

**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL
SECTOR LÁCTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR**

Autores

Yerlis María Bayona Quintana

Mauricio Jiménez Romero



UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y

ECONÓMICAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

VALLEDUPAR – CESAR

2023

**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL
SECTOR LÁCTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR**

Autores

Yerlis María Bayona Quintana

Mauricio Jiménez Romero

**Propuesta de investigación presentada como requisito de grado para optar
al título de Contador Público.**

Tutor Temático

Wilfrido Godoy Ramírez

Tutor Metodológico

Doile Enrique Ríos Parra

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
VALLEDUPAR - CESAR
2023**

CARTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO POR EL
TUTOR(A) METODOLÓGICO

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

Respetuoso Saludo:

Yo, DOILE RÍOS PARRA, con cédula de ciudadanía N.º. 556255, de Valledupar, docente adscrito al Programa Contaduría pública de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas (FACE) de la Universidad Popular del Cesar (UPC), en calidad de **TUTOR (A) METODOLÓGICO** del Trabajo de Grado, titulado: ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL SECTOR LÁCTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR presentado por los estudiantes investigadores MAURICIO JIMENEZ ROMERO y YERLIS MARÍA BAYONA QUINTANA, con documento de identificación N° 1.065.847.951 y N° 1.082.959.799, respectivamente, respectivamente; **CERTIFICO** que he revisado las normas metodológicas, técnicas, ortográficas y de redacción científica en la investigación presentada, la cual **APRUEBO** por cumplir con lo requerido en los *manuales y protocolos institucionales* para ser sustentado ante el Comité de Investigación de la Facultad.

Cordialmente.



Doile Ríos Parra

CC. 556255



CO-IC-CER618728



**CARTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO POR EL
TUTOR(A) TEMÁTICO**

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

Respetuoso Saludo:

Yo, **Wilfrido Godoy Ramírez**, con cédula de ciudadanía No. 18937281, docente adscrito al Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas (FACE) de la Universidad Popular del Cesar (UPC), en calidad de **TUTOR TEMÁTICO** del Trabajo de Grado, titulado ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR LACTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR. presentado por los estudiantes investigadores **MAURICIO JIMENEZ ROMERO Y YERLIS MARIA BAYONA QUINTANA**; con documento de identificación No.1065847951 Y 1082959799, respectivamente; **CERTIFICO** que he asesorado permanentemente la investigación presentada, la cual **APRUEBO** por cumplir con el *rigor científico requerido* para ser sustentado ante el Comité de Investigación de la Facultad.

Cordialmente.



Wilfrido Godoy Ramírez

CC 18937281.



00-80-CER618728



www.unicesar.edu.co
Balneario Hurtado Vía a Patillal. PBX (57) (5) 5841000 EXT. 1040
Línea de atención al ciudadano 01 8000 400380
Valledupar Cesar Colombia

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I.....	14
EL PROBLEMA	14
Planteamiento del problema	14
Tabla 1. Población bovina en Colombia	15
Tabla 2. Producción de leche cruda en Colombia	16
Formulación del Problema	24
Sistematización del Problema.....	24
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	25
Objetivo General.....	25
Objetivos Específicos.....	25
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	27
CAPÍTULO II.....	29
MARCO REFERENCIAL.....	29
Marco referencial	29
Antecedentes Investigativos	29
Bases teóricas	40
Sistema de variable	60

Cuadro de Operacionalización de la Variable	62
Tabla 3. Operacionalización de la variable.....	63
CAPÍTULO III	64
MARCO METODOLÓGICO	64
Enfoque de la investigación	65
Tipo de investigación	66
Diseño de investigación	66
Método de investigación	68
Población y muestra	68
Técnicas de recolección de datos.....	70
Validez y confiabilidad	71
Técnica de análisis de los datos	74
Procedimiento de la investigación.....	75
Gráfico 1. Procedimiento de la investigación.....	76
CAPITULO IV.....	79
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	79
Análisis e interpretación de los resultados.....	80
Tabla 4. Dimensión: Estrategias de planeación financiera.....	80
Gráfico 2. Dimensión: Estrategias de planeación financiera	80
Tabla 5. Dimensión: Fuentes de financiamiento.....	82
Gráfico 3. Dimensión: Fuentes de financiamiento	82
Tabla 6. Dimensión: Estrategias de desarrollo local.....	83
Gráfico 4. Dimensión: Estrategias de desarrollo local	84
Tabla 7. Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado	85

Gráfico 5. Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado	86
CONCLUSIONES.....	88
RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
ANEXOS 100	
Instrumento de recolección de datos	101
Validación del instrumento	105
Resultados de aplicación del instrumento.....	108
Resultados de la confiabilidad del instrumento	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población bovina en Colombia	15
Tabla 2. Producción de leche cruda en Colombia	16
Tabla 3. Operacionalización de la variable.....	63
Tabla 4. Dimensión: Estrategias de planeación financiera.....	80
Tabla 5. Dimensión: Fuentes de financiamiento.....	82
Tabla 6. Dimensión: Estrategias de desarrollo local.....	83
Tabla 7. Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Procedimiento de la investigación.....	76
Gráfico 2.	Dimensión: Estrategias de planeación financiera	80
Gráfico 3.	Dimensión: Fuentes de financiamiento	82
Gráfico 4.	Dimensión: Estrategias de desarrollo local	84
Gráfico 5.	Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado	86

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL SECTOR LÁCTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito principal analizar las estrategias financieras para el desarrollo local de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar. El estudio se enmarcó dentro de un diseño metodológico no experimental, transeccional y de campo, del tipo de investigación descriptiva, cuya población estuvo compuesta por 286 empresas que hacen parte del sector lácteo en el departamento del Cesar, de la cual se seleccionó una muestra de treinta (30) contadores o jefes de contabilidad de las mencionadas empresas. Se empleó como técnica la encuesta, bajo el instrumento de recolección de datos el cuestionario, a través de la escala de Likert. La información recolectada a través del instrumento fue procesada por medio de un análisis cuantitativo, presentada a través de tablas de datos y gráficos de torta, así como su respectiva interpretación. En este sentido, una vez efectuado el análisis de los datos, en concordancia con las bases teóricas que fundamentan esta investigación y considerando la metodología establecida, se puede concluir que las empresas que integran el sector de estudio carecen de un proceso de planeación financiera claro y enfocado en la optimización de sus recursos, resultando así en una falta de estrategias financieras dirigidas hacia la sostenibilidad y crecimiento no solo de su empresa, sino de su sector económico y comunidad. Partiendo de estas conclusiones se recomiendan una serie de acciones para el desarrollo de planes financieros y estrategias que garanticen la sostenibilidad y el crecimiento de su empresa y el desarrollo de su comunidad.

Palabras clave: Estrategias Financieras, Desarrollo Local, Fuentes De Financiamiento, Planificación Financiera, Toma De Decisiones.

ABSTRACT

The main purpose of this study is to analyze the financial strategies for the local development of companies in the dairy sector in the department of Cesar. The study was framed within a non-experimental, cross-sectional, and field methodological design, of the descriptive research type, with a population composed of 286 companies that are part of the dairy sector in the department of Cesar, from which a sample of thirty (30) accountants or heads of accounting from said companies was selected. The survey was employed as a technique, using the questionnaire as the data collection instrument, through the Likert scale. The collected information through the instrument was processed using quantitative analysis, which allowed the presentation of results through data tables and pie charts, as well as their respective interpretation. In this regard, after analyzing the data, in line with the theoretical foundations that underpin this research and considering the established methodology, it can be concluded that the companies in the study sector lack a clear financial planning process focused on optimizing their resources, resulting in a lack of financial strategies directed towards sustainability and growth not only of their company but also of their economic sector and community. Based on these findings, a series of actions are recommended for the development of financial plans and strategies that ensure the sustainability and growth of their company and the development of their community.

Keywords: Financial Strategies, Local Development, Financing Sources, Financial Planning, Decision Making.

INTRODUCCIÓN

La industria láctea juega un papel fundamental en la economía de Colombia, especialmente en regiones como el departamento del Cesar. Este sector no solo abastece las demandas nacionales de productos lácteos esenciales, sino que también desempeña un rol clave en la generación de empleo y el desarrollo sostenible de la región. En este contexto, las estrategias financieras desempeñan un papel crucial en la viabilidad y crecimiento sostenible de las empresas cesarenses.

La implementación de estrategias financieras efectivas puede marcar la diferencia entre el éxito y la estabilidad económica de las empresas no solo en el sector lácteo, sino en todos los sectores de la economía. Estas estrategias, que abarcan desde la administración del capital de trabajo hasta la obtención de financiamiento y la inversión en tecnología, pueden influir directamente en su capacidad para enfrentar los desafíos económicos, lograr un desarrollo sostenible y contribuir al bienestar del entorno donde desarrollan sus actividades comerciales.

Esta investigación tiene como objetivo analizar las estrategias financieras utilizadas en el sector lácteo del departamento del Cesar y cómo estas estrategias impactan en el desarrollo local. A través de un análisis exhaustivo de la estructura financiera, las fuentes de financiamiento, la gestión del capital de trabajo y otros aspectos relevantes, se pretende proporcionar un panorama completo de cómo las decisiones financieras influyen en la competitividad y la sostenibilidad del sector.

Además de su importancia económica, esta investigación también tiene implicaciones prácticas y sociales. Se espera que los resultados puedan ser una guía valiosa para las empresas lácteas en la región, ayudándolas a tomar decisiones financieras más informadas y estratégicas. Asimismo, se espera que contribuya al fortalecimiento del tejido social local al promover el crecimiento económico y la generación de empleo.

A continuación, se describen los capítulos cuyo contenido se detalla de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presentó lo referente al planteamiento del problema, se formulan las interrogantes de la investigación que dan origen a los objetivos tanto general como específicos. Igualmente, se presentan la justificación y la delimitación como trabajo investigativo.

En el segundo capítulo, se refirió lo concerniente a los antecedentes de la investigación, se presentan las bases teóricas, además del marco legal que se relaciona con las variables de investigación. Asimismo, se presenta el sistema de variables investigativas y el cuadro de operacionalización.

El marco metodológico que se llevó a cabo en la investigación se describe en el Tercer Capítulo; en el cual se destaca lo referente al diseño, tipo, enfoque y método de investigación. Además, se define la población y muestra del estudio, así como las técnicas

e instrumentos de recolección y análisis de los datos, validez y confiabilidad de los instrumentos; por último, en este capítulo se muestra el procedimiento que se llevó a cabo durante la investigación.

En el cuarto capítulo, se muestran los resultados obtenidos durante el proceso de investigación con representaciones graficas de los mismos. Igualmente, en este capítulo se presentan los aspectos concluyentes a los cuales se llegó una vez finalizado el proceso de investigación, así como las recomendaciones a las que haya lugar.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Según Diez y López (2001), la estrategia financiera en toda organización se define como la elección de las rutas a seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende, necesita ser organizada, presupuestada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado. En este sentido, la estrategia financiera, al igual que cualquier subestrategia, debe obedecer a la estrategia global y considerar a los actores tanto internos como externos. Además, debe enfocarse en los componentes financieros de las decisiones estratégicas, relacionados con los intereses de los accionistas y los mercados financieros. La efectividad de la estrategia financiera se mide a través de su contribución al objetivo empresarial.

En este orden de ideas se puede citar a Leyva (2018) quien plantea que las estrategias financieras constituyen la piedra angular de la planificación financiera. Pueden definirse como el conjunto de metas, objetivos y políticas que, desde una perspectiva financiera, ordenadas y conciliadas de una manera específica, permiten maximizar la eficiencia, el valor y el cumplimiento de la estrategia general de la empresa.

El sector lácteo es una parte fundamental de la industria alimentaria a nivel mundial, siendo reconocido por su alto valor nutricional, debido a que los productos

lácteos son una fuente considerable de proteínas, vitaminas y calcio, la leche y sus derivados son considerados alimentos esenciales para una nutrición saludable. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), durante el 2020 se produjeron más de 860 millones de toneladas de leche en todo el mundo (OECD/FAO, 2021). Los mayores productores de leche incluyen a la Unión Europea, India, Estados Unidos y China.

La ganadería es el principal renglón primario que se ha mantenido a lo largo del tiempo. El Cesar es uno de los departamentos con mayor presencia de población bovina en el país, como se aprecia en la figura 1. Asimismo, es de mencionar que, según los resultados del Censo Pecuario Nacional realizado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA, 2020) la población bovina en el país está distribuida en 655.661 predios y totaliza 28.245.262 animales, lo cual representa un incremento de 3,7%, respecto al año 2019.

Tabla 1. Población bovina en Colombia

Departamento	Población bovina	Participación
Antioquia	3.277.424	11,4%
Córdoba	2.382.903	8,3%
Meta	2.232.263	7,7%
Caquetá	2.115.475	7,3%
Casanare	2.114.409	7,3%
Santander	1.733.867	6,0%
Magdalena	1.613.063	5,6%
Cesar	1.603.051	5,6%
Bolívar	1.445.749	5,0%
Cundinamarca	1.429.211	5,0%

Fuente: Instituto Agropecuario Colombiano (2020)

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MARD, 2021), al término del año 2020, en Colombia se contabilizaron 321.000 productores de leche y 7.211 millones de litros de leche cruda producidos.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2014), se informó que en 1.104 de los 1.122 municipios de Colombia se registró producción de leche sin procesar. Esto indica que la actividad láctea se considera dispersa debido a las bajas barreras de entrada, lo que genera ineficiencias y dificulta el acceso a cadenas de valor formales, además de complicar su control. Si examinamos los datos a nivel departamental según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR, 2021), se observa que la producción de leche sin procesar se concentra en diez departamentos, representando el 75,7% del total. Lo anterior se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Producción de leche cruda en Colombia

Departamento	Producción de leche cruda en litros por día	Participación
Antioquia	3.750.049	19,0%
Cundinamarca	2.954.455	15,0%
Caquetá	1.639.923	8,3%
Córdoba	1.346.227	6,8%
Boyacá	1.183.975	6,0%
Magdalena	928.131	4,7%
Cesar	905.255	4,6%
Nariño	809.044	4,1%
Meta	797.645	4,0%
Santander	638.642	3,2%

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2021)

A lo largo de la historia, el departamento del Cesar se ha caracterizado por ser una ficha clave y ocupa un destacado lugar en el mapa lechero del país y como tal, debe ser objeto de políticas públicas que mejoren la situación de los ganaderos, lo cual repercutirá sin duda en el fortalecimiento de la agroindustria.

A pesar de la crisis que en el sector agropecuario ocasionaron factores como la apertura económica, el cambio climático, los problemas fitosanitarios, endeudamiento de productores y el conflicto armado, el departamento del Cesar sigue siendo un territorio con enorme potencial en ganadería y agroindustria.

La leche y sus derivados han sido por mucho tiempo protagonistas de la dieta de todos los colombianos y el sector lácteo es un elemento crucial en la economía agropecuaria colombiana, debido a su importante participación en el PIB nacional.

Según el DANE, en el segundo trimestre de 2020, el sector lácteo representó el 24,09% del PIB agropecuario y el 1,76% del PIB nacional. Además, la producción lechera en Colombia genera alrededor de 600.000 empleos directos y 200.000 puestos de trabajo en la industria, con unos 50.000 acopiadores en el sector.

Así mismo, también hacer uso de la definición de Clive (2006) quien plantea que el crecimiento económico está relacionado con el Producto Interno Bruto PIB per cápita de los individuos de un país, es la relativa abundancia de bienes económicos materiales y de otro tipo disponibles para los ciudadanos de un país.

Es vidente entonces lo expuesto por Medina (2012), quien en cuanto al desarrollo económico de las empresas en el proceso de la globalización destaca actualmente una de las formas de organización empresarial son las pequeñas y medianas empresas (Pymes), es así como algunos integrantes de la sociedad contemporánea logran articular sus recursos escasos para organizarse y participar de forma eficiente en el proceso económico y así optimizar su capacidad de trabajo ante los cambios y desafíos que impone el proceso de la globalización.

Según se ha citado, las estrategias financieras son una decisión financiera que se convierte en regla para señalar los objetivos estratégicos de las Pymes, contribuyen con el administrador a realizar nuevas inversiones, así como a seleccionar las fuentes de financiación requeridas y adecuadas para crear valor a la misma y conseguir su crecimiento económico a corto, largo y mediano plazo.

En este propósito es menester presentar la definición de crecimiento económico hecha por González (2009) quien señala es una de las metas de toda sociedad, implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad.

Significa entonces que, el crecimiento económico de las Pymes se puede tomar como eje de medición para conocer la incidencia de estas organizaciones sobre la mejora de las condiciones socioeconómicas de las personas y del país, es decir un referente para conocer el nivel de empleo o el impacto sobre los bienes y servicios producidos en un periodo determinado.

Con base en las definiciones presentadas se infiere que las estrategias financieras constituyen el conjunto de las decisiones financieras a corto, mediano o largo plazo, definen los objetivos sobre la inversión que apuntan hacia el crecimiento ayudando al administrador a precisar de qué modo resulta conveniente crecer. En consecuencia, el crecimiento de las Pymes obedece a la necesidad de ampliar el negocio considerando alternativas de los activos existentes o de reemplazo por otros más modernos y eficientes para hacerlas competitivas en el mercado.

De los anteriores planteamientos, se deduce que posiblemente las estrategias financieras llevadas a cabo por las Pymes en países como Colombia con respecto al crecimiento económico generado en la población, escasamente influyen de forma positiva en la economía de la región, bien sea porque no se están considerando alternativas de reemplazo en los activos existentes, son escasas las facilidades de acceso a financiamiento o bien porque la dinámica de los negocios que ponen en marcha tienen lugar en un ambiente turbulento, complejo e inestable.

Al mismo tiempo, tal es el caso de lo planteado por Quintero (2018) quien explica, en el país la economía se ha visto golpeada por fenómenos sociales tales como el narcotráfico, la violencia y los altos niveles de pobreza, haciéndose prioritario el desarrollo empresarial y el sostenimiento de las Pymes como un paso adelante para su desarrollo económico.

Sin embargo, Lacouture desde el Ministerio de Comercio colombiano para los años (2016-2017), sostiene las Pymes son parte importante de la economía en la Colombia actual, la cual se consolida por su aporte a la creación de empleos y al Producto Interno Bruto (PIB), lo que fortalece su competitividad a través de políticas de desarrollo productivo y que les permite crecer por medio de la internacionalización.

De igual forma (Lacouture, 2016-2017) describe, la informalidad que manejan las Pymes les impide ese objetivo de internacionalización. Así mismo el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2012) sostiene las MiPymes (en las MiPymes donde se incluyen las miniempresas) se generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del PIB, lo cual es una clara muestra del aporte que realizan las Pymes a la economía del país.

Así mismo, Quintero (2018) plantea, en Colombia las Pymes siguen siendo manejadas por sus propietarios y fundadores, funcionan con modelos antiguos, los cuales fueron eficientes en su momento, las variables que determinan el crecimiento y desarrollo económico en su mayoría son endógenas, como la ausencia de estrategias financieras, incapacidad para acceder a fuentes de financiamiento y de desempeño productivo, aportando con esto un problema social como lo es el desempleo y la informalidad laboral conllevándolas a su mortalidad.

En coherencia con lo anterior es relevante resaltar de acuerdo con Lopera, Vélez y Ocampo (2017) que en general las MiPymes colombianas siguen mostrando serias dificultades para diseñar estrategias financieras y acceder a las diferentes alternativas de

financiamiento para tener un desempeño económico influyente en el país, esto torna complejo la continuidad de sus operaciones en el corto y largo plazo debido a la informalidad, a los requisitos que el sistema financiero les exige para acceder a créditos o préstamos y a la falta de estrategias maestras.

Por estas razones, estos autores hacen alusión a la necesidad que tiene el mismo mercado colombiano de dar a conocer a estas empresas productivas otras alternativas que les signifiquen mayores beneficios a los ya ofrecidos por entidades crediticias internacionales como por ejemplo el Banco Mundial.

Siendo mucho más específico Mayorga (2015) describe el problema de la falta de estrategias financieras en las Pymes del país y la ausencia de fuentes de financiamiento diferentes a las tradicionales, las somete a un bajo nivel de participación en la economía nacional, además de poder dirigir esfuerzos a procesos de internalización para generar mayor empleo en el país y contribuir al crecimiento sostenible del PIB.

Sin embargo, pareciera que en el municipio de Valledupar las pequeñas empresas, pese a que está creciendo en números de establecimientos, poco están considerando la aplicación de estrategias de desarrollo local como sucede en el caso del acceso a fondos de capital que le permita en consecuencia una solidez financiera y un posicionamiento en el mercado que responda a las exigencias de los clientes del gobierno local y de la comunidad en general.

Consecuentemente, las estrategias financieras para el crecimiento económico de las Pymes abordarán como elementos de la planeación financiera: la inversión, la estructura financiera, la retención y/o reparto de utilidades. Estas permiten el acceso a fuentes de financiamiento como: préstamos, emisiones de títulos, venta de activos y capital propio, con lo cual logran un desempeño económico en un ambiente productivo, generador de empleo, flexible con base a una gestión de gobierno que les permite ser parte responsable del crecimiento económico de la sociedad.

Ahora bien, el proceso de observación directa llevado a cabo por los investigadores en el contexto geográfico del municipio Valledupar, Departamento del Cesar permitió detectar que aparentemente las PYMES poseen una visión de desarrollo económico a corto plazo donde escasamente se promueven condiciones adecuadas para lograr el desarrollo local de la región en favor del bienestar social y la calidad de vida de los habitantes.

También, se observó que sus directivos y dueños parecen estar escasamente dispuestos a tomar medidas que fortalezcan el sector productivo, poseen pocas herramientas organizacionales para diseñar estrategias financieras, lograr acceso a las fuentes de financiamiento que les garantice un modelo de negocio más productivo y formal, la manera en la cual el las PYMES se desempeña económicamente hace pensar que su tiempo de creación o constitución escasamente les permite entender que forman parte determinante de la economía, notándose debilidades en la capacidad de gestionar estrategias financieras exitosas en el mercado.

A razón de lo anteriormente indicado puede señalarse que quizá las razones que afectan el impacto de las estrategias financieras para el desarrollo local en el sector lácteo en el departamento del Cesar se deben a dificultades para controlar los altos costos operativos. Además, es posible que los propietarios carezcan de habilidades gerenciales y de disposición para realizar inversiones financieras, reinvertir utilidades e innovar en procesos, productos y servicios, incluso cuando las ganancias obtenidas no sean altas y puedan considerar abandonar el mercado.

De los planteamientos anteriores se deduce, que las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar están comprometidas con el desarrollo local de la región, pero es evidente que no se dedican el suficiente tiempo a analizar las oportunidades de crecimiento en el entorno ni a evaluar adecuadamente sus estructuras financieras. Esto impide que tengan un conocimiento completo de su capacidad de organización, lo cual es preocupante ya que se observa una falta de iniciativas financieras que promuevan la actualización y mejora del crecimiento local en la región.

Finalmente, esta situación genera inquietud debido a que los propietarios del sector posiblemente se centran más en analizar los costos de las fuentes de financiamiento que en el comportamiento y los beneficios económicos que podrían generar tanto dentro como fuera de la población. Además, se inclinan más hacia el uso de opciones de financiamiento improvisadas en lugar de buscar otras fuentes financieras. Esto sugiere que las empresas que hacen parte del sector lácteo en el departamento del Cesar carecen de planes estratégicos en aras de su crecimiento y desarrollo.

Formulación del Problema

Por lo planteado, se formulan las interrogantes para la investigación de la siguiente manera:

¿Cómo son las estrategias financieras para el desarrollo local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar?

Sistematización del Problema

¿Cuáles son las estrategias de planeación financiera del Sector Lácteo en el departamento del Cesar?

¿Cuáles son las fuentes de financiamiento del Sector Lácteo en el departamento del Cesar?

¿Cuáles son los factores de desarrollo local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar?

¿Cuál es el posicionamiento que tiene en el mercado el sector lácteo en el departamento del Cesar?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Analizar las estrategias financieras para el desarrollo local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar.

Objetivos Específicos

Identificar las estrategias de planeación financiera del Sector Lácteo en el departamento del Cesar.

Describir las fuentes de financiamiento del Sector Lácteo en el departamento del Cesar.

Examinar los factores de desarrollo local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar

Establecer el posicionamiento en el mercado del Sector Lácteo en el departamento del Cesar.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación que se llevó a cabo en las empresas del sector lácteo del departamento del Cesar resulta de gran importancia no solo para los dueños y socios de las empresas antes mencionadas, sino para todas las empresas de los otros sectores económicos presentes en el departamento del Cesar.

A través de esta investigación se puede comprender de una manera más integral sobre como las estrategias financieras pueden impactar en el crecimiento y sostenibilidad no solo de un sector de la economía, sino de una comunidad en específico. La investigación servirá como base para analizar como las decisiones financieras, el financiamiento, la inversión, etc., afectan la competitividad y el desarrollo de la comunidad cesareense; además de ayudar a identificar mejores prácticas financieras y la toma de decisiones acertadas.

Asimismo, este estudio proporciona información valiosa para las empresas del sector lácteo en la medida en que les permitirá tomar decisiones financieras más informadas y estratégicas que respalden su crecimiento y desarrollo dentro del departamento. Identificar las estrategias financieras podría mejorar la gestión de sus recursos financieros, optimizar la estructura de capital, mejorar su infraestructura y procesos, contribuir a su comunidad de manera responsable; y así para mejorar su competitividad en el mercado.

Teniendo en cuenta que el sector lácteo desempeña un papel importante en la economía y en la alimentación en Colombia, esta investigación busca generar un impacto social fomentando el crecimiento y sostenibilidad de las empresas de este sector en el departamento del Cesar. El desarrollo de estrategias financieras efectivas podría ser el camino hacia la creación de nuevos empleos, fortaleciendo el tejido social y maximizando el bienestar de los cesarenses.

Por otro lado, mediante la investigación se analizarán las estrategias financieras de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, proporcionando una visión de como estas estrategias afectan sus operaciones y a su comunidad, permitiendo así partir de una base para futuras investigaciones en los diferentes sectores de la economía.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está delimitada dentro de las Líneas De Investigación Institucional Sobre Economía, Innovación, Competitividad Y Sostenibilidad de la Universidad Popular del Cesa, en lo ateniendo a La Línea Potencial De Investigación Sobre Finanzas, Costos Y Legislación Tributaria; más específico en la Línea Operativa relacionada a los Indicadores Financieros Y De Gestión.

La investigación está centrada en las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, República de Colombia. El universo que conforma este estudio

son las empresas del sector lácteo adscritas a la Cámara de Comercio de Valledupar con corte a junio de 2023.

Por otro lado, la investigación tiene un periodo de 6 meses, comprendidos entre los meses de febrero y agosto del año 2023, siendo este suficiente para alcanzar los objetivos planteados en el estudio.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Marco referencial

En la preparación de esta sección se realizó una vasta búsqueda de información relacionada con el problema objeto de estudio y sus posibles soluciones, y que servirán de base para sustentar los planteamientos formulados. De igual manera, se hizo un análisis de diversos autores que han escrito acerca del tema tratado, bien sea a través de libros, documentos, investigaciones, artículos o cualquier otro material que pudiera apoyar la presente investigación; así como también, se refieren en este capítulo algunos de los resultados alcanzados en investigaciones experimentales, documentales descriptivos o cualquier otro resultado que se conozca a nivel nacional e internacional.

Antecedentes Investigativos

Por su parte Navarrete (2017) realizó un estudio denominado estrategias financieras para la toma de decisiones en las pymes del sector textil, trabajo de Grado Adscrito a la línea de investigación: Gestión Financiera y Sistema Empresarial Venezolano, presentado ante el Área de Postgrado de la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas, la

investigación se realizó con el objetivo de proponer estrategias financieras para la toma de decisiones en las Pymes del sector textil.

La investigación está enmarcada dentro del enfoque mixto, con un primer momento cuantitativo, de tipo de campo con apoyo documental, con nivel descriptivo y no experimental, la modalidad de la investigación es de proyecto factible, la población está conformada por 10 personas, a los cuales se estudió en su totalidad. Las técnicas de recolección de la información fueron la observación directa y para el primer momento cuantitativo, la encuesta mediante un cuestionario del modelo escala de Likert, con 30 ítems para el cual se utilizó el juicio de expertos para su validación y el coeficiente de alfa de Cronbach para su confiabilidad y para el segundo momento cualitativo, se realizó una entrevista semiestructurada a un (01) informante, la cual se interpretó mediante una matriz de triangulación y categorización.

Los resultados obtenidos luego de la aplicación de este objetivo dieron como conclusiones la modificación de la estructura de cargos del área administrativa y financiera, se estructuraron cuatro procesos de apoyo claves: 1) contabilidad y costos, 2) gestión humana, 3) almacén y gestión de compras y 4) aprovisionamiento; se revisaron y mejoraron los manuales de funciones del área administrativa y financiera, se desarrolló una matriz de competencias para los cargos y se plantearon indicadores de gestión en las áreas de apoyo antes mencionadas.

Se concluye que la gestión financiera del grupo de empresas es deficiente, existe desconocimiento de las necesidades financieras del grupo, la planificación financiera es

deficiente, proyecciones y análisis de estados financieros no es frecuente, deficiente control del efectivo, el financiamiento recibido no es reinvertido, se usa en gastos corrientes, hay faltantes en caja, no son considerados los ratios financieros para la toma de decisiones y ésta recae en una sola persona que es el presidente del grupo de empresas, el cual no siempre cuenta con toda la información necesaria ni consulta posibles soluciones, demostrando que él posee una concepción opuesta a los gerentes de cómo se realiza el proceso para toma de decisiones, lo cual se manifiesta en una toma de decisiones no planificada y sin sustento informativo.

Por otro lado, se evidencia otra vinculación de las investigaciones al revisar los objetivos específicos de la propuesta en donde se plantea lograr que la información financiera sea efectiva y eficiente en lo operacional, oportuna y confiable para la toma de decisiones de la alta gerencia, de tal manera que los estudios tienen como finalidad compartida conseguir que las finanzas sean una pieza clave y fundamental en la toma de decisiones de los gerentes y éstos dispongan de toda la información concerniente al desenvolvimiento de la empresa y les permita detectar aquellos factores de riesgo para elegir cursos de acción que permitan el logro de los objetivos empresariales.

Continuando con los antecedentes es oportuno presentar la investigación de Jaramillo, Neita, Pirazan y Villarraga (2017) intitulada Análisis de caso de estrategias financieras de las tiendas de descuento Duro D1, Justo y Bueno y Ara en Colombia, configurado un Trabajo para optar por el título de Administrador Financiero de la Universidad Católica de Colombia de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas adscrito a la Especialización en administración financiera de Bogotá.

El propósito de esta tesis fue describir un fenómeno económico que recientemente ha incursionado en Colombia, a pesar de que en otros países lleva muchos años funcionando con excelentes resultados: las cadenas de descuento duro. Las investigaciones necesarias para la construcción de este caso de estudio permiten analizar las cifras que confirman el importante fenómeno en que se ha convertido este modelo, el impacto económico que ha significado para las partes interesadas, entiéndase consumidores, proveedores, comerciantes, entidades financieras y otros.

Metodológicamente en esta investigación se realizó una comparación cualitativa que se reflejó a través de caracterizaciones y una cuantitativa a través de cifras (derivadas de estadísticas y estados financieros). Además, durante el desarrollo del se acudió principalmente a la investigación documental, consultando diferentes fuentes especialmente revistas económicas y periódicos. Los resultados demuestran que una gran parte de los consumidores tradicionales de cadenas comerciales y grandes superficies se han inclinado por realizar compras en las cadenas de descuento duro, atraídos por la promesa de precios bajos, similar calidad, y otros; dando un giro a la forma de adquirir y también comercializar productos de primera necesidad en nuestro país.

Se concluye que, aunque estas cadenas venden a precios bajos, no significa esto que sean los más baratos, las encuestas demuestran que no han sido detectados por los consumidores quienes prefieren este modelo por la percepción de economía que representa al realizar sus compras; además, los proveedores han sido unos de los más beneficiados con este modelo de tiendas de descuento duro en Colombia, toda vez que

les ha representado un crecimiento en ventas sin generar mayores traumatismos en sus procesos.

La investigación es relevante como antecedente, puesto que aporta datos interesantes de estrategias financieras que ofrecen la oportunidad para que pequeñas empresas incursionen con sus productos y tengan la oportunidad de darse a conocer y comercializar aprovechando la facilidad que generan las tiendas de descuento. Permitiendo el punto de equilibrio económico permitiendo a los consumidores comparar; precios, calidad y rendimiento, con grandes superficies y cadenas comerciales y desarrollo de pymes con capacidad de ofrecer productos.

Prosiguiendo con los antecedentes se presenta el artículo de Villa, Zárate y Villegas (2016) denominado Estrategias para la sostenibilidad financiera de las áreas protegidas en Colombia, publicado en la revista, Ensayos de Economía volumen 49 de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín. Cuyo objetivo fue plantear estrategias financieras para la sostenibilidad de las AP. Metodológicamente en este trabajo, se desarrollaron acciones como el entendimiento en el funcionamiento de los sistemas de AP en Colombia y otros países del mundo y la realización de entrevistas a expertos en el tema de conservación.

De igual manera, continuando con la metodología de esta investigación se basó en una revisión detallada de fuentes secundarias y en un acercamiento directo de fuentes primarias, principalmente a través de expertos en el tema de áreas protegidas, funcionarios del SPNN de Colombia, académicos y autoridades ambientales relacionados

directamente con el tema de la conservación; para lo cual se realizó encuestas con preguntas abiertas y cerradas, las cuales fueron debidamente sistematizadas. La comparación con otros países de América Latina y Europa se realizó bajo la metodología de análisis comparado, de una manera crítica y analítica.

Los resultados obtenidos permitieron establecer una propuesta que puede impulsar la sostenibilidad financiera del SINAP, una vez realizado el análisis de la factibilidad legal e institucional en Colombia para la aplicación de dichas estrategias. Se concluye que fue oportuno realizar un diagnóstico del estado financiero del SPNN, como principal institución que hace parte del SINAP, identificando sus principales fuentes de financiación y su estado en términos de sostenibilidad financiera; en segunda instancia, identificar las estrategias exitosas implementadas en el resto de América Latina y Europa.

Las conclusiones indican que, en países en vías de desarrollo como Colombia, que presentan debilidad institucional y de gobernanza, no es posible pensar que los mismos logren asumir al corto plazo los costos de sostenimiento de las AP, razón por la que debe considerarse la diversificación de mecanismos para la sostenibilidad. Debe entenderse, además, que como país que ostenta el título de megadiverso, posee la gran responsabilidad de mantener y sostener las áreas que albergan tal riqueza y, en este sentido, debe aportar los recursos necesarios que impulsen las acciones requeridas para la adecuada gestión de estas. Sin embargo, dado el escenario, donde los recursos limitan la protección y conservación de aquellas zonas que representan bienestar y seguridad para los seres humanos, es necesario continuar explorando alternativas viables que conduzcan al posicionamiento del tema ambiental y posibiliten el flujo de recursos.

La investigación posee una estrecha relación con la variable estrategia financiera en la que medida que deja a la palestra un conjunto de soportes para proponer al Estado como fuente principal de financiación estrategias no solo que permitan el incremento de los recursos financieros para el sostenimiento no sólo de las AP sino también otros sectores, que desarrollen mecanismos bajo los cuales se logre una gestión eficiente y a largo plazo.

Una vez presentado los antecedentes relacionados con la variable estrategias financieras, se muestra a continuación investigaciones referidas al Desarrollo Local tal como lo es el Trabajo Final de Máster de la Universidad de Alicante exhibido por Álvarez (2015) titulado Desarrollo local como herramienta de postconflicto en Colombia. El objetivo principal de este trabajo será entonces exponer las diferentes iniciativas de desarrollo local llevadas a cabo desde el Estado, la Sociedad Civil, la Empresa privada y otros actores en algunas zonas rurales del territorio colombiano, caracterizadas por el impacto negativo que tuvo en ellas el conflicto armado.

Teniendo en cuenta los objetivos anteriormente delineados, la metodología a seguir para este análisis será del tipo dialéctico, en la medida en la que es su propósito describir la realidad como resultado de un proceso histórico y desde el interior de su dinámica. Luego se realizará una contextualización histórica de la situación del sector rural colombiano. Bajo esta premisa, además, se construirá un análisis del proceso de los diferentes casos de estudio a describir, empezando por la realidad histórica del

contexto de actuación, pasando por la estructura de la propuesta de desarrollo local y terminando con los resultados y proyecciones.

Los resultados obtenidos constatan que las iniciativas presentadas han dado unos resultados mixtos, así como algunos posibles escenarios que podrían implementarse a futuro para superar las falencias e impulsar las oportunidades que estas iniciativas tienen. Se terminará con un análisis DAFO con las principales conclusiones de este trabajo con respecto al proceso de posconflicto en la Colombia rural.

En esta investigación se concluye que la promoción del desarrollo local en estas comunidades, las más afectadas por el conflicto armado, pueden marcar la diferencia en sus condiciones de vida y en su deseo de retornar al campo, y en general para la consecución y mantenimiento de la paz. En un primer momento se realizó una contextualización de la situación de la ruralidad y el sector agricultor en Colombia para explicar las causas estructurales que han configurado el conflicto y la situación histórica de marginalidad e inequidad en la que han tenido que vivir sus habitantes.

La investigación brinda aportes interesantes sobre una serie de cimientos que se deben tener en cuenta para desarrollo local viene de la mano de diferentes actores que ayudan a mejorar las condiciones de vida de una de las poblaciones específica mediante el empoderamiento para que sea ella la protagonista de su propio desarrollo, respondiendo a una estrategia de carácter reactivo con la cual se busca dar una solución a problemáticas inmediatas o de corto y mediano alcance.

Por otra parte, Mballa (2017) presenta un artículo intitulado Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales: un acercamiento teórico conceptual perteneciente a la revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. El objetivo de este artículo es explorar las diferentes aproximaciones teóricas a las nociones de desarrollo local y microfinanzas para establecerlas como herramientas de atención a las necesidades socioeconómicas de las personas con escasos recursos.

Desde el punto metodológico se consideró la investigación documental bibliográfica, ya que se hizo una revisión analítica de la literatura, llegando a la conclusión de que la racionalización del micro financiamiento es una operación conceptual de suma importancia, que debe rebasar el simple deseo de apoyar el desarrollo local y combatir a la pobreza, ya que resulta de un proceso de toma de decisiones con impactos multidimensionales. Los resultados señalan que las microfinanzas necesitan asumir principios sistemáticos fundados no solamente en la innovación, sino y sobre todo en una planeación espaciotemporal para satisfacer de manera congruente las necesidades de las sociedades.

Las conclusiones de la investigación muestran una perspectiva del desarrollo local desde la orientación de las microfinanzas hacia una óptica social es una operación conceptual de suma importancia que rebasa el deseo o voluntad de apoyar el desarrollo local y atender las necesidades económicas de los pobres, ya que resulta de un proceso de toma de decisiones con impactos multidimensionales. Es una cuestión de administración, en general, y de administración pública, en particular, que debería

fundamentarse en una lógica de planificación institucional e interinstitucional para reducir la brecha entre los discursos políticos y demagógicos.

El antecedente expuesto sirve de orientación para la construcción de las bases teóricas desde la implementación de las microfinanzas, el microcrédito se convierte en una de las herramientas para impulsar el desarrollo local y combatir la pobreza. Pero es importante mencionar que su ejercicio debe ir acompañado por otras acciones potencializadoras de las capacidades productivas de los individuos, independientemente de su situación económica.

Por su parte Leño (2017) exhibe una Tesis presentada para la obtención del grado de Magíster en Políticas de Desarrollo de la Universidad Nacional de La Plata denominada Las Mipymes en el marco del desarrollo local de Bucaramanga y su Área Metropolitana; el objetivo fue analizar las estrategias de crecimiento para las Mipymes según los planes de desarrollo municipal y su modelo de planificación, como aporte a la discusión teórica sobre el modelo de planificación, crecimiento y desarrollo local en el Área Metropolitana de Bucaramanga; el periodo de estudio comprendió los planes de desarrollo para el cuatrienio 2016 – 2020.

En tal sentido se empleó un estudio cualitativo utilizando técnicas como: revisión bibliográfica especializada, entrevistas y encuestas; explorando escenarios “teórico y práctico”. Desde lo teórico porque indaga sobre el desarrollo local, planificación y las estrategias de crecimiento para las Mipymes; desde lo práctico porque desarrolla el estudio de caso en las Mipymes del Área metropolitana de Bucaramanga; permitiendo

concluir la desarticulación, descoordinación y falta de participación de los actores dinámicos en los PDM.

Los resultados obtenidos arrojaron que las Mipymes del sector industrial del AMB son del 14% pero en el trabajo de campo solo se encontró el 9%, la mayor parte con muy baja tecnificación. El sector industrial no posee maquinaria moderna a pesar de los diferentes TLC con países exportadores de maquinaria, por los altos costos y las dificultades en acceso al crédito. Sectores tradicionales como calzado, joyería y confecciones se ven afectados por la competencia con los diferentes TLC y la devaluación de la moneda que no constituye una ventaja para las exportaciones de tipo industrial por la dependencia e insumos importados, lo cual genera una economía informal y de subsistencia; los empresarios no logran exportar sus productos por ser poco competitivos.

En esta investigación se llegó a la conclusión que las Mipymes en el AMB efectivamente tienen dificultades para crecer y los planes de desarrollo municipal están desarticulados, descoordinados y no resuelven problemas estructurales; las estrategias son homogéneas, poco efectivas teniendo en cuenta la heterogeneidad en el entramado productivo, no se aprovecha la cercanía entre los municipios para establecer asociaciones, clúster y demás estrategias de crecimiento empresarial fundamentales en el desarrollo local; a pesar de ello, el territorio posee gran potencialidad.

Cabe resaltar que la tesis presentada muestra una vinculación con la investigación en curso, ya que brinda un conjunto de perspectivas teóricas para una caracterización y

diagnóstico empresarial que permitan comprender las oportunidades de crecimiento y desarrollo local, estableciendo alcances y limitaciones en las estrategias para las Mipymes.

Bases teóricas

Estrategias financieras

Las estrategias de financiamiento son definidas como aquellas que cumplen la función fundamental de toda empresa, que es la de recaudar fondos suficientes para llegar a cumplir sus labores, bien sea en la parte operativa o de inversiones. De tal manera, que los administradores financieros lleguen a puntualizar estrategias funcionales de financiamiento de acuerdo con lo analizado en los informes financieros dando la oportunidad de poder cumplir con un objetivo principal que será maximizar ganancias y utilidades al final de los ejercicios económicos (González, 2016). Su importancia radica en la planeación que las estrategias contienen que son la guía con la que las empresas buscan tomar decisiones acertadas en aras de su desarrollo económico y comercial.

Desde la óptica de Sánchez (2012) una estrategia financiera representa la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con “la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto, mediano y largo plazo” (p. 5). Es así como las estrategias financieras empresariales deberán estar en correspondencia con la

estrategia maestra que “se haya decidido a partir del proceso de planeación estratégica de la organización. Consecuentemente, cada estrategia deberá llevar el sello distintivo que le permita apoyar el cumplimiento de la estrategia general y con ello la misión y los objetivos estratégicos” (p. 6).

Finalmente puede decirse que la estrategia financiera ayudará a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de una empresa. De este modo, si se establece una estrategia financiera para la organización de forma sistemática y se redacta un informe como un documento de referencia básica para la organización, le servirá de ayuda para la obtención de una sostenibilidad financiera. Si se utiliza esta herramienta junto con otras existentes se aumentará la capacidad de la organización para planificar una sostenibilidad y generar los fondos necesarios. (Ruiz, 2016). Las estrategias financieras son esenciales para el funcionamiento de y crecimiento de una empresa. Estas son una hoja de ruta financiera que guía las acciones y decisiones, asegurando la optimización de los recursos y mitigando los riesgos financieros.

Estrategias de planeación financiera

La planeación financiera establece la manera de cómo se lograrán las metas; además, representa la base de toda la actividad económica de la empresa. Asimismo, pretende la previsión de las necesidades futuras de modo que las presentes puedan ser satisfechas de acuerdo con un objeto determinado, que se establece en las acciones de la empresa (Morales y Morales, 2014). Un plan financiero se utiliza para poder alcanzar un verdadero éxito financiero. La importancia radica en la correcta identificación de

necesidades, en busca de objetivos concretos, alcanzables, medibles y un plan de cómo lograrlos, estructurar un plan financiero es importante cuando se desean alcanzar los sueños. (Jiménez, Rojas y Ospina, 2013). En conjunto, las estrategias de planeación financiera permiten a una empresa anticipar, gestionar y optimizar sus recursos financieros, proceso fundamental en busca del crecimiento y éxito a largo plazo.

Inversión

Según la Panorámica de la industria (INE, 2010) la inversión mide, la variación producida en el stock de bienes de capital de una empresa, esta se divide en material que incluye la inversión realizada por la empresa en terrenos, construcciones, instalaciones técnicas, maquinaria, utillaje, elementos de transporte y otros activos materiales, mientras que la inmaterial recoge la inversión realizada en aplicaciones informáticas, gastos de I+D activados, concesiones, patentes y licencias. Por su parte Cárdenas e Higuera (2010) afirman que la inversión consiste en sacrificar hoy un recurso con la esperanza de tener más en el futuro entendido como un sacrificio presente en aras de un beneficio futuro.

La inversión de capital es la asignación de éste a objetivo de inversión, cuyos beneficios se conseguirán en el futuro. Debido a que los beneficios futuros no se conocen con certeza, es inevitable que en las propuestas de inversión exista el riesgo. También forma parte de la decisión de inversión la determinación de reasignar el capital cuando un activo ya no justifica, desde el punto de vista económico, el capital comprendido en él. Por consiguiente, la inversión de capital determina el número total de activos que posee la organización, la composición de estos y la naturaleza del riesgo comercial según lo

perciben los que aportan el capital (Ávila, Díaz y Domínguez, 2013). En síntesis, las inversiones son esenciales para impulsar el desarrollo, la innovación y competencia de una empresa, ya que les permite aprovechar nuevas oportunidades, enfrentar desafíos y tratar de asegurar su posición en el mercado, sin dejar de lado el riesgo que toda inversión conlleva.

Estructura financiera

La estructura financiera de la empresa ha sido objeto de análisis en un gran número de trabajos empíricos, que han considerado diferentes teorías explicativas. No obstante, a pesar de la amplia literatura, no existe un consenso sobre cómo determinan las empresas sus decisiones de financiación. Varias son las teorías que han tratado de explicar el comportamiento financiero de la empresa. Entre ellas la teoría del equilibrio que asume que existe una estructura financiera óptima, esto es, una combinación de recursos propios y ajenos que maximiza el valor de mercado de la empresa y que minimiza el coste del capital (Cabrer y Rico, 2015).

Desde otro punto de vista Rodríguez (2015) añade que las estrategias apuntan directamente hacia el mayor o menor riesgo financiero de la empresa, por lo que, en la práctica, se adoptan estrategias más o menos arriesgadas en dependencia del grado de aversión al riesgo de los inversores y administradores, o simplemente como consecuencia de acciones que conllevan al mayor o menor endeudamiento, o sea, no a priori o elaboradas, sino resultantes. Teniendo en cuenta lo anterior, una estructura financiera sólida es muy importante para la estabilidad financiera, la capacidad de

crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo. Un equilibrio entre el patrimonio y la deuda proporciona la base necesaria para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades.

Retención y/o reparto de utilidades

En la práctica, las empresas definen su estrategia de retención y/o reparto de utilidades conforme a determinados aspectos, entre los que se destacan: la posibilidad del acceso a préstamos de largo plazo para financiar nuevas inversiones, la posibilidad de los socios de alcanzar mayor retribución en una inversión alternativa, entre otros aspectos. Esta estrategia se encuentra estrechamente vinculada a la de estructura financiera, ya que, esta decisión tiene un impacto inmediato sobre el financiamiento permanente de la empresa, y provoca como resultado, variaciones en la estructura de las fuentes permanentes. (Rossi, 2017). La decisión que conlleva esta estrategia debe tomarse considerando los objetivos y circunstancias de la empresa y sus accionistas, teniendo en cuenta que afecta la financiación, el crecimiento y la inversión, entre otros aspectos.

Por otra parte Álvarez (2010) al hacer mención de la Retención y/o reparto de utilidades indica que las entidades están en definiciones para sus aspectos estratégicos con las reparticiones de ganancias acorde a los factores establecidos, en los que se definen son: la probabilidad del permiso a los préstamos a largo plazo para el financiamiento de nuevos inversores, la probabilidad de los propietarios en lograr más retribuciones en las inversiones alternadas, se mantienen en los valores de acciones y demás factores como especies. Esta estrategia está situada de forma estrecha a la formación económica, pues se basan en la toma de decisiones en base al impacto de la

economía, estableciendo de forma fija a la entidad provocando variantes a las formaciones de fuentes constantes.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es indispensable para la operación de la empresa, requiere de una gestión efectiva de sus componentes y sus políticas para eliminar cuellos de botella en la generación de liquidez, así como, el desarrollo de nuevas alternativas de financiamiento; demanda que su gestión sea proactiva y multidisciplinaria para que la empresa sea capaz de enfrentar la dinámica de los mercados (Angulo, 2016).

Bustamante (2011) dice que el capital de trabajo: habitualmente obedece al criterio de selección del axioma central de las finanzas modernas, a saber, la relación riesgo – rendimiento. En tal sentido, existen tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia. La estrategia agresiva presupone un alto riesgo en aras de alcanzar el mayor rendimiento posible. Por su parte, la estrategia conservadora contempla un bajo riesgo con la finalidad de operar de un modo más relajado, sin presiones relacionadas con las exigencias de los acreedores. Significa que los activos circulantes se financian con pasivos circulantes y permanentes, manteniendo un alto capital de trabajo neto o fondo de maniobra. Es pertinente decir que el capital de trabajo es una herramienta sustancial para la gestión financiera, una manera de mantener sus operaciones de manera continua y eficiente.

Gestión del efectivo

Es la toma de decisiones en base a la efectividad de la organización, es muy esencial en el cumplimiento de cada función, se determinan en las normativas que están dando seguimiento a los aspectos acondicionados sobre la rentabilidad de la organización. Dando estos motivos se presentan las transacciones con relaciones al efectivo como: 1. Reducción del inventario como sea la posibilidad, teniendo cuidado para no tener pérdidas en las ventas, por faltas de materiales primos y/o bienes culminados. 2. aceleración de los cobros como sean tan probable, sin utilizar las metodologías muy restrictivas para no excluir las ventas proyectadas 3. Retraso en cancelaciones, sin tener malos resultados en los factores crediticios de la entidad, pero teniendo beneficio de los descuentos con cancelaciones previa (Ruiz, 2016).

Asimismo, las decisiones sobre el efectivo de la empresa son en gran medida resultantes de los aspectos ya tratados con respecto a la estrategia sobre el capital de trabajo de la empresa. Sin embargo, por su importancia el desempeño, generalmente se les trata de manera específica, enfatizando en las políticas que deberán seguirse con los factores condicionantes de la liquidez de la empresa, a saber, los inventarios, los cobros y los pagos. Los criterios que se emplean para medir la efectividad de las acciones asociadas a la gestión del efectivo son: la razón rápida o prueba ácida, el ciclo de caja y/o la rotación de caja, el ciclo y/o la rotación de los cobros, el ciclo y/o la rotación de inventarios, así como el ciclo y/o la rotación de los pagos. La administración eficiente del efectivo, resultante de las estrategias que se adopten con relación a las cuentas por cobrar, los inventarios y los pagos, contribuye a mantener la liquidez de la empresa (Ávila, Díaz y Domínguez, 2013).

Fuentes de financiamiento

Si bien es cierto el financiamiento es la forma en la cual las organizaciones obtienen flujos de fondos para poder realizar adquisiciones de bienes de capital para poder lograr sus planes de acción, ya sean productivos, comerciales o de cualquier tipo (Arostegui, 2013). Por su parte Kong y Moreno (2014) dicen que el financiamiento es un concepto que cada vez toma mayor apogeo y que ha sido ampliamente analizado, pero básicamente destaca en una sola idea, que consiste en abastecerse de recursos financieros, de cualquier forma, permitiéndole al pequeño empresario conseguir el capital necesario para llevar a cabo sus operaciones y así mejorar la situación de su negocio.

Del mismo modo los autores mencionados manifiestan en esencia, cabe destacar que el financiamiento (recursos financieros) permite a muchos micro y pequeños empresarios seguir invirtiendo en sus negocios, optando por un comportamiento más competitivo que es medido por la productividad lograda de dicha unidad económica de pequeña escala, con el fin de conseguir estabilidad económica, acceso a tecnologías, un desarrollo institucional y sobre todo participar en un ámbito más formal.

Según Aguilar y Cano (2017) el financiamiento es un concepto el cual ha sido ampliamente analizado, pero básicamente destaca en una sola idea, que consiste en abastecerse de recursos financieros, de cualquier forma, permitiéndole al pequeño empresario conseguir el capital necesario para llevar a cabo sus operaciones y así mejorar la situación de su negocio. El financiamiento podría definirse como el conjunto

de recursos monetarios financieros requeridos para llevar a cabo una actividad económica determinada. Está compuesto por los recursos propios, y complementado con recursos de tercero recibidos en préstamo u otras modalidades (Velazco ,2013). Es importante que las empresas tengan claro sus diversas fuentes de financiamiento, evaluando cada indicador al momento de hacer uso de ellas, teniendo en cuenta la dinámica de su actividad y del mercado.

Préstamos bancarios

Es una operación financiera en la que una parte (llamada prestamista) entrega una cierta cantidad de dinero a otra parte (denominada prestatario) el cual se compromete a devolver el capital prestado, en los plazos y condiciones pactadas de antemano. Esta operación es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario. Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. (Moreno, 2013). Este tipo de financiamiento es uno de los más rápidos y sencillos, pero se debe tener especial cuidado a la hora de saldar las deudas, por lo que deben tener una gestión adecuada y examinar con detalle los términos y condiciones antes de adquirir la obligación financiera.

Quiere decir entonces que las instituciones bancarias disponen de una amplia gama de productos financieros especializados en empresas de menor tamaño, como cuentas corrientes, tarjetas de crédito, líneas de crédito y préstamos bancarios, no obstante, como línea general exigen una serie de requisitos como la formalidad de la

actividad, suficiente cantidad de antecedentes o información comercial y la disposición de garantías, entre otras, que dejan un segmento de los emprendimientos fuera de la capacidad de acceder a estas fuentes de financiamiento (Bustos, 2017). Asimilando lo anterior, los emprendimientos o empresas nuevas deben cumplir a cabalidad con los requisitos de cada entidad financiera, siendo muy importante la formalidad, y, relevantemente, forjar una reputación y una estructura financiera llamativa para los bancos.

Emisión de títulos

Las entidades emisoras pueden ser identificadas como: compañías públicas, privadas o instituciones del sector público que financian sus actividades mediante la emisión y colocación de valores, a través del mercado de valores. La sociedad que desee utilizar el mercado bursátil como una fuente complementaria de financiamiento a sus actividades deberá cumplir con los requisitos de inscripción y, posteriormente con los requisitos de mantenimiento establecidas por las Sociedades Emisoras por las Bolsas de Valores y los Entes Reguladores. (Moreno, 2013).

El proceso de emisión de títulos puede tornarse ineficiente cuando sus costes de transacción son elevados, y por consecuencia limitar la oferta de títulos. En este proceso intervienen no sólo agentes como los emisores (ofertantes) y los inversionistas (demandantes), sino también el ente regulador, los bancos de inversiones (Campoverde, 2014).

Todo mercado eficiente ha de ser necesariamente un mercado competitivo, puesto que la libre concurrencia de muchos inversores lleva inevitablemente a que toda la información que afecta al valor intrínseco de los títulos se descuenta de forma inmediata en sus precios. Esta teoría indica que, desde el punto de vista institucional, en un mercado eficiente hay libre entrada y salida del mercado, es decir, en el mercado no debe existir limitaciones a los agentes para comprar o vender los activos en cualquier momento (Duarte y Pérez, 2013).

Venta de activos

El concepto de activo que se utiliza es aquel que rige bajo NIIF que dice que los activos son los recursos controlados por las empresas que los han generado, de transacciones y eventos que se realizaron en períodos anteriores y que les van a permitir conseguir resultados favorables a futuro en la actividad a la que están dedicados. Los Activos se valoran de acuerdo con el precio en que se adquieren los mismos, más aquellos gastos que se ocasionen con razón de su traslado, instalación, puesta en marcha (Peñaloza, 2016).

Cuando un activo ha cumplido su tiempo de vida útil y se requiere reemplazarlo, o si la empresa considera que es necesario venderlo, para realizar esta transferencia del bien es indispensable, él porque se tomó esta decisión. Para proceder a la venta es preciso constatar si existen otros bienes de propiedad, planta y equipo que estén destinados para la venta, estos activos que se han tomado en cuenta para la venta deben ser separados y reclasificarlos, dejan de ser depreciados y hay una responsabilidad de

procurar su venta y si no logra venderse en más de un año habrá que tomar decisión al respecto (Flórez, 2013).

Capital propio

También conocido como autofinanciamiento, parte de una estrategia autónoma donde los recursos demandados proceden del capital propio de los socios, el flujo de caja disponible o de la reinversión de utilidades excedentes que se derivan de la operación comercial, las diversas formas de autofinanciamiento no modifican la estructura existente de pasivos de la empresa. Esta habilidad es frecuente en empresas con un grado de crecimiento moderado, ya que, si la expansión de las unidades de negocio es acelerada, es posible que las necesidades de capital adicional superen los fondos existentes descapitalizando la empresa y poniendo en riesgo la estructura de capital de la firma (Kong y Moreno, 2014).

En el mismo orden de ideas cabe resaltar que desde el punto de vista del empresariado, la forma más habitual de financiarse es a través de fuentes de financiamiento a corto plazo para su empresa. Esto se debe a que normalmente la empresa dispone de una suma limitada de recursos financieros para realizar sus operaciones y cubrirlas dentro del plazo de un año. Es por ello por lo que generalmente buscan lograr este tipo de financiamiento (Tinoco, 2015). Este tipo de financiamiento ofrece una independencia financiera a las empresas, así como un mayor control, pero puede estar limitado a los recursos disponibles con los que cuenten, que guardan relación a la situación de la empresa.

Desarrollo local

Al hablar de desarrollo local nos referimos a la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas que pueden servir de herramienta para atender las necesidades sociales. Se trata de una serie de potencialidades de que dispone cada localidad con respecto a factores económicos, no económicos, recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, entre otros. Estas potencialidades pueden ser de origen individual, familiar, o bien comunitario (barrio o ciudad). Es decir, todos los factores decisivos que militan a favor del desarrollo económico local; se trata aquí de un proceso de transformación de la economía y de la sociedad para satisfacer sus necesidades, superando las dificultades y retos existentes (Mballa, 2017).

Mballa (2015) insiste que para conceptualizar el desarrollo local requiere ipso facto de un análisis de los atributos que enmarcan la problemática de las necesidades sociales en todos sus aspectos. Esto implica contemplar, al menos: 1 la presencia o ausencia de cortes culturales, 2 la presencia o ausencia de cortes étnicos, raciales y/o religiosos, la presencia o ausencia de cortes regionales y/o geográficos, la presencia o ausencia de condiciones “estacionales” (por ejemplo, “nuevos” pobres versus pobres “históricos”) y por último el impacto diferencial de la pobreza sobre diversos subgrupos vulnerables (la pobreza tiene un impacto distinto según se trate de mujeres, niños, adolescentes, hombres o discapacitados).

Finalmente, Lozada (2011) muestra una definición en la que la presencia de la dimensión política del desarrollo local endógeno al relacionarlo con la capacidad local de

gestionar políticas de desarrollo. Sin embargo, endogeneizar el crecimiento local implica conciliar la propuesta estratégica de largo plazo del territorio con las estrategias de largo plazo de los segmentos de capital de procedencia externa presentes en el territorio; y ello implica renunciar a la espontaneidad y dar más espacio a la regulación consciente del proceso.

Estrategias de desarrollo local

Según la Organización Internacional del Trabajo. (2015) las estrategias de desarrollo local se basan en el diálogo social. El diálogo social tripartito a nivel local entre los trabajadores, los empleadores y el gobierno, como en el caso del diálogo social tripartito a escala nacional, establece una plataforma en que los actores de la economía informal pueden organizarse en forma colectiva para debatir cuestiones clave, desde las leyes laborales y la tenencia de tierras hasta la inclusión social de grupos marginados. El éxito del desarrollo económico local depende de la colaboración del gobierno, el sector privado, las organizaciones de trabajadores y la sociedad civil.

Del mismo modo la fuente antes citada explica que los tipos de inversión que se realizan en una localidad afectan a todos los segmentos de la sociedad. Así pues, los intereses y la experiencia de grupos diferentes contribuirán al proceso de planificación general. Idealmente, las iniciativas locales son altamente democráticas, participativas e inclusivas hacia todos los grupos de una comunidad, especialmente las personas vulnerables y marginadas y las minorías. No obstante, como se observa en la sección sobre desafíos, debido a la organización deficiente de la economía informal se corre el

riesgo de que las elites se apropien de los proyectos comunitarios y de que se refuercen las divisiones y los conflictos existentes dentro de la comunidad.

Las estrategias de desarrollo local acontecen en un territorio determinado, que requieren generar un entorno económico y social favorable, permitiendo aprovechar los recursos endógenos, para lograr un impulso económico, que garantice el cambio y la transformación para el bien colectivo, es necesario la elaboración de instrumentos y políticas adecuadas para promover el desarrollo y potenciar el papel de los actores económicos y sociales. El proceso de elaboración de la estrategia constituye un paso importante en el proceso de análisis del territorio para impulsar su desarrollo (Martínez, Machado y Díaz, 2016). Este tipo de estrategias benefician tanto a las empresas que las llevan a cabo como a su entorno y comunidad, generando un impacto positivo tanto en la imagen corporativa y sus relaciones, así como en el crecimiento sostenible de la sociedad.

Generación de empleo

La palabra empleo se refiere tanto a un trabajo, como a una ocupación u oficio. Sin embargo, el uso más extendido de empleo es el que indica toda aquella actividad donde una persona es contratada para ejecutar una serie de tareas específicas, por lo cual percibe una remuneración económica. Un empleo puede ejercerse amparado en la celebración de un contrato formal o de hecho con una entidad empleadora, la cual se compromete a pagar, a cambio de los servicios del trabajador, un salario o contraprestación en dinero y a cumplir con los requisitos exigidos por la ley (Cristóbal, 2018).

Si bien el empleo afecta el crecimiento económico, también la actividad económica afecta el nivel de empleo. Existe evidencia empírica de que un choque en la actividad económica afecta el mercado laboral por medio de la cantidad de empleos, los salarios y las condiciones laborales (como es la participación del empleo informal) (Kaplan, Lederman, y Robertson, 2011). La generación de empleo va mas allá de simplemente ofrecer vacantes en una empresa, este tiene un impacto en la economía, la sociedad y el bienestar de una comunidad, teniendo las empresas un papel fundamental al crear empleos de manera sostenible y responsable.

Desarrollo de la infraestructura

La infraestructura de una empresa no solo se limita a los aspectos físicos, como edificios y equipos, sino que también incluye elementos como la tecnología de la información, la cadena de suministro y las relaciones con los proveedores (Porter, 1985). El autor enfatiza que una infraestructura sólida y bien desarrollada puede ser una fuente de ventaja competitiva sostenible. El desarrollo de la infraestructura es clave para la operatividad y competitividad de una empresa. A través de la inversión en tecnología, automatización y sistemas eficientes, una empresa puede optimizar sus procesos, satisfacer las expectativas de los clientes y adaptarse al mercado cambiante y su demanda.

Estrategias de posicionamiento en el mercado

Las empresas deben saber a dónde se dirigen según su plan de negocios y de marketing. Para posicionar una marca se necesitan objetivos a corto plazo, y definir lo que se va a comunicar, aumentar o reforzar en la promesa de la marca (Aaker, 2014, p.123). Según Chedraui (2017) se puede seguir una serie de pasos como estrategia para generar posicionamiento en el mercado tales como: definir el mercado y público objetivo, analizar e identificar las oportunidades, modelar la diferenciación, perfeccionar el posicionamiento. Todo posicionamiento debe reflejar la cultura y personalidad de la empresa para establecer una credibilidad, debe diferenciarse de la competencia a la perfección, y presentarse como un desafío que sirva de motor para que aumente su rendimiento.

Desde la óptica Espinosa (2015) el posicionamiento converge en un fin: que la empresa, la marca o el producto ocupen un lugar preponderante en la mente de los consumidores frente a los competidores, o lo que bien podría llamarse, crear una identidad positiva a la marca, que proyecte al mercado valores y atributos, explorar la esencia y espíritu de la personalidad de la marca para extraer sus atributos y valores y proyectarlos al consumidor.

Responsabilidad social

El primer punto por aclarar sobre la RSC es su propia denominación. Se trata de un concepto que proviene del inglés corporate social responsibility, y cuya adaptación al castellano ha dado lugar a dos términos diferentes: responsabilidad social corporativa y

responsabilidad social empresarial. Términos que, a primera vista, pueden parecer sinónimos, pero que en realidad presentan diferencias. (Barrio, 2016). En suma, la responsabilidad social corporativa (RSC) se presenta como un concepto más amplio que el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), mientras que el segundo hace referencia únicamente a la responsabilidad social por parte de las empresas, el término RSC amplía el ámbito de actuación socialmente responsable a todo tipo de organizaciones, ya sean empresas privadas, públicas, entidades sin ánimo de lucro u organismos gubernamentales.

Según el autor, la RSC tendría que expresarse en tres esferas o marcos en los que opera la empresa: económico, social y medioambiental. Estos constituyen el triple bottom line de la operatividad de la organización, una dirección de las operaciones organizacionales en las tres esferas mencionadas que tendría que dar como resultado una triple información hacia los distintos stakeholders (cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa), para su futura evaluación y, por tanto, para la mejora continuada de la actuación empresarial (García, 2012). Guardar responsabilidad en los aspectos antes mencionados, no solo tiene beneficios éticos, sino que impacta de manera positiva la imagen de la empresa.

La Responsabilidad Social se refiere al compromiso que como individuo se tiene con la sociedad y su medio ambiente, mientras que la Responsabilidad Social Corporativa tiene que ver con el manejo de las relaciones externas o internas que tienen las empresas con sectores de interés e igualmente con el medio ambiente, sin embargo, solamente la

denominación será de acuerdo con las preferencias de cada organización (Herrera, 2011). Es una consideración fundamental en la gestión empresarial en los últimos años.

Satisfacción del cliente

Existe mucha ambigüedad entre las definiciones de Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente; algunos autores hablan acerca de que son las expectativas antecedentes de la satisfacción, mientras que otros hablan de que es la calidad percibida la que precede dicha satisfacción. Por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción (Mejías y Manrique, 2011). Siendo así, la satisfacción del cliente no solo impacta directamente en los resultados financieros de una empresa, sino que es un indicador de su salud y la relación con sus clientes.

La experiencia de un buen servicio depende de canalizar correctamente las expectativas del cliente y, a la vez, de brindar una prestación adecuada. Brindar satisfacción en los servicios implica: o generar una experiencia de compra que satisfaga; o atender las necesidades del cliente conforme el cliente espera que se le atienda; o todo aquello que agregado al producto aumenta su utilidad o valor para el cliente (Pelaes, 2010). Centrarse en brindar experiencias positivas y satisfacer las necesidades de los clientes es muy importante a la hora de crear lazos sólidos y sostenibles con el público.

Solidez financiera.

La solidez se da cuando la capacidad de generar liquidez, por parte de las inversiones en activos, se encuentra en correspondencia y equilibrio con los niveles de exigibilidad de sus fuentes de financiamiento (Salas, 2012). Por lo tanto, el nivel de liquidez de un activo debe estar en correspondencia con el tipo, plazo y condiciones de las fuentes de financiamiento para no presionar los flujos de efectivo de la empresa ni comprometer su funcionamiento.

Según Barrios (2016) la solidez financiera determina cómo es la estructura de capital de la compañía, que no es más que visualizar cómo están compuestos los activos de la empresa, es decir entre capital de trabajo y el activo fijo productivo y a su vez determinar cómo están financiados entre los terceros y los propietarios, esto es entre el exigible de corto plazo, que hace parte del capital de trabajo operativo, y el exigible de largo plazo y los fondos propios, este último conformado por el capital invertido inicial de los accionistas o propietarios más las utilidades retenidas. En tal sentido Campoverde (2014) añade que la solidez financiera es indispensable para la competitividad y permanencia de la organización. A su vez, la definición de metas financieras y de crecimiento debe considerar los condicionamientos organizacionales, naturales y de mercado de los cuales depende el logro de los resultados.

Sistema de variable

Variable: estrategia financiera

Definición conceptual:

Representa la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto, mediano y largo plazo (Sánchez, 2012).

Definición operacional:

Las estrategias financieras pueden ser consideradas como un plan diseñado para gestionar y utilizar los recursos de manera eficiente dentro de una empresa, con el propósito de alcanzar una serie de objetivos específicos. Estas estrategias están encaminadas a optimizar la estructura financiera, mejorar el rendimiento financiero, minimizar los riesgos y maximizar el valor de la organización. Esta variable será medida en las empresas del sector lácteo adscritas en la Cámara de Comercio de Valledupar hasta junio de 2023, a través de las dimensiones estrategias de planeación financiera y fuentes de financiamiento con sus respectivos indicadores (Elaboración propia, 2023).

Variable: Desarrollo Local

Definición conceptual:

Es un proceso dinamizador de la sociedad local para mejorar la calidad de vida de la comunidad local. Siendo el resultado de un compromiso por el que el espacio es comprendido como lugar de solidaridad activa, esto implica cambios de actitudes y comportamientos de instituciones, grupos e individuos. En los nuevos modelos, como ya se ha dicho, si las personas son protagonistas y partícipes de su propio desarrollo, las metas están insertas en el mismo proceso de desarrollo, sin excluir las metas. Los principios básicos del Nuevo Desarrollo Local a partir de los nuevos procesos sociales, territoriales, de la relectura de conceptos y métodos se exponen seguidamente (Carpio, 2012).

Definición operacional:

Se hace referencia a la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas que posee el Sector Lácteo en el departamento del Cesar y que pueden servir de herramienta para atender las necesidades y requerimientos de los consumidores. Esta variable será medida en las empresas del sector lácteo adscritas en la Cámara de Comercio de Valledupar hasta junio de 2023, a través de las dimensiones estrategias de desarrollo local y estrategias de posicionamiento en el mercado con sus respectivos indicadores (Elaboración propia, 2023).

Cuadro de Operacionalización de la Variable

Una vez explícito el sistema de variables a continuación se muestra el cuadro de operacionalización en el que ha de observarse de forma detallada las variables que componen la investigación, con sus respectivas dimensiones e indicadores, las cuales forman parte de las categorías que serán medidas y observadas en el instrumento de recolección de datos.

Tabla 3. Operacionalización de la variable

Título: Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el Departamento del Cesar.			
Objetivo General: Analizar las estrategias financieras para el desarrollo local del sector lácteo en el departamento del Cesar.			
Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores
Identificar las estrategias de planeación financiera del sector lácteo en el departamento del Cesar.	Estrategias financieras	Estrategias de planeación financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión - Estructura financiera - Retención y/o reparto de utilidades - Capital de trabajo - Gestión del efectivo
Describir las fuentes de financiamiento del sector lácteo en el departamento del Cesar.		Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Préstamos bancarios - Emisión de títulos - Venta de activos - Capital propio
Examinar los factores de desarrollo local del sector lácteo en el departamento del Cesar.	Desarrollo local	Estrategias de desarrollo local	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de empleo - Desarrollo de la infraestructura
Establecer el posicionamiento en el mercado que tiene el sector lácteo en el departamento del Cesar.		Estrategias de posicionamiento en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad social - Satisfacción del cliente - Solidez financiera

Fuente: Jiménez y Bayona (2023)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En toda investigación científica, es fundamental, que los sucesos estudiados, así como las relaciones establecidos entre estos, los resultados obtenidos y las evidencias significativas encontradas relacionadas con el problema de investigación, además de los nuevos conocimientos que puedan surgir, cumplan con los criterios de fiabilidad, objetividad y validez interna; para lo cual, es necesario delimitar los procedimientos de orden metodológico, a través de los cuales se abordan las preguntas e investigación.

En consecuencia, el Marco Metodológico de la presente investigación donde se propone estudiar las Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar; es la etapa técnica-operativa que se presenta en todo proceso de investigación; donde es necesario detallar, la serie de métodos, técnicas y protocolos instrumentales que se utilizarán en el proceso de recolección de los datos requeridos en el estudio propuesto.

Se destaca en esta sección, que de acuerdo con las características derivadas del problema investigación y de los objetivos planteados al inicio de esta, en el Marco Metodológico del presente estudio, se introducirán, anticipadamente, los diversos procedimientos tecno-operacionales más apropiados para recopilar, presentar y analizar los datos, con el objetivo de llevar a cabo el propósito general de la investigación planteada. En este aspecto, se desarrollarán importantes aspectos relacionados al tipo

de estudio y diseño de investigación, incorporados en función a los objetivos establecidos, que en este caso, se trata de una investigación descriptiva; la población estudiada, así como el número total de sujetos que la integran; la muestra que se utilizará y cómo fue seleccionada; las técnicas e instrumentos que se utilizarán en la recolección de los datos y las características propias de los mismos; las formas de codificación, presentación de los datos; y el análisis e interpretación de los resultados que permitirá destacar las evidencias más significativas encontradas en relación a las Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar.

Enfoque de la investigación

El tipo de enfoque que enmarca a la presente investigación es el enfoque cuantitativo, de acuerdo con Hernández *et al.* (2014) es secuencial y probatorio, en la que cada fase precede a la siguiente y no se puede saltar cada paso, teniendo un orden riguroso.

Para Arias (2012), la investigación cuantitativa tiene la utilidad de abordar problemas específicos mediante un enfoque que va desde lo general hacia lo particular, con el propósito de obtener conclusiones que puedan generalizarse. Esto posibilita que otros investigadores puedan replicar el estudio y, potencialmente, llegar a conclusiones similares. Este tipo de enfoque se llevará a cabo por medio de la medición numérica y el análisis estadístico de los datos recolectados en torno al sector lácteo en el departamento del Cesar, con el fin de establecer el patrón de comportamiento de las empresas en este sector y fijar las estrategias financieras a implementar.

Tipo de investigación

De acuerdo con el problema planteado referido a las Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar, y en función de sus objetivos, se incorpora el tipo de investigación apropiada, en este caso de tipo descriptiva. Según Hernández *et al.* (2014), el objetivo de la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un fenómeno o situación, describiendo sus características y propiedades fundamentales, sin manipular las variables.

Este tipo de investigación busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernández *et al.* 2014) debido a que permite identificar y diagnosticar la situación de las empresas del sector objeto de estudio, en este caso el sector lácteo, con la finalidad de elaborar la caracterización y proponer las estrategias financieras adecuadas a cada situación.

Diseño de investigación

En el marco de la investigación planteada, referido a las Estrategias Financieras Para el Desarrollo Local del Sector en el departamento Lácteo del Cesar; se establece que está orientada hacia un diseño no experimental, transeccional y de campo, teniendo en cuenta los objetivos delimitados con anterioridad.

Por cuanto, el diseño de campo, como lo refiere Arias (2012) la investigación de campo implica recopilar los datos directamente del entorno donde suceden los hechos de los sujetos de investigación, obteniendo la información sin manipular las variables. Se trata de una investigación de campo, referente a que permite no solo observar, sino recolectar los datos directamente de la realidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del cesar, desde la perspectiva de los contadores o jefes de contabilidad de estas, proporcionando confiabilidad en la información recolectada mediante el instrumento (cuestionario).

El estudio propuesto se adecua a los propósitos de la investigación no experimental. Se trata de un estudio que observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos, el cual no manipula las variables (Hernández *et al.* 2014.); en la medida que el fin último es el de describir con precisión, las características y propiedades del sector lácteo del cesar, por medio de la recolecta, medición y comprensión de la información suministrada por las empresas de este sector y mediante el respectivo análisis permitirá el diseño correcto de las estrategias financieras para el desarrollo local del sector lácteo en el departamento del cesar.

En cuanto a los diseños transeccionales de acuerdo con Hernández *et al.* (2014), recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su fin último es describir variables y analizar su incidencia o relación en un momento dado. En el caso que nos ocupa, la investigación planteada, cuyo objetivo central esta referido a las Estrategias Financieras Para el Desarrollo Local del Sector Lácteo del Cesar; la información se recogerá en el momento en que se aplique el instrumento de investigación a los

contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar.

Método de investigación

El método de investigación está enmarcado dentro del método deductivo, según Barchini (2006) menciona que el método deductivo consiste en extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados. En síntesis, este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico; comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos. El método deductivo cuenta con un enfoque el cual es el cuantitativo. De esta manera, la investigación se encaminó a tomar la información existente del sector lácteo a nivel general, para luego enfocarse en las empresas dedicadas a esta actividad en el departamento del Cesar, recopilando los datos mediante la técnica de la encuesta y así dar respuesta a los objetivos planteados.

Población y muestra

Población

En la presente investigación las unidades de análisis que son objeto de estudio serán la totalidad de contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo inscritas en la Cámara de Comercio de Valledupar hasta junio de 2023. Todas estas empresas constituyen la población o universo de estudio para la investigación planteada, para la cual se generalizarán los resultados. En la medida que se entiende por población o universo de estudio (Hernández *et al.* 2014) al conjunto de todos los casos que

concuerdan con determinadas especificaciones. Para Arias (2012) define como “...población un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación...” (p.81).

Importa destacar, que la población de estudio en el presente caso está conformada por 286 contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo, adscritas a la Cámara de Comercio de Valledupar hasta junio de 2023.

El universo objeto de estudio, constituye una población de tipo finita, en la medida que está conformada por un determinado número de elementos, que con relación a este estudio está limitada a 286 unidades o empresas.

Muestra

Una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben reproducirse en ella, lo más acertada posible. Cabe mencionar la definición propuesta por (Hernández *et al.* 2014, pág. 173) “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además debe ser representativo de la población”. Como ya se indicó con anterioridad, el universo de este estudio está constituido por 286 empresas adscritas a la Cámara de Comercio de Valledupar con corte a junio de 2023.

Definido el universo de estudio de manera precisa y homogénea, se decidió utilizar el enfoque de muestreo por conveniencia para seleccionar la muestra, de manera que la elección de este tipo de muestra se fundamenta en consideraciones prácticas y de

accesibilidad de los sujetos de estudio. Sobre este tipo de muestreo, Neuman, W. L. (2014) refiere como un enfoque de selección de muestra donde el investigador elige aquellos elementos que son más sencillos de obtener o acceder, sin emplear técnicas aleatorias o sistematizadas de selección; siendo el propósito general de esta investigación las Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar, se busca una muestra que permita obtener datos de manera rápida y eficiente. Se decide entonces, seleccionar una muestra de 30 contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo adscritas a la Cámara de Comercio de Valledupar con corte a junio de 2023, tomando como criterio accesibilidad y disposición a colaborar en el estudio.

Técnicas de recolección de datos

En función de los objetivos definidos en el presente estudio, donde se plantean las Estrategias Financieras para el Desarrollo Local del Sector Lácteo en el departamento del Cesar, se empleará la técnica de recolección de datos denominada encuesta, llevada a cabo mediante un cuestionario, orientado de manera esencial a alcanzar los fines propuestos. Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando (1993), como una técnica que emplea una serie de métodos estandarizados de investigación para recolectar y analizar datos de un conjunto representativo de casos tomados de una población más amplia, con el fin de explorar, describir y/o explicar diversas características de la población en cuestión.

Es vidente entonces lo expuesto por Kerlinger (1986) quien en cuanto al cuestionario destaca es un instrumento de investigación compuesto por un conjunto de preguntas previamente establecidas, las cuales se plantean a los sujetos de estudio con el propósito de recolectar los datos de manera sistemática y obtener información relacionada con variables específicas de interés.

Este importante instrumento de recolección de información se aplicará con el propósito de permitirle al individuo encuestado expresar cuales son las principales fuentes de financiamiento de su empresa, los mayores desafíos financieros que han enfrentado, las estrategias para el desarrollo de su comunidad, etc. En tal sentido, definido el objetivo del cuestionario, delimitadas las variables en estudio, la problemática y la naturaleza de los datos que se esperan recoger en función con los objetivos de la investigación; se procede a diseñar este instrumento. Teniendo en cuenta la información que se espera obtener, se diseña el cuestionario de la siguiente manera: está constituido por 42 ítems para ser respondidos bajo una escala tipo Likert con cinco (5) alternativas de respuestas, Siempre (S), Casi Siempre (CS), Algunas Veces (AS), Casi Nunca (CS), Nunca (N), los cuales permitirán obtener información acerca de las variables delimitadas, distribuyendo los ítems de manera que 27 son para la variable estrategias financieras y 15 para la variable desarrollo local.

Validez y confiabilidad

En la presente investigación, se introducirán algunos instrumentos con el objetivo de evaluar las variables que son objeto de estudio, en función de la problemática

investigada; y partiendo de la base de los requisitos de validez y confiabilidad que deben ser tomados en cuenta al incorporar este proceso.

Es relevante resaltar, que en este proceso inicial de la investigación que se propone desarrollar, resulta imposible establecer de manera precisa y detallada, los instrumentos de medición para cada una de las variables delimitadas. Sin embargo, de manera tentativa se presentan algunas pautas generales que serán tomados en cuenta, con la finalidad de incorporar la validez y confiabilidad en el contexto de las variables del presente estudio.

Importa destacar, la definición presentada por Hernández *et al.* (2014, pág. 200) sobre qué es la validez “la validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir”. La presente investigación cuenta con la validación de tres expertos en el área, a los cuales se les entregó la operacionalización de las variables y el instrumento con la descripción de cada uno de los ítems estudiados para que pudieran emitir sus observaciones al respecto, y dieran la validación de estos, en términos de contenido, criterio y estadístico.

Siguiendo con la referencia de los mismos autores, la confiabilidad “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.” Hernández *et al.* (2014, pág. 200). Es decir, es la capacidad del instrumento para generar resultados consistentes y reproducibles al aplicarse en una muestra o población similar. En el contexto del presente estudio se utilizó un instrumento de recolección de datos tipo cuestionario con preguntas basadas en la escala de Likert,

para medir la confiabilidad de este se utilizó el Coeficiente de Alfa de Cronbach, expresado de la siguiente manera:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

En donde:

K es el número de ítems del cuestionario.

S_i^2 es la varianza del ítem i .

S_T^2 es la varianza de los valores totales observados.

El coeficiente alfa de Cronbach varía entre 0 y 1, donde un valor más cercano a 1 indica una mayor consistencia interna y, por lo tanto, una mayor confiabilidad de la escala.

A fin de asegurarnos hasta donde sea posible, de la confiabilidad del instrumento, se le suministró a título de prueba a un total de 10 contadores o jefes de contabilidad pertenecientes a las diferentes empresas que conforman el sector lácteo en el departamento del Cesar.

Una vez realizada la prueba piloto, se calculó el coeficiente de Cronbach y este dio como resultado un valor de 0,958 el cual según Palella y Martins (2012) es de una alta confiabilidad, por tanto, el instrumento puede aplicarse de manera confiable a la muestra del universo.

Técnica de análisis de los datos

Con el fin de que los datos recolectados tengan algún significado dentro de la presente investigación, resulta necesario introducir una técnica en la fase de análisis e interpretación de los resultados, con el propósito de organizarlos e intentar dar respuesta a los objetivos planteados en el estudio, evidenciar los principales hallazgos encontrados, relacionándolos con las bases teóricas que sustentan la misma y las variables delimitadas. Tal como lo refieren Selltiz, *et al.* (1976, pág. 430) "...el propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma que proporcionen respuestas a las interrogantes de investigación". El proceso de análisis comprende el establecimiento de categorías, la disposición y manipulación de los datos para resumirlos y obtener algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación.

En esta investigación se empleó la estadística descriptiva para examinar y presentar los datos que Hernández, Fernández y Baptista (2014) plantean como la descripción de los datos para luego analizarlos y relacionarlos entre si con sus variables; se realizará una ejecución de actividades acorde al método científico, por tanto, el análisis y presentación de los resultados estarán relacionados con el objeto de estudio, de manera que se muestran los métodos llevados a cabo: la observación, el análisis y la síntesis. La aplicación de estos métodos permitirá relacionar las variables delimitadas en función a los objetivos de la investigación.

Procedimiento de la investigación

Toda investigación científica tiene una serie de pasos o procedimientos que se deben llevar a cabo para la consecución de esta. Todo el proceso es indispensable, pues cada etapa representa un elemento crucial en el estudio. Namakforoosh (2005) al respecto refiere que es necesario realizar diversas actividades para poder llevar a cabo una investigación, ya sea actividades secuenciales o de forma simultánea, por lo que se hace necesario planificar todo el proceso.

El procedimiento llevado a cabo en el presente estudio se puede observar en la figura 4 de la siguiente manera:

Gráfico 1. Procedimiento de la investigación



Fuente: Bayona y Jimenez (2023)

1. Planteamiento del problema: como primera medida, se eligió el tema de investigación, este debía ser de interés para los investigadores, guardando relación con los conceptos de contabilidad, finanzas o economía. De esta manera, se escogió como tema las Estrategias financieras para el desarrollo local, específicamente en el sector económico de los lácteos, delimitado al departamento del cesar, Colombia. En esta etapa, se formuló la pregunta de investigación; se definieron los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos. Asimismo, se dio lugar a la justificación y delimitación del estudio.

2. Marco teórico: una vez realizado el planteamiento del problema, se inicia la investigación con la búsqueda y definición de los conceptos claves relacionados con el tema de estudio, así como las teorías relacionadas a las variables delimitadas. Por otra parte, se definió el marco legal referente al estudio. Esto condujo al desarrollo del marco teórico y la operacionalización de las variables.

3. Marco metodológico: como tercera etapa de la investigación, una vez recabados los antecedentes del estudio y las teorías sobre las cuales se fundamenta el mismo, se decidió el enfoque, tipo, diseño y método de la investigación, teniendo en cuenta las variables delimitadas. De igual forma, se presentó la población y el tamaño de la muestra a la cual se le aplicaría el instrumento de recolección de datos, seleccionando el cuestionario como el indicado para este fin. Para finalizar esta etapa, se definieron las bases de validez y confiabilidad del instrumento y se presentaron las técnicas de análisis de los datos.

4. Recolección de la información: luego de escoger y definir el instrumento de recolección de datos, así como las técnicas de análisis de la información, se aplicó el cuestionario en una escala tipo Likert de manera sistemática a la muestra del estudio.

5. Análisis e interpretación de los resultados: una vez recolectada la información, se sometió a un análisis estadístico descriptivo, utilizando herramientas como el coeficiente alfa de Cronbach, así como graficas de los datos realizadas en la herramienta de Excel. Finalmente, los resultados fueron interpretados en el contexto de los objetivos de la investigación y se extraen las conclusiones que aportan al análisis de las estrategias financieras para el desarrollo local del sector lácteo en el departamento del cesar.

Este procedimiento asegura la rigurosidad y robustez del estudio, contribuyendo a la generación de conocimiento valioso y aplicable en el ámbito empresarial del sector lácteo en el departamento del cesar.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se analizan y discuten los resultados obtenidos luego de recolectar los datos mediante la aplicación del cuestionario, los cuales son expuestos en concordancia de las variables estrategias financieras y desarrollo local, sus dimensiones e indicadores. En este sentido, Palella y Martins (2012, pág. 182) nos indican que, “la interpretación de los resultados consiste en inferir conclusiones sobre los datos codificados, basándose en operaciones intelectuales de razonamiento lógico e imaginación, ubicando tales datos en contexto teórico”.

En este orden de ideas, el instrumento aplicado a los contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, reducidas a 30 que es el tamaño de la muestra, fue un cuestionario de tipo Likert con cinco (5) alternativas de respuesta: Siempre, Casi Siempre, Algunas Veces, Casi Nunca y Nunca; por consiguiente, se presentan los datos recolectados a través de tablas, en donde se observa los indicadores por cada dimensión, así como el porcentaje de respuesta por cada alternativa y la media aritmética. Por último, se presenta el análisis correspondiente e interpretación de los datos en función a las bases teóricas que sustentaron la investigación.

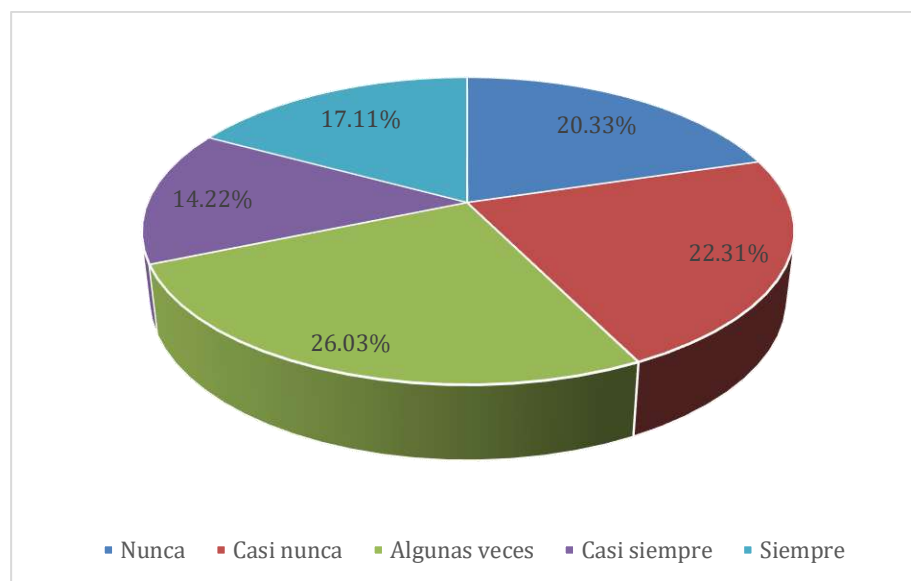
Análisis e interpretación de los resultados

Tabla 4. Dimensión: Estrategias de planeación financiera

Alternativas	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Indicadores	%	%	%	%	%
Inversión	16,67%	18,89%	28,89%	16,67%	18,89%
Estructura financiera	21,11%	26,67%	14,44%	17,78%	20,00%
Retención y/o reparto de utilidades	26,67%	26,67%	36,67%	8,89%	1,11%
Capital de trabajo	17,22%	22,64%	29,03%	11,11%	20,00%
Gestión del efectivo	20,00%	16,67%	21,11%	16,67%	25,56%
Media aritmética	20,33%	22,31%	26,03%	14,22%	17,11%

Fuente: Bayona y Jimenez (2023)

Gráfico 2. Dimensión: Estrategias de planeación financiera



Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

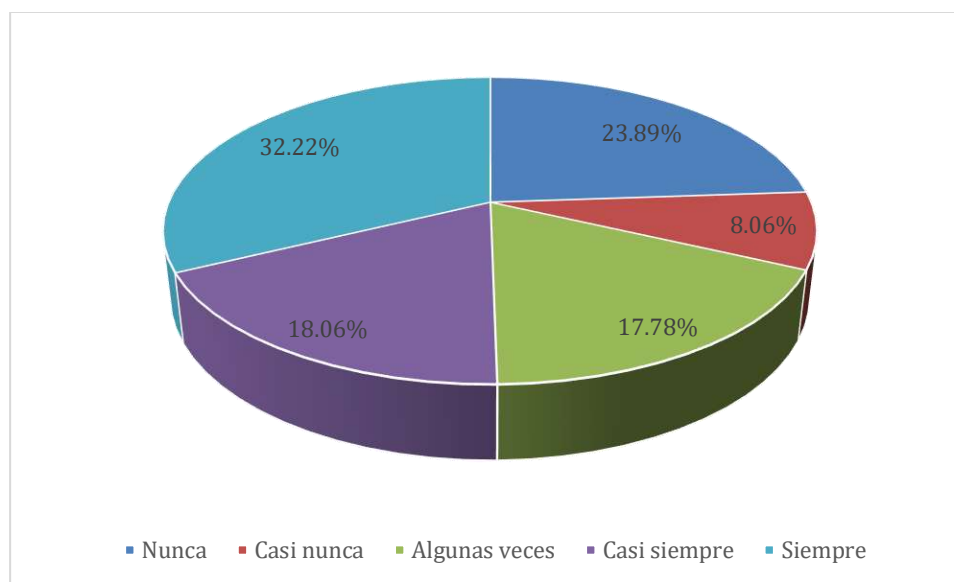
En la tabla 1 se exponen los resultados de la dimensión estrategias de planeación financiera, dividida en cada uno de sus indicadores. Observamos los siguientes resultados: el 20,33% de los encuestados opinaron que nunca, el 22,31% casi nunca, el 26,03% algunas veces, el 14,22% casi siempre y el 17,11% siempre, resultados que nos indican que los contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar no diseñan o implementan en la mayor parte de los casos, estrategias de planeación financiera para ejercer sus actividades.

Al respecto Gitman, L. (2012, pág. 117), afirma que “La planeación financiera es un aspecto importante de las operaciones de la empresa porque brinda rutas que guían, coordinan y controlan las acciones de la empresa para lograr sus objetivos”. teniendo en cuenta la definición anterior, los resultados de esta dimensión de estudio demuestra una falta de planeación financiera dentro de las empresas objeto de estudio, considerando que las alternativas nunca, casi nunca y algunas veces suman un porcentaje de 68,67% en conjunto, resultados que contrastan con lo expuesto por Jiménez *et al.* (2013), quienes consideran que se debe estructurar un plan financiero identificando las necesidades, con objetivos concretos, alcanzables y medibles.

Tabla 5. Dimensión: Fuentes de financiamiento

Alternativas	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Indicadores	%	%	%	%	%
Préstamos bancarios	6,67%	6,67%	26,67%	24,44%	35,56%
Emisión de títulos	74,44%	7,78%	15,56%	2,22%	0,00%
Venta de activos	14,44%	17,78%	15,56%	22,22%	30,00%
Capital propio	0,00%	0,00%	13,33%	23,33%	63,33%
Media aritmética	23,89%	8,06%	17,78%	18,06%	32,22%

Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

Gráfico 3. Dimensión: Fuentes de financiamiento

Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

En la tabla 2 se muestran los resultados de la dimensión fuentes de financiamiento, dividida en cada uno de sus indicadores. Se aprecian los siguientes resultados: el 23,89% de los encuestados opinaron que nunca, el 8,06% casi nunca, el 17,78% algunas veces, el 18,06% casi siempre y el 32,22% siempre, los cuales nos permiten observar como la mayor parte utiliza el capital propio como fuente de financiamiento, por el contrario de lo

que es la emisión de títulos como una forma de financiar sus actividades, la cual es muy poca.

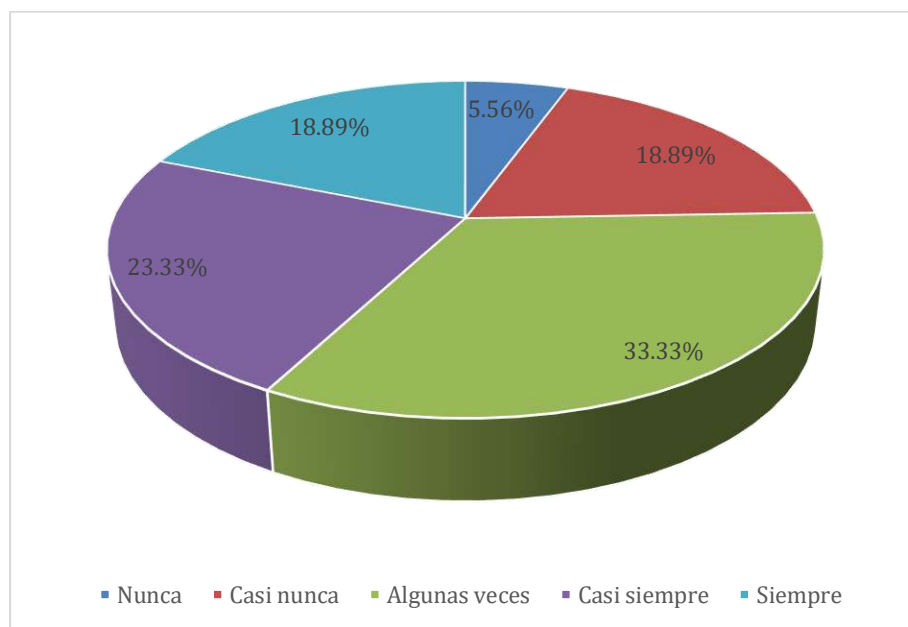
Con relación a esta dimensión, los autores Kong y Moreno (2014) dicen que el financiamiento es un concepto que cada vez toma mayor apogeo y que ha sido ampliamente analizado, pero básicamente destaca en una sola idea, que consiste en abastecerse de recursos financieros, de cualquier forma, permitiéndole al pequeño empresario conseguir el capital necesario para llevar a cabo sus operaciones y así mejorar la situación de su negocio. Los resultados de esta dimensión van en concordancia con la teoría, pues los encuestados son PYMES del sector lácteo en el departamento del Cesar que buscan abastecerse de recursos de las diferentes fuentes de financiamiento que tienen a su alcance, dejando en claro que su principal fuente es el capital propio y la casi nula emisión de títulos.

Tabla 6. Dimensión: Estrategias de desarrollo local

Alternativas	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Indicadores	%	%	%	%	%
Generación de empleo	1,11%	5,56%	31,11%	30,00%	32,22%
Desarrollo de la infraestructura	10,00%	32,22%	35,56%	16,67%	5,56%
Media aritmética	5,56%	18,89%	33,33%	23,33%	18,89%

Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

Gráfico 4. Dimensión: Estrategias de desarrollo local



Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

En la tabla 3 se presentan los resultados de la dimensión estrategias de desarrollo local, dividida en cada uno de sus indicadores. Observamos los siguientes resultados: el 5,56% de los encuestados opinaron que nunca, el 18,89% casi nunca, el 33,33% algunas veces, el 23,33% casi siempre y el 18,89% siempre, resultados que nos indican que los contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar llevan a cabo estrategias de desarrollo local de manera irregular.

Al respecto Martínez *et al.* (2016) manifiestan que las estrategias de desarrollo local acontecen en un territorio determinado, que requieren generar un entorno económico y social favorable, permitiendo aprovechar los recursos endógenos, para lograr un impulso económico, que garantice el cambio y la transformación para el bien colectivo, es necesario la elaboración de instrumentos y políticas adecuadas para

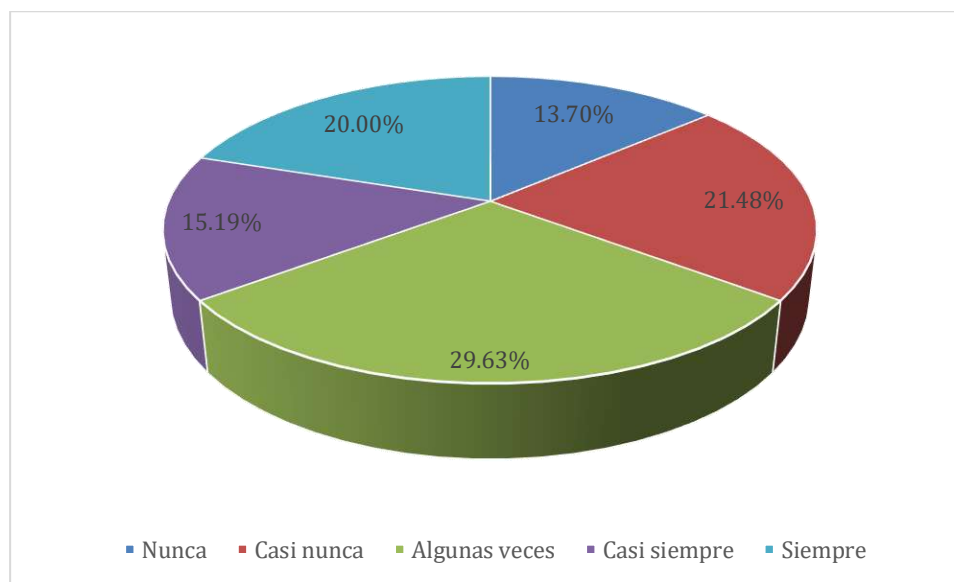
promover el desarrollo y potenciar el papel de los actores económicos y sociales. Los resultados obtenidos permiten inferir que hace falta tener un acercamiento mas regular entre las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar y su comunidad, teniendo en cuenta que la alternativa con mayor porcentaje de respuesta fue algunas veces, con un 33,33%.

Tabla 7. Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado

Alternativas	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Indicadores	%	%	%	%	%
Responsabilidad social	0,00%	18,89%	55,56%	15,56%	10,00%
Satisfacción del cliente	31,11%	31,11%	4,44%	5,56%	27,78%
Solidez financiera	10,00%	14,44%	28,89%	24,44%	22,22%
Media aritmética	13,70%	21,48%	29,63%	15,19%	20,00%

Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

Gráfico 5. Dimensión: Estrategias de posicionamiento en el mercado



Fuente: Bayona y Jiménez (2023)

En la tabla 4 se exponen los resultados de la dimensión estrategias de posicionamiento en el mercado, dividida en cada uno de sus indicadores. Apreciamos los siguientes resultados: el 13,70% de los encuestados opinaron que nunca, el 21,48% casi nunca, el 29,63% algunas veces, el 15,19% casi siempre y el 20% siempre, lo cual indica que los encuestados le dan muy poca importancia a aspectos como la satisfacción al cliente, indicador muy relevante a la hora de posicionarse en el mercado.

Dadas las condiciones que anteceden, los resultados de la dimensión se alejan de lo expuesto por Aaker (2014) quien expone que las empresas deben saber a dónde se dirigen según su plan de negocios y de marketing. Para posicionar una marca se necesitan objetivos a corto plazo, y definir lo que se va a comunicar, aumentar o reforzar en la promesa de la marca. Observando la tabla, se puede inferir que los encuestados no

tienen definido un plan u objetivos claros para posicionar a su empresa en el mercado, toda vez que los resultados están distribuidos irregularmente por todas las alternativas de respuesta.

Desde la óptica Espinosa (2015) el posicionamiento converge en un fin: que la empresa, la marca o el producto ocupen un lugar preponderante en la mente de los consumidores frente a los competidores, o lo que bien podría llamarse, crear una identidad positiva a la marca, que proyecte al mercado valores y atributos, explorar la esencia y espíritu de la personalidad de la marca para extraer sus atributos y valores y proyectarlos al consumidor. Esta definición es importante en el sentido que la imagen de la empresa es la carta de presentación a los clientes, y no tener definidas unas estrategias de posicionamiento claras, es motivo para que una empresa no logre el éxito financiero esperado.

CONCLUSIONES

A partir del análisis e interpretación de los resultados obtenidos, se hizo posible dar cumplimiento al objetivo general de la investigación, al analizar las estrategias financieras para el desarrollo local del sector lácteo en el departamento del Cesar, en función de los objetivos planteados, por lo que se procede a emitir las siguientes conclusiones:

Con relación al primer objetivo específico propuesto, se identificaron las estrategias de planeación financiera del Sector Lácteo en el departamento del Cesar, en donde se pudo apreciar que los contadores o jefes de contabilidad de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, presentan una deficiencia en cuanto a planificación financiera se refiere, en los cuales se nota una falta de diseño o implementación de tales estrategias, lo que hace muy difícil que se obtengan resultados financieramente esperados.

Respecto al segundo objetivo específico, se lograron describir las principales fuentes de financiamiento que utilizan las empresas del sector objeto de estudio, donde se pudo apreciar como los recursos propios son la principal fuente de financiamiento para llevar a cabo sus operaciones. Asimismo, se aprecia como las empresas no consideran la emisión de títulos como una alternativa de financiamiento, optando más bien por los préstamos bancarios como segunda opción al momento de financiarse.

Seguidamente, referente al tercer objetivo específico, se examinaron los factores de desarrollo local de las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, destacando que estas empresas contribuyen al desarrollo de su comunidad mediante la generación de empleo, pero resaltando que hace falta tener un acercamiento más uniforme hacia su entorno. De igual manera, a las empresas del sector objeto de estudio dejan ver que no implementan estrategias para mejorar la imagen de su marca en el mercado donde se sitúan, desperdiciando así oportunidades que ofrecen estas estrategias para fomentar el desarrollo de su empresa en el departamento del Cesar y generar una competitividad a nivel nacional.

Finalmente, en lo que se refiere al cuarto objetivo específico, se logró establecer el posicionamiento en el mercado que tiene el sector lácteo en el departamento del Cesar, destacando que es uno de los sectores de la economía más importantes en la región. Asimismo, se pudo evidenciar que las empresas que hacen parte de este sector no tienen metas u objetivos diseñados para que su marca se posicione de manera estratégica dentro del mercado, demostrando así que este indicador pasa a un segundo plano en su plan de actividades regular. Esta falta de objetivos hace que las empresas del sector lácteo no se den a conocer al mercado de manera óptima, desaprovechando las oportunidades que un buen plan de posicionamiento ofrece para el fortalecimiento de una marca.

RECOMENDACIONES

Luego del exhaustivo estudio de las variables que intervienen en el problema planteado y a través del conocimiento que ha generado el proceso de investigación, se hacen las siguientes recomendaciones para mejorar el desempeño de estas:

Diseñar un plan financiero claro y específico que sea el manual de guía en su accionar financiero a lo largo de cada año de operación. Con este plan, podrán definir los objetivos de corto y largo plazo que esperan conseguir y establecer las acciones que llevarán a cabo para conseguir dichos objetivos.

Definir metas financieras que expresen los resultados específicos que se esperan en relación con los objetivos financieros de la empresa; estas metas deben ser cuantificables y delimitadas dentro de un tiempo de consecución específico. Asimismo, deben ir acompañadas de indicadores que permitan a la organización medir el progreso hasta lograr la implementación del plan financiero.

Realizar un diagnóstico de manera periódica donde se evalúe la situación financiera de la empresa, con el fin de saber en qué condiciones se encuentra y el plan de acción que se debe seguir de acuerdo con los resultados del diagnóstico.

Diseñar estrategias financieras para garantizar el desarrollo de las operaciones y asegurar la operatividad, enfatizando estas estrategias en las decisiones sobre inversión

según la situación de la empresa, su estructura financiera, reparto de utilidades, capital de trabajo; esto es, administración de efectivo, inventarios, cuentas por cobrar y pasivos a corto plazo.

Elaborar presupuestos necesarios para llevar a cabo las estrategias diseñadas, acordes con la situación y las capacidades presentes y futuras de la empresa. Se debe tener en cuenta las metas financieras y no financieras que serán necesarias para el alcance de los objetivos.

Precisar con mayor detalle los objetivos financieros relacionados con las decisiones de inversión y financiamiento; estableciendo la cantidad de recursos financieros destinados a respaldar el desarrollo y expansión de las operaciones. Asimismo, seleccionar las diferentes fuentes de financiamiento para obtener los recursos necesarios para la inversión.

Definir los recursos propios y externos que se utilizarán al momento de seleccionar las fuentes de financiamiento que utilizarán, estableciendo montos máximos de cada fuente para el desarrollo de las actividades.

Llevar a cabo campañas de marketing y publicidad con el fin de llegar a comunidades y clientes potenciales, utilizando los medios que se tengan a disposición.

Diseñar un plan estratégico de posicionamiento en el mercado con objetivos a corto plazo, con el fin de lograr impactar de manera positiva en el mercado y fortalecer la estructura financiera de la empresa.

Realizar un diagnóstico externo donde se evalúe el ambiente económico, político, social, cultural, tecnológico y competitivo, entre otros, aspectos relevantes a la hora de ejecutar los planes y diseñar los presupuestos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. (2014). Las Marcas según Aaker. Barcelona, España: Ediciones Urano S.a.
- Aguilar, K., y Cano, N. (2017). Fuentes de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las Mypes de la provincia de Huancayo.
- Álvarez Riascos, K. T. (2015). Desarrollo local como herramienta de postconflicto en Colombia.
- Álvarez, M. (septiembre de 2010). Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa. Obtenido de Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa: [http://www.spentamexico.org/v3-n2/3\(2\)%2065-104.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n2/3(2)%2065-104.pdf)
- Angulo Sánchez, L. (2016). La gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 8 (4). pp. 54-57. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (6ª Edición). Caracas: Editorial Episteme.
- Arostegui, Á. A. (2013). Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Económicas).
- Ávila, N., Díaz, R. y Domínguez, T. (2013) estrategias financieras para minimizar el riesgo de liquidez en las empresas dedicadas a la fabricación y venta de artículos de limpieza (Tesis de licenciatura) Universidad de El Salvador, Centro
- Barchini, G. (2006). Métodos "I + D" de la Informática. Elsa Cientific, 20.

- Barrio Fraile, E. (2016). La gestión de la responsabilidad social corporativa el caso Unilever España (Tesis doctoral) Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Bohórquez, N., López, A., & Castañeda, L. (2018). Fuentes de financiamiento para PYMES y su incidencia en la toma de decisiones. Observatorio de la Economía Latinoamericana.
- Bustamante, M. (2011). El Alimentador Solar, Un Proyecto Hacia La Sostenibilidad. Trabajo de Grado de Maestría en Administración. Universidad Iberoamericana. México.
- Bustos Castro, P. (2017). Caracterización de la utilización de fuentes de financiamiento en Pymes apoyadas por CDN-SERCOTEC.
- Campoverde, C. M. (2014). Eficiencia del proceso de emisión de títulos-valores en el mercado de valores de Guayaquil. *Alternativas*, 15(3), 75-82.
- Cárdenas, J., Escalante, C., e Higuera, A. (2010). Marco institucional de la competitividad en Colombia. Seminario Competitividad e instituciones en Colombia: balance y desafíos en áreas estratégicas. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Chedraui, L. (2017). El poder del posicionamiento. Caso Nirsa. *Innova research journal*, 2(10.1), 36-41.
- Clive, Hamilton. (2006). El Fetiche del Crecimiento. Colección Libros Abiertos. Pamplona. España.
- Cristóbal, L., y Bernachea E. (2018). El empleo informal y su influencia en el producto interno bruto en el Perú 2010-2017. (tesis de pregrado) Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco.
- DANE (2012). Dane.gov (s.f). Cuentas nacionales utilización a corrientes. Colombia.
- DANE (2014). Censo Nacional Agropecuario. Colombia.

- Diez, L. y López, J. (2001). Dirección financiera: planificación, gestión y control. Madrid: Prentice Hall.
- Espinosa, R. (2015). Estrategias de marketing. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- Flórez, E. (octubre de 2013). Propiedad, Planta y Equipo, propiedades de Inversión y leasing. Guía explicativa sobre Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF. Bogotá, Colombia: ACTUALICESE.
- García, F. N. (2012). Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. ESIC editorial.
- González de J. R. (2009). Crecimiento económico. Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Disponible en <http://www.eumed.net/libros->
- González, Z. (2016) Estrategias de financiamiento de las empresas mayoristas del sector ferretero del Estado Zulia (Tesis de maestría) Universidad del Zulia, Maracaibo-Zulia.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª Edición). México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A
- Herrera, H. M. (2011). Responsabilidad social y ética empresarial. Ecoe Ediciones.
- Jaramillo, A. P., Neita Pérez, J. P., Pirazan, P., Patricia, S., y Villarraga Torres, C. D. (2017). Análisis de caso de estrategias financieras de las tiendas de descuento Duro D1, Justo y Bueno y Ara en Colombia.
- Jiménez, J. Rojas, F., y Ospina, H. (2013). La planeación financiera: un modelo de gestión en las mipymes. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 13(1), 137-150.

- Kaplan, D., Lederman, D., y Robertson, R. (2011). Employment and Wage Responses to Trade Shocks: Evidence from Mexico during the 2008-09 U.S. Recession. *Journal of Economic Literature*.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (2da ed.). McGraw-Hill.
- Kong, J., Quilcate, Moreno, J. (2014). Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José, Lambayeque en el periodo 2010-2012.
- Lacouture, M. C. (2016-2017). En la gran encuesta Pyme. Informe de resultados. Segundo trimestre 2017. Ministerio de Comercio. Colombia.
- Leaño Jaimes, J. A. (2017). *Las Mipymes en el marco del desarrollo local de Bucaramanga y su Área Metropolitana* (Doctoral dissertation, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación).
- Leyva, G. (2018). Indicadores de desempeño empresarial para mediar la calidad de las estrategias financieras. *Artículo Cofín Habana*. 12 N° 1. 57-75. Universidad de la Habana. Cuba.
- Lozada, B. (2011). *La gestión estratégica del desarrollo local. Propuesta de procedimiento para el Municipio Majibacoa* (Tesis doctoral). Universidad de las Tunas, Majibacoa.
- Lopera, J; Vélez, V y Ocampo, L. (2017) *Alternativas de financiamiento para MiPymes en Colombia*. *Revista virtual de estudiantes de contaduría pública*. Universidad de Antioquia. Colombia.

- Martínez Pérez, Y., Machado Trelles, Y., & Díaz Machado, K. (2016). Estrategias de desarrollo local en el contexto territorial de la provincia de Cienfuegos. *Revista Conrado [seriada en línea]*, 12 (56), pp. 103-111
- Mayorga, J. Z. (2015). Modelo alternativo de financiamiento para Pymes. *Mercado de Valores. 4to simposio internacional de investigación en ciencias económicas, administrativas y contables-sociedad y desarrollo*. Bogotá.
- Mballa, Louis V. (2017). Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales: un acercamiento teórico conceptual. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*.
- Mballa, Louis V. (2015) "Public policies as a government challenge to fight against poverty in San Luis Potosí" *ge-International Journal of Management Research (ge-ijmr)*.
- Medina, R, G. (2012). Caso colombiano de las Pymes y su incidencia en la economía. Artículo de reflexión. *Estrategia organizacional*. Colombia.
- Mejías, A., y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería industrial*, 32(1), 43-47.
- Moreno, F. (3 de abril de 2013). Análisis fundamental de las acciones de las empresas en la Bolsa de Valores de Quito, relacionándolas con la creación y mantención de empleo durante el periodo 2006-2011. Tesis de Grado. Quito: ESPE
- NAMAKFOROOSH, Mohammad Naghi. (2005). *Metodología de la Investigación*. Editorial Limusa. 2da. Ed. México. 528.
- Navarrete Sulbaran, A. M. (2017). Estrategias financieras para la toma de decisiones en las PyMES del sector textil (Master's thesis).

- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches (7th Ed.). Pearson.
- OECD/FAO (2021), OECD-FAO Agricultural Outlook 2021-2030, FAO, Rome/OECD Publishing, Paris.
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). LABORSTA INTERNET. Obtenido de Main Statistics - Economically Active Population: <http://laborsta.ilo.org/applv8/data/c1e.html>
- Parella Santa y Martins Feliberto (2012). Metodología de la Investigación Cuantitativo. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela.
- Pelaes León, O. C. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos.
- Peñaloza Rosillo, M. D. R. (2016). El registro y valoración del activo fijo y su impacto financiero en la corporación nacional de electricidad de El Oro, años 2013-2015 (Master's thesis, Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Porter, M. E. (1985). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial CECSA.
- Quintero, R. J. (2018). Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad. Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Ciencias Económicas. Especialización en gestión del desarrollo administrativo. Bogotá.
- Rodríguez, E. (2015). Estrategias financieras para el control del capital de trabajo de las Empresas del Sector Metalmeccánico del Estado Aragua (Master's thesis). Universidad de Carabobo, La Morita.

- Ruiz Ambrosi, J. V. (2016). Estrategias financieras y su efecto en la rentabilidad a corto plazo de la empresa internegocios de hierro SA, cantón Quevedo, Año 2015 (Bachelor's thesis, Quevedo: UTEQ). Universidad técnica estatal de Quevedo.
- Salas, Tarcisio (2012). Análisis y Diagnóstico Financiero: Enfoque Integral. (1ed) Ediciones el Roble del Atlántico.
- Sánchez, S.A. (2012). Estrategias Financieras. Disponible: <http://es.scribd.com/doc/95810962/ESTRATEGIAS-FINANCIERAS#scribd>.
- Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M., Cook, S.W.; Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales, Madrid, Ediciones Rialp, 1976, pág. 430.
- Tinoco, A. (2015). Estructuras de capital de las pymes ecuatorianas: Variación de la rentabilidad en función de las fuentes de financiamiento, caso de las medianas empresas societarias de Ecuador (MESE) periodo 2000 a 2012 CIU G46: Comercio al por mayor excepto de vehículos automotores y motocicletas (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Loja
- Velazco, C. (2013) Estrategias de financiamiento de la pequeña y mediana empresa comercial de suministros industriales del Municipio Maracaibo (Tesis de Maestría) Universidad del Zulia, Maracaibo- Zulia.

ANEXOS

Anexo 1

Instrumento de recolección de datos

(Cuestionario)

Estimado encuestado:

El presente instrumento tiene como objetivo recopilar información sobre las estrategias financieras implementadas por las empresas del sector lácteo en el departamento del Cesar, así como sus efectos en el desarrollo de las comunidades locales. A través de sus respuestas, podremos comprender mejor los desafíos y oportunidades que enfrenta este sector en el departamento del Cesar y, a su vez, identificar posibles acciones para impulsar su progreso y bienestar.

El cuestionario consta de preguntas sobre estrategias financieras utilizadas por los actores del sector lácteo, así como su percepción acerca del desarrollo local y la relevancia de estas estrategias para fomentar un crecimiento sólido y equitativo.

Queremos enfatizar que sus respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad y solo se utilizarán con fines estrictamente académicos y de investigación. No existe respuesta correcta o incorrecta, y todas las opiniones son valiosas para alcanzar una visión completa y objetiva.

De antemano muchas gracias por su participación.

Ítem	Preguntas	Alternativas de respuesta				
		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1.	Realiza inversiones periódicamente para mejorar sus procesos productivos en aras de aumentar su eficiencia.					
2.	Destina recursos financieros para expandir su capacidad de producción con el propósito de satisfacer la demanda del mercado.					
3.	Evalúa el retorno de la inversión (ROI) de sus proyectos antes de llevarlos a cabo.					
4.	Busca un equilibrio óptimo entre la deuda y los recursos propios para su financiamiento.					
5.	Tiene una política clara de endeudamiento que establece el monto máximo de deuda permitida.					
6.	Analiza de manera constante sus costos financieros para optimizar el uso de recursos.					
7.	Busca mantener un equilibrio entre el reparto-retención de utilidades para asegurar el crecimiento sostenible de la empresa.					
8.	Realiza proyecciones financieras antes de decidir el monto de utilidades que se retendrá para futuras inversiones.					
9.	Destina un porcentaje de sus utilidades a la retención para reinvertir en el crecimiento de la empresa.					
10.	Utiliza técnicas de administración del inventario para reducir costos con el fin de mejorar la rotación de inventarios.					
11.	Utiliza estrategias de gestión de cuentas por cobrar para acelerar el ciclo de cobranza con el propósito de mejorar la liquidez.					
12.	Busca mantener un nivel óptimo de cuentas por pagar para evitar problemas de flujo de efectivo.					
13.	Utiliza técnicas de gestión de cobranzas/pagos para optimizar el periodo promedio de cuentas por cobrar/pagar.					
14.	Implementa políticas de administración del efectivo para reducir el riesgo de falta de liquidez.					

15.	Considera la gestión del efectivo como una estrategia fundamental para su estabilidad financiera.					
16.	Considera prudente la utilización de líneas de créditos como fuente de financiamiento.					
17.	Utiliza préstamos bancarios como una herramienta para mantener la estabilidad financiera en épocas de fluctuaciones económicas.					
18.	Realiza un análisis de capacidad de pago antes de solicitar un préstamo bancario para asegurar su capacidad de cumplir con las obligaciones financieras.					
19.	Considera la emisión de títulos como una estrategia para mejorar su capacidad de endeudamiento, asegurando acceso a recursos financieros.					
20.	Utiliza la emisión de títulos como una herramienta para obtener financiamiento a largo plazo.					
21.	Considera que la emisión de títulos valores es una opción viable para financiar planes de crecimiento-desarrollo.					
22.	Vende activos con el objetivo de reducir su endeudamiento en busca de mejorar su situación financiera.					
23.	Considera la venta de activos como una opción para enfrentar situaciones de crisis financieras.					
24.	Busca maximizar el valor de los activos en venta para obtener el mayor beneficio financiero.					
25.	Considera el uso de recursos propios como una estrategia para fortalecer su posición financiera con el propósito de reducir la dependencia de financiamiento externo.					
26.	Busca mantener un equilibrio entre el uso de recursos propios y el endeudamiento para financiar sus operaciones.					
27.	Considera la reinversión de utilidades como una estrategia para el financiamiento.					
28.	Considera que la generación de empleo en su comunidad es una parte fundamental de su responsabilidad social corporativa.					
29.	Realiza actividades de capacitación-formación de la fuerza laboral, para mejorar sus competencias.					

30.	Considera que las políticas de contratación de su empresa benefician a las personas de su comunidad.					
31.	Realiza inversiones en maquinaria moderna con el fin de mejorar la calidad de sus productos.					
32.	Prioriza la modernización de su equipamiento como una manera de impulsar la competitividad dentro de su sector económico.					
33.	Realiza mejoras en infraestructura con el objetivo de reducir el impacto ambiental producto de sus operaciones.					
34.	Participa en campañas que aborden desafíos sociales específicos de su comunidad.					
35.	Realiza colaboraciones con organizaciones locales como parte de su compromiso con el desarrollo local.					
36.	Busca reducir su huella ambiental, promoviendo prácticas sostenibles en el desarrollo de sus operaciones.					
37.	Realiza inversiones en investigación y/o desarrollo para crear nuevos productos en aras de satisfacer la demanda del mercado.					
38.	Lleva a cabo campañas de marketing para promover sus productos en el mercado.					
39.	Valora las opiniones de sus clientes, tomando medidas concretas para abordar sus inquietudes con el objetivo de resolver sus problemas.					
40.	Realiza análisis periódicos de su situación financiera para tomar medidas proactivas con el fin de fortalecer su posición en el sector					
41.	Busca diversificar sus fuentes de ingresos como una manera de aumentar su solidez.					
42.	Establece estrategias para tolerar las dificultades financieras donde le permita cubrir sus costos operativos.					

Anexo 2

Validación del instrumento

Juicio de expertos

Valledupar, agosto de 2023

Señores
Profesor. Validador

Estimado experto

Me dirijo a usted con el fin de solicitarle su valiosa colaboración en la revisión del instrumento que se anexa, con el objeto de determinar la validez de este, por cuanto es necesario en la investigación: **ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL SECTOR LÁCTEO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR**, para optar al título de contaduría pública.

Es importante destacar, que para dicha validación se tomen en cuenta los siguientes parámetros:

1. Pertinencia de los ítems con los objetivos.
2. Pertinencia con la variable.
3. Pertinencia con la dimensión.
4. Pertinencia de los ítems con los indicadores.
5. Redacción y ortografía.

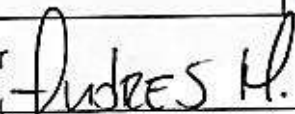
Agradeciendo su colaboración, queda de usted.

Atentamente,
Mauricio Jiménez Romero; Yerlis María Bayona Quintana

Omar de Ávila Pacheco

El instrumento es validado	
Validado	No Validado
Firma del validador 	Fecha: 22/08/23

Andrés Montaña Quintero

El instrumento es validado	
Validado	No Validado
Firma del validador 	Fecha: 22/08/23

Roger Cervantes Ardila

El instrumento es validado	
Validado	No Validado
X	
Firma del validador 	Fecha: agosto 22 de 2023

Anexo 3

Resultados de aplicación del instrumento

PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPR	A VECE	CASI NUNC	NUNCA	TOTAL
1. Realiza inversiones periódicamente para mejorar sus procesos productivos en aras de aumentar su eficiencia.	0	0	10	8	12	30
2. Destina recursos financieros para expandir su capacidad de producción con el propósito de satisfacer la demanda del mercado.	1	2	15	9	3	30
3. Evalúa el retorno de la inversión (ROI) de sus proyectos antes de llevarlos a cabo.	16	13	1	0	0	30
4. Busca un equilibrio óptimo entre la deuda y los recursos propios para su financiamiento.	18	10	1	1	0	30
5. Tiene una política clara de endeudamiento que establece el monto máximo de deuda permitida.	0	0	6	14	10	30
6. Analiza de manera constante sus costos financieros para optimizar el uso de recursos.	0	6	6	9	9	30
7. Busca mantener un equilibrio entre el reparto-retención de utilidades para asegurar el crecimiento sostenible de la empresa.	1	5	9	7	8	30
8. Realiza proyecciones financieras antes de decidir el monto de utilidades que se retendrá para futuras inversiones.	0	3	6	9	12	30
9. Destina un porcentaje de sus utilidades a la retención para reinvertir en el crecimiento de la empresa.	0	0	18	8	4	30
10. Utiliza técnicas de administración del inventario para reducir costos con el fin de mejorar la rotación de inventarios.	0	3	8	11	8	30
11. Utiliza estrategias de gestión de cuentas por cobrar para acelerar el ciclo de cobranza con el propósito de mejorar la liquidez.	0	0	14	8	8	30
12. Busca mantener un nivel óptimo de cuentas por pagar para evitar problemas de flujo de efectivo.	18	7	5	0	0	30
13. Utiliza técnicas de gestión de cobranzas para optimizar el período promedio de cuentas por cobrar.	0	4	12	7	7	30
14. Implementa políticas de administración del efectivo para reducir el riesgo de falta de liquidez.	1	3	7	8	11	30
15. Considera la gestión del efectivo como una estrategia fundamental para su estabilidad financiera.	22	8	0	0	0	30
16. Considera prudente la utilización de líneas de créditos como fuente de financiamiento.	17	9	4	0	0	30
17. Utiliza préstamos bancarios como una herramienta para mantener la estabilidad financiera en épocas de fluctuaciones económicas.	0	5	13	6	6	30
18. Realiza un análisis de capacidad de pago antes de solicitar un préstamo bancario para asegurar su capacidad de cumplir con las obligaciones.	15	8	7	0	0	30
19. Considera la emisión de títulos como una estrategia para mejorar su capacidad de endeudamiento, asegurando acceso a recursos financieros.	0	0	3	1	26	30
20. Utiliza la emisión de títulos como una herramienta para obtener financiamiento a largo plazo.	0	0	0	0	30	30
21. Considera que la emisión de títulos valores es una opción viable para financiar planes de crecimiento-desarrollo.	0	2	11	6	11	30
22. vende activos con el objetivo de reducir su endeudamiento en busca de mejorar su situación financiera.	0	2	9	10	9	30
23. Considera la venta de activos como una opción para enfrentar situaciones de crisis financieras.	8	8	4	6	4	30
24. Busca maximizar el valor de los activos en venta para obtener el mayor beneficio financiero.	19	10	1	0	0	30
25. Considera el uso de recursos propios como una estrategia para fortalecer su posición financiera con el propósito de reducir la dependencia.	12	8	10	0	0	30
26. Busca mantener un equilibrio entre el uso de recursos propios y el endeudamiento para financiar sus operaciones.	25	5	0	0	0	30
27. Considera la reinversión de utilidades como una estrategia para el financiamiento.	20	8	2	0	0	30
28. Considera que la generación de empleo en su comunidad es una parte fundamental de su responsabilidad social corporativa.	15	11	4	0	0	30
29. Realiza actividades de capacitación-formación de la fuerza laboral, para mejorar sus competencias.	2	4	18	5	1	30
30. Considera que las políticas de contratación de su empresa benefician a las personas de su comunidad.	12	12	6	0	0	30
31. Realiza inversiones en maquinaria moderna con el fin de mejorar la calidad de sus productos.	2	3	9	12	4	30
32. Prioriza la modernización de su equipamiento como una manera de impulsar la competitividad dentro de su sector económico.	3	12	9	6	0	30
33. Realiza mejoras en infraestructura con el objetivo de reducir el impacto ambiental producto de sus operaciones.	0	0	14	11	5	30
34. Participa en campañas que aborden desafíos sociales específicos de su comunidad.	0	0	21	9	0	30
35. Realiza colaboraciones con organizaciones locales como parte de su compromiso con el desarrollo local.	0	0	22	8	0	30
36. Busca reducir su huella ambiental, promoviendo prácticas sostenibles en el desarrollo de sus operaciones.	9	14	7	0	0	30
37. Realiza inversiones en investigación y/o desarrollo para crear nuevos productos en aras de satisfacer la demanda del mercado.	0	0	0	14	16	30
38. Lleva a cabo campañas de marketing para promover sus productos en el mercado.	0	0	4	14	12	30
39. Valora las opiniones de sus clientes, tomando medidas concretas para abordar sus inquietudes con el objetivo de resolver sus problemas.	25	5	0	0	0	30
40. Realiza análisis periódicos de su situación financiera para tomar medidas proactivas con el fin de fortalecer su posición en el sector.	2	0	8	11	9	30
41. Busca diversificar sus fuentes de ingresos como una manera de aumentar su solidez.	12	13	5	0	0	30
42. Establece estrategias para tolerar las dificultades financieras donde le permita cubrir sus costos operativos.	6	9	13	2	0	30

Anexo 4

Resultados de la confiabilidad del instrumento

Coeficiente de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

En donde:

K es el número de ítems del cuestionario.

S_i^2 es la varianza del ítem i .

S_T^2 es la varianza de los valores totales obs

$$\begin{aligned} K &= 42 \\ S_i^2 &= 31,52 \\ S_T^2 &= 486,76 \end{aligned}$$

$$\alpha = 0,95805616$$