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes y las medianas empresas con personal entre 51 y 200 trabajadores y los activos totales se encuentran entre 5.001 y 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Según los datos de Confecámaras, que concentra a todas las cámaras de comercio del país, menciona que existen aproximadamente 1.500.000 micro, pequeñas y medianas empresas en el Registro Único Empresarial -RUES-. Este dato contiene a personas naturales y a personas jurídicas. Esta categorización se formaliza, con base en el valor de los activos alcanzados por las empresas.

En Colombia, la problemática del financiamiento según Logreira & Bonett (2017), en las pymes y las debilidades en su estructura financiera constituyen un factor general para su continuidad en el mercado, estas representan gran parte de la red empresarial del país y son grandes generadoras de empleo, sin embargo, existen estudios que demuestran que Colombia ocupa el primer lugar como el país que presenta mayores obstáculos a la hora de financiar a la microempresa, lo cual permite evidenciar la necesidad de promover capacitaciones y asesorías en el uso de los instrumentos disponibles para el financiamiento para microempresas.

De acuerdo con la temática en el Departamento de la Guajira, se refleja el reporte de la cámara de comercio en el año 2018, donde operaban 9 empresas del sector de la construcción de acuerdo a información de la Cámara de Comercio, el dinamismo de la construcción ha venido disminuyendo en los últimos cinco años. Para ilustrar esta situación se referencian algunas del DANE, en Riohacha fueron aprobadas 140 licencias de construcción en 2016, equivalente a una disminución de 15 licencias (9,7%) frente a 2015. De estas, el 77,1% correspondieron a licencias de vivienda (108), por lo que decrecieron 19,4% respecto al año anterior.

Como es de analizar, en la actualidad el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha presentan ciertos inconvenientes en lo que corresponde

a la adaptación, como la consecución de clientes, contratar trabajadores calificados, facilidad de conseguir financiamiento, adquirir nuevos proveedores, encontrar un buen equipo de trabajo, ajustar sus productos a las necesidades de los clientes, calidad del producto, productividad, gerencia de la empresa, entre otros.

En este orden de ideas, se puede considerar lo expuesto por Farfán (2014) quien alude que la finanza está relacionada con el análisis de las operaciones de inversión, en los activos financieros, así como en activos reales. De igual manera se relaciona con la captación de recursos financieros, como son la obtención de capitales, préstamos, créditos obtenidos y la aplicación eficiente de estos recursos para lograr los objetivos trazados por la organización.

Cabe mencionar que las limitaciones que tienen las Pymes en el sector de la construcción, se deben al desconocimiento principalmente del empresario, que por lo general no cuenta con las preparaciones administrativas requerida, no tener un soporte que le permita garantizar la obtención de créditos, adquirir tecnología, desconocimiento del mercado y se les hace difícil el posesionarse en él, que cada día es más arduo el competir, conseguir nuevos clientes que cada día son más exigentes y al no articular elementos como el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento e innovación que son los indicadores para lograr los objetivos de toda pyme. De igual manera, pueden presentar dificultad para saber cuales son las fuentes de financiamiento que les permita crecer y posicionarse en los mercados locales con productos de calidad y a un precio asequible.

Es preciso señalar, que el crédito bancario es la fuente primordial de financiación de las PYMES y el sustento para su inmersión y esparcimiento en el mercado de la empresa según la Gran Encuesta ANIF (2012). Las fuentes informales de crédito, brindan soluciones a las insuficiencias que se presentan en el momento, obstaculizan el crecimiento de un país en la medida a que

mueven cantidades de recursos restringidos, inestables y a corto plazo, estimulando a una distorsión en la elección de proyectos por parte de la empresa y retrasan la acumulación de capital.

No obstante, Valencia Arango & Tamayo Uribe (2009) citado por Logreira & Bonett (2017), mencionan que las principales dificultades que tienen las PYMES para acceder al crédito son el alto grado de especialización y dificultad para realizar el estudio de crédito sumado a un elevado costo del mismo, las asimetrías de la información, las cuales acarrearán problemas de selección adversa y causan restricciones de crédito en la economía, inestabilidad de la cartera, riesgo de no pago, cultura bancaria e informalidad.

Lo anteriormente expresado, exige a las empresas a gerenciar de manera efectiva sus recursos financieros, saber en qué invertir, cuáles serán las fuentes de financiamiento, e igualmente, cómo distribuir los beneficios obtenidos entre los inversionistas, con miras a obtener mayores niveles productivos, en consecuencia, el objetivo es alcanzar una combinación productiva o cadena de valor en todas las funciones organizacionales, donde sus actividades generen los resultados esperados.

En general, las Pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha siguen reflejándose lentamente el desarrollo empresarial, así como en el desarrollo económico, debido a que tienen dificultades para obtener financiación desde las diferentes alternativas que brinda en el mercado, lo que se ve afectada y muy compleja la perdurabilidad, así como la continuidad de sus labores en el corto y largo plazo, conllevando a escenarios inequitativos frente a las empresas, estas dificultades se presentan principalmente por las altas exigencias que el sistema financiero les requiere para acceder a dicho crédito.

De continuar esta situación las pymes del sector de la construcción no alcanzaría un nivel óptimo gerencial, trayendo como consecuencia que al presentarse estas situaciones se traduzcan en impactos económicos negativos que asumen las empresas constructoras al momento de presentarse

esta complejidad que deriva el desarrollo empresarial, además el hecho que muchas de las variantes no puedan ser controladas por estas organizaciones, los riesgos derivados de la poca liquidez y falta de financiamiento para soportar las operaciones pueden afectar significativamente las actividades de las empresas del sector de la construcción.

Por motivos antes expuestos se presenta esta investigación que tiene como objetivo general Determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha-Departamento de la Guajira, Colombia, para ello es primordial conocer los elementos como el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento innovación, conocer fuentes de financiación internas y externas, identificar los indicadores pertinentes con la finalidad de proponer lineamientos que les permita implementar estrategias empresariales, de financiación, aplicar correctivos adecuados, predecir y lograr un desarrollo en las pymes en este contexto.

1.1.1 Formulación del Problema

En virtud de lo anteriormente planteado se formula el problema mediante la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

1.1.2 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los elementos que articulan el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?
- ¿Cuáles son los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

- ¿Cuáles son los tipos de fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?
- ¿Cuáles son las estrategias de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?
- ¿Cuál es la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?
- ¿Cuáles son los lineamientos para implementar el desarrollo empresarial y de apoyo para acceder a las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo General

Determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Caracterizar los tipos de fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

- Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- Establecer la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- Proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo empresarial es necesario en las organizaciones toda vez que con ello se pueden obtener buenos resultados económicos y entre estas, los autores citan: la gestión del conocimiento, innovación, atención de los mercados, sistema promocional, competencias del talento humano, modernización de procesos, imagen corporativa, entre otros. Y para que esta se logre de manera exitosa las empresas pueden recurrir a las fuentes de financiamiento tanto a corto plazo como a largo plazo, siendo esto de gran importancia para la investigación, lo cual se justifica desde la perspectiva teórica, práctica, metodológica y social.

En relación al punto de vista teórico, esta investigación se justifica, toda vez que la misma permitirá una profundización en el conocimiento analizar el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, al analizar una serie de postulados teóricos de los autores expertos en el área que permite contrastar las diferentes teorías que aborda cada autor.

Desde el punto de vista práctico, esta investigación se justifica ya que permitirá el análisis de elementos referidos al desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, donde se formulen lineamientos para optimizar el

desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Así mismo, esta investigación se convierte en una herramienta metodológica, porque los resultados obtenidos contribuirán a enriquecer futuras investigaciones realizadas bajo esta misma línea de investigación, convirtiéndose en una guía y referente para futuros investigadores, mediante la aplicación de cuestionarios y los procedimientos de datos que permitirán conocer sobre la temática del desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento.

Desde el ámbito social, está orientada a contribuir con el impulso del desarrollo empresarial a través del análisis de los elementos que articulan el desarrollo empresarial y los factores de éxito para el desarrollo empresarial, así como los Tipos de Fuentes de financiamiento y Estrategias de financiamiento, influyendo positivamente en búsqueda de beneficiar a los integrantes de las empresas estudiadas, además a la comunidad.

1.4 DELIMITACIÓN

1.4.1 Delimitación temática o teórica

La presente investigación, se realizó bajo la maestría de Finanzas de La Universidad de La Guajira, sustentada en la línea de investigación de las finanzas corporativas, según Resolución 0601 de 2020. Se desarrollaron las dimensiones de acuerdo a la problemática tales como los elementos que articulan el desarrollo empresarial y factores de éxito para el desarrollo empresarial; Tipos de Fuentes de financiamiento y estrategias de financiamiento.

Teóricamente la variable de desarrollo empresarial se sustenta con los postulados de Delfin y Acosta (2016), Zuñiga (2018), Chiavenato (2017), David

y David (2017), entre otros. Para la variable fuentes de financiamiento se sustenta con los siguientes autores: Gitman y Zutter (2016), Ortiz (2012), Vargas (2012), Van Horne y Wachowicz (2012), entre otros.

1.4.2. Delimitación geográfica o espacial

La presente investigación se llevará a cabo en las pymes del sector de la construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha en el Departamento de la Guajira, Colombia.

1.4.3. Delimitación temporal

El estudio se efectuó con información en el periodo comprendido entre febrero de 2019 hasta mayo del 2022.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la realización del presente trabajo de investigación, se consultaron una diversidad de trabajos investigativos realizados con anterioridad y cuyo tema de estudio era el mismo o por lo menos parecido al de la investigación planteada. Información que dieron valiosos aportes tanto metodológicos como de información referente a las variables; a continuación se describen algunas de ellas

Para la variable Desarrollo Empresarial se tuvieron los siguientes antecedentes:

Se presenta a Zuñiga (2018) con la investigación titulada: ***Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagro, Ecuador 2012 - 2016***. Para optar al título de Doctor en Ciencias Administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima – Perú. Tuvo la finalidad Determinar el grado de influencia de las Estrategias Competitivas en el Desarrollo Empresarial de las PYMES comerciales de productos de consumo masivo del cantón Milagro, Ecuador 2012 – 2016. Sus dimensiones: Estrategia de Liderazgo y de Diferenciación. Sustentado en Kolakowski (1988), Muñoz (2014), Meza (2004), entre otros.

Tuvo una metodología de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo, se requirió para su prueba de un estudio cualitativo y cuantitativo la hipótesis fue sometida a prueba, se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24, para el efectivo desarrollo de este trabajo, se obtuvo de esto sin formación valiosa y se le dio solución al problema y se alcanzaron los objetivos establecidos de un inicio.

Tuvo como resultado que el enfoque es la estrategia competitiva que influye en el Desarrollo Empresarial de las PYMES comerciales de productos de consumo masivo; de ahí que frente a estos resultados se ha propuesto una Estrategia Competitiva basada en el Modelo de Competitividad y Desarrollo Empresarial para las PYMES (modelo ecléctico), la estrategia propuesta se centra en el Enfoque a Bajo Costo, considerando las siguientes actividades: Concentración, Abastecimiento, Control de Inventarios, Condiciones de crédito y Precios bajos en el segmento seleccionado; esta estrategia convertirán a las PYMES en especialistas en un segmento, asegurando la fidelidad de los clientes y por ende logrando el Desarrollo Empresarial.

Concluyendo que sí existe un alto grado de influencia de las Estrategias Competitivas para lograr el Desarrollo de las PYMES Comerciales de Productos de Consumo Masivo del Cantón Milagro, pero esta influencia se refleja en lo que respecta a la estrategia de Enfoque, que requiere de las PYMES una decisión acerca del segmento a atender; pero al contrario, estos negocios no buscan una especialización sino una diversificación lo que aumenta sus costos y las obliga a trabajar con precios altos, siendo este el primer paso para ir desarrollando una desventaja frente a grandes competidores.

El aporte del presente antecedentes para la presente investigación, radica en que tiene un aporte tanto teórico como metodológico en el análisis de la variable desarrollo empresarial, adicionalmente es de gran apoyo para desarrollar la dimensión elementos del desarrollo empresarial y sus indicadores.

Seguidamente Florez (2018) realizó una investigación titulada: ***Cambio organizacional y desarrollo organizacional en la Institución Educativa Brígida Silva de Ochoa - Chorrillos, 2018***, para optar el título de Magister en Gestión pública, en la universidad Cesar Vallejo, Lima- Perú. Tuvo como objetivo establecer la relación entre el cambio organizacional y el desarrollo

organizacional en las modalidades de E.B.R. (primaria y secundaria) de la I.E. Brígida Silva de Ochoa - Chorrillos, 2018.

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo; la investigación fue básica con un nivel descriptivo y correlacional; diseño no experimental con corte transversal; la muestra estuvo conformada por 86 servidores de la institución educativa en mención; los instrumentos de medición fueron sometidos a validez y fiabilidad.

Teniendo como resultado luego de aplicado el estadístico Rho de Spearman que se determinó la existencia una correlación positiva y significativa entre las variables, con un coeficiente de 0.861 lo cual indicó una correlación alta y $p = 0.000 < 0.05$, es decir a un mejor nivel de cambio organizacional es mejor el desarrollo organizacional.

Es de considerar que la investigación anteriormente expuesta; le aporta al presente estudio características propias en cuanto a la metodología puesto que según la variable a definir la misma describe los requerimientos necesarios para alcanzar el cambio organizacional en las empresas presentes en el desarrollo empresarial. Así mismo sus aportes fueron valiosos para tomar de guía al momento de realizar el instrumento de recolección de datos.

Se presenta a Apac (2017) con una investigación ***Gestión empresarial y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco***. para optar al título de magister en gerencia en la universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Huánuco – Perú. Tuvo como objetivo Determinar la influencia de la gestión empresarial en el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco.

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada, de acuerdo a las variables, es una investigación de nivel descriptivo–correlacional, el diseño dela presente investigaciones correlacional. La población estuvo conformada por el

total de las Pymes; que suman un total de 627 del sector comercio en el distrito de Huánuco. Se utilizó las técnicas de análisis documental y la entrevista.

Se tuvo como resultado que las pequeñas y medianas empresas no formulan presupuestos financieros (flujos de caja) que les permita medir a priori la rentabilidad proyectada que necesitan para entregar a los socios como dividendos o seguir invirtiendo en las actividades de la empresa. En tanto, el resultado que obtengan no puede ser medido, porque no hay un instrumento financiero de comparación; asimismo, los resultados obtenidos tampoco se comparan con las empresas del mismo nivel y giro empresarial. Asimismo, la empresa no hace comparaciones con la rentabilidad obtenida con ejercicios contables anteriores (rentabilidad histórica).

Se concluyó que la empresa tiene deficiencias en el capital de trabajo, es decir, en el activo corriente, ya sea por la falta de disponibilidad de ingresos en efectivo, de mercaderías para atender a los clientes y otras deficiencias como en el balance general. Esta misma situación pasa con el capital de trabajo contable, es decir, el activo corriente menos el pasivo corriente, no es suficiente para atender las obligaciones de la empresa con sus proveedores.

Esta investigación sirvió fundamentalmente en lo referente a las bases teóricas, concretamente en los conceptos básicos, donde aparte de tener la misma variable de estudios se desarrolló en el mismo contexto de las pequeñas y medianas empresas, de igual manera fue de mucha utilidad en relación con las teorías de la dimensión elementos del desarrollo empresarial.

Por su parte, Vera (2017) presenta su investigación titulada **"Habilidades gerenciales y desarrollo organizacional del Departamento de Enfermería del Instituto Nacional de Salud del Niño, Lima 2016"** para optar al título de Magister en Gerencia Pública en la Universidad Cesar Vallejo, con el objetivo general de Determinar la relación entre las habilidades gerenciales y el

desarrollo organizacional del Departamento de Enfermería del Instituto Nacional de Salud del Niño, Lima 2016. Con el aporte de Guizar (2004), Hernández (2010), entre otros.

Metodológicamente la Investigación se realizó mediante el método utilizado fue el hipotético-deductivo es una forma que el investigador utiliza para convertirla en un medio científico, este estudio es de tipo básica y el diseño de ésta investigación es no experimental por cuanto no se manipula variables. La técnica utilizada fue la encuesta el estudio de muestreo estuvo conformado por las enfermeras nombradas del Departamento de Enfermería del Instituto Nacional de Salud del Niño, que tienen como población 70 enfermeras.

Con respecto a los resultados de la investigación se tuvo que se determinó la relación entre las variables obteniéndose una relación rho de Spearman = 0,785** entre la dimensión habilidades conceptuales y la variable Desarrollo organizacional enfocados en el problema indicando que hay una relación positiva.

Por lo que se concluye: a) se determinó la relación entre las variables obteniéndose una relación rho de Spearman = 0,907** entre las variables Habilidades gerenciales y Desarrollo organizacional. Por otra parte, la dimensión habilidades técnicas y la variable Desarrollo organizacional muestra la relación entre ambas variables.

Esta investigación sirve de aporte en virtud de que el desarrollo organizacional fundamenta la formación y desarrollo de las personas dentro de las empresas, buscando con ello su bienestar esto repercute directamente en el clima de la organización, por ende su construcción teórica fue relevante para el presente estudio referido al desarrollo empresarial.

Se presenta un artículo realizado por Acevedo (2015), titulada: ***Desarrollo empresarial en Colombia, realizado en la Universidad EAFIT,***

en la maestría en administración, en Medellín – Colombia. Tuvo como objetivo de identificar y describir los instrumentos de política pública que han favorecido el emprendimiento y el desarrollo empresarial en Colombia.

Metodológicamente fue una investigación documental, los patrones de selección que han sido tenidos en cuenta en la elección de sectores económicos prioritarios en Colombia se presentan contextualizados en los periodos previos a 1990, entre los años 1990 y 2000, años 2000 a la fecha. Después de presentar algunos criterios en la selección de sectores económicos, tales como la seguridad nacional, la apertura económica y los cambios en la economía y tecnología; políticas públicas verticales y horizontales, políticas vistas desde la perspectiva nacional, regional y coordinadas, todos con la intención de fortalecer el desarrollo económico, se presentaron los instrumentos normativos (leyes, artículos, decretos, documentos CONPES, creación de instituciones).

Concluyendo que, el desarrollo y crecimiento económico de una Nación dependerá del grado y la calidad de las políticas gestionadas por el Estado, que permitan trascender en aspectos sociales, culturales y empresariales para lograr la sostenibilidad de la economía. La actividad empresarial ha hecho una contribución importante al desarrollo económico, está asociada a la iniciativa y el riesgo que asume el empresario a la hora de implementar su actividad económica. Pero es responsabilidad de los gobiernos promover y facilitar las condiciones para que se pueda obtener el mejor resultado social y económico de dicha actividad.

Para la variable Fuentes de financiamiento se tienen los siguientes antecedentes de investigación:

Primeramente, se presenta a Vidaurre (2020), quien realizó una investigación titulada: ***El financiamiento y su influencia en el crecimiento***

de los ingresos por ventas de la empresa Leche Gloria S.A. periodo: 1998-2018, para optar el Grado Académico de Magíster en Economía con mención en Finanzas en la universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú. Tuvo como objetivo analizar el nivel de influencia del financiamiento en el crecimiento de los ingresos por ventas de la empresa Leche Gloria S.A. durante el periodo comprendido entre los años 1998-2018.

Metodológicamente, estuvo enmarcada bajo el enfoque de la investigación es cuantitativo, el tipo de investigación es básica con un nivel descriptivo, correlacional - explicativa en un diseño no experimental y longitudinal, es decir, se realiza la investigación con información documental reportada a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y a la Bolsa de Valores de Lima (BVL)

Se concluyó que el financiamiento con patrimonio, pasivo espontáneo y deuda financiera influyeron positiva y significativamente en el crecimiento de los ingresos por ventas de la empresa Leche Gloria S.A. durante el periodo 1998-2018, esto fue demostrado de manera individual mediante el estadístico t de Student, $t_{c-Pat}=10.023$, $t_{PE}=3.86$ y $t_{c-DF}=4.23$ mayores que $t_t=2.12$ y de manera conjunta el modelo econométrico queda demostrado mediante el estadístico F, el $F_c=746.72$ mayor que $F_t=3.01$.

Pacheco (2019), realizó una investigación titulada **Financiamiento económico y la gestión eficiente en la educación universitaria de calidad”, Caso: Universidad Nacional Federico Villarreal**, para optar el grado académico de: doctor en contabilidad, en la Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú. Tuvo como objetivo Determinar el efecto del financiamiento económico de la UNFV en la gestión de calidad en la educación universitaria.

Metodológicamente fue una investigación de tipo descriptiva-correlacional, el universo o población estuvo conformada por la población que se relaciona con la Universidad Nacional Federico Villarreal, para efectos de la investigación se tomó en cuenta a la comunidad universitaria de la Universidad Nacional Federico Villarreal, la población es de aproximadamente 26.602 personas comprendidas entre docentes, estudiantes y personal administrativo, quedando una muestra de 379 sujetos, se realizó una encuesta, que fue la técnica basada en un cuestionario para las personas de la muestra.

Concluyendo que el financiamiento económico tiene efecto en la gestión de calidad en la educación universitaria; porque el financiamiento económico no está proporcionando los recursos tal para proporcionar una gestión de calidad en la educación. Además, las fuentes de financiamiento si tienen repercusión en la calidad de los catedráticos; en este caso según los docentes no están realizando actividades, de desarrollo de Conocimiento Científico; Tecnológico; Solidaridad con el Desarrollo Humano; Desarrollo Sostenible, porque para estas actividades se requiere financiamiento que la universidad no proporciona.

En cuanto al aporte del presente antecedente, fue de gran apoyo para la presente investigación, toda vez que el mismo estuvo fundamentado en diferentes autores que sustentan la variable fuentes de financiamiento. Así mismo, fue de gran aporte en relación a la elaboración de los instrumentos y técnicas de recolección de datos que se pueden utilizar en próximas indagaciones que se relacionen con el tema.

Por su parte, Jaraba (2018) realizó una investigación titulada: **Fuentes de financiamiento para el impulso de emprendimiento de los granjeros de Riohacha –Colombia**, en la Maestría de Gerencia Empresarial de la Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacin. Maracaibo - Venezuela. Tuvo

como objetivo analizar las fuentes de financiamiento para el impulso de emprendimiento de los granjeros de Riohacha– Colombia, sus dimensiones: objetivos de gestión financiera, fuentes de financiamiento y se propusieron lineamientos teóricos. Se sustentó en los postulados de: Ortiz (2006), García (2009), Chiavenato (2009), Koontz y Weihrich (2007), Martínez (2012) Estupiñan y Estupiñan (2006), Pérez (2008), entre otros.

Metodológicamente, la investigación se tipificó como descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, transversal. Se identificó una población de 5 granjas y se tomó un grupo de informante de 86 trabajadores. Se trabajó con la técnica censal dado que la población es pequeña. Se elaboró un instrumento, basado en una encuesta estructurada tipo escala con 39 ítems. Para la evaluación del instrumento se utilizó la técnica del juicio de expertos, a través del cual se consultó a cinco (05) especialistas en el área de responsabilidad social empresarial al nivel de maestría. La confiabilidad bajo el criterio de Alpha de Cronbach fue alta de 0,972.

Se tuvo como resultado que las empresas en estudio al parecer no están aprovechando, las ventajas competitivas que les ofrecen las diferentes fuentes de financiamiento tanto de largo como de corto plazo. Concluyendo que utilizan las fuentes de financiamiento a corto plazo moderadamente, para el desarrollo financiero de la organización, debido a que este financiamiento a través de préstamos, pagare o papeles comerciales son resultado de las negociaciones que lleva a cabo el administrador financiero de la empresa.

En este orden, este trabajo aporta aspectos relacionados con el enriquecimiento teórico en relación a la variable fuentes de financiamiento en los diversos aspectos que utilizan las empresas, además, las técnicas de recolección de los datos, conjuntamente con las de análisis servirán de modelo para la investigación actual. Igualmente, las bases teóricas complementan los nuevos instrumentos a diseñar.

Seguidamente se presenta a Logreira & Bonett (2017) con su investigación titulada ***Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla – Colombia***. para optar al título de magister en Administración, en la Universidad de la Costa, Barranquilla Colombia. Tuvo como objetivo analizar las fuentes de financiación privada disponibles para las microempresas, la empleabilidad de éstas en Colombia, así como también sus ventajas y desventajas.

Metodológicamente, tuvo un enfoque epistemológico empírico inductivo, bajo un paradigma cuantitativo y método deductivo confirmatorio. A su vez, el diseño de investigación fue no experimental de campo, con un tipo de estudio descriptivo, transversal, en el que se empleó la encuesta como técnica de recolección de la información mediante un cuestionario que se aplicó a 200 microempresas del sector textil-confecciones de Barranquilla – Colombia.

Entre los resultados se determinó que de las alternativas de financiación existentes, las microempresas conocen muy pocas fuentes de financiación y se limitan a utilizar las más comunes, como lo son sus pasivos acumulados y créditos con bancos comerciales. Estos últimos, exigen muchos requisitos, y aquellas microempresas que no logran accederá estos, recurren a prestamistas informales. Si bien todos los instrumentos tienen ventajas y desventajas se concluyó que es necesario socializar a las microempresas las fuentes de financiación disponibles para su uso y asesorarlas para un óptimo uso de los recursos y desarrollo de la empresa.

Desde este contexto, el aporte de este antecedente guarda relación porque está conformado por la variable fuentes de financiamiento, además, el contenido documental es de gran soporte para el desarrollo de las bases teóricas, fundamentándose metodológica y bibliográficamente, a su vez, servirá como guía para los próximos resultados de la investigación.

Martínez (2015), realizó un trabajo titulado: ***Propuesta de un fondo estatal de capital de riesgo como alternativa para el financiamiento de empresas innovadoras agroindustriales***. A nivel de maestría en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador. Tuvo como objetivo general fue proponer un modelo de fondo capital de riesgo en la agroindustria como alternativa a la incompatibilidad de financiamiento bancario en los procesos innovadores. Desde este enfoque, las teorías que fundamentaron esta investigación fueron: Calatrava (2014), Gómez (2010), Pintado y García (2010), Huerta (2009), Rodríguez (2009), Vacek (2009), Robbins (2009), Ochoa (2009), Jiménez (2008).

El método del presente estudio es de carácter positivista, de acuerdo a esto, ambas variables poseen dimensiones de escala nominal, las mismas que se abordaron a través de técnicas cualitativas correspondiente a un proceso sistemático, empírico y crítico., la observación indirecta, y la entrevista a profundidad constituyen particularmente las técnicas a emplearse en este estudio, se emplearon para validar la propuesta, mediante un cuestionario que pretenda validar, tanto el desarrollo de la investigación como la propuesta mediante una validación del estudio a través de entrevistas a profundidad a 7 expertos.

Se tuvo como resultado que la situación del proceso innovador agroindustrial, comprendido este desde su composición hasta las necesidades de financiamiento, derivadas las mismas hacia estructuras incompatibles como los bancos, así considerada por los entrevistados, se propone un fondo de capital de riesgo, precisamente como alternativa para financiar este tipo de procesos innovadores. Todos los expertos consultados sostienen un acuerdo en este sentido. No obstante, algunos de los entrevistados se muestran de manera plenamente justificada escépticos.

Se concluyó que la propuesta del fondo estatal de capital de riesgo si representa una alternativa para el financiamiento de los procesos innovadores agroindustriales, esto ante la incompatibilidad del crédito bancario para el financiamiento de dichos procesos. No obstante, su naturaleza estatal es un aspecto que no es compartido por la mayoría de expertos en sus respectivas validaciones. En relación a esto, se podría concluir entonces que el Estado como tal podría disponer de un instrumento como el capital de riesgo siempre que, por un lado, lo pueda llevar a cabo de manera conjunta con el sector privado.

Se recomendó que la implementación de un fondo de capital de riesgo se realice dentro un sistema nacional de innovación. Es decir, que el fondo como tal no sea considerado como una limitante, en relación a la cantidad de recursos disponibles para financiamiento, ya que esto podría limitar el análisis de las innovaciones, al ser absorbido por pocos proyectos de altos montos.

En cuanto al aporte del antecedente presentado, coincide de manera general con algunos objetivos propuestos en esta investigación, los cuales están fundamentados en las bases teóricas, además, las técnicas e instrumentos son elementos relevantes que influyen de manera directa en la variable fuentes de financiamiento, considerándose algunos ítems del cuestionario para la realización de los nuevos en la investigación actual.

2.1.1. BASES TEÓRICAS

Las bases teóricas representan el soporte teórico inicial de la investigación, en virtud de que las teorías analizadas sirven de sustento y apoyo para contrastar los resultados. Con respecto, a la temática presentada en esta investigación se hace pertinente la revisión bibliográfica que apoya dicho estudio analizando

y confrontando las opiniones emitidas de diversos autores para establecer una posición contextualizada sobre cada posición en el área de acción de este trabajo, cumpliendo de esta manera a los objetivos propuestos en la presente investigación.

2.2. Desarrollo empresarial

Según Delfín & Acosta (2016) el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Así mismo refieren que los elementos que la conforman son: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación.

Para Koontz & O'Donnel, (2014) el desarrollo de las empresas, tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo propiamente dicho, para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno, las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

De acuerdo a Much y Garcia (2012) para alcanzar desarrollo empresarial, además de una adecuada gestión tiene que considerarse el control como parte del proceso de gestión efectiva, al respecto indican que el control, es la evaluación y corrección de las actividades de los subordinados para asegurarse de que lo que se realiza se ajusta a los planes.

Al confrontar a los autores citados, se tiene que para Delfín & Acosta (2016) el desarrollo empresarial presenta los elementos: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación, para Koontz & O'Donnel (2014) tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización, y para Much y García (2012) debe considerarse el control como parte del proceso de gestión efectiva. La investigadora fija posición con Delfín & Acosta (2016).

Desde la perspectiva de la investigadora el desarrollo empresarial se refiere a un proceso que incluye la definición de objetivos, los cuales tiene la finalidad mantenerse, crecer y desarrollarse en un entorno mundial y dinámico tienen que plantear estrategias que les permitan alcanzar su desarrollo como tal. En el caso específico de las pequeñas y medianas empresas del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha los gerentes deben tomar en consideración todos los elementos para alcanzar el desarrollo en sus organizaciones.

2.2.1. Elementos que articulan el desarrollo empresarial

Para Delfín & Acosta (2016) el desarrollo empresarial presenta varios elementos que lo caracteriza entre los cuales se encuentra: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación, al poner en práctica estos elementos, les permite alcanzar sus objetivos, aprovechando las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado.

Según Zuñiga (2018), el desarrollo empresarial presenta varios elementos lo cual lo lleva a asumir riesgos e innovaciones, por ello, el talento humano con su experiencia y sentido de pertenencia serán las piezas claves para lograrlo. Sin embargo, todo esto es el resultado de la aplicación de acciones estratégicas que impulsen el correcto uso de los recursos y se desarrollen en base a objetivos sólidos.

Al confrontar a los autores sobre los elementos que articulan el desarrollo empresarial, se tiene que Delfín & Acosta (2016) les permite alcanzar sus objetivos, aprovechando las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado, mientras para Zuñiga (2018), los elementos lo llevan a asumir riesgos e innovaciones.

2.2.1.1. Crecimiento Económico

Desde la perspectiva de Gamarra (2017), el crecimiento económico estaba determinado principalmente por la inversión y por una apropiada distribución del ingreso basada en la flexibilidad salarial que tienda al alza y que permitía también un ahorro particular que se derivaba también en inversión y consumo que impulse la demanda. Además, es el proceso sostenido a lo largo del tiempo en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente.

Según Delfín & Acosta (2016) el crecimiento en una organización se visualiza de acuerdo a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo. Por lo cual, en todo sistema económico para su crecimiento debe ir direccionada a una mayor productividad.

Para Bravo (2014), el crecimiento económico es un fenómeno en el cual intervienen diferentes factores y actores, por lo que este no es propio de una única dimensión de la realidad o del proceso económico. El crecimiento supone la expansión de un conjunto de variables de carácter macroeconómico como; el ahorro público o privado, el consumo privado de las familias y del gobierno, la variable inversión, el gasto público, las exportaciones e importaciones, así como la dotación de los recursos naturales, el factor laboral, el stock de capital, el capital humano, el progreso técnico, entre otros.

2.2.1.2. Cultura Organizacional

Para Chiavenato (2017), la cultura organizacional alude a la forma de vida de la organización en todos sus aspectos, sus ideas, creencias, costumbres, reglas,

técnicas, entre otros. En este sentido, todos los seres humanos están dotados de una cultura porque formamos parte de un sistema cultural. Y a su vez estos términos profundos y significativos para el que hacer en el ejercicio de vida laboral regulan tanto el comportamiento humano como el comportamiento organizacional.

Para David y David (2017) es como un patrón de comportamiento desarrollado una organización conforme ha ido aprendiendo a manejar sus problemas de adaptación externa e integración interna, y que ha funcionado lo suficientemente bien como para considerarse válido y transmitirse a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir. No obstante, refiere a la importancia de armonizar los factores externos con los internos a la hora de tomar decisiones estratégicas.

Por su parte, Millán (2013) afirma que la cultura organizacional se forma por el conjunto de valores, creencias, historia, usos y costumbres que identifican y materializan las prácticas cotidianas de la empresa, estos factores influyen directamente en la comunicación interna, por el contenido de la información de los mensajes, la eficacia de los procedimientos, la estructura organizativa y principalmente en los comportamientos de las personas.

Desde la perspectiva de la investigadora la cultura organizacional es el conjunto de valores y normas compartidas que controlan las interacciones entre los integrantes de la organización, así como los que giran en su entorno como lo son los proveedores, clientes y otras personas externas. Por este motivo los gerentes de las pequeñas y medianas empresas deben tener presente su cultura organizacional para de esta manera diferenciarse de otras empresas.

2.2.1.3. Liderazgo

El liderazgo es conocido como la acción o comportamiento ejercido por una persona que tiene por habilidad influir en otras, para hacer lo que esta quiere

de manera voluntaria, conociéndose como líder. Para los autores Koontz, Wehrich y Cannice (2017), el liderazgo es la influencia, es decir, el arte o proceso de influir en las personas para que participen con disposición y entusiasmo hacia el logro de los objetivos del grupo.

Para Hellriegel, Jackson y Slocum (2017), el liderazgo es la relación de influencia entre los líderes y los seguidores que luchan por generar un verdadero cambio y resultados que reflejen los fines que comparten. De igual manera, es importante mencionar que en el ejercicio del liderazgo se requiere adicionalmente del aprendizaje de ciertos conocimientos que permitan a la persona encargada asumir este compromiso, obtener pericia para manejar las emociones de una persona o grupo de personas a la realización efectiva de lineamientos requeridos, asimismo sostener el entusiasmo sugiere además transmitir simpatía, energía, empuje, exaltación para lo cual los aspectos motivacionales en el comportamiento de las personas entran en juego.

Similar apreciación a la reflexión antes esbozada se realiza cuando de definir el líder se trata indicando a este según Zuzuma (2015), como aquella persona que ejerce influencia sobre un grupo de personas, que denominados seguidores, esta influencia, que es el liderazgo, tiene por objetivo alcanzar unas metas que, en principio, han de ser comunes. El líder es el que se encarga de motivar a sus seguidores para llegar a dichas metas.

Partiendo de estas consideraciones, se observa concordancia entre los autores consultados. Para Zuzuma (2015) es una manera de influir en las demás personas, grupos e incluso una organización y Hellriegel, Jackson y Slocum (2017), señalan que el liderazgo es el proceso de influir y apoyar a otros para que trabajen con entusiasmo en el logro de ciertos objetivos y Koontz, Wehrich y Cannice (2017) es la acción de observar y dirigir a los empleados de tal manera que las operaciones se lleven a cabo de forma adecuada.

Sobre la base de estos planteamientos la autora fija posición con Zuzuma (2015), quien enfatiza con más precisión sobre el liderazgo, el mismo alude

que es la influencia sobre las personas, grupos y hasta las organizaciones con el fin de alcanzar de los objetivos establecidos de forma colectiva el éxito, además de saber escuchar a quienes se encuentre a su alrededor.

Para efectos de la presente investigación se entiende el liderazgo como es el proceso de influir, así como de apoyar y dirigir a los empleados que conforman una organización con la finalidad de llevarlos al logro de los objetivos propuestos en la misma. En este sentido dentro de las pequeñas y medianas empresas del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, debe estar al frente una persona que los guie y los motive a realizar sus labores de una manera firme, eficaz con el propósito de alcanzar las metas previstas en función del bien de la organización y del desarrollo empresarial como tal.

2.2.1.4. Gestión del conocimiento

Para Delfín & Acosta (2016) dentro de la gestión del conocimiento, es fundamental contar con la información y el conocimiento siendo estos elementos estratégicos de la competitividad en las organizaciones, aluden que los empresarios representan el capital humano que se debe cultivar, para promover el aprendizaje continuo y la innovación, que forman parte de sus activos intangibles valiosos.

Desde la perspectiva de Solleido y Alarcon (2016) es un proceso sistemático de generación, documentación, difusión, intercambio, uso y mejora de los conocimientos individuales y organizacionales, valiosos por su aporte competitivo a la organización. Busca que ese conocimiento sea aprovechado metódicamente y con éste, se puedan generar ventajas competitivas a la organización.

Para Vilario (2015), la gestión de conocimiento es fundamental en cualquier proceso de optimización de resultados, dado que en la solución de problemas, permite a las organizaciones lograr mejores resultados, crear conocimiento, realizar sus actividades de forma eficiente, mejorando además

de sus procesos, sus resultados. En ambas perspectivas, el efecto es muy positivo.

Por lo cual, la Gestión del Conocimiento se debe llevar a cabo para asegurar y mantener los cambios que sean requeridos por cualquier organización, para ello es fundamental considerar el conocimiento que tiene el personal como un activo de vital importancia y una ventaja competitiva, ya que es necesario desarrollar el conocimiento como un camino para afianzar la competitividad.

2.2.2. Factores de éxito para el desarrollo empresarial

Para Sandoval (2017), existen cuatro factores determinante éxito (Capacitación relevante, financiamiento, cumplimiento de obligación y nivel académico del talento), mencionando que son de gran importancia ya que generan una cultura orientada a la innovación y la ética profesional, que permitan sentar bases para el fortalecimiento de la empresa.

Para Li y Solis (2013), para que una estrategia empresarial sea exitosa, se debe comenzar por llevar a cabo un benchmarking efectivo, para luego dar paso al desarrollo de los objetivos generales de la organización, establecer una visión a largo plazo de la estrategia, igualmente, asegurar el soporte técnico y ejecutivo, seguidamente, definir los cursos de acción de la estrategia seleccionada, asegurar el equipo de staff, así como, los recursos tanto en materia prima como en capitales líquidos, finalizando con la investigación en nuevos métodos para el desarrollo integral de la empresa.

Según Ortiz (2012), en un contexto de fuerte competencia en los mercados es normal que surjan preguntas sobre los factores que justifican la prosperidad, el estancamiento o el declive en la competitividad. También se afirma que es poco realista alcanzar el éxito en todos los frentes, mas, es

necesario consentir aquellas áreas donde se tienen debilidades que puedan incidir en el desarrollo competitivo de la organización, de igual forma el autor señala una serie de factores primordiales para obtener el éxito empresarial.

Al contrastar la información que ofrecen los autores citados, se observa que cada uno tiene un punto de vista diferente, sin embargo, el sentido general de lo que quieren expresar se asemeja bastante, cada uno ofrece un punto de vista de lo que son los factores de éxito empresarial, Sandoval (2017), existen cuatro factores determinante éxito (Capacitación relevante, financiamiento, cumplimiento de obligación y nivel académico del talento). Li y Solis (2013), en su información señalan una serie de factores que consideran necesarios, mientras que Ortiz (2012), se centra en explicar la importancia de los mismos y como el contexto que rodea a las organizaciones repercute en los mismos. Para efectos de esta investigación, se fija posición con el autor Ortiz (2012).

Desde la perspectiva de la investigadora, los factores de éxito empresarial, son una serie de elementos esenciales que toda gerencia debe estudiar, analizar y formular según sea la naturaleza de su organización, para poder llevar a cabo una gestión direccionada hacia el éxito, enfocándose en los cursos de acción que permitirán la consecución de objetivos, todo esto sustentado sobre una estrategia que tenga como características principales la utilización de dichos factores.

2.2.2.1. Innovación.

Para Zayas, Parra, López, y Torres (2015), la innovación, consiste en la aplicación comercial de una idea. Innovar es convertir ideas en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valora. Se trata de un hecho fundamentalmente económico que incrementa la capacidad de creación de riqueza de la empresa y, además, tiene fuertes implicaciones sociales.

Según Martínez, Vera y Vera (2014), la innovación se ha convertido en una importante variable empresarial estratégica. Mencionan que se refiere a la necesidad de adaptarse a los cambios, e incluso generarlos a través de una política agresiva de innovación, la han convertido en una actividad determinante para la obtención de importantes ventajas competitivas.

Por su parte Ortega (2013), afirma que la innovación organizacional permite desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia y obtener un beneficio organizacional y social, así como un crecimiento económico, o bien, mantener su competitividad, aunque para algunos especialistas, se trata de cambios radicales y deliberados en productos o servicios existentes, procesos o en la organización con el fin de alcanzar una ventaja competitiva.

La investigadora infiere que la innovación dentro de las pequeñas y medianas empresas en su ámbito organizacional, representa una oportunidad de mejora que facilitará otras acciones innovadoras, mejorando de manera integral los productos y servicios vinculados a este servicio, así como la capacidad de respuesta a las demandas internas y externas, además de aprovecharlos avances realizados en esta temática.

2.2.2.2. Soporte técnico

Para Bonilla (2015), el soporte técnico es muy importante para el servicio de cualquier empresa que pretenda alcanzar el éxito, dando uso de sus capacidades para respaldar a aquel cliente que ha respaldado a la organización con la compra de un producto o servicio. Desde la perspectiva de Castro & Castro (2013), señalan que este es un ramo del servicio que se dedica a proporcionar asistencia en lo referente a hardware y software, concernientes a equipos electrónicos o mecánicos, por lo tanto, estos tratan de prestar ayuda a los usuarios para resolver determinados problemas con algunos productos o maquinaria.

Según Ortiz (2012), en el soporte técnico se cubre con aspectos tales como la intensidad del mantenimiento, la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria y los equipos, la garantía existente en el suministro de presupuestos, así como la rápida respuesta de los usuarios, el mismo va dirigido a la idoneidad de las personas que se encargan del montaje y del adiestramiento referente a la operación de los equipos y el mantenimiento.

Se fija posición con el autor Ortiz (2012), quien enfoca su aporte en el ámbito empresarial interno de la organización, lo cual va más de la mano con la investigación a realizar, en tanto que el resto de autores, tiene un enfoque más hacia afuera de la empresa, enfocando al soporte técnico como aquel servicio que se presta a los clientes que han optado por la compra de los servicios o productos que oferta la empresa.

Para la investigadora, el soporte técnico es aquel servicio que requiere la organización para suplir las deficiencias que poseen los trabajadores en lo referido a las competencias de carácter técnico, ya sea para la instalación de nuevos equipos, nuevas tecnologías de la información, mantenimiento de maquinaria, entre otras actividades que requieren de conocimientos muy específicos.

2.2.2.3. Atención de los mercados

Desde la perspectiva de Pérez (2019), los mercados cumplen un rol esencial en la economía de un país, región y comunidad, pues a través de ellos se logra acercar a los compradores y vendedores a fin de que transen y cubran sus necesidades y expectativas. Para Martínez (2015), la necesidad de atender a los mercados se origina al conocer si el cliente está satisfecho, lo cual permite identificar algunas estrategias a utilizar por los comerciantes, el conocimiento de los factores que contribuyen a explicar la satisfacción posibilita que las

empresas puedan entender, desde el enfoque del cliente, los mecanismos que orienten a emitir estas opiniones que ponen gran parte determinantes en la configuración de conductas posteriores.

Según Ortiz (2012), la atención de los mercados es la atención oportuna a los requerimientos de los clientes y la facilidad con que estos pueden acceder a dichos bienes y servicios, también la variedad del surtido y la distribución de información son los elementos que los compradores estudian al momento de seleccionar las opciones estudiadas. Para satisfacer las exigencias del mercado se deberá enfocar en tres (3) pilares fundamentales: Proporcionar la cantidad convenida, asegurar la calidad esperada y comercializar en el momento pactado.

En cuanto a la atención a los mercados, se puede observar que los autores Pérez (2019) y Ortiz (2012) concuerdan al señalar que la misma se centra en estar al tanto de los requerimientos y exigencias que tienen los clientes, sin embargo, el primero se expresa de forma más amplia, en tanto que, Martínez (2015), se centra en que el conocimiento de los mercados proporciona a la gerencia de las empresas la capacidad de identificar y aprovechar las oportunidades que se presentan. Se fija posición con el autor Ortiz (2012)

La investigadora refiere que la atención a los mercados, es estar en constante investigación de los mercados, con el objetivo de estar en la vanguardia y saber de primera mano cuales son las necesidades y requerimientos que tienen los clientes, base de datos que será de vital importancia para el éxito en los propósitos de ventas que tenga cualquier organización.

2.2.2.4. Sistema promocional

Para Camargo (2017), el sistema promocional es aquel elemento donde se da a conocer los atributos del servicio o producto, con la intención de atraer al

cliente y este lo adquiera. Al igual, las empresas utilizan herramientas de promoción de ventas (cupones, concursos, premios y demás para atraer una respuesta más fuerte y rápida de los compradores, incluyendo efectos de corto plazo tales como destacar las ofertas de los productos e impulsar las ventas caídas. De acuerdo con la Real Academia Española (2016), es aquel conjunto de actividades destinadas a dar a conocer algo o aumentar sus ventas.

Desde la perspectiva de Ortiz (2012), los aspectos técnicos, los mensajes, los personajes involucrados, el manejo del color, los ambientes físicos y la música utilizada pueden inducir la acción de compra, mientras una estrategia deficiente de comercialización podría arruinar la venta de un producto. Se debe buscar que los clientes logren recordar la marca a través de la publicidad y de la promoción, pero cuidando que lo pregonado sea totalmente congruente al momento de realizar la compra, de lo contrario se perdería total credibilidad por parte de los compradores.

Al confrontar a los autores se observa coincidencia Para Camargo (2017) y Real Academia Española (2016), el sistema promocional es aquel elemento donde se da a conocer los atributos del servicio o producto; Ortiz (2012), es una especie de canal de comunicación, donde el principal objetivo del mismo por parte de la empresa es que los clientes recuerden la marca, influyendo en los mismos para que realicen la compra del producto que estas ofrecen, en tanto que la definición un tanto más escueta de la, queda bastante generalizada si se compara con los aportes de los anteriores autores.

Así mismo, para la investigadora, el sistema promocional son todas aquellas actividades que lleva a cabo una organización y que con su realización busca influir a los clientes para atraerlos en la compra de sus productos o servicios. Se fija posición por la definición suministrada por el autor Ortiz (2012).

2.2.2.5. Competencias del talento humano.

Para Hellriegel, Jackson y Slocum (2017), estas competencias están referidas a un conjunto o grupo de actividades, las cuales incluyen conocimientos, habilidades, o actitudes específicas, necesarias para desempeñar una tarea concreta, son transferibles a una gran variedad de funciones, tareas. No van unidas a ninguna disciplina sino que se pueden aplicar a una variedad de áreas de materias, situaciones (la comunicación, la resolución de problemas, el razonamiento, la capacidad de liderazgo, la creatividad, la motivación, el trabajo en equipo y especialmente la capacidad de aprender).

En el mismo orden de ideas, Robbins y Coulter (2014), expresan las competencias del talento humano va referido al conjunto de conocimientos y capacidades que poseen los integrantes de un grupo de trabajo, aunque también se deben considerar sus actitudes, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas con respecto a la sociedad, organización e individuos.

Según Ortiz (2012), el éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente ligado a la contratación, al adiestramiento, al desarrollo y a la estabilidad de talentos humanos que demuestren habilidades en lo relacionado a la administración de recursos, la dirección de grupos, el uso de la información y las negociaciones. Proporcionando un enfoque competitivo innovador en el ámbito laboral.

Al revisar los postulados de los autores puede visualizarse que tienen ciertos parecidos, para Hellriegel, Jackson y Slocum (2017), están referidas a los conocimientos, habilidades, o actitudes específicas, necesarias para desempeñar una tarea concreta, de igual manera Robbins y Coulter (2014), conjunto de conocimientos y capacidades que poseen los integrantes de un grupo de trabajo, en tanto que Ortiz (2012), es más preciso al resaltar aquellas competencias que deben tener el recurso humano de una organización para alcanzar el éxito. Se fija posición con Ortiz (2012).

Para la investigadora, las competencias del talento humano, son aquellas aptitudes que poseen las personas que trabajan en una organización, las

cuales son de vital importancia para llevar a cabo sus actividades y ser exitosos dentro de las mismas, la suma de las competencias de todos los integrantes de la empresa mide el nivel de alcance que puede tener una organización para posicionarse en los mercados.

2.2.2.6. Modernización de procesos

Para Martínez, Vera y Vera (2014), las organizaciones necesitan modernizar sus procesos, a través de sus herramientas de trabajo, con la finalidad de minimizar al máximo la obsolescencia en maquinarias y que por el contrario fomenten la productividad de la organización logrando una mayor rapidez al producir con mejores equipos y resultando en una mayor productividad.

Desde la perspectiva de Ortiz (2012), la modernización de proceso a través de la actualización tecnológica, es como catalizador de la competitividad, abarca las realizaciones en cuanto a la sistematización de las operaciones industriales, administrativas, logísticas y comerciales, de los cuales surgen proyectos en pro de la eliminación de los trámites referentes a la formulación de pedidos, al diligenciamiento de facturas y a la expedición de cheques.

Mientras Nueno (2012), destaca que de no adquirir equipos y tecnologías modernas que agilicen los procesos y provean de un plus de calidad a los productos, la organización podría quedarse relegada en el mercado por los competidores, el autor afirma que todo proceso de trabajo debe proporcionar satisfacción e innovación logrando de esta forma la total aceptación de consumidores que hacen parte de la cadena productiva.

Así mismo, se observa que el autor Ortiz (2012) se diferencia de los otros dos autores al enfocarse en la sistematización de los procesos, tales como, industriales, administrativos, logísticos y comerciales, en tanto que los otros autores están enfocados en la modernización de equipos para mejorar las

tecnologías que manejan las organizaciones. La investigadora fija posición con el autor Ortiz (2012).

Para la investigadora, la modernización de los procesos debe estar centrada en hacer los procesos tanto internos como externos mucho más automatizados para evitar desperdicios de tiempos y ahorros en términos de costos, evidentemente el tener unos procesos y tecnologías de actualizados y modernizados, permitirá a la organización desenvolverse de manera idónea en todos los sectores.

2.2.2.7. Imagen corporativa

La imagen corporativa es la personalidad de la empresa en todo aquello que la representa. Dicha imagen debe estar presente en todo documento u objeto involucrado con la empresa, para ayudar al posicionamiento de esta en el mercado. Desde la perspectiva de Carrascosa (2015), la imagen corporativa se refiere a la imagen que una empresa ha adquirido entre el público. La imagen corporativa o imagen de marca es el signo de identidad, la firma de una empresa, aquella idea que permanece en la mente del consumidor, actuando como uno de los principales elementos de venta. Es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

Según Sánchez y Pintado (2013), indican que la imagen corporativa se refiere a esa imagen mental o evocación que conforma cada persona y que es formada por un conjunto de atributos de una organización, estos atributos pueden o no coincidir con los de cada individuo. Mientras para Ortiz (2012), una imagen positiva ante los inversionistas, los proveedores de bienes y servicios, las agencias gubernamentales y las organizaciones financieras significa un factor vital de éxito por que simboliza la apertura al endeudamiento, la capitalización, al abastecimiento sustentado en pautas favorables de plazos y descuentos y la adjudicación de contratos particulares a las licitaciones del gobierno.

Para este concepto, para Carrascosa (2015), la imagen corporativa se refiere a la imagen de marca es el signo de identidad, aquella idea que permanece en la mente del consumidor, un aporte totalmente parecido es el que ofrecen Sánchez y Pintado (2013), quienes afirman que esta es una imagen mental que tienen todos los individuos de una determinada organización, para Ortiz (2012), está centrado en ofrecer una visión de los beneficios de tener una imagen corporativa acertada,

Por su parte la investigadora toma posición con lo expresado por Ortiz (2012), por tratarse de un aporte asertivo y engloba todo el sentido oportuno que es pertinente resaltar con respecto a los propósitos de la investigación, por ofrecer una visión de lo que puede conseguir al manejar una imagen corporativa adecuada a las expectativas de los factores externos que tienen incidencia en los propósitos de la organización.

Desde la perspectiva de la investigadora la imagen corporativa son todos aquellos rasgos visuales y no visuales que caracterizan a toda organización y que están presentes en la mente de todas las personas que tienen una interacción con la misma, de esta se vale una empresa para, inspirar confianza y sentido de pertenencia a sus empleados, admiración por parte de los clientes, y compromiso por parte de entidades que creen enlaces con estas empresas.

2.2.2.8. Utilización de recursos.

Según David y David (2017), la utilización de los recursos como factor de éxito empresarial, es visto como una actividad esencial de la administración que permite la implementación de la estrategia, los recursos se asignan de acuerdo con las prioridades establecidas en los objetivos anuales. En este sentido, se utilizan de acuerdo al plan de asignación de recursos para el logro proveniente de los objetivos de la organización.

Para Thompson y Strickland (2014), la utilización de los recursos de las organizaciones para apoyar la estrategia es de diversas índoles, siendo lo pertinente que las empresas en particular se orienten a disponer de forma oportuna del personal o recurso humano necesario, así como de los bienes económicos o fuentes de financiamiento para apoyar la ejecución de estos proyectos.

Mientras Aparicio (2014), señala que el uso de los recursos debe enfocarse en la combinación de la gestión de los pedidos, el transporte, el almacenamiento, el correcto manejo de los materiales y el empaquetado, además el autor se refiere con importancia a la ventaja que este vínculo ofrece para fortalecer la cadena de suministro. Puede convertirse en un elemento de éxito si la integración de las variables del abastecimiento y del transporte induce la disminución del tiempo invertido entre el acto de compra y la consecución de la venta, por cuanto la efectividad del sistema no sólo asegura la rápida cobertura de las necesidades del comprador, sino que se expresa en la reducción de los costos.

Se puede visualizar cierta diferencia en lo expresado por David y David (2017), la utilización de los recursos como factor de éxito empresarial, los recursos se asignan de acuerdo con las prioridades establecidas en los objetivos anuales. Thompson y Strickland (2014), las empresas en particular se orienten a disponer de forma oportuna del personal o recurso humano necesario, Aparicio (2014), lo engloba dentro de un proceso que está enfocado en la gestión para beneficiar la cadena de suministros.

Para la investigadora, la utilización de los recursos debe estar direccionados directamente con hacer los procesos continuamente mejorados, con el objetivo de alcanzar un estado de procesos que permitan entregar los beneficios de los productos y servicios a los clientes en el momento adecuado y cuando los requieran, pero también proporcionando bajas en los costos que

a la larga signifiquen un alto beneficio para las pequeñas y medianas empresas.

2.3. Fuentes de Financiamiento

Según Poveda (2015), las fuentes de financiamiento son muy variadas, menciona que toda organización para realizar sus actividades necesita de recursos financieros (capital), aunque muchas veces al elaborar el plan financiero no se tienen en cuenta algunas, y se tiende a hacer uso únicamente de las más corrientes: las ayudas públicas, los préstamos especiales para la empresa.

De acuerdo con Fabre (2013), para emprender un negocio es necesario contar con los recursos necesarios para ello. Por lo cual, existen diversas fuentes de financiamiento de donde se pueden obtener los recursos necesarios para iniciar un negocio sin necesidad de poner en peligro patrimonio personal o de otras personas. Entre estas se encuentran: clientes, subvenciones, créditos o préstamos privados, friendsfamilyfools (FFF), fuentes de capitales.

Mientras Vargas (2012), señala que las fuentes de financiamiento son aquellas donde una entidad puede obtener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Las fuentes de financiamiento pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Las fuentes de financiamiento representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que están permiten mantener unas optimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

Por lo cual la investigadora infiere que las fuentes de financiamiento consisten en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, funcionamiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa. En este sentido, el financiamiento constituye la opción donde las empresas

cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, logrando con ello aumentar la producción, crecer, expandirse, adquirir nuevos equipos que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado. Siendo un aspecto clave en el área financiera para las pequeñas y medianas empresas logren una estabilidad dentro de su sector.

Atendiendo a estas consideraciones, el financiamiento constituye un factor clave, elemental para el desarrollo y evolución de los procesos expansión y emprendimiento de nuevos proyectos en las pequeñas y medianas empresas en el Distrito Turístico y Cultural de Riohacha – La Guajira, donde pueden autofinanciarse o solicitar financiamiento externo para fortalecer sus negocios en aras de impulsar el desarrollo empresarial.

2.3.1. Tipos de Fuentes de Financiamiento

Los tipos de fuentes de financiamiento comprende un conjunto de metas a largo plazo, enfoques y políticas de la organización, definición de la ventaja competitiva deseada y, a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Para Arriola (2014), los tipos de financiamiento teóricamente debería surgir a partir de un proceso de planificación financiera, el cual comprende los planes financieros a largo plazo, o estratégicos y a corto plazo u operativo. Por lo tanto, una estrategia es el patrón o plan general que muestra la dirección y el empleo de los recursos, para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.

Según Celis (2016), las fuentes de financiamiento son los métodos que utilizan las organizaciones para acreditarse dinero, los cuales pueden integrarse con uno o con la combinación de varios instrumentos de fondeo o de coberturas, de acuerdo con las necesidades específicas de cada proyecto y características de la empresa. El financiamiento de las empresas exige que se

transfieran eficiente y oportunamente los recursos del ahorro a la inversión productiva. Para lo cual existen diferentes mercados en los que participan los inversionistas o ahorradores, los demandantes de fondos y los intermediarios financieros bancarios y no bancarios.

Por su parte, Van Home y Wachowicz (2012), la fuente de financiamientos son herramientas que ayuda a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad de la organización. Esto significa que si se establece una estrategia financiera para la organización de forma sistemática, aumentara la capacidad de la organización para planificar una sostenibilidad y generar fondos necesarios.

Según Vargas (2012), las fuentes de financiamiento pueden ser definidas como la manera en que una entidad puede obtener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Las fuentes de financiamiento pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Las fuentes de financiamiento representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que están permiten mantener unas optimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

Finalmente, se puede mencionar que las fuentes de financiamiento se entiendecom como un ingreso a la empresa para cubrir las necesidades que se presente y que consiste más que una entrada para solventar la organización. Los recursos de la empresa son la base fundamental para su funcionamiento, la obtención de efectivo en el corto plazo puede alguna manera garantizar la vigencia de la empresa en el mercado. Para esta investigación se fija posición con el autor Vargas (2012).

2.3.1.1. Fuentes de Financiamiento a Corto Plazo

Para Ross, Westerfield y Jordan (2018); refieren que las fuentes de financiamiento como préstamos a corto plazo asegurado que implica la cesión en muchos casos de activos de la empresa; en donde el prestamista tiene gravamen sobre los activos que hayan dado en garantía y dispone de un recurso legal contra el prestatario. Pueden ser fuentes internas o externas.

De acuerdo con Loringy otros (2014), el financiamiento a corto plazo es aquel cuyas fuentes de financiación son externas, es decir, su origen no es ni la propia empresa (autofinanciación) ni los propietarios, fuentes reciben el nombre de fuentes a corto plazo, financiación circulante, pasivo circulante, exigible a corto plazo, pasivo a corto plazo o acreedores a corto plazo. Una clasificación elemental de las fuentes de financiación a corto plazo se divide en dos categorías: fuentes espontáneas y fuentes negociadas. Para Moyer y otros (2013), mencionan que el corto plazo incluye todas las obligaciones de deuda de una empresa cuyo pago esta originalmente programado para el transcurso de un año.

Considerando las opiniones de los autores anteriores, cada uno de ellos define fuentes de financiamiento a corto plazo desde su punto de vista, Roos, Westerfield y Jordan (2018), acotan los planes de operación son los que ofrecen a las empresas una determinada guía detallada de la implementación de estos. Mientras para Loringy otros (2014), y Moyer y otros (2013), el financiamiento a corto plazo exige una planeación financiera que especifica acciones financieras a corto plazo, a diferencia

2.3.1.2. Fuentes de Financiamiento a largo plazo

Según Gitman y Zutter (2016), es el financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más. La deuda a plazo, las utilidades retenidas, el arrendamiento operativo y financiero así como también los instrumentos financieros

bursátiles, representan fuentes de financiamiento de largo plazo, tanto internas como externas para las empresas ante la búsqueda de recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.

De acuerdo con Ruíz & Puértolas (2013), esta es la fuente de financiación para los recursos permanentes de la empresa, es decir, activos fijos o no corrientes o parte del capital de trabajo que la empresa necesita para mantener su operación. De igual manera, consideran como instrumentos de financiación ajena de largo plazo a: Los préstamos bancarios, los contratos de leasing, la emisión de obligaciones.

Para Moyer y otros (2013), es toda obligación de pago con vencimiento inicial entre 1 y 10 años. Este tipo de crédito carece de la permanencia, característica particular de la deuda a corto plazo. Para concluir el financiamiento a largo plazo es aquel que tiene duración superior a un año, donde se pueden emplear arrendamientos, instrumentos bursátiles, entre otros.

Por su parte, la investigadora refiere que las fuentes de financiamiento a largo plazo, son aquellas que permiten a la empresa estructurar las acciones financieras y el impacto anticipado de estas durante períodos mayores a un año. Estas forman parte de una estrategia integrada corporativamente, que conjuntamente con los planes de producción y marketing guían a la compañía hacia objetivos estratégicos. Desde este enfoque, los gerentes de las pymes del sector de la construcción de Riohacha, deberían considerar alguna de la clasificación existente de estas alternativas con la finalidad de establecer cuál sería la más adecuada para su desarrollo empresarial.

2.3.2. Estrategias de financiamiento

Para Gitman y Zutter (2016), las estrategias de financiamiento, son medios mediante los cuales se dan cumplimiento a las decisiones con el propósito de maximizar los dividendos, en pro del desarrollo y beneficio empresarial. A este

respecto, la organización tiene que llevar a cabo un sin número de actividades que apoyen al crecimiento en cuanto a utilidades se refiere.

Según Ortiz (2015), las principales estrategias de financiamiento a las cuales pueden acudir las empresas son: créditos comerciales, empréstitos bancarios a corto y a largo plazo, acciones comunes, acciones preferentes, bonos y ganancias retenidas. Además, afirma que los gerentes financieros hacen frente a la problemática de conseguir los recursos para llevar a cabo sus actividades, la necesidad de seleccionar de forma adecuada las fuentes de financiamiento, surge de reconocer que los recursos son limitados y costosos.

Desde la perspectiva de López (2014), las estrategias de financiamiento, es el proceso que permite obtener recursos financieros, por lo cual es necesario realizar estrategias, planes para conseguir el financiamiento con el objetivo de seguir sus actividades. Sin embargo, en la consecución de capitales para el financiamiento, el crédito juega un papel muy importante, tanto para la empresa como para las instituciones financieras.

Al confrontar a los autores Gitman y Zutter (2016), Ortiz (2015), López (2014), se tiene que tienen coincidencia al afirmar que las estrategias de financiamiento deben estar en consonancia con la estrategia principal la cual se ha seleccionado de acuerdo con la planificación estratégica propuesta. En este sentido, cada estrategia financiera deberá ir en la misma dirección que la estrategia maestra para dar el apoyo necesario tanto a la misión como a los objetivos estratégicos de la misma.

2.3.2.1. Créditos comerciales

El financiamiento a través de los proveedores es la fuente de financiamiento más común y la que usualmente se utiliza. Para Saavedra (2015), el crédito comercial está considerado como un tipo de financiación en los negocios de cualquier compañía, por ser la mayor fuente de fondos a corto plazo para las

empresas pequeñas, principalmente, esto se debe porque los proveedores a veces tienen libertad en el otorgamiento de crédito.

Según Velecela (2013), es considerada la más corriente se produce a través de la compra de bienes o servicios que la institución o empresa usa en sus negociaciones a corto plazo. La capacidad de este financiamiento, aumenta o disminuye la oferta, por los excesos de mercado competitivos y de producción. Esta operación tiene tres alternativas que modifican favorablemente la posición monetaria:

a) Adquisición de inventarios mayores, activos no monetarios (bienes y servicios), que aumentan los pasivos monetarios (cuentas por pagar a proveedores).

b) Convenios de ampliación de términos de pago a proveedores consiguiendo un financiamiento monetario de un activo no monetario.

c) El crédito de los proveedores presenta las siguientes ventajas.

De acuerdo a Van Horne y Wachowicz (2012) el crédito comercial es un instrumento de financiamiento utilizado frecuentemente por las pequeñas y medianas empresas, debido a que los proveedores son más abiertos a concederlos; especialmente cuando los períodos inflacionarios presionan sobre los intereses dificultando el mayor aprovechamiento del préstamo bancario, dado a su alto costo de financiamiento; en cambio para los proveedores la disminución de las ventas al contado provocada por la recesión económica impulsa la utilización del crédito comercial, bien sea extendiendo el plazo o aumentando sus cuentas por cobrar.

Desde la perspectiva de la investigadora, el crédito comercial, puede tener una influencia importante sobre la política de financiamiento en las pymes, porque como un todo es una fuente importante de recursos de financiamiento, comparable por ejemplo con los créditos bancarios, con la diferencia que no generan intereses altos. En este sentido, el crédito comercial sirve para facilitar y adecuar la producción a la circulación de mercancías,

generalmente es de corto plazo: 30, 60 y 90 días, de acuerdo al convenio que se haya fijado.

2.3.2.2. Endeudamiento

De acuerdo con Mendoza (2016), el endeudamiento es el uso de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad y aumentar la capacidad operativa de la empresa. El endeudamiento no tiene por qué tener efectos negativos para la empresa. Es de acotar que existe la creencia de que el endeudamiento es desventajoso, que perjudica a las organizaciones, no obstante, no es totalmente cierto.

Según Ortiz (2015), en el momento en que las empresas obtienen préstamos que deben amortizarse a largo plazo, asumen la obligación de cancelar los intereses acordados y el capital suministrado por la entidad financiera. El incumplimiento de tales obligaciones dejaría una imagen muy pobre antes dichas instituciones financieras y además se incurriría en pago de intereses por mora. El Diccionario de la Real Academia Española RAE (2014), define al endeudamiento como conjunto de obligaciones contraídas por una nación, empresa o persona

Al analizar los aportes de estas fuentes, se observan que leves diferencias en la información suministrada, Mendoza (2016), es el uso de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad, por otro lado, difiere un poco Ortiz (2015), quien señala que se da cuando la empresa recibe recursos están sujetos al cobro de intereses. La RAE (2014) lo define de forma más general como aquella obligación contraída por una nación, empresa o persona.

Para efecto de definición de endeudamiento, se toma posición con Mendoza (2016), por considerar que el autor afronta de manera más amplia y completa lo referente al endeudamiento, lo cual para efectos del presente trabajo investigativo es de mayor provecho para poder entender la

problemática, toda vez que es claro al indicar que el endeudamiento es adquirir recursos de terceras personas en calidad de deuda para

Para efectos de esta investigación, se infiere que el endeudamiento, es aquella estrategia a la cual pueden recurrir las empresas mediante fondos de terceros en calidad de deuda para inversiones, expansiones, compra de inventarios, entre otros propósitos, que van dirigidos al aseguramiento de las funciones normales que desempeñan cualquier organización.

2.3.2.3. Acciones preferentes

Según Ortiz (2015) los recursos adquiridos por las empresas al colocar acciones preferentes en el mercado, representan una fuente de financiamiento permanente ubicado algunas veces como deuda y otras como parte del capital contable. Además, como los intereses a pagar no pueden ubicarse financieramente dentro de los cargos fijos, quiere decir que el postergamiento del pago de dichas obligaciones no significaría incidir en un incumplimiento de carácter legal, por tanto, estas acciones preferentes constituyen un colchón de seguridad señala.

Para Brealye y otros (2013), las acciones preferentes son aquellas que tienen prioridad sobre las ordinarias en relación con los dividendos. Mientras que Márquez (2012), manifiesta que son los títulos que otorgan a su propietario derechos u obligaciones distintas a las de los demás, y destaca que la preferencia se refiere a la prioridad que reciben con respecto a las acciones comunes en lo concerniente a dividendos y derechos al voto.

Al confrontar a los autores se tiene que Ortiz (2015), las acciones permite a la organización ingresar un capital permanente en la organización y que el impago de dividendos no haría incurrir a estas organizaciones en un hecho ilegal, otro enfoque se puede identificar en lo expresado por Brealye y otros (2013), quienes solo señalan que las acciones preferenciales tienen preferencia sobre las comunes en cuanto al pago de dividendos, Márquez

(2012), resalta que las mismas le otorgan a su poseedor derechos y obligaciones distintas a las de los demás. La investigadora fija posición con Márquez (2012).

Para la investigadora, las acciones preferenciales son cuotas de participación que otorgan a sus propietarios derechos que se diferencian sustancialmente de los que ofrecen las acciones comunes, en tanto que también otorgan preferencia para el pago de dividendos, en las pymes del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

2.3.2.4. Acciones comunes

Las acciones comunes, señala Ortiz (2015), representan la fuente de financiamiento principal del capital contable y ofrecen la mayor parte de los recursos cuando personas naturales o jurídicas deciden aportar fondos para la creación de empresas. La tenencia de acciones comunes otorga al propietario derechos colectivos e individuales y, por tanto, le asegura una participación activa en todos los aspectos de interés para la solidificación comercial y financiera de las organizaciones productivas.

Para Márquez (2012), se refiere al título que la organización otorga a sus poseedores iguales derechos e iguales obligaciones. Generalmente son los establecidos en las disposiciones obligatorias del código de comercio. Así mismo, Van Horne y Wachowicz (2012), habla de las acciones comunes como aquellos valores que representan la posición final de propiedad y riesgo en una organización.

Al confrontar los autores se visualiza que existen similitudes Ortiz (2015), estima que las mismas son el principal capital que recibe la organización al momento de su apertura, resaltando además, que estas les otorgan a sus propietarios, derechos de participación sobre las decisiones de la empresa, mientras que para Márquez (2012), la define simplemente como los derechos

y obligaciones que otorga la empresa a sus poseedores, sensiblemente diferente es lo que opinan Van Horne y Wachowicz (2012), debido a que, se enfocan más en la propiedad y el riesgo propios de adquirir estas acciones. La investigadora fija posición con Ortiz (2015).

Para la investigadora, las acciones comunes son las porciones de derecho que tienen los poseedores sobre una organización, en tanto que los mismos poseen el derecho de tomar parte en las implicaciones y desenvolvimiento de la misma, siendo la totalidad de las acciones el valor de una empresa en el mercado, y sus poseedores son los accionistas quienes pueden adquirir o vender sus cuotas de participación.

2.3.2.5. Ganancias retenidas.

Las ganancias retenidas representan una parte significativa del financiamiento de proyectos de inversión y de las operaciones normales, y de ninguna forma pueden encasillarse como recursos gratuitos. Desde la perspectiva de Ortiz (2015), son aquellas que la empresa ha ganado y no ha pagado a los accionistas en forma de dividendos. A su vez, estos fondos son retenidos y se reinvierten en la organización, permitiendo que crezca, cambie de giro o haga frente a gastos de emergencia. A tal efecto, si estas ganancias se invierten sabiamente los accionistas se beneficiarán al igual que la empresa, y sus acciones se vuelven más valiosas.

Para López (2014), es un tipo de estrategia la cual es un apoyo esencial en los planes financieros desarrollados a mediano y largo plazo, ya que son el resultado de una combinación eficiente entre los medios de producción y el mercado en el que se desenvuelve la organización. Su evidente influencia en el desarrollo de la estructura financiera estará representada por la relación costo de capital, rentabilidad de las inversiones financiadas por este medio, y la política de dividendos satisfactoria con el valor total de la empresa.

Para Van Horne y Wachowicz (2012), las ganancias retenidas como la representación de las ganancias acumuladas de la organización después de dividendos desde el inicio de la compañía, son las utilidades que se han conservado o se han reinvertido, es como la diferencia que existe entre la utilidad neta de una organización y la cantidad que gasta en dividendos.

Al contrastar los puntos de vista de cada autor, se observa que Ortiz (2015), destaca el costo de oportunidad que se presenta con las utilidades que las organizaciones alcanzan al final del ejercicio, evitando encasillarlo como un recurso gratuito, López (2014), es un tipo de estrategia la cual es un apoyo esencial en los planes financieros, en la misma línea, se ubica lo expresado por Van Horne y Wachowicz (2012) quienes establecen que estas son las ganancias que la empresa posee luego del pago de dividendos. Se fija posición con Ortiz (2015).

Desde la perspectiva de la investigadora, las ganancias retenidas, se refieren a ese monto líquido que, una vez terminado el ejercicio, se utilizan para el pago de dividendos o para realizar inversiones en nuevos equipos o expansiones, es importante resaltar que los accionistas pueden renunciar al cobro de dividendos para dedicar el total de las ganancias a nuevos proyectos que promuevan el crecimiento de la empresa.

2.4. Marco Legal

Para las pequeñas y medianas empresas Pymes, en la actualidad en Colombia existe la siguiente normatividad:

Ley 1955 de 2019. Esta ley expide el Plan Nacional De Desarrollo 2018 – 2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”.

Ley 1314 de 2009: “Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información

aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento”.

En el año 2007 el Consejo Nacional de Política Económica y Social emite el documento CONPES 3484, denominado “Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado-Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Departamento Nacional de Planeación”.

Ley 905 de 2004: “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción de desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

En relación a la normatividad del desarrollo empresarial se tiene lo siguiente:

Constitución Política de Colombia (1991), el artículo 38, establece que se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

Para dar continuidad en el desarrollo y fortalecimiento del emprendimiento, el Congreso de la República dicta de la Ley 1286 de 2009 (Política Nacional de Emprendimiento), la cual modifica la Ley 29 de 1990. La Ley de Emprendimiento transforma a Colciencias en Departamento Administrativo y fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

Finalmente, para las fuentes de financiamiento:

La Ley 590 de 2000 promovió el acceso de las microempresas a la financiación a través del sector financiero. En el 2002 se dio la Reglamentación de la Ley MIPYME.

Circular Externa 050 de 2001 y la No. 11 del 2002 de la Superintendencia Bancaria de Colombia, se estableció la nueva modalidad de crédito denominado microcrédito y la normatividad sobre riesgo crediticio, calificación de cartera y provisiones. En el 2002 se dio la Reglamentación de la Ley MIPYME.

2.5. Marco Contextual

Las PYMES, según Flores y Parra (2015), son el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se destacan las siguientes:

- Comercio al por mayor y menor
- Agricultura, silvicultura y pesca
- Industrias manufactureras
- Construcción
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones
- Bienes muebles y servicios prestados a las empresas

- Servicios comunales, sociales y personales. (Compañías). Para efectos de la investigación se llevará a cabo en el sector de la construcción.

Actividad económica

La actividad a la que se dedican las empresas de la construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha son: Otras actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil.

Sector económico

Sector Secundario encargado de transformar materias primas en productos terminados o semielaborados.

Valores corporativos

Respeto: Tener relaciones con los empleados, clientes, proveedores, accionistas y en general con la comunidad; justa, equitativa, ecuánime, y de beneficio mutuo. Sus valores, ideas y creencias siendo de gran importancia para todos.

Honestidad: Actuar con rectitud, transparencia y decencia, desprendidos de nuestros intereses particulares, siendo razonables y justos, dentro del marco de buenas costumbres, de las normas legales y de las empresas constructoras.

Compromiso: Emplear las capacidades haciendo el mejor esfuerzo para cumplir con todo aquello que se ha delegado y maximizar el desempeño para cumplir con el logro de los objetivos de la empresa.

Responsabilidad Social: Contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida, de nuestros empleados, sus familias y la

comunidad en general. Así mismo, como responsabilidad social, el orientar las acciones a minimizar el impacto de los procesos constructivos sobre el medio ambiente, cumpliendo los requisitos establecidos por la ley.

Productos

Obras civiles: Son el resultado de la ingeniería civil y que son desarrolladas para beneficio de la población de una nación porque algunos de los objetivos de las mismas son la organización territorial y el aprovechamiento al máximo del territorio.

Construcción de hormigones: Material de construcción constituido básicamente por rocas, de tamaño máximo limitado, que cumplen ciertas condiciones en cuanto a sus características mecánicas, químicas y granulométricas, unidas por una pasta aglomerante formada por un conglomerante (cemento) y agua. A estos componentes básicos, y en el momento de su amasado, pueden añadirse otros productos o materiales para mejorar algunas características determinadas.

Nivelación de maquinarias y equipos: Las máquinas indispensables son en general unidades potentes y costosas. Casi siempre operan en condiciones difíciles. Su conducción no puede encomendarse a principiantes que completan su formación sobre la marcha. El mantenimiento, como se verá seguidamente, no siempre puede responder a las normas establecidas por el constructor. Por todas estas razones, la elección de materiales plantea casi siempre arduos problemas al maestro de obras.

Fabricación y montaje de estructuras metálicas: Normalmente la fabricación de las estructuras metálicas se hace en plantas especializadas, con los equipos más modernos y adecuados para cada proceso, con una cuidadosa selección del personal, la cual se vigila constantemente, mediante un programa de control de calidad.

Trabajos en acero inoxidable: Es un tipo de acero resistente a la corrosión, el cromo que contiene posee gran afinidad por el oxígeno y reacciona con él formando una capa pasivadora que evita la corrosión del hierro contenido en la aleación.

Construcción y desarrollo de proyectos habitacionales: Enfocada a la consultoría, concepción, promoción, gerencia técnica y de proyectos, construcción, mantenimiento de proyectos y comercialización de inmuebles, en los sectores de vivienda, comercio, industria, institucional e infraestructura; con personas o entidades privadas, públicas, o de carácter mixto.

2.6. Sistema de Variables

Definición nominal

Desarrollo Empresarial

2.6.1. Definición Conceptual

Según Pozos & Acosta (2016) el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Así mismo refieren que los elementos que la conforman son: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación.

2.6.2. Definición Operacional

El Desarrollo Empresarial es un proceso en el cual todo empresario adquiere habilidades y destrezas, que favorecen con el manejo eficiente de los recursos de la empresa, innovación de productos y procesos, que ayudan con el crecimiento sostenible de la empresa. Operacionalmente se medirá a través

de un instrumento de recolección de datos, mediante la aplicación de cuestionario con preguntas de acuerdo a los indicadores.

Definición nominal

Fuentes de Financiamiento

2.6.3. Definición Conceptual

Según Vargas (2012), las fuentes de financiamiento pueden ser la manera en que una entidad puede obtener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que están permitiendo mantener unas óptimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

2.6.4. Definición Operacional

Las fuentes de financiamiento consisten en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, funcionamiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa. En este sentido, el financiamiento constituye la opción donde las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, logrando con ello aumentar la producción, crecer, siendo un aspecto clave en el área financiera para las pequeñas y medianas empresas, operacionalmente se medirá a través de un instrumento de recolección de datos, midiendo las dimensiones e indicadores, mostrados en la operacionalización de las variables. González (2020)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	AUTORES
Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	Desarrollo empresarial	Elementos que articulan el desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento Económico. • Cultura Organizacional. • Liderazgo. • Gestión del conocimiento. 	Chiavenato (2017) Delfín & Acosta (2016) Munch y Garcia (2012)
Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha		Factores de éxito para el desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación. • Soporte técnico. • Atención de los mercados. • Sistema promocional • Competencias del talento humano. • Modernización de procesos. • Imagen corporativa. • Utilización de recursos. 	Sandoval (2017) Aparicio (2014) Ortiz (2012)
Caracterizar los tipos de fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	Fuentes de Financiamiento	Tipos de Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento a corto plazo. • Financiamiento a largo plazo. 	Ortiz (2015) Van Horne y Wachowicz (2012), Vargas (2012)
Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha		Estrategias de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos comerciales • - Endeudamiento • - Acciones preferentes • - Acciones comunes. • - Ganancias retenidas. 	Ortiz (2015) Van Horne y Wachowicz (2012), Vargas (2012)
Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	Este objetivo se lograra a través del análisis del coeficiente de correlación de Spearman			
Proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	Se logrará con los resultados de los objetivos anteriores.			

Fuente: Elaboración propia (2020)

3. MARCO METODOLOGICO

Este capítulo contiene la metodología la cual fue aplicada para el desarrollo de la investigación. Donde se describen: paradigma y enfoque de investigación, tipo, diseño método de investigación, población, fuentes de recolección de datos, técnica e instrumento de recolección de datos, validez del instrumento, confiabilidad del instrumento, procesamiento de estadístico de los datos considerando la codificación, tabulación y análisis estadístico, de igual manera el procedimiento de la investigación.

Según Martínez (2012), la metodología es el camino a seguir para alcanzar los conocimientos tanto seguros como confiables, y en el caso en que éstos sean demostrables, también es ciencia por lo cual la elección de una determinada metodología implica la aceptación de un concepto de conocimiento y de ciencia. En este orden de ideas, la investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

3.1. Paradigma y enfoque metodológico

La investigación se encuentra bajo el enfoque cuantitativo, que para Tamayo y Tamayo (2012) el enfoque cuantitativo surge de la necesidad de medir variables a través de codificaciones requeridas para el análisis de los hechos observados, valiéndose de procedimientos científicos. La cuantificación se realiza mediante el procesamiento estadístico de los datos que en su análisis permiten determinar procesos y resultados.

Según Vargas (2011), es una estrategia de aproximación a la realidad, desde una perspectiva práctica, las técnicas que aplican sus instrumentos sobre fenómenos observables, medibles los más objetivamente posible, en algún aspecto de la realidad, sobre el que emergen resultados basados en las

relaciones causa-efecto, propios del método científico, cuya pieza fundamental de análisis es la cantidad.

Por lo cual, la presente investigación dentro de su enfoque cuantitativo, permite evaluar las variables en las pymes objeto de estudio, ya que, a través de la recolección y análisis de los datos, se conoce la realidad presente, teniendo como objetivo general determinar la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. En este sentido, la investigación empleó técnicas cuantitativas y procedimientos estadísticos, efectuando cálculos sobre los niveles de respuestas suministradas por la población estudiada.

Por otra parte, el paradigma utilizado es positivista que de acuerdo con los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación se inserta dentro del enfoque positivista cuando su función se orienta a percibir la realidad de manera integral y uniforme, logrando así la cuantificación de los datos, para lograr una mayor coherencia, pertinencia y credibilidad, la cual puede ser explicada a través de patrones comprobables estadísticamente, dado el carácter observable y medibles de los eventos ocurridos.

Mientras para Pallela y Martins (2012) el paradigma positivista se fundamenta en el positivismo, caracterizándose por la objetividad como única vía para alcanzar el conocimiento, cuya finalidad será la de explicar, predecir y verificar las teorías asumiendo un punto de vista externo e impersonal, considerando criterios de calidad, tales como: validez, confiabilidad, objetividad, entre otros, mediante la utilización de cuestionarios, analizando los datos con el apoyo de estadísticas descriptivas.

La presente investigación, está caracterizada en la posición sustentada en el paradigma de la realidad, los cuales permiten predecir desde el punto de vista positivismo, controlando los fenómenos por tratarse a una sociedad, al tratar de determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de

financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

3.2. Tipo de Investigación

El objetivo de esta investigación consiste en Determinar la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, examinando los datos recolectados y los fenómenos observados en su propio medio, con la finalidad de obtener resultados que se darán a través de los procedimientos metodológicos aplicados, sin alterar la realidad estudiada, por tanto, es considerada básica, descriptiva-correlacional y transversal.

De acuerdo al objeto de investigación se clasificó como una investigación básica, según Bonilla (2011), considerada también teórica, la misma tiene su fundamento en sus descubrimientos, así como en los aportes teóricos, pero su mayor interés está en la utilización de los conocimientos alcanzados. Es decir, busca confrontar la teoría con la realidad.

Desde la perspectiva del nivel de conocimiento en la investigación se considera descriptiva, en virtud que se describe la información de una determinada situación o problema, considerando que los objetivos de la misma. Según Tamayo y Tamayo (2012), una investigación de tipo descriptiva abarca la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y los procesos de los fenómenos. Para el autor este tipo de estudio, trabaja sobre realidades de hecho, de igual manera busca presentar una interpretación adecuada de los mismos.

Para Ortiz y García (2010) el tipo de investigación se determina con base en el aspecto que se pretende enfrentar respecto al objeto de estudio; así dentro de estos tipos se tienen las investigaciones descriptivas que permiten especificar características o propiedades de personas, grupos, o fenómenos.

Por su parte, Atagua (2010), define la investigación descriptiva, señalando que no hay manipulación alguna de variables mencionando que estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural, se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. En este sentido describe los fenómenos como aparecen en la actualidad. Estos pueden ser longitudinales o transversales, cualitativos o cuantitativos.

De igual manera, el estudio es considerado correlacional, al tener como finalidad determinar la relación entre el Desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha; según la posición de Hernández, Fernández y Baptista (2014), los estudios correlacionales pretenden evaluar la relación existente entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto determinado.

En la posición de Méndez (2013), la investigación correlacional busca determinar el grado en el que el cambio de una variable es acompañada por un cambio correspondiente en otra variable y medición del grado donde los elementos o medidas de dos o más variables experimentan variación concomitantes de sus componentes esenciales, fragmentando el problema en tantos elementos simples y separados como sea posible.

Además por su alcance este contexto metodológico, en el presente estudio se clasifica en transeccional, en tanto que la investigación conlleva la caracterización de la situación actual del desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, toda vez que la investigadora puede describir uno o más eventos y obteniendo su información tanto de fuentes vivas como documentales o mixtas en un solo momento.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los diseños transeccionales tienen como objetivos indagar la incidencia y los valores en que se presenta una o más variables, de igual manera. Asimismo, es transversal por cuanto se recolectaron los datos en un solo momento, en un

tiempo único, sin pretender evaluar la evolución de su comportamiento, de igual manera describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado.

De acuerdo con Gómez (2012), los diseños transeccionales o transversales son aquellos en donde se recolectan datos de varios grupos o sub grupos de personas en un solo instante, en un mismo momento o tiempo único; su fin es describir las variables y analizar sus incidencias e interrelación en un instante dado; el estudio conlleva a analizar el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Basado en lo expuesto por los autores anteriores, se infiere que la presente investigación es de tipo descriptiva, toda vez que sus objetivos se dirigen a estudiar la variable desarrollo empresarial, así como la variable fuentes de financiamiento describiendo sus dimensiones, con cada uno de los indicadores que llevarán a desarrollar el estudio y darles respuesta a las preguntas de la investigación. Asimismo, es correlacional porque estudiará la relación que pueda existir entre las dos variables.

También es transversal toda vez que las variables desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento se estudiará en un momento único, en el lapso de tiempo comprendido entre noviembre de 2018 hasta diciembre de 2020, aproximadamente. En consecuencia y al criterio de la investigadora, el tipo de investigación es básica, descriptiva-correlacional y transversal.

3.3. Diseño de la Investigación

Para realizar una investigación es fundamental, tener un diseño que resolverá las situaciones pautadas; es el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea y de esta manera lograr el objetivo deseado, como lo afirma Hernández, Fernández y Baptista (2014) se desarrolla para obtener la información requerida de una investigación.

En este estudio se utiliza un diseño no experimental, por cuanto se centra en determinar la relación entre el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, sin realizar ningún tipo de manipulación de las variables. Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) los diseños no experimentales se refieren a investigaciones donde las variables no se someten a ningún tipo de variación antes o después de recolectar los datos.

Por su parte, Gómez (2012) señala que el diseño de investigación no experimental se define como la investigación que se lleva a cabo sin manipular deliberadamente las variables; en una investigación experimental se construye una realidad y todo se desarrolla en un ambiente artificial, se observan situaciones ya existentes no provocadas por el investigador, para analizarlas.

Al respecto, la investigación planteada es no experimental toda vez que los datos de las variables el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento se recolectaron tal como lo manifestaran los gerentes de las pymes en el sector de la construcción del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha sin realizar ningún tipo de intervención antes o después de ser tomados.

Así pues, la investigación se considera también de campo, puesto que se realiza en el área objeto de estudio. Los mismos surgen de la aplicación de un trabajo de campo en las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, debido a que los datos son recolectados directamente en el sitio de la investigación donde está el problema; los mismos son recolectados directamente de la realidad a través de la praxis.

Sobre este particular Arias (2016) define los estudios de campo como aquellos que recolectan los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos, tratándose de datos primarios. Se utilizan diversas técnicas de recolección de datos, según sean las características del objeto de estudio, las hipótesis, y objetivos, así como la

disponibilidad de tiempo, personal y de recursos económicos y materiales.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, Bavaresco (2013) define las investigaciones de campo, como aquellos estudios que se realizan en el mismo lugar donde se ubica el objeto estudiado, el cual se pone de manifiesto con la implementación de cuestionarios a realizarle a los gerentes las pymes del sector de la construcción ubicadas en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Según Tamayo y Tamayo (2012), se aplican cuando los datos se recogen directamente de la realidad, lo cual permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones de la obtención de los datos, facilitando su revisión de surgir dudas.

En consecuencia el diseño de este estudio se define como no experimental, bajo la modalidad de campo, pues en la investigación se pretende analizar, identificar y explorar sobre el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento de las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, a través de la información recabada de los sujetos objeto de estudio, la cual será captada como acontece, de forma directa, en el medio donde se encuentran inmersos, sin interferencias o manipulaciones.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

La población en una investigación, va referida a las personas que darán información sobre la problemática. Desde la perspectiva de Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cuantitativa requiere de limitar la población de estudio antes de recolectar los datos, con la finalidad de determinar el tamaño y precisión de las unidades de análisis.

Según Tamayo y Tamayo (2012), radica en la totalidad de un fenómeno de estudio, que poseen elementos los cuales comparten una característica determinada, siendo los mismos las personas que darán la información para

conocer la problemática existente. En este caso, la población está representada por los gerentes de las empresas de la construcción del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, la cual será abordada a través de un censo poblacional, representando las unidades de análisis en el cuadro 2.

Cuadro 2
Unidades de análisis

Nro.	Empresa
1	La Macuira Inversiones y Construcciones S.A.
2	Constructora Henco S.A.S
3	Constructora Taylor S A S
4	Constructora Bermudez y Aaron S A S
5	Constructora e Inmobiliaria LornaLtda
6	HD Constructora S A S
7	Rome Constructora S A S
8	J P Construcciones Ltda
9	VmConstructores S A S

Fuente: Cámara de Comercio (2020)

Tal como se evidencia en el cuadro Nro. 2, la distribución de la población está conformada por las pymes del sector de la construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, siendo estas: La Macuira Inversiones y Construcciones S.A., Constructora Henco S.A.S., Constructora Taylor S A S., Constructora Bermudez y Aaron S A S., Constructora e Inmobiliaria LornaLtda, HD Constructora S A S., Rome Constructora S A S., J P Construcciones Ltda y Vm Constructores S A S. Las cuales para la recolección de información es necesaria las unidades informantes quienes facilitaran la misma.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los informantes son clave de una investigación son las unidades sobre quien o quienes se va a recolectar los datos, es decir son aquellas personas que, por sus vivencias, capacidad de empatizar y relaciones que tienen en el campo se convierten en una fuente importante de información a la vez que le va abriendo el acceso a otras personas y a nuevos escenarios.

Bajo este enfoque, las unidades informantes del estudio estarán constituidas por los gerentes representados en el gerente general y gerentes financieros de cada una de las empresas de la construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, con el fin de satisfacer los objetivos generales y específicos de la investigación. Se describen el nombre de las empresas, cargo y cantidad de sujetos.

Cuadro 3
Población

Pymes del sector de la construcción	Gerente General	Gerente Financiero	Total
La Macuira Inversiones y Construcciones S.A.	1	1	2
Constructora Henco S.A.S	1	1	2
Constructora Taylor S A S	1	1	2
Constructora Bermudez y Aaron S A S	1	1	2
Constructora e Inmobiliaria Lorna Ltda	1	1	2
HD Constructora S A S	1	1	2
Rome Constructora S A S	1	1	2
J P Construcciones Ltda	1	1	2
VmConstructores S A S	1	1	2
Totales	9	9	18

Fuente: Elaboración propia (2020)

3.5. Fuentes de recolección de datos

Las fuentes de recolección de datos de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), consiste en vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos para luego ser medidos por instrumentos de medición o de recolección de datos. Según Méndez (2013), las fuentes son hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten obtener información. Estas fuentes de información se dividen en primarias y secundarias.

3.5.1. Fuentes de Información primaria

Para Méndez (2013) las fuentes primarias se refieren a la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigado a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. Mientras para Bonilla (2011) son fuentes de información primaria las organizaciones, aquellos acontecimientos, el medio ambiente y las personas que tengan una relación directa o indirecta con las organizaciones, los acontecimientos y el medio ambiente. Para efectos de la presente investigación, las fuentes primarias son los gerentes objeto de estudio de las pymes del sector de la construcción del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha.

3.5.2. Fuentes de Información secundaria

Para Méndez (2013) las fuentes secundarias son toda aquella información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. Es importante contar con las fuentes de información secundarias en toda investigación, motivado que son valiosas informaciones que son de tipo documental para sustentar la información obtenida de primera fuente, algunas de estas fuentes pueden ser: documentales, como artículos científicos.

Las fuentes de información secundaria, de acuerdo a Tamayo y Tamayo (2012) se refiere cuando se recurre a la utilización de datos que no son primarios, los mismos son secundarios, es decir, aquellos que han sido obtenidos por otros, y nos llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los elaboran y manejan.

3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según Arias (2016) aluden al procedimiento o forma particular de obtener datos o información, que sirven de complemento al método científico. Dentro de la investigación de campo existen tres técnicas; la observación, la encuesta y la entrevista. A su vez, dentro de la clasificación de la encuesta existe el cuestionario. En concordancia con Tamayo y Tamayo (2012) la técnica de recolección de datos, es la parte operativa del diseño investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos. La técnica en este caso es la encuesta.

En relación a la encuesta, Arias (2016) la define como una técnica la cual tiene como finalidad obtener información de un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. Mientras Palella y Martins (2012) aluden que tiene como objetivo que varias personas le suministren datos cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos quienes, en forma confidencial, las responden por escrito, siendo este el cuestionario.

Con respecto al cuestionario, Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que, es un conjunto de preguntas relativas de una o más variables a medir. Para Sabino (2010), las preguntas del cuestionario deben estar en concordancia entre teoría y hechos, en otras palabras, que los ítems estén en correspondencia con los conceptos previamente establecidos en la fundamentación teórica, a fin de recopilar datos útiles para satisfacer las interrogantes iniciales., con el objetivo de obtener la información necesaria por parte de la población objeto de estudio.

En este orden de ideas, el cuestionario es un instrumento estructurado por una serie de preguntas a través de los cuales se persigue evaluar los indicadores presentes en la operacionalización de variables, teniendo como finalidad que el sujeto informante suministre información. Cabe destacar que

los ítems del cuestionario, deben estructurarse sobre las bases teóricas de las variables, orientados a medir las dimensiones e indicadores que determinan los atributos de las mismas.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. A este respecto, la presente investigación utilizó como técnica de recolección de datos la observación mediante encuesta a través de su instrumento básico, como lo es el cuestionario.

El instrumento de recolección de datos es una herramienta importante dentro de toda investigación. Desde la perspectiva de Sabino (2010), es un recurso del cual pueda valerse el investigador, para extraer de ellos información. En este sentido se realizan una serie de preguntas para recabar la información necesaria para obtener resultados de la investigación.

Por lo cual, para realizar el análisis del desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se utilizará el instrumento cuestionario dirigido 18 sujetos representados en los gerentes generales y gerentes financieros de las empresas de la construcción de Riohacha. El instrumento será diseñado con 57 ítems; empleando la escala Likert, la cual se codifica a continuación: nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre; cuya opción tiene una puntuación comprendido de 1 a 5, que, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el escalamiento tipo Likert, consiste en un conjunto de ítems para medir actitudes, presentados en forma de afirmaciones ente los cuales se pide la reacción de los sujetos, en el cuadro 4.

Cuadro 4
Alternativas de respuesta

Alternativa de respuesta	Codificación
Siempre	5
Casi siempre	4
Algunas veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Fuente: Elaboración Propia (2020)

3.7. Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos

3.7.1. Validez del instrumento

Luego de diseñar el instrumento de recolección de datos, el cual permite medir las variables, será sometido a un estudio técnico para estimar la validez y confiabilidad. En ese sentido, la validez de un instrumento indica el grado en que una medición se relaciona consistentemente con otras mediciones y que corresponden a los conceptos que están siendo medidos.

Con respecto a la validez del instrumento, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que es el grado en el cual el instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Mientras Méndez (2013), lo define como el grado donde una prueba mide lo que se propone medir. Este atributo es de gran importancia donde los resultados obtenidos le asegurarán la información recogida le servirá al objetivo de la investigación.

Por su parte, se hace necesario acotar que la validez del instrumento se logrará mediante un proceso de validación, el cual consistirá en la evaluación por parte de cinco (5) expertos en el área que reúnan las condiciones para valorar equilibradamente el instrumento. Donde se les facilitará un ejemplar del cuestionario con la matriz de operacionalización de las variables y un formato para evaluar el contenido, así como también se les mostrará la tabla de construcción de ítems del cuestionario a ser aplicado a los gerentes generales y gerentes financieros de las empresas de la construcción de Riohacha.

Es importante destacar, que los expertos tendrán la responsabilidad de revisar el instrumento para verificar la pertenencia de los ítems con las variables, dimensiones e indicadores establecidos, para de esta manera realizar las correcciones orientadas a la redacción y pertinencia si las hubiese, las cuales serán efectuadas para dar lugar al instrumento definitivo para su aplicación.

3.7.2. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad hace alusión a la exactitud con que un instrumento de recolección de datos mide lo que intenta medir. La misma se realiza para determinar la exactitud de los resultados obtenidos al ser aplicados en situaciones parecidas a una población con características similares a los sujetos a los cuales se les va aplicar el instrumento. La confiabilidad se relaciona con la valoración de la consistencia del instrumento.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en la cual su aplicación repetida con varios sujetos arroje iguales resultados. Por lo cual, la confiabilidad, expresa que este proceso da cuenta de la capacidad del instrumento, de registrar los mismos resultados en distintas ocasiones, bajo las mismas condiciones.

Para Bernal (2012) la confiabilidad se relaciona con la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se les examinan en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. En este sentido, la confiabilidad de un instrumento de medición es el grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados.

Con el objetivo de determinar la confiabilidad, se procedió a aplicar una prueba piloto a diez (10) sujetos con características parecidas a la población, siendo estos gerente y personal administrativo y financiero de la pyme Constructora B G S A S. Según Tamayo y Tamayo (2012) la prueba piloto

permite ver las diferencias existentes en torno al diseño metodológico y lo lleva a la realización de los ajustes necesarios en el mismo. De igual manera, afirma que la prueba piloto contribuye a perfeccionar las interrogantes ya desarrolladas, para de esta manera solucionar los imprevistos que puedan presentarse. Se calculó a través del coeficiente de confiabilidad alfa Cronbach, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$rtt = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Donde:

K: Número de ítems

$\sum Si$: Sumatoria de varianzas de cada ítem

St: Varianza del grupo total

rtt: coeficiente de confiabilidad Alfa Cronbach

$$rtt = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

$$rtt = \frac{57}{56} \left(1 - \frac{32,76}{200,40} \right)$$

$$rtt = 1,02 \cdot 0,84$$

$$\alpha = 0,8515$$

Para interpretar el resultado arrojado una vez aplicada la prueba piloto, se guiará por la matriz de interpretación de la confiabilidad, para ser considerada confiable el valor debe pasar de 0,81, si el resultado es menor, quiere decir que el instrumento no es confiable o tiene baja confiabilidad, teniendo que reformular las preguntas para nuevamente aplicarlo, como se muestra a continuación el rango y la interpretación de los valores:

Cuadro 5
Matriz para la Interpretación de la Confiabilidad

Rang	Interpretación
0.81–1.00	Muy
0.61–0.80	Alt
0.41–0.60	Medi
0.21–0.40	Baj
0.01–0.20	Muy

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

3.8. Procesamiento estadístico de los datos

En esta investigación se aplicará un tratamiento estadístico descriptivo, el cual permitirá describir, analizar y representar un grupo de datos, utilizando métodos numéricos y tablas, para dar sentido a la información contenida en ellas. El mismo depende del tipo de método de investigación seleccionado, además de las operaciones a ejecutar para interpretar y analizar los datos de la encuesta aplicada. Según Tamayo y Tamayo (2012), el procesamiento de datos es el registro obtenido por los instrumentos empleados, mediante una técnica analítica en la cual se comprueba la hipótesis y se obtienen las conclusiones.

3.8.1. Codificación

Con respecto a la codificación Tamayo y Tamayo (2012), señala la necesidad de codificar los datos, a través de símbolos numéricos para contarlos y tabularlos respectivamente. Este procedimiento resulta de gran utilidad para el análisis de la información del estudio, lo cual conduce al logro de los objetivos planteados en una investigación, contribuyendo a dar respuesta a las interrogantes iniciales acerca del fenómeno estudiado. Puede observarse en el cuadro 6:

Cuadro 6
Codificación de datos.

Alternativa de respuesta	Codificación
Siempre	5
Casi siempre	4
Algunas veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Fuente: Elaboración Propia (2020)

3.8.2. Tabulación

De acuerdo con Méndez (2013), la tabulación de datos es una técnica la cual involucra el ordenamiento de la información, para que la misma sea procesada y cuantificada por ítems, de igual manera también se agrupa de acuerdo a cada variable, permitiendo de esta forma la presentación en tablas para el análisis de la misma.

En este orden de ideas es relevante mencionar que el instrumento presentó en cada uno de sus ítems, alternativas múltiples de respuesta a saber: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca, donde cada opción le fue asignado un puntaje comprendido entre 1 a 5. Así mismo se empleó el cálculo de la media aritmética como medida de tendencia central, promedios en cada una de las alternativas para los 57 ítems del cuestionario para las variables Desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento, las dimensiones y los indicadores. Se muestra en el cuadro 7, el cual es referido en la matriz de interpretación de la media.

Cuadro 7
Matriz de interpretación de la media

Valor	Alternativa	Intervalos	Categorías
5	Siempre	4,21 – 5,00	Muy Alta presencia
4	Casi Siempre	3,41 – 4,20	Alta presencia
3	Algunas veces	2,61 – 3,40	Moderada presencia
2	Casi Nunca	1,81 – 2,60	Baja presencia
1	Nunca	1,00 – 1,80	Muy baja presencia

Fuente: Ruiz (2004, citado de Pelekais y otros 2015)

Seguidamente se presenta la matriz de categorización de interpretación de la desviación estándar.

Cuadro 8.
Categorías de interpretación de la desviación estándar

Alternativas	Intervalos	Categoría
Siempre	1,61 - 2,00	Muy alta dispersión
Casi Siempre	1,21 - 1,60	Alta dispersión
Algunas veces	0,81 - 1,20	Moderada dispersión
Casi Nunca	0,41 - 0,80	Baja dispersión
Nunca	0,00 - 0,40	Muy baja dispersión

Fuente: Bonilla (2011)

Por otra parte, por considerarse la presente investigación correlación la misma fue analizada mediante la correlación de Spearman para determinar la relación existente entre las dos variables objeto de estudio, las cuales son clima organizacional y desempeño docente. Se observa en el cuadro 9 la matriz de interpretación de la correlación con sus rangos para ser identificadas.

Cuadro9
Matriz de Interpretación del Coeficiente de Correlación de Spearman

Valor	Correlación	Valor	Correlación
- 1.00	Correlación negativa perfecta	+ 0.10	Correlación positiva débil
- 0.90	Correlación negativa muy fuerte	+ 0.50	Correlación positiva media
- 0.75	Correlación negativa media	+ 0.75	Correlación positiva considerable
- 0.50	Correlación negativa débil	+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
- 0.10	Correlación negativa	+ 1.00	Correlación positiva perfecta
0.00	No existe correlación entre las variables		

Fuente: Bonilla (2011)

3.8.3. Análisis estadístico

Según Méndez (2013), las técnicas estadísticas son aquellas sirven para analizar e interpretar la información recopilada del instrumento, siendo la más utilizada la de distribución de frecuencia y como de medidas de tendencia central, la media aritmética, mediana y moda; mientras en las medidas de dispersión está la varianza, desviación estándar, coeficiente de variación entre otros.

Mientras Tomas-Sábado (2010) alude que el análisis de datos se lleva a efecto aplicando la estadística, entendida como una disciplina científica dedicada al tratamiento de la información que contiene, serie de datos procedentes de la observación de fenómenos colectivos en los cuales intervienen factores de variación haciendo imprescindible establecer modelos probabilísticos para llegar a conclusiones.

3.9. Procedimiento de la Investigación

En este punto se exponen los pasos aplicados para construir el conocimiento de la realidad que guía la investigación. De acuerdo con Hurtado (2015), el investigador debe puntualizar detalladamente cada paso llevado a cabo, donde se facilitará la verificación del procedimiento. Por lo cual debe desarrollarse un proceso sistemático y ordenado que facilite estructurar tanto las teorías como los aportes de otros investigadores, para la indagación de las variables desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento. Quedó estructurado de la siguiente manera:

Para alcanzar los objetivos de la presente investigación, se presentan los siguientes aspectos:

- ✓ Presentación del título de investigación para la orientación del docente de seminario, que conjuntamente con el comité y el director asignado emitirá su aprobación, además de sugerencias según sea el caso.

- ✓ Evaluación de información pertinente, para elaborar el planteamiento y formulación del problema.

- ✓ Una vez obtenida la problemática presentada, se formularon los objetivos a desarrollar en el trabajo de investigación; asimismo la justificación y la delimitación del estudio.

- ✓ Posteriormente, se desarrolló el marco teórico, a través del cual se hizo una revisión de antecedentes de otras investigaciones relacionadas con las variables antes mencionadas; al mismo tiempo, se seleccionaron los fundamentos teóricos de autores más recientes de acuerdo a la normatividad para la realización de trabajos de grado, con lo que fue posible operacionalizar las variables mediante sus dimensiones, e indicadores.

- ✓ Asimismo, con el propósito de orientar la investigación, se estableció un marco metodológico, identificando el paradigma, enfoque, tipo y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas de recolección y análisis de los datos de la información recolectada mediante el instrumento del cuestionario.

✓ Se diseñó un instrumento de investigación, en función de los objetivos de estudio y la matriz de Operacionalización de las variables, el cual se aplicó a la población objeto de estudio, así como la validez y confiabilidad del mencionado instrumento.

✓ Una vez validado el instrumento por los expertos, se aplicó una prueba piloto a una población con características similares, siendo aplicada posteriormente a la población objeto de estudio. Donde se tabularon los datos para proceder al análisis estadístico que permitirá interpretar la información sobre la base de las teorías o variables de investigación.

✓ Del análisis se procedió a la discusión de los resultados encontrados, los cuales fueron confrontadas con las teorías y antecedentes previos, con lo cual se dio respuesta a los objetivos planteados.

✓ Finalmente se realizaron las conclusiones, recomendaciones y se desarrollaron los lineamientos sobre el objeto de estudio; así mismo, las referencias bibliográficas y anexos como información complementaria.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de los Resultados

En el presente capítulo se examinarán los resultados de esta investigación en relación al desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, del cual fueron obtenidos una vez analizados los instrumentos aplicados de la investigación, relacionadas con la temática del desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento. Se establecieron análisis de frecuencia y distribución porcentual de los indicadores; y con respecto a cada una de las dimensiones tomadas en cuenta en la investigación, las cuales sirven como referencia para interpretar las calificaciones que se obtienen objeto de compararlos con la matriz de categorización de la media.

Los resultados son comparados con las bases teóricas para saber si tienen coincidencias o difieren con los supuestos teóricos, de manera que pueda cumplir con los objetivos de la investigación. Con el propósito de analizar los resultados obtenidos se utilizó la estadística descriptiva donde se determinó la media aritmética de los datos agrupados por dimensiones junto con los indicadores; para determinar la tendencia del comportamiento de dichos indicadores, asimismo la mediana, moda y desviación estándar.

Tabla 1
Matriz de interpretación de la media

Valor	Alternativa	Intervalos	Categorías
5	Siempre	4,21 – 5,00	Muy Alta presencia
4	Casi Siempre	3,41 – 4,20	Alta presencia
3	Algunas veces	2,61 – 3,40	Moderada presencia
2	Casi Nunca	1,81 – 2,60	Baja presencia
1	Nunca	1,00 – 1,80	Muy baja presencia

Fuente: Ruiz (2004, citado de Pelekais y otros 2015)

Por lo cual, los cálculos de las estadísticas se presentan considerando la variable, dimensiones e indicadores los cuales se evidenciarán con tablas de forma detallada, donde se mostrará los resultados de las encuestas realizadas a la población objeto de estudio. En este caso a los gerentes de las pequeñas y medianas empresas de la construcción: A continuación, se presenta el análisis de los resultados.

Objetivo Especifico 1: Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Variable: Desarrollo empresarial

Dimensión: Elementos que articulan el desarrollo empresarial

Tabla 2
Dimensión: Elementos que articulan el desarrollo empresarial

INDICADORES / ALTERNATIVAS	Crecimiento Económico		Cultura Organizacional		Liderazgo		Gestión del conocimiento		DIMENSIÓN
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FR
SIEMPRE	6	11,11	3	5,56	6	11,11	6	11,11	9,72
CASI SIEMPRE	21	38,89	33	61,11	36	66,67	30	55,56	55,56
ALGUNAS VECES	24	44,44	15	27,78	9	16,67	12	22,22	27,78
CASI NUNCA	3	5,56	3	5,56	3	5,56	6	11,11	6,94
NUNCA	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Suma	54	100,00	54	100,00	54	100,00	54	100,00	100,00
Media	3,56		3,67		3,83		3,67		3,68
MEDIA DE LA DIMENSIÓN: 3.68									
Mediana	3,50		4,00		4,00		4,00		4,00
Moda	3,00		4,00		4,00		4,00		3,75
Desviación Estándar	0,77		0,67		0,69		0,82		0,74

Fuente: Elaboración propia (2020)

Los datos en la tabla 2, corresponde para la dimensión Elementos que articulan el desarrollo empresarial, donde el 55,56% de los sujetos respondieron que casi siempre en las pymes se encuentran los elementos que les permite alcanzar sus objetivos, el 27,78% aluden algunas veces los tienen

presentes. Siempre el 9,72%, seguido de Casi nunca 6,94% y la alternativa nunca no tuvo respuesta. Prevalciendo el liderazgo con 3.83, seguido de la cultura organizacional y gestión del conocimiento con 3.67 y finalmente el crecimiento económico con una media de 3.56.

La media se ubicó en 3.68 ubicándola en la categoría alta presencia, indicando que se encuentran presentes los elementos que articulan el desarrollo empresarial en las pymes, la mediana revela que más del cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 4, la desviación estándar de 0.74, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde elementos que articulan el desarrollo empresarial tienen alta confiabilidad.

Los resultados coinciden con lo expuesto por Delfín & Acosta (2016) el desarrollo empresarial presenta varios elementos que los caracteriza entre los cuales se encuentra: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación, al poner en práctica estos elementos, les permite alcanzar sus objetivos, aprovechando las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado.

Con respecto al indicador Crecimiento económico el 44,44% de los encuestados respondieron que algunas veces en las pymes analizan las oportunidades existentes que la impulse hacia su desarrollo empresarial, seguido del 38,89% dijeron casi siempre, mientras el 11,11% respondieron siempre, un 5,56% dicen casi nunca lo hacen, y el 0% para nunca. Tomando en consideración los resultados obtenidos se puede evidenciar un alto porcentaje mayor al 44% de gerentes manifestaron que este elemento está internalizado debidamente.

La media en este indicador es de 3,56 la cual se ubica en la categoría alta presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media. indicando que se encuentran presentes el crecimiento económico en las pymes, la mediana revela que más del cuarenta y cuatro por ciento (44%)

de las respuestas es igual 3 con tendencia a 4, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3,75, la desviación estándar de 0.77, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde el crecimiento económico tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con la teoría de Delfín & Acosta (2016) el crecimiento en una organización se visualiza de acuerdo a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo. Por lo cual, en todo sistema económico para su crecimiento debe ir direccionada a una mayor productividad.

Seguidamente se presenta el indicador cultura organizacional, donde el 61,11% de los encuestados respondieron que casi siempre la cultura organizacional influye directamente en la comunicación interna la empresa, seguido del 27,78% dijeron algunas veces la empresa desarrolla un patrón de comportamiento con sus colaboradores, mientras el 5,56% respondieron siempre y casi nunca, y el 0% para nunca.

La media en este indicador es de 3,67 la cual se ubica en la categoría alta presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentran presente la cultura organizacional, la mediana revela que más del sesenta y uno por ciento (61%) de las respuestas es igual a 4, ubicándose por debajo de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 4, la desviación estándar de 0.67, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde la cultura organizacional tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico presentado por Millán (2013) quien afirma que la cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias, historia, usos y costumbres que identifican y materializan las prácticas cotidianas de la empresa, estos factores influyen directamente en la comunicación interna.

Con respecto al indicador liderazgo el 66,66% de los encuestados respondieron que casi siempre el liderazgo es una cualidad que poseen los gerentes de las empresas de la construcción, seguido del 16,67% dijeron algunas veces lo presentan, mientras el 11,11% respondieron siempre, el 5,56% casi nunca, y el 0% para nunca.

La media en este indicador es de 3,83 la cual se ubica en la categoría alta presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentran presente liderazgo, la mediana revela que más del sesenta y seis por ciento (66%) de las respuestas es igual a 4, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 4, la desviación estándar de 0.69, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde el liderazgo tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico de Zuzuma (2015), como aquella persona que ejerce influencia sobre un grupo de personas, que denominados seguidores, esta influencia, que es el liderazgo, tiene por objetivo alcanzar unas metas que, en principio, han de ser comunes. El líder es el que se encarga de motivar a sus seguidores para llegar a dichas metas.

Finalmente, se presenta los resultados de la gestión del conocimiento, observando como el 55,56% de los encuestados respondieron que casi siempre la empresa cuenta con el talento humano con los conocimientos para desarrollar las actividades cotidianas, seguido del 22,22% dijeron casi nunca, mientras el 11,11% dijeron siempre y casi nunca, y el 0% para nunca.

La media en este indicador es de 3,67 la cual se encuentra ubicada en la categoría alta presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentran presente la gestión del conocimiento, la mediana revela que más del cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual a 4, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 4, la desviación

estándar de 0.82, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde la gestión del conocimiento tiene moderada confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico de Delfín & Acosta (2016) se debe contar con la información y el conocimiento siendo estos elementos estratégicos de la competitividad en las organizaciones, aluden que los empresarios representan el capital humano que se debe cultivar, para promover el aprendizaje continuo y la innovación, que forman parte de sus activos intangibles valiosos.

Tabla 3
Dimensión: Factores de éxito para el desarrollo empresarial

INDICADORES / ALTERNATIVAS	Innovación		Soporte técnico		Atención de los mercados		Sistema promocional		Competencias del talento humano		Modernización de procesos		Imagen corporativa		Utilización de recursos		DIMENSIÓN
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	
SIEMPRE	10	18,52	6	11,11	2	3,70	6	11,11	8	14,81	0	0,00	0	0,00	0	0,00	7,41
CASI SIEMPRE	11	20,37	6	11,11	2	3,70	7	12,96	6	11,11	10	18,52	1	20,37	5	9,26	13,43
ALGUNAS VECES	26	48,15	8	51,85	23	42,59	30	55,56	27	50,00	39	72,22	3	57,41	4	87,04	58,10
CASI NUNCA	2	3,70	9	16,67	25	46,30	10	18,52	13	24,07	5	9,26	1	20,37	2	3,70	17,82
NUNCA	5	9,26	5	9,26	2	3,70	1	1,85	0	0,00	0	0,00	1	1,85	0	0,00	3,24
Suma	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100	54	100	100
Media		3,35		2,98		2,57		3,13		3,17		3,09		2,96		3,06	3,04
MEDIA DE LA DIMENSIÓN: 3.04																	
Mediana		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00	3,00
Moda		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00		3,00	2,63
Desviación Estándar		1,12		1,05		1,12		0,91		0,97		0,52		0,70		0,36	0,84

Fuente: Elaboración propia (2020)

Seguidamente en la tabla 3, se observan los resultados de la dimensión Factores de éxito para el desarrollo empresarial, donde el 58,10% de los sujetos respondieron que algunas veces en las pymes consideran los elementos esenciales que toda gerencia debe estudiar, analizar y formular para poder llevar a cabo una gestión direccionada hacia el éxito, el 17,82% dijeron casi nunca los tienen presentes. Seguido del 13,43% casi siempre, mientras el 7,41% siempre, el 3,24 nunca. Con mayor puntaje la innovación

con 3.35 de media y con debilidad el indicador atención de los mercados con 2.57 el liderazgo.

La dimensión tiene una media aritmética de 3.04 ubicándose en el rango III 2,61 – 3,40 categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente los factores de éxito para el desarrollo empresarial, la mediana revela que más del cincuenta y ocho por ciento (58%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 2.63, la desviación estándar de 0.84, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde los factores de éxito para el desarrollo empresarial tienen moderada confiabilidad.

Los resultados coinciden con lo expuesto por Ortiz (2012), quien afirma que en un contexto de fuerte competencia en los mercados es normal que surjan preguntas sobre los factores que justifican la prosperidad, el estancamiento o el declive en la competitividad. También se afirma que es poco realista alcanzar el éxito en todos los frentes, mas, es necesario consentir aquellas áreas donde se tienen debilidades que puedan incidir en el desarrollo competitivo de la organización, de igual forma el autor señala una serie de factores primordiales para obtener el éxito empresarial.

Con respecto al indicador innovación el 48,15% de los encuestados respondieron que algunas veces en las pymes mediante la innovación desarrolla el crecimiento empresarial, seguido del 20,37% dijeron casi siempre, mientras el 18,52% respondieron siempre el modelo de negocio aplicado en las empresas es innovador, un 9,26% dicen nunca lo hacen, y el 3,70% para casi nunca. Tomando en consideración los resultados obtenidos se puede evidenciar un alto porcentaje mayor al 48,15% de gerentes manifestaron que este factor se encuentra presente.

La media en este indicador es de 3,35 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente la

innovación, la mediana revela que más del cuarenta y ocho por ciento (48%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por debajo de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 1.12, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde la innovación tiene moderada confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con la teoría de Ortega (2013), quien afirma que la innovación permite desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia y obtener un beneficio organizacional y social, así como un crecimiento económico, o bien, mantener su competitividad, aunque para algunos especialistas, se trata de cambios radicales y deliberados en productos o servicios existentes.

Seguidamente se presenta el indicador soporte técnico, donde el 51,85% de los encuestados respondieron que algunas veces la empresa realiza mantenimiento periódico a los equipos utilizados para la realización de sus actividades, seguido del 16,67% dijeron casi nunca lo hacen, mientras el 11,11% respondieron siempre y casi siempre, y el 9,26% para nunca.

La media en este indicador es de 2.98 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente soporte técnico, la mediana revela que más del cincuenta y uno por ciento (51%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 1.05, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde el soporte técnico tiene moderada confiabilidad.

Este resultado no coincide con el postulado teórico de Ortiz (2012), afirmando que en el soporte técnico se cubre con aspectos tales como la intensidad del mantenimiento, la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria y los equipos, la garantía existente en el suministro de presupuestos así como la rápida respuesta de los usuarios, el mismo va

dirigido a la idoneidad de las personas que se encargan del montaje y del adiestramiento referente a la operación de los equipos y el mantenimiento.

Con respecto al indicador atención de los mercados el 46,30% de los encuestados respondieron que casi nunca la empresa lleva a cabo estudios de mercado para conocer las necesidades de los clientes, seguido del 42,59% dijeron algunas veces lo hacen, mientras el 3,70% respondieron siempre, casi siempre, y nunca.

La media en este indicador es de 2.57 la cual se encuentra ubicada en la categoría baja presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra poco presente la atención de los mercados, la mediana revela que más del cuarenta y seis por ciento (46%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 1.12, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde la atención de los mercados tiene moderada confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico de Ortiz (2012), quien define la atención de los mercados como la atención oportuna a los requerimientos de los clientes y la facilidad con que estos pueden acceder a dichos bienes y servicios, también la variedad del surtido y la distribución de información son los elementos que los compradores estudian al momento de seleccionar las opciones estudiadas.

Se presenta los resultados del indicador sistema promocional, observando como el 55,56% de los encuestados respondieron que algunas veces el sistema promocional para la empresa es un factor de éxito para el desarrollo empresarial, seguido del 18,52 % dijeron casi nunca, el 12,96% respondieron casi siempre, mientras el 11,11% dijeron siempre y el 1,85% para nunca.

La media en este indicador es de 3.13 la cual se encuentra ubicada en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente

presente el sistema promocional, la mediana revela que más del cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por debajo de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0,91, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde el sistema promocional tiene moderada confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico que según Ortiz (2012), los aspectos técnicos, los mensajes, los personajes involucrados, el manejo del color, los ambientes físicos pueden inducir la acción de compra, mientras una estrategia deficiente de comercialización podría arruinar la venta de un producto. Se debe buscar que los clientes logren recordar la marca a través de la publicidad y de la promoción, pero cuidando que lo pregonado sea totalmente congruente al momento de realizar la compra.

Con respecto al indicador competencias del talento humano el 50% de los encuestados respondieron que algunas veces la empresa utiliza estrategias para potenciar el talento de los empleados, seguido del 24,07% dijeron casi nunca, mientras el 14,81% respondieron siempre, un 11,11% dicen casi siempre lo hacen, y el 0% para nunca.

La media en este indicador es de 3.17 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente las competencias del talento humano, la mediana revela que más del cincuenta por ciento (50%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0,97, señalando moderada dispersión de las respuestas, y donde las competencias del talento humano tienen moderada confiabilidad.

Este resultado tiene mediana coincidencia con la teoría de Ortiz (2012), el éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente ligado a la contratación, al adiestramiento, al desarrollo y a la estabilidad de talentos

humanos que demuestren habilidades en lo relacionado a la administración de recursos, la dirección de grupos, el uso de la información y las negociaciones.

Seguidamente se presenta el indicador modernización de procesos, donde el 72,22% de los encuestados respondieron que algunas veces en la empresa los equipos utilizados en la prestación del servicio son de última generación, seguido del 18,52% dijeron casi siempre, mientras el 9,26% respondieron casi nunca, finalmente siempre y nunca 0%.

La media en este indicador es de 3.09 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente modernización de procesos, la mediana revela que más del setenta y dos por ciento (72%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima a la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0,52, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde la modernización de procesos tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con el postulado teórico presentado por Ortiz (2012), la actualización tecnológica, es como catalizador de la competitividad, abarca las realizaciones en cuanto a la sistematización de las operaciones industriales, administrativas, logísticas y comerciales, de los cuales surgen proyectos en pro de la eliminación de los trámites referentes a la formulación de pedidos, al diligenciamiento de facturas y a la expedición de cheques.

Con respecto al indicador Imagen corporativa el 57,41% de los encuestados respondieron que algunas veces en la empresa la imagen corporativa genera confianza a los stakeholders, seguido del 20,37% dijeron casi siempre y casi nunca, la imagen corporativa se considera una de las ventajas de la empresa frente al público, el 1,85% nunca y para siempre el 0%.

La media en este indicador es de 2.96 la cual se encuentra ubicada en la categoría mediana presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente

presente la imagen corporativa, la mediana revela que más del cincuenta y siete por ciento (57%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por debajo de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0,70, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde la imagen corporativa tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene mediana coincidencia con el postulado teórico de Ortiz (2012), una imagen positiva ante los inversionistas, los proveedores de bienes y servicios, las agencias gubernamentales y las organizaciones financieras significa un factor vital de éxito por que simboliza la apertura al endeudamiento, la capitalización, al abastecimiento sustentado en pautas favorables de plazos y descuentos y la adjudicación de contratos particulares a las licitaciones del gobierno.

Finalmente, se presenta los resultados del indicador utilización de recursos, observando como el 87,04% de los encuestados respondieron que algunas veces la estrategia de utilización de recursos que se emplea en la empresa permite reducir costos, seguido del 9,26% dijeron casi siempre la utilización de los recursos que se lleva a cabo permite obtener rentabilidad, mientras el 3,70% dijeron casi siempre. Las alternativas siempre y nunca 0%.

La media en este indicador es de 3.06 la cual se ubica en la categoría mediana presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente la utilización de recursos, la mediana revela que más del ochenta y siete por ciento (87%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0,36, señalando muy baja dispersión de las respuestas, y donde la utilización de recursos tiene muy alta confiabilidad.

Este resultado tiene mediana coincidencia con el postulado teórico de Aparicio (2014), quien señala que el uso de los recursos debe enfocarse en la combinación de la gestión de los pedidos, el transporte, el almacenamiento, el correcto manejo de los materiales y el empaquetado, además el autor se

refiere con importancia a la ventaja que este vínculo ofrece para fortalecer la cadena de suministro.

Tabla 4
Variable: Desarrollo Empresarial

DIMENSIONES / ALTERNATIVAS	Elementos que articulan el desarrollo empresarial	Factores de éxito para el desarrollo empresarial	VARIABLE
	FR	FR	FR
SIEMPRE	9,72	7,41	8,57
CASI SIEMPRE	55,56	13,43	34,50
ALGUNAS VECES	27,78	58,10	42,94
CASI NUNCA	6,94	17,82	12,38
NUNCA	0,00	3,24	1,62
Suma	100,00	100,00	100,00
Media	3,68	3,04	3,36
MEDIA DE LA VARIABLE: 3.36			
Mediana	4	3	3,50
Moda	3,75	2,63	3,19
Desviación Estándar	0,74	0,84	0,79

Fuente: Elaboración Propia (2020)

En la tabla 4 se observan los resultados para la variable en estudio Desarrollo Empresarial, la cual obtuvo como media aritmética promedio de todas las dimensiones de 3,36 correspondiente a la categoría moderadamente presente de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación la media, el cual se ubica en el rango 3 del intervalo que va de 2,60 – 3,39, con tendencia a Presente. Lo cual coincide con lo establecido por Delfín & Acosta (2016) el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Así mismo refieren que los elementos que la conforman son: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación.

Este resultado concuerda con los obtenidos por la investigación de Zuñiga (2018) titulada “**Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo**”

en el cantón Milagro, Ecuador 2012 - 2016” los resultados obtenidos muestran que el enfoque es la estrategia competitiva que influye en el Desarrollo Empresarial de las PYMES comerciales de productos de consumo masivo; proponiendo una Estrategia Competitiva basada en el Modelo de Competitividad y Desarrollo Empresarial para las PYMES (modelo ecléctico), centrándose en el Enfoque a Bajo Costo, para el logro del Desarrollo Empresarial.

Ante los resultados encontrados, se puede decir que el desarrollo empresarial es una variable moderadamente presente internalizada por los gerentes de las pymes del sector de la construcción de Riohacha, donde entre sus dimensiones destacan los elementos que articulan el desarrollo empresarial, teniendo menor puntaje los factores de éxito para el desarrollo empresarial, evidenciándose debilidad en la imagen corporativa, por lo cual se deben realizar estrategias para el posicionamiento.

Tabla 5
Dimensión: Tipos de fuentes de financiamiento

INDICADORES / ALTERNATIVAS	Financiamiento a corto plazo		Financiamiento a largo plazo		DIMENSIÓN
	FA	FR	FA	FR	FR
SIEMPRE	0	0,00	0	0,00	0,00
CASI SIEMPRE	9	16,67	0	0,00	8,33
ALGUNAS VECES	30	55,56	45	83,33	69,44
CASI NUNCA	15	27,78	9	16,67	22,22
NUNCA	0	0,00	0	0,00	0,00
Suma	54	100,00	54	100,00	100,00
Media	2,89		2,83		2,86
Media de la dimensión: 2.86					
Mediana	3,00		3,00		3,00
Moda	3,00		3,00		3,00
Desviación Estándar	0,66		0,38		0,52

Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo con la tabla 5, se observan los resultados de la dimensión Tipos de Fuentes de financiamiento, donde el 69,44% de los sujetos respondieron que algunas veces la empresa recurre a obtener recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso, el 22,23% dijeron casi

nunca. Seguido del 8,33% casi siempre, mientras siempre y nunca sin respuestas.

La dimensión tiene una media aritmética de 2.86 ubicándose en el rango III 2,61 – 3,40 categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente tipos de fuentes de financiamiento, la mediana revela que más del sesenta y nueve por ciento (69%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.52, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde los tipos de fuentes de financiamiento tienen alta confiabilidad.

Los resultados no coinciden con lo expuesto por Vargas (2012), las fuentes de financiamiento pueden ser definidas como la manera en que una entidad puede obtener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Las fuentes de financiamiento pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Las fuentes de financiamiento representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que están permiten mantener unas optimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

Con respecto al indicador financiamiento a corto plazo el 55,56% de los encuestados respondieron que algunas veces en las pymes utilizan los préstamos como alternativa de financiamiento a corto plazo, seguido del 27,78% dijeron casi nunca incluyen las obligaciones de deuda programado para el transcurso de un año, para financiar proyectos de construcción, mientras el 16,67% respondieron casi siempre, las alternativas siempre, casi nunca y nunca 0%.

La media en este indicador es de 2.89 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente el

financiamiento a corto plazo, la mediana revela que más del cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.66, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde el financiamiento a corto plazo tiene alta confiabilidad.

Este resultado tiene coincidencia con la teoría de Ross, Westerfield y Jaffe (2018); refieren que las fuentes de financiamiento como préstamos a corto plazo asegurado que implica la cesión en muchos casos de activos de la empresa; en donde el prestamista tiene gravamen sobre los activos que hayan dado en garantía y dispone de un recurso legal contra el prestatario. Pueden ser fuentes internas o externas.

Seguidamente se presenta el indicador Financiamiento a largo plazo, donde el 83,33% de los encuestados respondieron que algunas veces la empresa busca recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones, seguido del 16,67% dijeron casi nunca lo hacen, mientras siempre, casi siempre, y nunca. La media en este indicador es de 2.83 la cual se encuentra ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media.

La media en este indicador es de 2.83 la cual se ubica en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente el financiamiento a largo plazo, la mediana revela que más del ochenta y ocho por ciento (88%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.38, señalando muy baja dispersión de las respuestas, y donde el financiamiento a largo plazo tiene muy alta confiabilidad.

Este resultado no coincide con el postulado teórico de Ortiz (2015), afirmando que Gitman y Zutter (2016), es el financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más. La deuda a plazo, las utilidades retenidas, el

arrendamiento operativo y financiero, así como también los instrumentos financieros bursátiles, representan fuentes de financiamiento de largo plazo, tanto internas como externas para las empresas ante la búsqueda de recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.

Tabla 6
Dimensión: Estrategias de financiamiento

INDICADORES / ALTERNATIVAS	Créditos comerciales		Endeudamiento		Acciones preferentes		Acciones comunes		Ganancias retenidas		DIMENSIÓN
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FR
SIEMPRE	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
CASI SIEMPRE	6	11,11	6	11,11	6	11,11	0	0,00	0	0,00	6,67
ALGUNAS VECES	27	50,00	33	61,11	27	50,00	24	44,44	24	44,44	50,00
CASI NUNCA	21	38,89	15	27,78	21	38,89	30	55,56	30	55,56	43,33
NUNCA	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Suma	54	100,00	54	100,00	54	100,00	54	100,00	54	100,00	100,00
Media	2,72		2,83		2,72		2,44		2,44		2,63
Media de la dimensión: 2.63											
Mediana	3,00		3,00		3,00		2,00		2,00		2,75
Moda	3,00		3,00		3,00		2,00		2,00		2,75
Desviación Estándar	0,66		0,61		0,66		0,50		0,50		0,61

Fuente: Elaboración propia (2020)

Los datos en la tabla 6, corresponde para la dimensión Estrategias de financiamiento, donde el 50% de los sujetos respondieron que algunas veces en las pymes las estrategias de financiamiento están en consonancia con la estrategia principal que se ha optado de acuerdo la planeación financiera estratégica, el 43,33% aluden casi nunca acuden a conseguir recursos para financiarse, el 6,67% casi siempre, mientras siempre y nunca no tuvieron respuesta.

La dimensión tiene una media aritmética de 2.63 ubicándose en la categoría moderada presencia, indicando que se encuentra medianamente presente las estrategias de financiamiento, la mediana revela que el cincuenta por ciento (50%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 2,75, la

desviación estándar de 0.61, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde las estrategias de financiamiento tienen alta confiabilidad.

Los resultados difieren del postulado teórico de señala Ortiz (2015), las principales estrategias de financiamiento a las cuales pueden acudir las empresas son: créditos comerciales, empréstitos bancarios a corto y a largo plazo, acciones comunes, acciones preferentes, bonos y ganancias retenidas. Además, afirma que los gerentes financieros hacen frente a la problemática de conseguir los recursos para llevar a cabo sus actividades, la necesidad de seleccionar de forma adecuada las fuentes de financiamiento, surge de reconocer que los recursos son limitados y costosos.

Con respecto al indicador Créditos comerciales el 50% de los encuestados respondieron que algunas veces los créditos comerciales son el medio de estrategia de financiamiento más utilizado por la empresa, seguido del 38,89% dijeron casi nunca, mientras el 11,11% respondieron casi siempre, finalmente las alternativas siempre y nunca el 0%.

La media aritmética del indicador es 2.72 ubicándose en la categoría moderada presencia, indicando que se encuentra medianamente presente los créditos comerciales, la mediana revela que el cincuenta por ciento (50%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.66, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde los créditos comerciales tienen alta confiabilidad.

Este resultado no tiene coincidencia con la teoría de Saavedra (2015), el crédito comercial está considerado como un tipo de financiación en los negocios de cualquier compañía, por ser la mayor fuente de fondos a corto plazo para las empresas pequeñas, principalmente, esto se debe porque los proveedores a veces tienen libertad en el otorgamiento de crédito.

Seguidamente se presenta el indicador endeudamiento, donde el 61,11% de los encuestados respondieron que algunas veces la empresa recibe préstamos a cambio de unos pagos que normalmente son de carácter

mensual, seguido del 27,78% dijeron casi nunca acuden a la estrategia de endeudamiento, mientras el 11,11% respondieron siempre. Finalmente, siempre y nunca el 0%.

La media en este indicador es de 2.83 la cual se encuentra ubicada en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente el endeudamiento, la mediana revela que el sesenta y un por ciento (61%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.61, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde el endeudamiento tiene alta confiabilidad.

Este resultado difiere con el postulado teórico presentado por Mendoza (2016), el endeudamiento es el uso de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad y aumentar la capacidad operativa de la empresa. El endeudamiento no tiene por qué tener efectos negativos para la empresa.

Con respecto al indicador acciones preferentes el 50% de los encuestados respondieron que algunas veces las acciones preferentes son una estrategia habitual en la empresa para conseguir fondos, seguido del 38,89% dijeron casi nunca, mientras el 11,11% respondieron casi siempre, las alternativas siempre y nunca con 0%.

La media en este indicador es de 2.72, la cual se encuentra ubicada en la categoría moderada presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra medianamente presente las acciones preferentes, la mediana revela que el cincuenta por ciento (50%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.66, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde las acciones preferentes tienen alta confiabilidad.

Este resultado difiere con el postulado teórico de Márquez (2012), manifiesta que son los títulos que otorgan a su propietario derechos u obligaciones distintas a las de los demás, y destaca que la preferencia se refiere a la prioridad que reciben con respecto a las acciones comunes en lo concerniente a dividendos y derechos al voto.

Se presenta los resultados del indicador acciones comunes, observando como el 55,56% de los encuestados respondieron que casi nunca la empresa expide acciones comunes con el objetivo de conseguir fondos, seguido del 44,44% dijeron algunas veces, mientras las alternativas siempre, casi nunca, y nunca no tuvieron respuestas.

La media en este indicador es de 2.44 la cual se encuentra ubicada en la categoría baja presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra poco presente las acciones comunes, la mediana revela que el cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.50, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde las acciones comunes tienen alta confiabilidad.

Este resultado difiere con el postulado teórico de Ortiz (2015), quien comenta que las acciones comunes representan la fuente de financiamiento principal del capital contable y ofrecen la mayor parte de los recursos cuando personas naturales o jurídicas deciden aportar fondos para la creación de empresas. La tenencia de acciones comunes otorga al propietario derechos colectivos e individuales y, por tanto, le asegura una participación activa en todos los aspectos de interés para la solidificación comercial y financiera de las organizaciones productivas.

Finalmente, para el indicador ganancias retenidas, el 55,56% de los encuestados respondieron que casi nunca la empresa considera que las ganancias retenidas representan una parte significativa del financiamiento de proyectos de inversión de la empresa, seguido del 44,44% dijeron algunas

veces, mientras las alternativas siempre, casi nunca, y nunca no tuvieron respuestas.

La media en este indicador es de 2.44 la cual se encuentra ubicada en la categoría baja presencia, de acuerdo a la matriz de medición para la interpretación de la media, indicando que se encuentra poco presente las ganancias retenidas, la mediana revela que el cincuenta y cinco por ciento (55%) de las respuestas es igual a 3, ubicándose por encima de la media. La moda muestra que la respuesta con más frecuencia es 3, la desviación estándar de 0.50, señalando baja dispersión de las respuestas, y donde las ganancias retenidas tienen alta confiabilidad.

Este resultado difiere con el postulado teórico de Ortiz (2015), en las organizaciones cada año se discute la dirección que deben darse a las utilidades, al entender que con ellas se satisfacen las expectativas de los socios y accionistas o se promueve la autonomía financiera. Las ganancias retenidas representan una parte significativa del financiamiento de proyectos de inversión y de las operaciones normales, y de ninguna forma pueden encasillarse como recursos gratuitos, ya que interpretan un costo de oportunidad perfectamente definido para el inversionista, el cual está representado por los dividendos no percibidos por los inversionistas.

Tabla 7
Variable: Fuentes de Financiamiento

DIMENSIONES / ALTERNATIVAS	Tipos de fuentes de financiamiento	Estrategias de financiamiento	VARIABLE
	FR	FR	FR
SIEMPRE	0,00	0,00	0,00
CASI SIEMPRE	8,33	6,67	7,50
ALGUNAS VECES	69,44	50,00	59,72
CASI NUNCA	22,22	43,33	32,78
NUNCA	0,00	0,00	0,00
Suma	100,00	100,00	100,00
Media	2,86	2,63	2,75
MEDIA DE LA VARIABLE: 2.75			
Mediana	3	2,75	2,88
Moda	3	2,75	2,88
Desviación Estándar	0,52	0,61	0,57

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la tabla 7 se observan los resultados para la variable Fuentes de Financiamiento, la cual obtuvo como media aritmética promedio de todas las dimensiones de 2,75 correspondiente a la categoría moderadamente presente, el cual se ubica en el rango 3 del intervalo que va de 2,60 – 3,39. Lo cual difiere medianamente con lo postulado de Vargas (2012), las fuentes de financiamiento pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que están permitiendo mantener unas óptimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

Este resultado concuerda con los obtenidos por la investigación de Logreira & Bonett (2017) titulada “**Financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla – Colombia**”, entre los resultados se determinó que de las alternativas de financiación existentes, las microempresas conocen muy pocas fuentes de financiación y se limitan a utilizar las más comunes, como lo son sus pasivos acumulados y créditos con bancos comerciales. Estos últimos, exigen muchos requisitos, y aquellas microempresas que no logran acceder a estos, recurren a prestamistas informales.

En este sentido, se puede decir que las fuentes de financiamiento es una variable moderadamente presente por los gerentes de las pymes del sector de la construcción de Riohacha, donde destaca la dimensión tipos de fuentes de financiamiento, teniendo debilidad al implementar estrategias de financiamiento, donde no se tiene una clara decisión sobre a cual fuente de financiamiento recurrir, para tener un empuje en las pymes estudiadas.

4.2. Correlación entre desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento

Objetivo Especifico 5: Determinar la correlación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Tabla 8. Correlación entre el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento

Variables	Desarrollo Empresarial	Fuentes de Financiamiento
Desarrollo Empresarial	1	0,73
Fuentes de Financiamiento	0,73	1

Fuente: González (2020)

Ahora bien, en la tabla 8, se muestra la correlación que existe entre el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento, por medio del cálculo del coeficiente de correlación de Spearman, el cual arrojó un valor de 0,73, representando una Correlación positiva media, de acuerdo a la matriz de interpretación del mencionado coeficiente. Se muestra a continuación la ecuación estadística procesada para alcanzar el valor mencionado.

Tabla 9. Resultado Correlación de Spearman

263,87	total suma
1583,20	Numerador
5814	Denominador
0,27	Cociente
0,73	Rs

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 10. Categorías de interpretación de la correlación de Spearman

Valor	Correlación	Valor	Correlación
- 1.00	Correlación negativa perfecta	+ 0.10	Correlación positiva débil
- 0.90	Correlación negativa muy fuerte	+ 0.50	Correlación positiva media
- 0.75	Correlación negativa media	+ 0.75	Correlación positiva considerable
- 0.50	Correlación negativa débil	+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
- 0.10	Correlación negativa	+ 1.00	Correlación positiva perfecta
0.00	No existe correlación entre las variables		

Fuente: Bonilla (2011)

Esto quiere decir, que dentro de las pymes estudiadas, el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, tienen una relación directamente positiva media, con tendencia a positiva considerable, por lo que la presencia o no de un eficaz desarrollo empresarial, determinan o afectan de manera moderada el establecimiento de las fuentes de financiamiento y todo lo relacionado con ella. Lo que demostró la reciprocidad mediana entre ambas variables desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento. Indicando que cuando aumente y mejore el desarrollo empresarial se acudirán medianamente a las fuentes de financiamiento, debido que posee una media relación en ambas variables y su acción es en relativa/viceversa.

4.3. Propuesta de los Lineamientos Estratégicos

Para la presente investigación tiene como objetivo propositivo: Proponer los lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

En este momento de la investigación, se cristalizan las pretensiones de la investigadora en función de la conformación de un conjunto de ideas expresadas en lineamientos estratégicos, con los que se ofrecen alternativas de solución a la problemática estudiada, concretamente apunta al desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento. En tal sentido, la propuesta contempla la justificación y desarrollo de lineamientos estratégicos detallando lineamientos, estrategias, las acciones, responsabilidad y tiempo para realizarlo.

4.3.1. Justificación

La propuesta se justifica a partir de los resultados obtenidos en el proceso de investigación, los cuales muestran debilidades presentadas en el desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento, en el cual a pesar de que los resultados mostraron valores positivos estando presente en las pymes de la construcción las dos variables, se propondrán lineamientos en los indicadores con menos puntaje. Estos elementos, son la base de la propuesta a partir de la cual se ofrecerán conocimientos que permitan aportar insumos para desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento.

4.3.2. Estructura de los lineamientos

Los lineamientos estratégicos formulados, para el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, estableciendo en función de los resultados obtenidos la presente investigación. En este sentido, se presenta la estructuración de los lineamientos, donde una vez analizados los resultados tomando en cuenta aquellas dimensiones e indicadores donde presentan un menor porcentaje de acuerdo con su media aritmética.

1) Dimensión: Elementos que articulan el desarrollo empresarial.

 Todos los indicadores se encuentran presentes.

2) Dimensión: Factores de éxito para el desarrollo empresarial

 2.1) Indicador: Imagen corporativa (2.96).

 2.2) Indicador: Atención de mercados (2.57).

3) Dimensión: Tipos de Fuentes de financiamiento

 3.1) Financiamiento a corto plazo (2.89)

 3.2) Financiamiento a largo plazo (2.83)

4) Dimensión: Estrategias de financiamiento.

 4.1) Acciones preferentes (2.72)

 4.3) Ganancias retenidas (2.44)

4.3.2.1. Lineamientos estratégicos

Se desprenden los lineamientos estratégicos los cuales beneficiaran el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha., las mismas utilizaran una herramienta gerencial con la finalidad de fortalecer los indicadores que presentan debilidades.

Imagen Corporativa

Lineamientos estratégicos	Acciones	Requerimientos	Tiempo requerido	Responsables
Desarrollar programas social con objetivos corto y mediano plazo para desarrollar la imagen corporativa de las empresas	Velar por mantener una imagen corporativa positiva ante los grupos de interés.	a) Talento humano. b) Folletos.	Semestralmente	Gerente Administrador

Atención de Mercados

Lineamientos estratégicos	Acciones	Requerimientos	Tiempo requerido	Responsables
Promover la atención oportuna a los requerimientos por los clientes como medida de control eficaz.	Dar a conocer los beneficios delos servicio que presta la empresa.	a) Talento Humano. b) Trabajo en equipo con compromiso.	Cada 3 meses	Gerente Administrador

Fuente de Financiamiento a Corto Plazo

Lineamientos estratégicos	Acciones	Requerimientos	Tiempo requerido	Responsables
Captar las fuentes de financiamiento como préstamos a corto plazo	Obtener un crédito comercial proveniente de los proveedores, que los impulse a consolidar sus empresas.	a) Talento humano.	Semestral	Gerente
Estimar estrategias de créditos bancarios disponibles	Buscar asesoría legal acerca de los requerimientos necesarios por parte de las instituciones financieras tanto públicas como privadas.			Gerente de finanzas Contadores

Fuente de Financiamiento a Largo Plazo

Lineamientos estratégicos	Acciones	Requerimientos	Tiempo requerido	Responsables
Desarrollar fuentes de información, para analizar las Fuentes de Financiamiento a Largo Plazo.	Evaluar el financiamiento a largo plazo para ser cancelados a un plazo mayor de un año y a través del cual se negocia con una institución financiera.	a) Talento humano.	Mensual	Gerente
Identificar las estrategias de Acciones como estrategias de financiamiento a largo plazo de acuerdo a las necesidades de la empresa	Interpretar las alternativas de emisión de nuevas acciones de títulos convertibles.			Gerente de finanzas Contadores

Ganancias retenidas

Lineamientos estratégicos	Acciones	Requerimientos	Tiempo requerido	Responsables
Reinversión de las ganancias retenidas	Realizar plan esquemático de inversiones en otras áreas de la empresa para proyectar el crecimiento de la pyme.	a) Talento humano.	Mensual	Gerente Administrador Talento humano

CONCLUSIONES

Las siguientes conclusiones surgen de las evidencias encontradas en el proceso de los resultados obtenidos, con la finalidad de Determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, las cuales son presentadas por cada uno de los objetivos propuestos en la investigación.

Para el primer objetivo el cual es identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concluye que las empresas tienen presentes primeramente el liderazgo siendo una guía, seguido de la cultura organizacional, teniendo presente la gestión del conocimiento en el área y finalmente el crecimiento económico donde analizan las oportunidades existentes impulsándolos hacia su desarrollo empresarial, en este sentido ponen en práctica estos elementos, los cuales les permita alcanzar sus objetivos.

En relación al segundo objetivo: describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concluye que, obtienen el éxito por medio de la innovación, teniendo un personal idóneo con fortaleza en la competencia del talento humano, así como del uso adecuado del sistema promocional; por otra parte llevan a cabo la modernización de los procesos, y la utilización de recursos; con menos puntaje el soporte técnico, la imagen corporativa, mostrando debilidad en la atención de los mercados ya que en estos aspectos no son constantes puesto que no hacen un uso frecuente de los mismos.

Seguidamente, para el tercer objetivo específico: caracterizar los tipos de fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concluye que emplean a las fuentes de financiamiento a corto y largo plazo, se observa que acuden en primer lugar a

las fuentes de financiamiento a corto plazo, sin embargo, pocas veces utilizan financiamiento a largo plazo para el funcionamiento de las empresas.

Por otra parte, las fuentes de financiamiento son recursos financieros que se ponen a disposición de las pequeñas y medianas empresas del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha para captar créditos, y que son muy importantes para dinamizar sus actividades y crecer continuamente, donde pocas veces emplean las fuentes de financiamiento de corto y largo plazo, siendo de gran importancia acudir a las mismas, siendo la más apropiadas las fuentes de largo plazo, toda vez que van concretamente en ejecutar y financiar nuevos proyectos mayores a 2 años

Para el cuarto objetivo específico el cual va dirigido a examinar las estrategias de financiamiento de las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concluye que dichas estrategias son medianamente efectivas, por cuanto el endeudamiento son el principal financiamiento utilizado, seguido de los créditos comerciales y las acciones preferentes, así mismo presentan debilidad en las ganancias retenidas ya que a pesar de que estas empresas obtienen ganancias al final de los periodos, son repartidas entre los accionistas en lugar de ser reinvertidas, de igual manera las acciones comunes. En este sentido, dichas conclusiones son basadas en la media alcanzada para esta dimensión la cual estuvo con menos valor, obteniendo un nivel de baja presencia.

De igual manera, las Pymes de este Distrito enfrentan algunas dificultades al solicitar financiamiento ya que estos son limitados por parte de los bancos y por ende restringe el desarrollo de las mismas, debido a que los empresarios no pueden acceder a los créditos ya que las entidades financieras tienen un alto costo de crédito, la falta de confianza de estas entidades y los excesivos requerimientos de garantías y requisitos, los cuales hacen un proceso muy burocrático y no beneficioso para las empresas.

En relación al objetivo quinto el cual se relaciona con Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de

financiamiento para las pymes del sector de la construcción en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman indicado que entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, hay una relación directamente proporcional positiva media, por lo que la presencia o no de un buen desarrollo empresarial, determinan o afectan de manera significativa las fuentes de financiamiento y todo lo relacionado con ello.

Con respecto al sexto objetivo proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concretó una vez realizado la interpretación de los resultados obtenidos de las variables en estudio, lo que permitió determinar los aspectos positivos y negativos, durante la aplicación del instrumento de recolección de datos que se utilizó durante la investigación.

Finalmente, el objetivo general Determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se concluye que existe relación directamente positiva media, con tendencia a positiva considerable, siendo esta relación directamente proporcional importante entre ambas variables, la cual una incide en la otra.

De igual manera, es importante mencionar que las fuentes de financiamiento se han convertido en un aliado para impulsar el desarrollo empresarial en un mercado competitivo, el efecto de las fuentes de financiamiento se da bajo un examen de la capacidad de las mismas para producir utilidades, para lo cual deben realizar un análisis integral del recurso financiero que generan por sus actividades.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones planteadas las cuales están basadas en los resultados arrojados, se procede a proponer las siguientes recomendaciones, para orientar a los gerentes de las pymes como realizar actividades que promuevan el desarrollo empresarial adecuado para apoyarse de las fuentes de financiamiento para impulsar el éxito organizacional, dando sugerencias por cada objetivo específico:

Para el primer objetivo el cual es identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se recomienda que a pesar que se identificó un alto nivel de apropiación de los elementos que articulan el desarrollo empresarial, se considera necesario no descuidar el proceso estableciendo mecanismos donde la gerencia pueda escalar a un nivel muy alto, aprovechando las posibles alianzas a las que pueden acceder para el fortalecimiento de las capacidades productivas en aras del crecimiento económico, vital para el desarrollo empresarial.

En relación al segundo objetivo: describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se sugiere hacer un uso constante de los factores clave de éxito, para de esta manera resaltar la imagen corporativa, así mismo se recomienda prestar mayor atención a los mercados. En la búsqueda que las pymes del sector de la construcción puedan establecer objetivos estratégicos que puedan ser concretados mediante las acciones que avalen su consecución, en aras del desarrollo empresarial.

Seguidamente, para el tercer objetivo específico: caracterizar los tipos de fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se recomienda poner en práctica constante a corto plazo los proyectos independientes; para que de esta manera el sector de la

construcción no se vea afectado por la aceptación o rechazo, de la consideración de otros proyectos.

Para el cuarto objetivo específico el cual va dirigido a examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se exhorta en primer lugar, aumentar las estrategias de endeudamiento para obtener mayor liquidez y obtener mayor cantidad de créditos comerciales. En cuanto a las acciones comunes, es una alternativa viable cuando se observa que la supervivencia de la empresa está en juego por falta de liquidez, por tanto, la recomendación es expedir mayor cantidad de acciones comunes, la cual es una manera de obtener mayor capital para la empresa, y una buena forma de hacerla crecer. Finalmente, en cuanto a las ganancias retenidas, la recomendación principal, es reinvertir en lugar de simplemente repartirlas, por cuanto las empresas carecen de liquidez.

En relación al objetivo quinto el cual se relaciona con Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman indicado que entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento, hay una relación directamente proporcional media, se recomienda considerar las fuentes de financiamiento las cuales contribuyen a mejorar el desarrollo empresarial.

Con respecto al sexto objetivo proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se recomienda emplear cada uno de los lineamientos expuestos de acuerdo a los objetivos evidenciados con anterioridad con la finalidad impulsar el desarrollo empresarial mediante el fortalecimiento de las fuentes de financiamiento, que los lleve alcanzar el éxito en las pymes del sector de la construcción en Riohacha.

Finalmente, en cuanto al objetivo general: Determinar la relación entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se recomienda aplicar efectivamente los factores de éxito para el desarrollo empresarial en concordancia con el financiamiento a corto y largo plazo, que permitan a las pymes del sector de la construcción emitir resultados confiables a sus clientes, logrando alcanzar el desarrollo empresarial en las pymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta y Suárez. (2013), Logística Empresarial. Colombia. Editorial Pearson Learning.
- Apac (2017) Gestión empresarial y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco. Tesis de maestría en gerencia. Universidad católica Los Ángeles Chimbote. Huánuco – Perú.
- Aparicio. (2014), Recursos Empresariales. España. Editorial DEUSTO S.A. Ediciones.
- Arias, F. (2016) El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Venezuela Editorial Episteme. Séptima Edición.
- Aya, C.. (2008). Alternativas de financiamiento en el sector financiero para las pymes de familia de los sectores más representativos de la industria (alimentos, productos químicos, confecciones, edición e impresión) en Bogotá D.C.
- Balza. (2010). Educación, investigación y aprendizaje: una herramienta desde el pensamiento complejo y transdisciplinario. Guárico, Venezuela. Editorial APUNESR.
- Besley y Brigham. (2013), Fundamentos de la Administración Financiera. México – México D.F. Editorial CENGAGE. Décimo Cuarta Edición.
- Berk y De Marzo. (2011), Finanzas Corporativas. México. Editorial Pearson Learning. Primera Edición.
- Bonilla, Edgar. (2015). La función financiera en las micros, pequeñas y medianas empresas, del muni.ebscohost. 36(2), 140.
- Bravo, B. (2014). “Determinants of Economic Growth in the Presence of Public Insitutions in Mexico”. Economía Informa N°384. México
- Brealey y Myers. (2013), Fundamentos de Finanzas Corporativas. España. Editorial McGraw Hill.

- Carrascosa, R. (2015). Imagen corporativa e identidad corporativa. Proyecto en grafica publicitaria.
- Castro &Castro (2013). Planificación Financiera Empresarial. México. Editorial McGraw Hill. Primera Edición.
- Chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones. Editorial McGraw Hill. México.
- De, C., De, C., Guajira, L. A., & Guajira, R.-L. (2017). Actividad Empresarial Del Departamento De La Guajira. Retrievedfrom www.camaraguajira.org.
- Delfín, F. y Acosta, M. (2016) Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Correspondencia: Instituto de la Contaduría Pública – Universidad Veracruzana, Luis Castelazo s/n, C.P. 91190, Col. Industrial Ánimas, Xalapa, Veracruz (México).
- Diez y López. (2011). Dirección Financiera: La Inteligencia Financiera en la Gestión Empresarial. España. Editorial Prentice- Hall. Segunda Edición.
- Fabre (2013). Más allá del bussines plan. Búsqueda de recursos y fondos de capital emprendedor. México. LID Editorial Empresarial.
- Gamarra, E. (2017). Pobreza, Desigualdad y Crecimiento Económico: un Enfoque Regional para el caso Peruano. PUC, Lima-Perú.
- Gitman, L. y Zutter, C. (2016). Principios de Administración Financiera. México. Editorial Pearson Learning. Décimo Cuarta Edición.
- Hellriegel,D, Jackson, S. y Slocum, Y. (2017). Administración. Un enfoque basado en competencias. México. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. 12ª Edición.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación. México. Editorial Mc Graw-Hill.
- Hurtado, J. (2015). El Proyecto de la Investigación Holística. Venezuela.Editorial Quiron. 8va Edición.
- Jaraba (2018) Fuentes de financiamiento para el impulso de emprendimiento de los granjeros de Riohacha –Colombia, Tesis de Maestría de Gerencia Empresarial de la Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacin. Maracaibo – Venezuela.

- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2017). *Administración una Perspectiva Global México*. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana. 12ª Edición.
- Koontz & O'Donnell (2012). *Curso de Administración Moderna. Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*. México. Litográfica Ingramex S.A.
- Lamb, Hair y McDaniel. (2011), *Marketing*. Estados Unidos. Editorial Cengage Learning. Onceava Edición.
- Lopera, J. K. (n.d.). *Alternativas de Financiación para las MIPYMES en Colombia*. Jennifer.
- Martínez, J. (2015). *Imagen Corporativa Empresarial*. España. Editorial S.A. Ediciones Paraninfos. Tercera Edición.
- Martínez, M.; Vera, Ma. y Vera, J. (2014). *Cultura de innovación en las pequeñas empresas constructoras de Puebla, México*. Global conference on Business and Finance Proceedings. 9(1)1478-1487.
- Nueno, L. (2012), *Cartas a un Joven Emprendedor*. España. Editorial Planeta.
- Ortiz. (2015). *Gerencia Financiera: Un Enfoque Estratégico*. Colombia. Editorial McGraw Hill.
- Palella, S. Y Martins, P. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Venezuela. Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Pérez, A., Torralba, A., Cruz de los Ángeles, J., & Martínez, I. (2016). *Las fuentes de financiamiento en las Microempresas de Puebla, México*. *Tec Empresarial*, 1 (10), 19-28.
- Poveda, M. (2015). *Fuentes de financiación en la industria audiovisual española*. Venezuela. Publicado en la Revista *Opción*. Vol.31.
- Ross, Westerfield y Jordan. (2018). *Finanzas Corporativas*. México. Editorial McGraw Hill. Novena Edición.
- Ruíz, S., & Puértolas, F. (2013). *Gestión Financiera de la Empresa*. Madrid: Delta Publicaciones.

- Sánchez y Pintado. (2013), *Imagen Corporativa: Influencia en la Gestión Empresarial*. España. Editorial ESIC. Segunda Edición.
- Sandoval, L. (2017). *Planeamiento Estratégico y el Desarrollo Empresarial de la Empresa Servicios de Mantenimiento Electromecánico E.I.R.L, en el distrito de San Juan de Lurigancho*. Universidad César Vallejo. Lima - Perú
- Santana, J. (2012). *Finanzas*. Guatemala. Editorial Praxis.
- Trujillo, Marcelo López; Marulanda, Carlos Eduardo; Mejia, M. (2013). *Analysis of Knowledge Management in Colombia Smes*. 12, 33–43.
- Van Horne y Wachowicz. (2012), *Fundamentos de Administración Financiera*. México. Editorial Pearson Learning. Décimo Tercera Edición.
- Vargas, A. (2012) *Finanzas*. México. Editorial McGraw Hill. 2da Edición.
- Vera-Colina, Mary A.; Melgarejo-Molina, Zuray A.; Mora-Riapira, Edwin H. (2014). *Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros INNOVAR*. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 24, núm. 53, julio-septiembre, 2014, pp. 149-160. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia
- Vera-Colina, M. A., & Mora-Riapira, E. (2011). *Líneas De Investigación En Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas. Revisión Documental Y Desarrollo En Colombia. Tendencias*. *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño, XII(1), 213–226.
- Zayas, I.; Parra, D.; López, R.; Torres, J. (2015). *La innovación, competitividad y desarrollo tecnológico en las MIP y ME's del municipio de Angostura, Sinaloa*. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, vol. 6, núm. 3, mayo-junio, 2015, pp. 603-617. Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias Estado de México, México
- Zuzuma, J. (2015). *Liderazgo: estilos de liderazgos según Kurt Lewin y análisis de un caso real*. Universitat de les Illes Balears. Trabajo de fin de grado. España.

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO

**DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA
LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE
RIOHACHA**

**INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN
JUICIO DE EXPERTO**

LISYANI GONZALEZ DELUQUE

**Director
Rubén Cabrera**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN FINANZAS
RIOHACHA, MAYO DE 2020**

CUESTIONARIO

Afirmaciones	5	4	3	2	1
1. La empresa visualiza el crecimiento económico de acuerdo a su mayor productividad.					
2. La empresa tiene presente el crecimiento económico como elemento del desarrollo empresarial.					
3. La empresa analiza las oportunidades existentes que la impulse hacia su desarrollo empresarial.					
4. La empresa pública los valores para ser internalizado por sus empleados.					
5. La cultura organizacional identifica las prácticas cotidianas de la empresa.					
6. La cultura organizacional influyen directamente en la comunicación interna.					
7. El liderazgo es el proceso de influir en otros para darle su apoyo.					
8. El líder guía al resto del grupo para el logro de sus objetivos.					
9. El liderazgo está presente en la búsqueda de conectar un dialogo constante entre todos las personas.					
10. La empresa cuenta con el talento humano con los conocimientos para desarrollar las actividades cotidianas.					
11. La gestión del conocimiento es un elemento estratégico de la competitividad en la empresa.					
12. La empresa promueve el aprendizaje continuo mediante la gestión de conocimiento.					
13. La innovación permite a la empresa desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia					
14. La empresa mediante la innovación desarrolla el crecimiento económico.					
15. El modelo de negocio aplicado en esta empresa es innovador.					
16. La empresa cubre el soporte técnico con la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria.					
17. La empresa realiza mantenimiento periódico a los equipos utilizados para la realización de sus actividades.					

18. La empresa capacita a los trabajadores sobre el uso de sus equipos.					
19. En la empresa la atención de los mercados es oportuna a los requerimientos de los clientes.					
20. La empresa busca la manera de dar a conocer los beneficios del servicio que presta.					
21. La empresa lleva a cabo estudios de mercado para conocer las necesidades de los clientes.					
22. La empresa mediante sus espacios físicos inducen al cliente a solicitar el servicio.					
23. En la empresa los espacios comunes se manejan acorde al tipo de servicio que se presta.					
24. El sistema promocional para la empresa es un factor de éxito para el desarrollo empresarial.					
25. El éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente con las competencias del talento humano.					
26. La empresa adiestra al talento humano en nuevas formas de prestación de servicio.					
27. La empresa utiliza estrategias para potenciar el talento de los empleados.					
28. La empresa maneja la actualización tecnológica, como catalizador de la competitividad					
29. En la empresa los equipos utilizados en la prestación del servicio son de última generación.					
30. La logística empleada en el servicio se adapta a las exigencias de la actualidad.					
31. La imagen corporativa de la empresa genera confianza a los proveedores.					
32. La imagen corporativa de la empresa permite conseguir acuerdos de endeudamiento con instituciones financieras.					
33. La imagen corporativa se considera una de las ventajas de la empresa frente a la competencia.					
34. La empresa emplea estrategias para utilizar eficientemente los recursos.					
35. La utilización de los recursos que se lleva a cabo permite obtener rentabilidad.					
36. La estrategia de utilización de recursos que se emplea en la empresa permite reducir costos.					
37. La empresa evalúa las fuentes de financiamiento a corto plazo para adquirirlas.					

38. Las fuentes de financiamiento a corto plazo, incluyen todas las obligaciones de deuda programado para el transcurso de un año.					
39. La empresa utiliza los préstamos como alternativa de financiamiento a corto plazo.					
40. La empresa utiliza fuentes de financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más.					
41. La empresa busca recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.					
42. La fuente de financiamiento a largo plazo beneficia a la empresa para realizar transacciones con mayor comodidad de pago.					
43. La empresa realiza compras a crédito a otras empresas.					
44. La empresa financia diversos negocios a corto plazo.					
45. Los créditos comerciales son el medio de estrategia de financiamiento más utilizado por la empresa					
46. La empresa utiliza el endeudamiento como estrategia de financiamiento.					
47. La empresa cumple con los pagos de intereses de las deudas que contrae.					
48. La empresa recibe préstamos a cambio de unos pagos que normalmente son de carácter mensual.					
49. La empresa expide acciones preferentes para conseguir mayor capital.					
50. La empresa cuenta con un gran número de propietarios de acciones preferentes.					
51. Las acciones preferentes son una estrategia habitual en la empresa para conseguir fondos.					
52. Las acciones comunes son la principal fuente de capital de la empresa.					
53. La empresa expide acciones comunes con el objetivo de conseguir fondos.					
54. La empresa expide acciones comunes para hacer frente a situaciones financieras adversas.					
55. La empresa reparte sus ganancias entre los propietarios.					
56. La empresa reinvierte sus ganancias en lugar de repartirlas entre los propietarios.					
57. La empresa obtiene ganancias al final de cada periodo.					

ANEXO B

VÁLIDEZ DEL INSTRUMENTO

**DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA
LAS PYMESEN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE
RIOHACHA**

**INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN
JUICIO DE EXPERTO**

LISYANI GONZALEZ DELUQUE

**Director
Rubén Cabrera**

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN FINANZAS
RIOHACHA, MAYO DE 2020**

Riohacha, fecha

Doctor (a)
NOMBRE DEL EXPERTO
Profesor Uniguajira

Cordial saludo:

Por medio de la presente solicito su valiosa colaboración para la revisión y juicio como experto en relación con el cuestionario que está dirigido a recolectar información sobre: **DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA**

El juicio emitido está dirigido a establecer si el instrumento cumple con los parámetros y exigencias requeridas para el desarrollo adecuado del cumplimiento del objetivo general que se persigue con el mismo, así como los elementos necesarios para nuestro contexto.

Se ha procedido a construir un instrumento para facilitar la recolección de información útil y confiable, sobre el proceso de validación del contenido con criterios claros, por lo cual se agradece su colaboración.

Agradezco de antemano la atención prestada,

Atentamente,

LISYANI GONZALEZ DELUQUE
Participante, Maestría en Finanzas

I. IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombre y Apellido:	
Institución donde trabaja:	
Título de Pre-Grado:	
Institución donde lo obtuvo:	
Título de Maestría:	
Institución donde lo obtuvo:	
Título de Doctorado:	
Institución donde lo obtuvo:	

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.

III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivo general

Determinar la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

3.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Caracterizar las fuentes de financiamiento internas para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
 - Proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

IV. SISTEMA DE VARIABLES

Las variables de este estudio se refieren al desarrollo empresarial y fuentes de financiamiento, en las empresas del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Se presentan entonces las definiciones conceptuales, para la operacionalización de las variables.

Definición conceptual

Desarrollo Empresarial: Para Pozos & Acosta (2016) el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Así mismo refieren que los elementos que la conforman son: el crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación.

Definición operacional

El Desarrollo Empresarial es un proceso en el cual todo empresario adquiere habilidades y destrezas, que favorecen con el manejo eficiente de los recursos de la empresa, innovación de productos y procesos, que ayudan con el crecimiento sostenible de la empresa. Operacionalmente se medirá a través de un instrumento de recolección de datos, mediante la aplicación de cuestionario con preguntas de acuerdo a los indicadores. Elaboración propia (2019).

Definición conceptual

Fuentes de Financiamiento: De acuerdo con Vargas (2012), las fuentes de financiamiento son la manera en que una entidad puede obtener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Pueden ser de dos tipos: a corto plazo (generalmente hasta un año), o largo plazo (de un año en adelante). Representan un medio eficaz para la absolución de las principales necesidades de una empresa, ya que estas permiten mantener unas óptimas finanzas, generando fuentes de movimiento de dinero.

Definición operacional

Las fuentes de financiamiento consisten en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, funcionamiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa. En este sentido, el financiamiento constituye la opción donde las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, logrando con ello aumentar la producción, crecer, siendo un aspecto clave en el área financiera para las pequeñas y medianas empresas, operacionalmente se medirá a través de un instrumento de recolección de datos, midiendo las dimensiones e indicadores, mostrados en la operacionalización de las variables.

V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Paradigma: positivista

Enfoque: cuantitativo (positivista)

Tipo de investigación: básica, descriptiva-correlacional, transeccional

Diseño: no experimental, de campo

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario, diseñado en escala de Likert, conformado por (57) afirmaciones (ítems), cuyas respuestas corresponde a cinco alternativas.

Población: para este estudio la población está compuesta por los 18 gerentes de las pymes del sector de la construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Cuadro 1. Matriz de Operacionalización de las variables

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	Desarrollo empresarial	Elementos que articulan el desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento Económico. • Cultura Organizacional. • Liderazgo. • Gestión del conocimiento. 	1-3 4-6 7-9 10-12
Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha		Factores de éxito para el desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación. - Soporte técnico. - Atención de los mercados. - Sistema promocional - Competencias del talento humano. - Modernización de procesos. - Imagen corporativa. - Utilización de recursos. 	13-15 16-18 19-21 22-24 25-27 28-30 31-33 34-36
Caracterizar las fuentes de financiamiento internas para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	Fuentes de Financiamiento	Tipos de Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento a corto plazo. • Financiamiento a largo plazo. 	37-39 40-42
Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha		Estrategias de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos comerciales • - Endeudamiento • - Acciones preferentes • - Acciones comunes. • - Ganancias retenidas. 	43-45 46-48 49-51 52-54 55-57
Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y las fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	Este objetivo se lograra a través del análisis del coeficiente de correlación de Pearson.			
Proponer lineamientos estratégicos que permitan optimizar el desarrollo empresarial como apoyo para fortalecer las fuentes de financiamiento en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	Se logrará con los resultados de los objetivos anteriores.			

Fuente: Elaboración propia (2020).

TABLA DE CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DE ÍTEMS DEL CUESTIONARIO

Objetivo Específico: Identificar los elementos que articulan el desarrollo empresarial para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha											
Variable: Desarrollo empresarial											
Dimensión: Elementos del desarrollo empresarial											
Indicadores	Ítems	Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Redacción	
		P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
Crecimiento económico Delfin & Acosta (2016) el crecimiento en una organización se visualiza de acuerdo a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo.	1. La empresa visualiza el crecimiento económico de acuerdo a su mayor productividad.										
	2. La empresa tiene presente el crecimiento económico como elemento del desarrollo empresarial.										
	3. La empresa analiza las oportunidades existentes que la impulse hacia su desarrollo empresarial.										
Cultura Organizacional Millán (2013) es el conjunto de valores, creencias, historia, usos y costumbres que identifican y materializan las prácticas cotidianas de la empresa, estos factores influyen directamente en la comunicación interna.	4. La empresa pública los valores para ser internalizado por sus empleados.										
	5. La cultura organizacional identifica las prácticas cotidianas de la empresa.										
	6. La cultura organizacional influyen directamente en la comunicación interna.										
Liderazgo Zuzuma (2015), como aquella persona que ejerce influencia sobre un grupo de personas, que denominados seguidores, esta influencia, que es el liderazgo, tiene por objetivo alcanzar unas metas que, en principio, han de ser comunes. El líder es el que se encarga de motivar a sus seguidores para llegar a dichas metas.	7. El liderazgo es el proceso de influir en otros para darle su apoyo.										
	8. El líder guía al resto del grupo para el logro de sus objetivos.										
	9. El liderazgo está presente en la búsqueda de conectar un dialogo constante entre todos las personas.										
Gestión de Conocimiento Delfin & Acosta (2016) se debe contar con la información y el conocimiento siendo estos elementos estratégicos de la competitividad en las organizaciones, aluden que los empresarios representan el capital humano que se debe cultivar, para promover el aprendizaje continuo y la innovación, que forman parte de sus activos intangibles valiosos.	10. La empresa cuenta con el talento humano con los conocimientos para desarrollar las actividades cotidianas.										
	11. La gestión del conocimiento es un elemento estratégico de la competitividad en la empresa.										
	12. La empresa promueve el aprendizaje continuo mediante la gestión de conocimiento.										

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

Objetivo: Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.										
Variable: Desarrollo empresarial										
Dimensión: Factores de éxito para el desarrollo empresarial										
Innovación Ortega (2013), afirma que la innovación organizacional permite desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia y obtener un beneficio organizacional y social, así como un crecimiento económico, o bien, mantener su competitividad, aunque para algunos especialistas, se trata de cambios radicales y deliberados en productos o servicios existentes.	13. La innovación permite a la empresa desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia									
	14. La empresa mediante la innovación desarrolla el crecimiento económico.									
	15. El modelo de negocio aplicado en esta empresa es innovador.									
Soporte técnico Según Ortiz (2012), en el soporte técnico se cubre con aspectos tales como la intensidad del mantenimiento, la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria y los equipos, la garantía existente en el suministro de presupuestos así como la rápida respuesta de los usuarios, el mismo va dirigido a la idoneidad de las personas que se encargan del montaje y del adiestramiento referente a la operación de los equipos y el mantenimiento.	16. La empresa cubre el soporte técnico con la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria.									
	17. La empresa realiza mantenimiento periódico a los equipos utilizados para la realización de sus actividades.									
	18. La empresa capacita a los trabajadores en el uso de sus equipos.									
Atención a los mercados Según Ortiz (2012), la atención de los mercados es la atención oportuna a los requerimientos de los clientes y la facilidad con que estos pueden acceder a dichos bienes y servicios, también la variedad del surtido y la distribución de información son los elementos que los compradores estudian al momento de seleccionar las opciones estudiadas.	19. En la empresa la atención de los mercados es oportuna a los requerimientos de los clientes.									
	20. La empresa busca la manera de dar a conocer los beneficios del servicio que presta.									
	21. La empresa lleva a cabo estudios de mercado para conocer las necesidades de los clientes.									
Sistema promocional Ortiz (2012), los aspectos técnicos, los mensajes, los personajes involucrados, el manejo del color, los ambientes físicos pueden inducir la acción de compra, mientras una estrategia deficiente de comercialización podría arruinar la venta de un producto. Se debe buscar que los clientes logren recordar la marca a través de la publicidad y de la promoción, pero cuidando que lo pregonado sea totalmente congruente al momento de realizar la compra.	22. La empresa mediante sus espacios físicos induce al cliente a solicitar el servicio.									
	23. En la empresa los espacios comunes se manejan acorde al tipo de servicio que se presta.									
	24. El sistema promocional para la empresa es un factor de éxito para el desarrollo empresarial.									

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

Objetivo: Describir los factores de éxito para el desarrollo empresarial en las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.										
Variable: Desarrollo empresarial										
Dimensión: Factores de éxito para el desarrollo empresarial										
Competencias del Talento Humano Según Ortiz (2012), el éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente ligado a la contratación, al adiestramiento, al desarrollo y a la estabilidad de talentos humanos que demuestren habilidades en lo relacionado a la administración de recursos, la dirección de grupos, el uso de la información y las negociaciones.	25. El éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente con las competencias del talento humano.									
	26. La empresa adiestra al talento humano en nuevas formas de prestación de servicio.									
	27. La empresa utiliza estrategias para potenciar el talento de los empleados.									
Modernización de procesos Para Ortiz (2012), la actualización tecnológica, es como catalizador de la competitividad, abarca las realizaciones en cuanto a la sistematización de las operaciones industriales, administrativas, logísticas y comerciales, de los cuales surgen proyectos en pro de la eliminación de los trámites referentes a la formulación de pedidos, al diligenciamiento de facturas y a la expedición de cheques.	28. La empresa maneja la actualización tecnológica, como catalizador de la competitividad									
	29. En la empresa los equipos utilizados en la prestación del servicio son de última generación.									
	30. La logística empleada en el servicio se adapta a las exigencias de la actualidad.									
Imagen Corporativa Ortiz (2012), una imagen positiva ante los inversionistas, los proveedores de bienes y servicios, las agencias gubernamentales y las organizaciones financieras significa un factor vital de éxito por que simboliza la apertura al endeudamiento, la capitalización, al abastecimiento sustentado en pautas favorables de plazos y descuentos y la adjudicación de contratos particulares a las licitaciones del gobierno.	31. La imagen corporativa de la empresa genera confianza a los proveedores.									
	32. La imagen corporativa de la empresa permite conseguir acuerdos de endeudamiento con instituciones financieras.									
	33. La imagen corporativa se considera una de las ventajas de la empresa frente a la competencia.									
Utilización de los recursos Aparicio (2014), señala que el uso de los recursos debe enfocarse en la combinación de la gestión de los pedidos, el transporte, el almacenamiento, el correcto manejo de los materiales y el empaquetado, además el autor se refiere con importancia a la ventaja que este vínculo ofrece para fortalecer la cadena de suministro.	34. La empresa emplea estrategias para utilizar eficientemente los recursos.									
	35. La utilización de los recursos que se lleva a cabo permite obtener rentabilidad.									
	36. La estrategia de utilización de recursos que se emplea en la empresa permite reducir costos.									

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

Objetivo: Caracterizar los tipos de fuentes de financiamiento para las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha										
Variable: Fuentes de financiamiento										
Dimensión: Tipos de Fuentes de financiamiento										
Fuentes de Financiamiento a Corto Plazo Ross, Westerfield y Jaffe (2013); refieren que las fuentes de financiamiento como préstamos a corto plazo asegurado que implica la cesión en muchos casos de activos de la empresa; en donde el prestamista tiene gravamen sobre los activos que hayan dado en garantía y dispone de un recurso legal contra el prestatario. Pueden ser fuentes internas o externas.	37. La empresa evalúa las fuentes de financiamiento a corto plazo para adquirirlas.									
	38. Las fuentes de financiamiento a corto plazo, incluyen todas las obligaciones de deuda programado para el transcurso de un año.									
	39. La empresa utiliza los préstamos como alternativa de financiamiento a corto plazo.									
Fuentes de Financiamiento a Largo Plazo Gitman (2014), es el financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más. La deuda a plazo, las utilidades retenidas, el arrendamiento operativo y financiero así como también los instrumentos financieros bursátiles, representan fuentes de financiamiento de largo plazo, tanto internas como externas para las empresas ante la búsqueda de recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.	40. La empresa utiliza fuentes de financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más.									
	41. La empresa busca recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.									
	42. La fuente de financiamiento a largo plazo beneficia a la empresa para realizar transacciones con mayor comodidad de pago.									

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

Objetivo: Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha										
Variable: Fuentes de Financiamiento										
Dimensión: Estrategias de financiamiento										
Créditos Comerciales Saavedra (2015), el crédito comercial está considerado como un tipo de financiación en los negocios de cualquier compañía, por ser la mayor fuente de fondos a corto plazo para las empresas pequeñas, principalmente, esto se debe porque los proveedores a veces tienen libertad en el otorgamiento de crédito.	43. La empresa realiza compras a crédito a otras empresas.									
	44. La empresa financia diversos negocios a corto plazo.									
	45. Los créditos comerciales son el medio de estrategia de financiamiento más utilizado por la empresa									
Endeudamiento Mendoza (2016), el endeudamiento es el uso de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad y aumentar la capacidad operativa de la empresa. El endeudamiento no tiene por qué tener efectos negativos para la empresa.	46. La empresa utiliza el endeudamiento como estrategia de financiamiento.									
	47. La empresa cumple con los pagos de intereses de las deudas que contrae.									
	48. La empresa recibe préstamos a cambio de unos pagos que normalmente son de carácter mensual.									
Acciones preferentes Márquez (2012), manifiesta que son los títulos que otorgan a su propietario derechos u obligaciones distintas a las de los demás, y destaca que la preferencia se refiere a la prioridad que reciben con respecto a las acciones comunes en lo concerniente a dividendos y derechos al voto.	49. La empresa expide acciones preferentes para conseguir mayor capital.									
	50. La empresa cuenta con un gran número de propietarios de acciones preferentes.									
	51. Las acciones preferentes son una estrategia habitual en la empresa para conseguir fondos.									

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

Objetivo: Examinar las estrategias de financiamiento de las pymes en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha										
Variable: Fuentes de Financiamiento										
Dimensión: Estrategias de financiamiento										
Acciones comunes Las acciones comunes, señala Ortiz (2012), representan la fuente de financiamiento principal del capital contable y ofrecen la mayor parte de los recursos cuando personas naturales o jurídicas deciden aportar fondos para la creación de empresas. La tenencia de acciones comunes otorga al propietario derechos colectivos e individuales y, por tanto, le asegura una participación activa en todos los aspectos de interés para la solidificación comercial y financiera de las organizaciones productivas.	52. Las acciones comunes son la principal fuente de capital de la empresa.									
	53. La empresa expide acciones comunes con el objetivo de conseguir fondos.									
	54. La empresa expide acciones comunes para hacer frente a situaciones financieras adversas.									
Ganancias retenidas Según Ortiz (2012), en las organizaciones cada año se discute la dirección que deben darse a las utilidades, al entender que con ellas se satisfacen las expectativas de los socios y accionistas o se promueve la autonomía financiera. Las ganancias retenidas representan una parte significativa del financiamiento de proyectos de inversión y de las operaciones normales, y de ninguna forma pueden encasillarse como recursos gratuitos, ya que interpretan un costo de oportunidad perfectamente definido para el inversionista, el cual está representado por los dividendos no percibidos por los inversionistas.	55. La empresa reparte sus ganancias entre los propietarios.									
	56. La empresa reinvierte sus ganancias en lugar de repartirlas entre los propietarios.									
	57. La empresa obtiene ganancias al final de cada periodo.									

P. Pertinente, NP. No pertinente, A. aceptable, I. Inaceptable

JUICIO DEL EXPERTO

Apreciado señor, agradezco su colaboración en el análisis de los ítems del cuestionario, marcando con una X el casillero que usted crea conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia profesional. Para cada ítem se considera la siguiente escala: 5.- muy buena, 4.- buena, 3.- regular, 2.- mala, 1.- muy mala

Afirmaciones	5	4	3	2	1
1. La empresa visualiza el crecimiento económico de acuerdo a su mayor productividad.					
2. La empresa tiene presente el crecimiento económico como elemento del desarrollo empresarial.					
3. La empresa analiza las oportunidades existentes que la impulse hacia su desarrollo empresarial.					
4. La empresa pública los valores para ser internalizado por sus empleados.					
5. La cultura organizacional identifica las prácticas cotidianas de la empresa.					
6. La cultura organizacional influyen directamente en la comunicación interna.					
7. El liderazgo es el proceso de influir en otros para darle su apoyo.					
8. El líder guía al resto del grupo para el logro de sus objetivos.					
9. El liderazgo está presente en la búsqueda de conectar un dialogo constante entre todas las personas.					
10. La empresa cuenta con el talento humano con los conocimientos para desarrollar las actividades cotidianas.					
11. La gestión del conocimiento es un elemento estratégico de la competitividad en la empresa.					
12. La empresa promueve el aprendizaje continuo mediante la gestión de conocimiento.					
13. La innovación permite a la empresa desarrollar una ventaja competitiva frente a la competencia					
14. La empresa mediante la innovación desarrolla el crecimiento económico.					
15. El modelo de negocio aplicado en esta empresa es innovador.					

16. La empresa cubre el soporte técnico con la orientación que se da a los empleados sobre el uso de la maquinaria.					
17. La empresa realiza mantenimiento periódico a los equipos utilizados para la realización de sus actividades.					
18. La empresa capacita a los trabajadores en el uso de sus equipos.					
19. En la empresa la atención de los mercados es oportuna a los requerimientos de los clientes.					
20. La empresa busca la manera de dar a conocer los beneficios del servicio que presta.					
21. La empresa lleva a cabo estudios de mercado para conocer las necesidades de los clientes.					
22. La empresa mediante sus espacios físicos inducen al cliente a solicitar el servicio.					
23. En la empresa los espacios comunes se manejan acorde al tipo de servicio que se presta.					
24. El sistema promocional para la empresa es un factor de éxito para el desarrollo empresarial.					
25. El éxito para el desarrollo empresarial está estrechamente con las competencias del talento humano.					
26. La empresa adiestra al talento humano en nuevas formas de prestación de servicio.					
27. La empresa utiliza estrategias para potenciar el talento de los empleados.					
28. La empresa maneja la actualización tecnológica, como catalizador de la competitividad					
29. En la empresa los equipos utilizados en la prestación del servicio son de última generación.					
30. La logística empleada en el servicio se adapta a las exigencias de la actualidad.					
31. La imagen corporativa de la empresa genera confianza a los proveedores.					
32. La imagen corporativa de la empresa permite conseguir acuerdos de endeudamiento con instituciones financieras.					
33. La imagen corporativa se considera una de las ventajas de la empresa frente a la competencia.					
34. La empresa emplea estrategias para utilizar eficientemente los recursos.					
35. La utilización de los recursos que se lleva a cabo permite obtener rentabilidad.					

36. La estrategia de utilización de recursos que se emplea en la empresa permite reducir costos.					
37. La empresa evalúa las fuentes de financiamiento a corto plazo para adquirirlas.					
38. Las fuentes de financiamiento a corto plazo, incluyen todas las obligaciones de deuda programado para el transcurso de un año.					
39. La empresa utiliza los préstamos como alternativa de financiamiento a corto plazo.					
40. La empresa utiliza fuentes de financiamiento con un vencimiento inicial de un año o más.					
41. La empresa busca recursos monetarios que permitan financiar sus operaciones.					
42. La fuente de financiamiento a largo plazo beneficia a la empresa para realizar transacciones con mayor comodidad de pago.					
43. La empresa realiza compras a crédito a otras empresas.					
44. La empresa financia diversos negocios a corto plazo.					
45. Los créditos comerciales son el medio de estrategia de financiamiento más utilizado por la empresa					
46. La empresa utiliza el endeudamiento como estrategia de financiamiento.					
47. La empresa cumple con los pagos de intereses de las deudas que contrae.					
48. La empresa recibe préstamos a cambio de unos pagos que normalmente son de carácter mensual.					
49. La empresa expide acciones preferentes para conseguir mayor capital.					
50. La empresa cuenta con un gran número de propietarios de acciones preferentes.					
51. Las acciones preferentes son una estrategia habitual en la empresa para conseguir fondos.					
52. Las acciones comunes son la principal fuente de capital de la empresa.					
53. La empresa expide acciones comunes con el objetivo de conseguir fondos.					
54. La empresa expide acciones comunes para hacer frente a situaciones financieras adversas.					
55. La empresa reparte sus ganancias entre los propietarios.					

56. La empresa reinvierte sus ganancias en lugar de repartirlas entre los propietarios.					
57. La empresa obtiene ganancias al final de cada periodo.					

CONSTANCIA

Yo _____, mayor de edad, titular de la cédula de ciudadanía No. _____, hago constar que realicé el juicio como experto del cuestionario diseñado por el (la) maestrante **LISYANI GONZALEZ DELUQUE**, correspondiente a la investigación titulada: **DESARROLLO EMPRESARIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.**

Manifiesto que una vez examinada considero que es válido para ser aplicado en dicha investigación.

Constancia que expido en Riohacha a los () días del mes de, de dos mil veinte.

C.C. No:

CONFIABILIDAD **ANEXO C**

ANEXOD

**TABULACIÓN DE LOS
RESULTADOS**

CORRELACIÓN ANEXO E

