

**Emprendimiento social de pymes en el subsector de restaurantes, en la localidad de Chapinero, y su impacto por la alta mortalidad en sus primeros años de vida**

José Indalecio Rodríguez Cuncanchún

Director:

Edgar Romero Herrera

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios - ECACEN

Maestría en Administración de Organizaciones

Octubre 2022

## Tabla de Contenido

<b>Resumen.....</b>	<b>10</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>12</b>
<b>Prólogo.....</b>	<b>14</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>16</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>18</b>
<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>18</b>
<b>Título del Tema.....</b>	<b>19</b>
<b>Antecedentes del Problema .....</b>	<b>21</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>23</b>
<b>Formulación del Problema.....</b>	<b>26</b>
<b>Metodología de la Investigación .....</b>	<b>30</b>
<b>Hipótesis.....</b>	<b>32</b>
<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>34</b>
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>38</b>
<b>Emprendimiento Social .....</b>	<b>38</b>
<b>La Pyme en General.....</b>	<b>39</b>
<b>Perdurabilidad .....</b>	<b>40</b>
<b>Sostenibilidad .....</b>	<b>41</b>
<b>Normatividad de Pymes en Colombia.....</b>	<b>43</b>

<b>Leyes, Resoluciones, Decisiones, Decretos y Circulares Para Pymes .....</b>	<b>43</b>
<i>Impuestos nacionales</i> .....	43
<i>Impuestos locales</i> .....	44
<i>Resoluciones</i> .....	44
<i>Decisiones</i> .....	45
<i>Circulares</i> .....	45
<i>Leyes</i> .....	46
<b>Políticas de Apoyo a las Pymes .....</b>	<b>47</b>
<b>Políticas de Apoyo a las Pymes CONPES, (Mincomercio, 2022d).....</b>	<b>51</b>
<b>Programas de Apoyo del Gobierno .....</b>	<b>51</b>
<b>Sistemas de Apoyo a las Pymes en Colombia .....</b>	<b>54</b>
<b>Políticas de Apoyo a las Pymes CONPES .....</b>	<b>55</b>
<b>Incentivos no Monetarios del Gobierno.....</b>	<b>55</b>
<b>Incentivos no Monetarios del Gobierno.....</b>	<b>56</b>
<b>Programa del MinTIC Para Apoyar a la Pyme Colombiana.....</b>	<b>58</b>
<b>Programas de Centro de Desarrollo Empresarial – CDE Small Business</b>	
<b>Development Centers – SBDC .....</b>	<b>58</b>
<b>Sector Servicios en Bogotá .....</b>	<b>60</b>
<b>Sector de Alimentos.....</b>	<b>62</b>
<b>Subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero.....</b>	<b>64</b>
<b>Definición y Clasificación Tipos de Emprendimiento .....</b>	<b>65</b>

<b>Emprendimiento Tradicional.....</b>	<b>66</b>
<b>Emprendimiento Innovador .....</b>	<b>67</b>
<b>Emprendimiento Comercial.....</b>	<b>69</b>
<b>Emprendimiento en Servicios .....</b>	<b>70</b>
<b>Emprendimiento Tecnológico .....</b>	<b>73</b>
<b>Emprendimiento Interno.....</b>	<b>74</b>
<b>Tipos de Emprendedores.....</b>	<b>77</b>
<b>Impacto del Tipo de Emprendimiento Dentro del Desarrollo de Organizaciones</b>	
<b>Perdurables.....</b>	<b>78</b>
<b>Modelos de Emprendimiento .....</b>	<b>80</b>
<b>Modelo de Negocios CANVAS .....</b>	<b>80</b>
<b>Modelo Timmons.....</b>	<b>81</b>
<b>Modelo Isun .....</b>	<b>81</b>
<b>Modelo GEM.....</b>	<b>81</b>
<b>Modelo de Negocio de Cola Larga.....</b>	<b>81</b>
<b>Plataformas Multilaterales.....</b>	<b>83</b>
<b>Modelo de Negocio Freemium .....</b>	<b>83</b>
<b>Cabo y Anzuelo o de los Productos Atados.....</b>	<b>83</b>
<b>Modelo de Negocio de Afiliación.....</b>	<b>83</b>
<b>Modelo de Negocio de Suscripción .....</b>	<b>83</b>

<b>Modelo de Negocio de Franquicia o Licencia.....</b>	<b>84</b>
<b>Impacto de los Modelos de Emprendimiento Dentro del Desarrollo de</b>	
<b>Organizaciones Perdurables en el Sector Servicios en Bogotá .....</b>	<b>85</b>
<b>Alta Tasa de Mortalidad de Pyme en Bogotá .....</b>	<b>87</b>
<b>Exportaciones .....</b>	<b>88</b>
<b>Clasificación de Pymes en el Subsector de Restaurantes de la Localidad de</b>	
<b>Chapinero.....</b>	<b>94</b>
<b>Restaurantes Corrientes de Menú Variable (RCMV) .....</b>	<b>99</b>
<i>Restaurante corriente de menú fijo (RCMF).....</i>	<i>100</i>
<i>Restaurante de comida rápida (RCR) .....</i>	<i>102</i>
<i>Restaurante temático (RT).....</i>	<i>103</i>
<i>Restaurante tipo lujo (RL) .....</i>	<i>104</i>
<i>Restaurante tipo buffet.....</i>	<i>105</i>
<i>Restaurante de hoteles (RH).....</i>	<i>106</i>
<b>Causas de la Alta mortalidad de Pymes en el Subsector de Restaurantes en la</b>	
<b>Localidad de Chapinero .....</b>	<b>108</b>
<b>Factores de la Alta mortalidad de Pymes en el Subsector de Restaurantes en la</b>	
<b>Localidad de Chapinero .....</b>	<b>116</b>
<b>Impacto de la Alta Mortalidad de Pymes en Subsector de Restaurantes en la</b>	
<b>Localidad de Chapinero .....</b>	<b>122</b>
<b>Acciones de Fortalecimiento a las Pymes en el Subsector de Servicios Elegido.....</b>	<b>124</b>

<b>Lecciones Aprendidas .....</b>	<b>131</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>134</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>140</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1.	<i>Tabla de Impuestos Nacionales</i> .....	43
Tabla 2.	<i>Impuestos locales</i> .....	44
Tabla 3.	<i>Resoluciones en la Creación de Pymes</i> .....	44
Tabla 4.	<i>Decisiones en la Creación de Pymes</i> .....	45
Tabla 5.	<i>Circulares en la Creación de Pymes</i> .....	45
Tabla 6.	<i>Leyes, Para Pyme</i> .....	46
Tabla 7.	<i>Políticas de Apoyo a las Pymes</i> .....	51
Tabla 8.	<i>Comportamiento Empresarial Bogotá</i> .....	52
Tabla 9.	<i>Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021</i> .....	53
Tabla 10.	<i>Políticas de Apoyo Para Pymes</i> .....	55
Tabla 11.	<i>Incentivos no Monetarios del Gobierno</i> .....	56
Tabla 12.	<i>Sector Servicios en Colombia</i> .....	61
Tabla 13.	<i>Ingresos Sector Servicios 2021</i> .....	62
Tabla 14.	<i>Tipos de Emprendedores</i> .....	77
Tabla 15.	<i>Total, Ventas Bogotá 2021 Desempeño de las Empresas CCB</i> .....	87
Tabla 16.	<i>Exportaciones de Empresas Bogotá 2021</i> .....	88
Tabla 17.	<i>Total, Empresas Bogotá Consolidado</i> .....	89
Tabla 18.	<i>Motivos Para no Exportar Consolidado Bogotá 2021</i> .....	90

<b>Tabla 19.</b>	<b><i>Aumento de Precios al Productor e Inflación Bogotá.....</i></b>	<b>91</b>
<b>Tabla 20.</b>	<b><i>Principales Causas de la Alta Mortalidad de Pymes en Bogotá.....</i></b>	<b>92</b>
<b>Tabla 21.</b>	<b><i>Total, Empresas Nuevas Bogotá Consolidado 2021 .....</i></b>	<b>94</b>
<b>Tabla 22.</b>	<b><i>Localidades con Mayor Crecimiento de Pymes 2021 .....</i></b>	<b>94</b>
<b>Tabla 23.</b>	<b><i>Localidades con Mayor Participación de Empresas Activas 2021.....</i></b>	<b>95</b>
<b>Tabla 24.</b>	<b><i>Variación de las Empresas Activas Entre 2010 y 2022 Localidad de Chapinero.....</i></b>	<b>95</b>



## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b>	<b><i>Políticas de Apoyo a Pymes CONPES 384 de 2007</i></b> .....	<b>47</b>
<b>Figura 2.</b>	<b><i>Políticas de Apoyo a Pymes CONPES 3527 de 2007</i></b> .....	<b>48</b>
<b>Figura 3.</b>	<b><i>Estrategias de Apoyo a Pymes CONPES</i></b> .....	<b>48</b>
<b>Figura 4.</b>	<b><i>Objetivos Específicos de Apoyo a Pymes CONPES 384 de 2007</i></b> .....	<b>49</b>
<b>Figura 5.</b>	<b><i>Política Nacional del Desarrollo Productivo (PDP)</i></b> .....	<b>50</b>
<b>Figura 6.</b>	<b><i>Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021</i></b> .....	<b>53</b>
<b>Figura 7.</b>	<b><i>Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021</i></b> .....	<b>53</b>
<b>Figura 8.</b>	<b><i>Sistemas de Apoyo a las Pymes en Colombia</i></b> .....	<b>54</b>
<b>Figura 9.</b>	<b><i>Ingresos Sector Servicios 2021</i></b> .....	<b>62</b>
<b>Figura 10.</b>	<b><i>Total, Ventas Bogotá 2021 Desempeño de las Empresas CCB</i></b> .....	<b>87</b>
<b>Figura 11.</b>	<b><i>Exportaciones de Empresas Bogotá</i></b> .....	<b>88</b>
<b>Figura 12.</b>	<b><i>Total, Empresas Consolidado Bogotá 2019 - 2020 - 2021</i></b> .....	<b>89</b>
<b>Figura 13.</b>	<b><i>Motivos Para no Exportar Total General Empresas Bogotá</i></b> .....	<b>90</b>
<b>Figura 14.</b>	<b><i>Aumento de Precios al Productor e Inflación Bogotá</i></b> .....	<b>91</b>
<b>Figura 15.</b>	<b><i>Principales Causas de la Alta Mortalidad de Pymes Bogotá</i></b> .....	<b>93</b>
<b>Figura 16.</b>	<b><i>Variación de Empresas Chapinero</i></b> .....	<b>96</b>

## Resumen

Esta investigación abordó el tema Emprendimiento Social de pymes en el subsector de restaurantes, en la localidad de Chapinero, y su impacto por la alta mortalidad en sus primeros años de vida, debido a recientes estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), entregados al gobierno nacional como resultados de la gestión y su valor emprendedor en el subsector de restaurantes, bajo la mirada de expertos a partir de lo conseguido en los últimos años la “Tasa de Actividad Emprendedora, (TEA)”(Calvete Graño, 2022), con resultados favorables de crecimiento, pero con una tasa de mortalidad que en términos porcentuales viene en aumento. El objetivo principal de la Monografía de Investigación fue de manera detallada analizar las causas y factores de la alta mortalidad de pymes en el subsector de restaurantes en la localidad de Chapinero. Se planteó una metodología de investigación descriptiva documental. “El desarrollo de la perspectiva teórica está fundamentado en la revisión documental” en el contexto comparativo local de este subsector, con enfoque cuantitativo, y estudios transversales con variables no controladas, del tema de investigación.

De acuerdo con la investigación realizada, se concluye que el fortalecimiento a las pymes en la última década ha venido en crecimiento exponencial, como indica la Tasa de Actividad Emprendedora en el subsector, se establece ejercer un mayor control en la gestión de la complejidad, considerar los servicios de apoyo financieros, operativos y estratégicos, enfatizando en la importancia de la coordinación y la información, teniendo en cuenta los indicadores de novedad de los productos y la transformación digital herramientas de alto valor para evaluar la evolución dinámica de la actividad emprendedora. Finalmente, fomentar la cultura emprendedora, y abandonar ideas de emprender como una opción de subsistencia, mejorar la percepción y actitud favorable hacia el emprendimiento, desde la participación de la academia, el

Gobierno, y el sector empresarial real, aumentar la aceptación sociocultural del emprendimiento y generar nuevos modelos de rol que motiven la generación de nuevos empresarios, para mejorar la sensibilidad frente a la incertidumbre.

***Palabras Clave:***

Emprendimiento, Perdurabilidad, Sostenibilidad, Mercado, Gestión, Políticas, Cultura.

### **Abstract**

This research addressed the issue of Social Entrepreneurship of SMEs in the restaurant subsector, in the Chapinero area, and its impact due to the high mortality in its first years of life, due to recent studies of GEM and EBO delivered to the national government as results of the management and its entrepreneurial value in the restaurant subsector, under the eyes of experts from what has been achieved in recent years of the TEA, with favorable results of growth, but with a mortality rate that in percentage terms is on the rise. The main objective of the research monograph was to analyze in detail the causes and factors of the high mortality of SMEs in the restaurant subsector in the Chapinero area. A descriptive and documentary research methodology was used. The development of the theoretical perspective is based on the documentary review in the local comparative context of this subsector, with a quantitative approach, and cross-sectional studies with uncontrolled variables, of the research topic.

According to the research conducted, it is concluded that the strengthening of SMEs in the last decade has been growing exponentially, as indicated by the Entrepreneurial Activity Rate in the subsector, it is established to exercise greater control in the management of complexity, consider the financial, operational and strategic support services, emphasizing the importance of coordination and information, taking into account the indicators of novelty of products and digital transformation high value tools to assess the dynamic evolution of entrepreneurial activity. Finally, to promote the entrepreneurial culture, and abandon ideas of entrepreneurship as a subsistence option, improve the perception and favorable attitude towards entrepreneurship, from the participation of academia, government, and the real business sector, increase the socio-cultural acceptance of entrepreneurship and generate new role models that motivate the generation of new entrepreneurs, to improve sensitivity to uncertainty.

**Key words:** Entrepreneurship, Perdurability, Sustainability, Market, Management, Policies, Culture.

## Prólogo

A lo largo de la “Maestría en Administración de Organizaciones” (MAO), siempre el ideal de finalizarla es emprender desde diferentes campos profesionales, pero no sin antes hacer un amplio recorrido por el desarrollo de las materias, con bases conceptuales firmes que permitieran inferir la gran oportunidad de emprender en un campo de acción, que fortaleciera mi quehacer diario, como lo es la consultoría empresarial, en este campo y desde inicios de la maestría siempre la pregunta inicial fue, ver como pequeños, medianos y grandes emprendedores, con el transcurrir del tiempo, pierden su negocio desde diferentes aspectos, que deja secuelas personales y emocionales con un alto impacto en lo económico y personal, en su intento por emprender.

En términos de fracaso empresarial con poca literatura al respecto, se puede considerar que es muy significativo y lo importante es identificar desde los diferentes estudios realizados cuál es la principal causa y factores para documentar esta información y llevarla al campo de los servicios, especialmente el subsector de Restaurantes en la localidad de Chapinero, son muchos los emprendedores que, desde mi quehacer, me preguntan cuál es la clave para ser sostenibles, y perdurables en el tiempo.

Surgió entonces una motivación especial de responder estos interrogantes, presentando un estudio monográfico de investigación que cubriera la gran mayoría de temas posibles para entender en contexto no solo la importancia de emprender, sino conceptualizar y presentar los resultados de investigación, con una propuesta de acción para fortalecer a la pyme del subsector de servicios elegido, y aplicar mis conocimientos, para aportar al crecimiento y fortalecimiento de todos los emprendedores en general.

Quiero agradecer especialmente a tantas personas que me aportaron en este proceso tan arduo, y difícil, pero hay una frase personal que me anima a continuar y es “Quien dirige su vida hacia el emprendimiento, y sigue las leyes del emprendedor, siempre será exitoso”

## Introducción

La pyme a nivel global es considerada el motor más importante de crecimiento económico y social, (La República, 2022e). Debido a la globalización y el desarrollo tecnológico, la comunidad internacional ha formulado estrategias encaminadas a fortalecer aspectos fundamentales, desde la constitución, y “crecimiento de la pequeña y mediana empresa” (Ministerio de Industria y Comercio, 2022), en los diferentes países, de acuerdo con los criterios culturales, modelos políticos y sociales. A lo largo de los años se ha venido fortaleciendo a las pymes colombianas desde diferentes instituciones de cooperación, e investigación y desarrollo, las pequeñas empresas fortalecen la economía, generan empleos, y contribuyen al cambio tecnológico, con los correspondientes avances de innovación y creatividad. Este cambio en Colombia se refleja en el emprendimiento tecnológico, que se ha posicionado como el mejor país de empresas emergentes de América Latina y en mejores condiciones que aquellos que decidieron emprender hace 20 años, como lo demuestran las favorables condiciones políticas y sociales. (La República, 2022b).

Existen varios factores que favorecen a los emprendedores, como el acceso al capital semilla, el apoyo de inversionistas para el desarrollo de ideas de negocios, la flexibilidad fiscal, las ventajas en la tributación y la tasa de crédito que otorgan las diferentes entidades financieras del país. Se hacen políticas para impulsar el cambio, promover el emprendimiento, y buscar constantemente la mejora de las pymes en áreas a fines que impulsan la economía nacional, como el sector servicios; sin embargo, a pesar de todos estos beneficios, “la alta tasa de mortalidad de las pymes” (Portafolio, 2021), en Colombia no tiene precedentes y el aumento anual es beneficioso, pero según la investigación el tiempo de supervivencia no supera los dos a cinco años de vida útil. En cuanto al contexto nacional, es importante presentar las causas y los



factores que inciden directamente en “la alta tasa de mortalidad de las pymes en la localidad de Chapinero de la ciudad de Bogotá”, teniendo en cuenta los tipos de emprendimiento y los diferentes modelos en el desarrollo de las distintas organizaciones duraderas que a lo largo de esta monografía se presentan. (*UNAD - Monografía - Estructura*, n.d.-a).

### **Objetivo General**

Analizar las principales causas y factores, con el fin de identificar la alta mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes, en la localidad de Chapinero, mediante la realización de un estudio de investigación.

### **Objetivos Específicos**

Generar un marco teórico sobre perdurabilidad, sostenibilidad, normatividad, conceptos, y modelos, para exponer la importancia de la pyme en el sector servicios de la localidad de Chapinero, mediante la búsqueda de fuentes de información especializada en el tema.

Determinar la alta mortalidad de pymes del sector servicios en localidad de Chapinero, de forma que se comprenda las causas y factores, a través de diferentes investigaciones en el contexto empresarial del sector.

Proponer acciones de fortalecimiento a las pymes del subsector de servicios elegido, mediante los resultados obtenidos, sobre las causas y factores de la alta mortalidad de pymes en la localidad de Chapinero.

### **Título del Tema**

#### **“Emprendimiento social de pymes en el subsector de restaurantes, en la localidad de Chapinero, y su impacto por la alta mortalidad en sus primeros Años de vida.”**

“El emprendimiento duradero y sostenible está relacionado con la innovación y la educación” (Vesga, n.d.), si se puede hablar de perdurabilidad y sostenibilidad, en Colombia, una empresa exitosa define su Visión y Misión, y en esta adecuada identificación ayuda a mejorar el resultado en el tiempo y su impacto en el mundo de los negocios es notable. Las organizaciones sobreviven y prosperan gracias a un propósito claro y su visión y misión es comprender y alcanzar sus metas, es una forma efectiva de llegar a los consumidores finales, el desarrollo empresarial sostenible es basado en una “estrategia empresarial” (Pacheco Ruiz, 2019), rigurosa que ayuda a las pymes colombianas a adaptarse a los diferentes mercados nacionales y extranjeros, y esta base sólida se logra mediante la identificación clara de sus expectativas, objetivos y un fuerte compromiso con la mejora de la sostenibilidad.

“El 90 % de la estructura empresarial está fundamentada en pymes” (Ministerio del Trabajo, 2020), lo que refleja la fortaleza de la economía colombiana, gracias al desarrollo de empresas innovadoras, y las mejores condiciones sociales y políticas actuales, que posicionan al país como el mejor de América Latina, también relacionado con emprendimiento, que beneficia a quienes quieren iniciar un negocio en Colombia. Otros temas fundamentales de la perdurabilidad y la sostenibilidad empresarial son la maximización de beneficios, los objetivos de crecimiento y poder de mercado, los objetivos propios de las empresas dinámicas, la adaptabilidad y estabilidad a los cambios del entorno, el fortalecimiento de la responsabilidad social empresarial, etc. (empleados, clientes, proveedores, cambio, motivación, cognición, competitividad, capital humano, capital social, educación, innovación radical, etc.). Además, asegurar un crecimiento

sostenible, lograr estabilidad, adaptarse al entorno y los mercados en respuesta al cambio es importante para la gestión del desempeño empresarial e integrar objetivos estratégicos para determinar lo que es bueno para la sociedad, el medioambiente y el negocio.

### **Antecedentes del Problema**

“El crecimiento de las pymes colombianas es superior al promedio de América Latina” (La República, 2022e), según investigaciones recientes, la tasa de supervivencia es muy baja y son las personas naturales y sus unidades productivas las que marcan el camino, el factor necesidad es una de las razones fundamentales, porque no cuentan con mucho capital, lo que no garantiza la supervivencia financiera del negocio, y la alta tasa de mortalidad se refleja en los primeros años de vida, en cuanto a la motivación entre hombres y mujeres, es igual, desde sus emprendimientos, ayudan a fortalecer los aspectos personales y profesionales. Investigaciones recientes muestran que “los empresarios tienen poco o ningún respaldo financiero ni con el capital que necesitan para iniciar un negocio” (Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores, 2019). Hay mayor representación en los sectores empresarial y de servicios, del género femenino, debido a la facilidad de acceso a estos sectores.

Esta es una de las principales razones, la “informalidad de Colombia” (DANE, 2022), factor por el cual no se puede medir con claridad el porcentaje de informalidad en el país, es decir, según la información proporcionada por la Cámara de Comercio y Confecámaras, no existe una forma estadística de medir este indicador, las empresas que tienen Registro Único Empresarial (RUES), tiene entre dos y cinco años de vida, y es ahí donde radica el principal problema del emprendimiento en Colombia, que la competitividad sea un factor fundamental para ayudar a superar esta barrera de la longevidad. Determinar las causas y factores de la alta mortalidad de las pymes en Bogotá, en especial del subsector de Restaurantes en la localidad de Chapinero, es una oportunidad única, ya se requiere investigar de forma descriptiva y documental, para determinar los factores internos o externos para identificar la alta mortalidad de las pymes, y si tienen relación con la falta de gestión y estrategias, capital humano, cultura

organizacional, gestión financiera, gobierno, operaciones, reconocimiento ambiental, mercados y medioambiente. Identificar la capacidad de prolongar la vida y reducir la mortalidad, gracias a las herramientas de gestión financiera utilizadas para mejorar la capacidad empresarial desde su creación, crecimiento, integración, rentabilidad, supervivencia, productividad, competitividad y sostenibilidad a largo plazo como objetivo de la presente investigación, sin dejar de considerar aspectos como, falta de políticas, y programas para consolidar su fortalecimiento.

## Justificación

La gastronomía es “una de las principales actividades del sector servicios” (A. de Bogotá, 2020), contribuye a la generación de empleos y a la vitalidad de la industria, (Bogotá, 2020), para realizar este estudio se identificó la oferta gastronómica y gran potencial de las principales plantas turísticas, “como se define en el Plan Maestro de Turismo (2011)” (A. de Bogotá, 2020), y sus principales atractivos turísticos, en la zona de Chapinero. Los estudios descriptivos y documentales permiten observar las condiciones y oportunidades del nicho de mercado de la gastronomía en la localidad de Chapinero, con un posicionamiento estratégico favorable, para mejorar la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento social y solidario de las pymes con características de infraestructura importantes, ofreciendo empleabilidad, y crecimiento económico.

El propósito de este estudio es identificar las principales causas y factores que expliquen la alta tasa de mortalidad de las pymes en la localidad de Chapinero, relacionado con los resultados entregados por la Dirección Nacional de Planeación (DPN), la cual presentó información de las variables del sector servicios, y analizar la evolución en diferentes subsectores en Bogotá, enfocándose en el sector de alimentos, con una variación negativa al cierre del 2020, (Secretaría de Desarrollo Económico, 2020), esta información se entrega anualmente a través de un muestreo probabilístico, aumentando la cobertura de establecimientos comerciales establecidos en la zona de estudio, teniendo en cuenta tres variables básicas a la vez, ingreso nominal, ocupados y salarios, en diciembre de 2020, “los servicios de Restaurantes registraron una disminución de 30,9 % en los ingresos nominales, el personal ocupado presentó una disminución del 30,9 % y los salarios una disminución de 0,1 % en comparación con el año 2019”. (Mensual Servicios Bogotá, 2021b). Con este cambio de resultados a lo largo del año

prendió las alarmas, porque el sector de la alimentación contribuye significativamente al crecimiento económico del país, un tema ampliamente estudiado a lo largo de los años, “alta mortalidad en las pymes”, pero sobre todo con poca o ninguna investigación sobre este subsector, es una tarea importante llevar a cabo este estudio monográfico para brindar resultados que identifiquen las principales causas y factores, y sugerir acciones para fortalecer a las pymes en el subsector seleccionado, debido a que la gastronomía es la razón principal de las actividades turísticas, aporta un importante valor agregado a la actividad principal y a la economía en general, y satisface necesidades básicas como la alimentación.

Con el fin de inferir las razones y factores más relevantes de la alta tasa de mortalidad de las pymes de este subsector, se tiene en cuenta la oferta gastronómica, como zona de interés turístico en la localidad de Chapinero, caracterizarla y cuantificarla como “herramienta base, con información actualizada de la oferta disponible en la localidad, además teniendo en cuenta el tipo de investigación descriptiva documental, que permite observar condiciones y oportunidades del sector” (A. de Bogotá, 2020).

El propósito del estudio monográfico es identificar la alta tasa de mortalidad de las pymes en este subsector y presentar los hallazgos como respuesta a la investigación realizada y proponer acciones de fortalecimiento para mejorar el posicionamiento, la competitividad y la sostenibilidad de la industria gastronómica local, considerando variables como infraestructura, empleabilidad, promoción e información financiera. Se consideran también habilidades de gestión, estrategia, capital humano, cultura organizacional, gestión financiera, operaciones, medioambiente y mercados. La gastronomía ofrece múltiples servicios y productos, identificando el tipo de negocio y oferta para conocer su potencial turístico, teniendo condiciones y características comunes, servicios complementarios y canales de comunicación.



La metodología utilizada está fundamentada en la investigación descriptiva documental, el análisis de la información estadística es fundamental, describe datos y es determinante para tomar acciones en diferentes situaciones, predecir e identificar las relaciones que existen entre variables, el análisis de documentos de estudios recientes como la entregada por el DANE, “Clúster Bogotá Alimentos Gastronomía, Cámara de Comercio de Bogotá”, principales diarios de economía del país, bases de datos especializadas, la Alcaldía de Bogotá, “Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica” (ACODRES), y toda la información relacionada en la Ficha RAE, Hemerográfica y método de fichaje que recoge información importante para la construcción del presente documento.

## Formulación del Problema

Estudios de la (CEPAL, 2019b), en su edición “Pymes en América Latina, un Frágil Desempeño y Nuevos Desafíos Para las Políticas de Fomento” (Stumpo & Dini, 2022), como muchos países de “América Latina y el mundo, la importancia de la pequeña y mediana empresa” (Stumpo & Dini, 2022), para la estructura económica, explica la importancia de las grandes inversiones en apoyo y fomento para impulsar el desarrollo productivo, desde esta perspectiva es necesario identificar su aporte económico y productivo en la fabricación, comercialización y distribución, generación empleo y productividad, entre otros. Las políticas de apoyo, son una estrategia de desarrollo empresarial en todo el mundo, que se esfuerzan por mejorar la competitividad de las empresas y por ende la economía en general, las estrategias de diferenciación se determinan en función de “las características de las pymes en términos de innovación en productividad; es decir, que cada país” (Stumpo & Dini, 2022), tiene una política de apoyo a las diferentes pymes que son innovadoras y son creadas para aprovechar oportunidades de negocios en todo el mundo, las estrategias de consolidación de la pyme como factor de promoción, apoyo, y financiación internacional, para fortalecer sus capacidades empresariales. (CEPAL, 2019a).

En América Latina el fortalecimiento de las pymes es considerable, estudios recientes así lo demuestran, (La República, 2022b), mejorar la inclusión financiera, formalización, y acceso a la tecnología para mejorar los procesos, “introducir medidas transversales para mejorar el entorno de la pyme, cubrir temas regulatorios” (Stumpo & Dini, 2022), como formalización, políticas de promoción empresarial para mejorar la competitividad, el emprendimiento la innovación y generar ecosistemas de apoyo para su sostenibilidad y perdurabilidad empresarial. En Colombia, el “Consejo Nacional de Política Económica y Social”, (CONPES), en la

orientación de apoyo a pymes, desarrolla las políticas nacionales para transformar y fortalecer la sostenibilidad, competitividad, y productividad, de la pyme considerando, estrategias enfocadas a mejorar los servicios financieros, la formalización, los mercados de servicios no financieros, fortalecer las capacidades de innovación, información y comunicación, para mejorar la capacidad laboral como pilares para tener mayores oportunidades al acceder a los diferentes mercados internacionales, fomentando el emprendimiento, la articulación productiva y la asociatividad.

En cuanto a las estrategias de apoyo a las pymes, se destaca promover el espíritu empresarial, la productividad, el crecimiento, “fomentar la construcción de infraestructura de calidad, apoyar la capacitación” (Stumpo & Dini, 2022), fomentar estrategias de inclusión y fortalecer el control de la informalidad. Para la Cámara de Comercio de Bogotá la capital de la República es un territorio de servicios, (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021), esto demuestra su aporte a la economía, generando ingresos para miles de hogares y fortaleciendo la estructura empresarial, en apoyo con la Secretaria de Desarrollo Económico, quien brinda asesoría especializada en oportunidades de desarrollo sostenible, reestructurando y fortaleciendo modelos de negocios, para mejorar la capacidad de adaptarse y ser flexible frente a las circunstancias cambiantes del mercado.

Especialmente en el sector servicios se identifican problemas como una deficiente gestión, problemas de asociatividad, efectos negativos en términos de variables de entorno, falta de crédito y apoyo gubernamental, para (Rodríguez, 2018), “existen siete problemas fundamentales que impiden el crecimiento de las pymes, como la coyuntura económica, problemas de recesión que producen la disminución en ventas, acceso al financiamiento, (tramitología, garantías exigidas), sistema tributario (carga impositiva demasiado alta)”, “acceso a mercados (competencia desleal, contrabando, informalidad), legislación laboral compleja y

para lo cual no cuentan con el capital para contratar con el personal adecuado, apoyo y funcionamiento del Estado” (Escuela de Administración de Negocios, 2018).

Para, (Pérez Urrego, 2019) el problema central de la pyme son los pocos estudios de mercadeo, “sub utilización de la capacidad instalada, carencia de tecnología avanzada en procesos, falta de liderazgo y poca autonomía de los jefes para el logro de los objetivos” (Escuela de Administración de Negocios, 2018), “baja participación de los empleados en la planeación de las actividades de la empresa, escasa atención al proceso de inducción del personal, carencia de la motivación de los empleados, insuficiente información y conocimiento de los temas de actualidad” (Escuela de Administración de Negocios, 2018), “falta de herramientas para controlar la contaminación ambiental y la aplicación nula de las técnicas de planeación de la producción, como factores internos” (Escuela de Administración de Negocios, 2018).

En este contexto, según investigaciones recientes, (La República, 2021), preocupa la alta tasa de mortalidad de las pymes en Bogotá, y la supervivencia del emprendimiento para Bogotá, es del “64, % al primer año y 36, 5 % a los cinco años, según la Cámara de Comercio de Bogotá”, (La República, 2021), pensando en la alta mortalidad el Gobierno Nacional ha sacado nuevas líneas de crédito para mitigar la alta siniestralidad de la pyme en Bogotá, para estabilizar el ascenso, y apoyar la capacidad de innovación e impulsar el empleo. “A pesar de todos los esfuerzos realizados por las entidades gubernamentales” (Stumpo & Dini, 2022), los indicadores de mortalidad son muy altos, y la creación de nuevas empresas viene en auge, el indicador de la reactivación económica así lo demuestra, según Confecámaras el crecimiento de nuevas unidades productivas en Colombia aumento un 10 % en 2021 (Portafolio, 2022b), las nuevas sociedades crecieron un 14,6 % respecto al 2020.

En la localidad de Chapinero se localizan, en lo corrido del presente año, **27.293** empresas. (*Observatorio - Cámara de Comercio de Bogotá, 2022*). La composición empresarial de la localidad se encuentra en el sector servicios con un 84 %, industria 5,9 % y construcción 5,8 %. (*Cámara de Comercio de Bogotá, 2022*).

Para la presente monografía de investigación, el planteamiento de la pregunta está fundamentado en:

**Pregunta General:**

¿Por qué en la localidad de Chapinero hay un alto índice de mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes, en sus primeros años de vida?

**Preguntas Específicas:**

- ¿Cuál es el alto índice de mortalidad de pymes en la localidad de Chapinero?
- ¿Cuáles son los factores más relevantes que inciden directamente en el alto índice de mortalidad de las pymes en sus primeros años de vida en el sector servicios?
- ¿Cuáles son los factores internos y externos que inciden en alto índice de mortalidad de la pyme en la localidad de Chapinero?

## Metodología de la Investigación

El método de investigación de esta monografía se basa en la investigación documental descriptiva, por medio de dos momentos claves: un momento heurístico, que incorpora la descripción, el registro e interpretación analítica, y la comprensión de los procesos y fenómenos de la realidad objeto de estudio, y se caracteriza principalmente por la utilización de conocimientos con objetivos precisos, un momento hermenéutico: organización de la información, pertinencia, análisis y presentación de información coherente, recopilación adecuada de datos de información, utilizando diferentes técnicas y herramientas para localizar, categorizar y analizar el contenido. (“Investigación Descriptiva Documental,” 2015). Los conceptos básicos de este tipo de investigación documental descriptiva son: los datos, la información, documentos, fuentes documentales, unidad documental, y fichas de investigación. El método de investigación descriptivo y documental, después de seleccionado el tema de investigación, hay suficiente información documental para investigar, y las diferentes fuentes documentales se identifican, y recopilan, para encontrar la mejor solución al problema planteado.

Recopilar información con base a la estructura de contenidos, unidades de archivo previamente legalizadas en unidades documentales, organizar la interpretación de la información recopilada, el informe se construye y redacta teniendo en cuenta a quien va dirigido, y el informe monográfico como resultado de la investigación. Los estudios transversales son fundamentales porque incluyen estudios del mismo conjunto de partes complementarias, y la riqueza de información recopilada en los estudios puede ser muy útil para futuras investigaciones en el campo de estudio, por lo que los métodos cuantitativos son ideales. Además, en la investigación descriptiva documental, las variables son conocidas, pero no pueden ser controladas, y su propósito no es regularlas, sino influir directamente en los hallazgos. Finalmente, se desarrolla

una estrategia de difusión y comunicación de resultados presentando la información en los diferentes formatos establecidos por la (UNAD).

## Hipótesis

En el desarrollo de la Monografía de Investigación, la clase de hipótesis de investigación es descriptiva, y se dará una respuesta tentativa al planteamiento del problema, aquí se utiliza una sola variable, y esta variable tiene una característica que precisamente es lo que vamos a comprobar a lo largo de la monografía, con una característica de esa variable que es “Alto índice de mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes, en sus primeros años de vida en la localidad de Chapinero”.

Es importante definir la característica de esa variable en tiempo, para las pymes en Colombia, al decir sus primeros años de vida, es un ciclo del negocio, un estimado en la fluctuación de la actividad económica, el empresario en el mundo actual debe visualizar de manera clara su futuro, y trabaja con un pensamiento estratégico, con ayuda de herramientas que le permiten ser eficiente, no solamente en procesos de comunicación, sino teniendo en cuenta el ciclo de la empresa (Planeación, Organización, Ejecución, Seguimiento), (Chiavenato, 2019). La capacidad estratégica del emprendedor que debe contar con una flexibilidad al cambio, creatividad, innovación, evaluar la información de la empresa, preparación y conocimiento de su empresa y entorno con una visión a futuro de su devenir.

Con todo lo anterior, es posible reducir la mortalidad de pymes en el sector, si se controlan, o se identifican las principales causas y factores de la alta mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes en la localidad de Chapinero, y el impacto que trae para el sector de alimentos, afirmar que, si la identificación de la alta mortalidad en el subsector, podría mitigar un poco esta alta mortalidad es un trabajo que vamos a investigar lo largo de la Monografía de Investigación, si esta variable del tiempo está relacionada con las causas o factores de las pymes en el subsector de alimentos seleccionado. Responder a la pregunta de investigación desde



diferentes planteamientos, es un trabajo que llevará a indagar las diferentes fuentes de información, descrita en la metodología de investigación, y dar una respuesta clara a la hipótesis, desde la variable de medición, tiempo, donde están presentes las condiciones, causas y factores, que darán determinados resultados a la pregunta de investigación.

### **Marco Metodológico**

Según Fidias (1999) “la metodología del proyecto incluye el tipo de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la investigación” (p.44). En pocas palabras es el “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado, teniendo en cuenta la interpretación de la información, y entregar resultados de la investigación como respuesta al estudio realizado, y proponer acciones de fortalecimiento a la pyme del subsector de servicios elegido.

Al mismo tiempo, el objetivo de la monografía de investigación será identificar las causas y factores más importantes de la alta mortalidad de pyme en el subsector de restaurantes de la localidad de Chapinero, para esto se empleó al diseño de investigación documental y descriptiva, que se llevará a cabo de manera transversal, teniendo en cuenta que hay suficiente información documental para investigar, y las diferentes fuentes documentales se identifican, y recopilan, con el propósito de dimensionar y conocer al detalle el tema, y construir un esquema de contenido.

Aun cuando la forma de recopilar la información, es con base a una estructura de contenidos, que están debidamente legalizadas en bases documentales, para clasificar, redactar, y construir un documento con un lenguaje claro y sencillo, usando material fidedigno, el estudio transversal incluye partes complementarias que son muy útiles para profundizar y dejar una base propia de argumentación teórica para futuras investigaciones en el campo de estudio, teniendo en cuenta los métodos cuantitativos, y considerando que para la investigación descriptiva y documental, las variables no son controladas, pero se puede influir directamente en sus hallazgos, como una propuesta de acciones de fortalecimiento a la pyme del subsector de servicios elegido.

En cuanto al enfoque de la monografía de investigación, será bajo el planteamiento metodológico, cuantitativo y cualitativo, dado su adaptación a las “características y necesidades de la monografía de investigación. El enfoque cuantitativo presenta la recolección y análisis de la información para responder a la pregunta de investigación, probar la hipótesis establecida” (García Velázquez & Hernández Gracia, 2013), para la presente monografía, y entrega información numérica muy importante para tomar decisiones y análisis de los datos, el enfoque cualitativo que determina características que no se pueden medir mediante números, aun cuando cuenta con una serie de técnicas como la observación, la encuesta, la entrevistas, y como se puede inferir, se analiza detenidamente el contenido para sacar conclusiones, y presentar la información teniendo en cuenta los objetivos inicialmente planteados, la hipótesis planteada de las variables objeto de estudio.

“La población se define como un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de la cual intentamos sacar conclusiones” (Levin & Rubin, 1996). La población de estudio son las pymes en el subsector de restaurantes de la localidad de Chapinero.

La muestra definida por (Alvarado & Hernández, 2004), “señala que es un subconjunto de la población en el que se llevará a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos del todo”, en la presente monografía de investigación se utilizará un enfoque cuantitativo y cualitativo, del subconjunto de la población de restaurantes por categorías, de acuerdo con su clasificación entregada por la Alcaldía de Bogotá, y la Cámara de Comercio de Chapinero, y que se encuentran en la mencionada localidad, considerando que la muestra es conocida, en el subconjunto de la población como muestreo probabilístico, estando todos al alcance con la misma posibilidad de hacer parte de la muestra.

Asimismo, las técnicas de recolección de datos como lo menciona (García Velázquez & Hernández Gracia, 2013) “el procedimiento o forma particular de obtener datos de información, la aplicación de una técnica conduce a la obtención de información, la cual es guardada mediante un instrumento de recolección de datos” la técnica de recolección de datos que se usara en la presente monografía de investigación son las encuestas, entrevistas, informes y reportes de expertos realizadas al sector de la economía en general y subsector de alimentos en la localidad de Chapinero.

En cuanto a las encuestas, ayudan a conseguir opiniones o sugerencias, para encontrar resultados deseados, identificando el tipo de cuestionario que se va a hacer como cuestionario abierto o cerrado, las entrevistas recopilan información formulando preguntas a través de la comunicación interpersonal, considerando la importancia de la información que se desea obtener, los informes y reportes de expertos provienen de terceros, como las distintas organizaciones que se dedican a crear informes como Global Entrepreneurship Monitor, entre otras.

De igual manera, los instrumentos de recolección de datos son para Castro Márquez, (2016) “cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y las variables y conceptos utilizados” los instrumentos utilizados serán las entrevistas, documentos de archivo y fuentes gubernamentales, cuestionarios, etcétera.

Sin duda las entrevistas son una herramienta muy empleada para recolectar datos cualitativos y son instrumentos que recopilan información muy importante debido a su flexibilidad, se consideran los siguientes factores, “exhaustividad, tacto, precisión, exactitud, y confidencialidad” (Castro Márquez, 2021), en cuanto a los cuestionarios sin duda son una herramienta fundamental para recolectar datos y estandarizar la información, ya que

proporcionan respuestas rápidas y están alineados a los objetivos de la presente monografía de investigación.

En cuanto a las “técnicas de procesamiento de datos, la que se utilizará será la estadística descriptiva, que consiste en un conjunto de procedimientos que tienen por objeto presentar datos por medio de tablas, y gráficos” (López, 2019)

Finalmente, la herramienta para el procesamiento de datos es Microsoft Office Excel y el software estadístico Jamovi como programa de cálculo avanzado, para la realización de cálculos estadísticos y el programa de diseño de gráficos iThoughtsX.

## Marco Teórico

### Emprendimiento Social

El espíritu emprendedor tiene escenarios donde la innovación social, da origen a nuevos modelos de negocio, la integración de diferentes actores económicos, en ambientes públicos y privados, son fundamentales para el desarrollo del país en temas de emprendimiento, según (Fournier, 2001), el emprendimiento social lo conforman organizaciones, que tienen una proyección social, gracias a los programas y “obras sociales con población vulnerable, y que hace parte de la Responsabilidad social” (UNAD, 2016), empresarial, el emprendimiento social se refiere a cualquier iniciativa y acción dentro del ámbito socioeconómico que forme parte.

La participación de la pyme en el desarrollo sostenible no solo debe generar valor económico, sino social y humanístico, y participar en el progreso del país. Para (Fournier, 2001), desde una perspectiva histórica, el emprendimiento social existe en la medida en que cualquier acción realizada por un grupo social, para buscar satisfacer las necesidades comunes de todos los miembros de ese grupo, puede considerarse emprendimiento social, reunir y compartir recursos para lograr objetivos comunes.

Para Roberts, D. y Woods, (2005), “el emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados” (EAN, 2019), (Rojas de Francisco & Prada, 2019), “se demuestra que no existe una definición única y universal de emprendimiento social, tampoco hay solamente un tipo; sin embargo, cada empresa social tiene tres elementos importantes; propósito social, innovación transformadora y un modelo de negocio sostenible” (Ramírez, 2008).

Una empresa perdurable puede cambiar la vida de sus colaboradores, ayuda a cambiar la forma en la resolución de conflictos. La empresa contribuye a acelerar el progreso humano, como el caso de estudio del subsector de servicios de Restaurantes en la localidad de Chapinero.

### **La Pyme en General**

La estructura empresarial de Colombia la componen principalmente pymes, empresas con menos de 200 empleados, sus activos no alcanzan “los treinta mil salarios mínimos mensuales legales vigentes” (Moreno, 2022), son vitales para el desarrollo del país, consideradas la columna vertebral de la economía moderna, jalonan el crecimiento económico a largo plazo, estimulan la expansión económica, y son fuentes importantes de estabilización económica en general.

Su organización interna es muy sencilla y se adaptan al cambio de manera rápida, construyen relaciones positivas con las partes interesadas, para potenciar su crecimiento, enriquecer su conocimiento, para desarrollar estrategias, que le ayuden a mejorar su posicionamiento, gracias a un clima organizacional dado el trato cercano, casi como una relación familiar entre empleados, fundadores y gerentes.

La pyme en general es imprescindible para el desarrollo, crecimiento y generación de empleo de una sociedad, pero también es el sector empresarial que mayores obstáculos enfrenta en su desarrollo, y crecimiento a largo plazo, el desarrollo de la pyme en Colombia en el último año es considerable para la (La República, 2021), “la creación de microempresas creció en 10,6 % con respecto al 2020, al pasar de 276,891 a 306,140, las pequeñas empresas crecieron “9,1 % al pasar de 1,328 a 1,449, y las medianas empresas con un crecimiento del 1,5 % al pasar de 68 a 69 unidades productivas nuevas en 2021” (Confecámaras, 2021), (Portafolio, 2022b).

Es inminente el crecimiento de pyme en Colombia, para Confecámaras “la contribución por sectores en actividades económicas relacionadas como el sector de servicios, en materia de creación de empresas, tiene una valoración positiva del 13,1 %, en los subsectores que más fortalecen el sector” (Confecámaras, 2021), están los “establecimientos de expendio de bebidas alcohólicas para consumo dentro del establecimiento, expendio a la mesa de comidas preparadas y actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados”. (Confecámaras, 2021).

### **Perdurabilidad**

La sostenibilidad de las empresas a largo tiempo es la gran preocupación de los diferentes gobiernos, “explicar por qué unas empresas sobreviven y otras no” (Rivera Rodríguez, 2012), son temas de investigación que durante años se ha estudiado, en términos de perdurabilidad comprender las implicaciones del concepto, es identificar diferentes fuentes para lograr pymes más perdurables con el tiempo, desde la década del 1990 se ha estudiado de manera detallada en Colombia, gracias a la academia identificando los factores que más inciden de manera directa en la perdurabilidad de las empresas.

En términos de perdurabilidad, la empresa, que, a largo tiempo, presente un rendimiento financiero superior, ajuste su solidez al entorno, y las condiciones del mercado, con un alto desempeño en su gestión, teniendo coherencia en sus acciones, el reconocimiento del mercado objetivo, y la adaptación a las políticas gubernamentales, que promuevan su crecimiento rentable, integrando personas y empresas, para construir conocimiento y calidad en su proceso de interacción social, se puede considerar perdurable.

Para Restrepo y Vélez, (2012), se ha determinado que “la perdurabilidad se explica por las dimensiones de dirección y gestión” (Arboleda Casas et al., 2016), que tienen las diferentes organizaciones, siendo la estrategia la primera dimensión, el gobierno corporativo, la segunda



dimensión, la “cultura organizacional y la gestión del conocimiento.” (Arboleda Casas et al., 2016). Los aspectos relacionados de la cultura, como los valores internos que influyen en la perdurabilidad de la empresa, esta dimensión estudia el entorno de la organización, cuya característica principal son los cambios dinámicos y permanentes del mercado que, de cierta forma, afectan a las empresas para producir sus resultados económicos, lo cual permite a los empresarios buscar diferentes maneras de ser eficientes, y productivos, para mantenerse en el mercado por muchos años, integrando la cultura organizacional y definiendo las estrategias adecuadas para su perdurabilidad.

### **Sostenibilidad**

La importancia del tema global se resalta en la “Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible”, (Naciones Unidas, 2022), “y en Colombia se resalta el documento CONPES, con los lineamientos y estrategias de desarrollo sostenible, para los sectores de agua, ambiente y desarrollo (Garzón Castrillon & Ibarra Mares, 2014), territorial, en el marco del Plan de desarrollo territorial (PND)” (Naciones Unidas, 2015). En la actualidad hay dos enfoques de economía verde, uno enfocado en productos ecológicos, y el otro es desarrollo sostenible en términos prácticos, el interés de las empresas por el medioambiente, para superar sus objetivos utilitarios no es suficiente, es necesario tener conciencia del mercado consumidor, para favorecer los productos ecológicos, esto debido a un cambio de estilo de vida por parte del consumidor, y promover un desarrollo sostenible, que trascienda en el medioambiente, e involucre a la sociedad para lograr un desarrollo total en el mercado.

Para Jacobs, (1997), los cambios del estilo de vida son fundamentales para promover el desarrollo sostenible, y que va más allá del medioambiente, involucre los elementos necesarios para el desarrollo humano y social, el uso de los recursos, y la capacidad del medioambiente para

regenerarse. No es suficiente con que las empresas muestren interés por el medioambiente, es concientizar al mercado consumidor de inclinarse por los productos orgánicos, y evitar un mayor consumo, contribuir a la verdadera sostenibilidad, incluyendo los factores sociales necesarios para lograr el desarrollo en general de la sociedad.

La pyme de hoy en día se enfrenta a, reducir los desechos, evitar la contaminación, mejorar su capacidad tecnológica y productiva para ser más sostenibles, y amigables con el medioambiente. Para Hart, S., y Milstein, (2003), “definió el término sostenibilidad empresarial”, aquellas empresas “que crean valor en el desarrollo de estrategias y prácticas para ser más sostenibles en el tiempo” (Gil La Fuente, 2011). Adicionalmente, para Gil & P., (2011), el “rendimiento de la sostenibilidad está considerado como una medida de eficiencia operativa y proactiva” con el medioambiente para producir ganancias a largo plazo.

## Normatividad de Pymes en Colombia

La normatividad legal respaldada por el Gobierno Nacional, para brindar seguridad en el crecimiento social y económico, la normatividad regulariza la creación de pymes, haciendo una descripción amplia en materia de impuestos nacionales y locales, las diferentes leyes, resoluciones, decisiones, decretos y circulares para la pyme en general, la normatividad en Colombia es muy variada y debe ser de consulta obligada por los emprendedores en todos los sectores de la economía, “la transformación de la economía” (Ramírez de Arellano, 2017), en los últimos cincuenta años, ha tenido un crecimiento exponencial, en parte porque la dinámica económica de la pyme, se está enfocando en lograr una mayor productividad, y un mejor desempeño, ya que la pyme es la principal fuente de empleo, y el mayor aporte que le hace al PIB de nuestra región, las perspectivas económicas de crecimiento y fortalecimiento del emprendimiento, donde se potencia el entorno la favorable del tejido empresarial.

A continuación, se presenta de manera resumida la normatividad de pymes en Colombia actualizada a junio de 2022.

### Leyes, Resoluciones, Decisiones, Decretos y Circulares Para Pymes

#### *Impuestos nacionales:*

**Tabla 1.** *Tabla de Impuestos Nacionales*

IMPUESTOS	DEFINICIÓN	TARIFA
Renta	Grava las utilidades derivadas de las operaciones ordinarias de la empresa. A las empresas o usuarios que operan en las zonas francas del país se les aplica una tarifa preferencial.	31% para 2021 Impuesto a la renta para usuarios (no comerciales) de zona franca: 20%
Tributación de dividendos	Grava las utilidades que tributadas a nivel de la sociedad o establecimiento permanente	10%
Ganancia ocasional	Grava las ganancias derivadas de actividades no contempladas en las operaciones ordinarias de las empresas.	10%
Gravamen a los Movimientos Financieros (GMF)	Grava las transacciones destinadas a retirar fondos de cuentas corrientes, ahorros y cheques de gerencia.	0,4% por operación
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Es un impuesto indirecto sobre la prestación de servicios y venta e importación de bienes.	Tarifa general: 19% Tarifas especiales: 0% y 5%
Impuesto al consumo	Es un impuesto indirecto que grava los sectores de vehículos, telecomunicaciones, comidas y bebidas.	Tarifas: 2%, 4%, 8% y 16%

Elaboración propia. Fuente: <https://investincolombia.com.co/es/como-invertir/impuestos-en-colombia>,

**Tabla 2.** *Impuestos locales*

IMPUESTOS	DEFINICIÓN	TARIFA
Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	Grava las actividades industriales, comerciales o de servicios realizadas por un contribuyente con o sin establecimiento comercial, en la jurisdicción de una municipalidad o distrito. Es administrado por la municipalidad o distrito correspondiente.	Entre 0,2% y 1% de los ingresos de la compañía
Impuesto predial	Grava anualmente el derecho de propiedad, usufructo o posesión de un bien inmueble. Es administrado por la municipalidad o distrito donde se ubica el inmueble.	Entre 0,5% y 1,6%
Impuesto de registro	Grava los actos, documentos o contratos que deben registrarse ante la Cámara de Comercio y las oficinas de instrumentos públicos.	Del 0,1% al 1%

Elaboración propia. Fuente: <https://investincolombia.com.co/es/como-invertir/impuestos-en-colombia>

### **Resoluciones:**

**Tabla 3.** *Resoluciones en la Creación de Pymes*

RESOLUCIONES	DESCRIPCIÓN
Resolución 1021 del 22 de marzo de 2013	Por la cual se adopta el manual de contratación, supervisión e interventoría del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Resolución 3205 del 28 de noviembre 2008	Por la cual se reglamentan las funciones de los Consejos regionales de las Mipymes y se fijan directrices para su organización y funcionamiento.
Resolución 01 del 26 de abril de 2007	Por la cual se fijan las tarifas máximas a cobrar por concepto de honorarios y comisiones en los créditos a microempresarios.

Elaboración propia. Fuente: <https://www.mipymes.gov.co/normatividad/resoluciones>

**Decisiones:****Tabla 4.** *Decisiones en la Creación de Pymes*

<b>DECISIONES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Decisión 748 sobre el CAMIPYE	“Creación del Comité Andino de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CAMIPYME)”
Decisión 749 sobre el Obapyme	“Creación e Implementación del Observatorio Andino de la MIPYME (OBAPYME)”

Elaboración propia. Fuente: <https://www.mipymes.gov.co/normatividad/decisiones>

**Circulares:****Tabla 5.** *Circulares en la Creación de Pymes*

<b>CIRCULARES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Circular N° 018 del 7 de junio de 2011	Registro en línea de usuarios ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE-, 7 Junio de 2011 .

Elaboración propia. Fuente: <https://www.mipymes.gov.co/normatividad/circulares>

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/17949>

*Leyes:***Tabla 6.** *Leyes, Para Pyme*

<b>LEYES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020	Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.
Ley 1955 del 25 de mayo de 2019	Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”.
Ley 1819 de 29 de diciembre 2016	Por medio de la cual se adopta una Reforma Tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones
Ley 1793 del 7 de julio de 2016	Por medio de la cual se dictan normas en materia de costos de los servicios financieros y se dictan otras disposiciones.
Ley 1780 del 2 de mayo de 2016	Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones.
Ley 1753 del 9 de junio de 2015	Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”.
Ley 1735 del 21 de octubre de 2014	Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios inancieros transaccionales y se dictan otras disposiciones.
Ley 1676 del 20 de agosto de 2013	Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias.
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010	Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo
Ley 1314 del 13 de julio de 2009	Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.
Ley 905 del 2 de agosto de 2004	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 590 del 10 de julio de 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
Ley 67 del 26 de Diciembre de 1979	Por el cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.

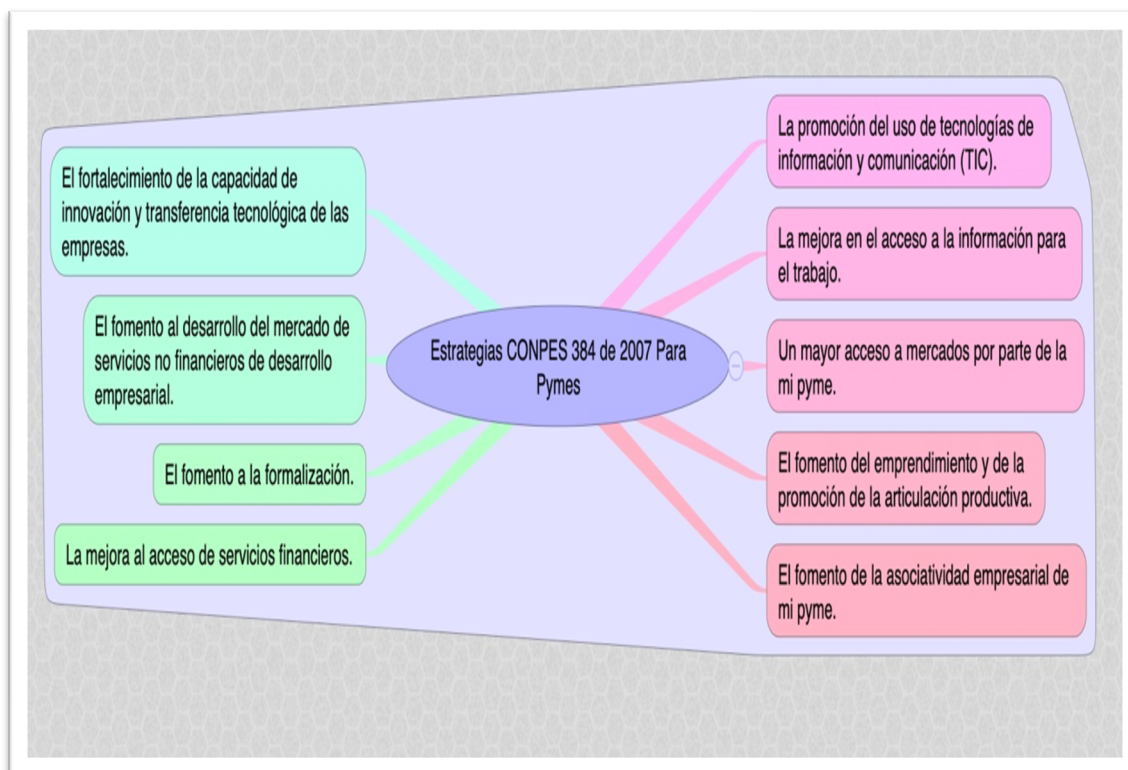
Elaboración propia. Fuente: <https://investincolombia.com.co/es/como-invertir/impuestos->

## Políticas de Apoyo a las Pymes

“La política de fomento empresarial se ha orientado al aumento de la competitividad y la productividad” (Argudo, 2017), el emprendimiento, la innovación empresarial “plasmados en cuatro documentos de la política” (Stumpo & Dini, 2022), CONPES.

“El primero de estos CONPES, el 384 de 2007, establece la política nacional de transformación y mejora de la productividad, sostenibilidad y competitividad de la pyme, para esto el CONPES propone nueve estrategias”, según Stumpo & Dini, (2022).

**Figura 1.** Políticas de Apoyo a Pymes CONPES 384 de 2007

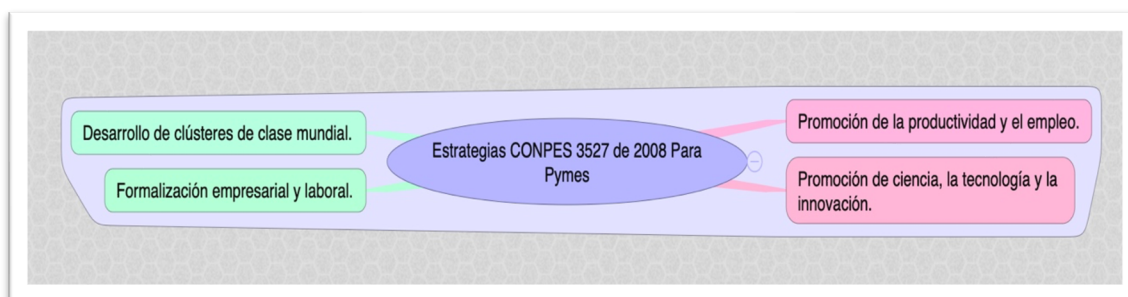


Elaboración propia. Fuente: (Dini & Stumpo, n.d.).

“Posteriormente, el CONPES 3527 de 2008, encamino el desarrollo empresarial alrededor de una política nacional de competitividad y productividad en Colombia, en cuatro

pilares que buscaban la transformación productiva del país, estos pilares son” (Stumpo & Dini, 2022):

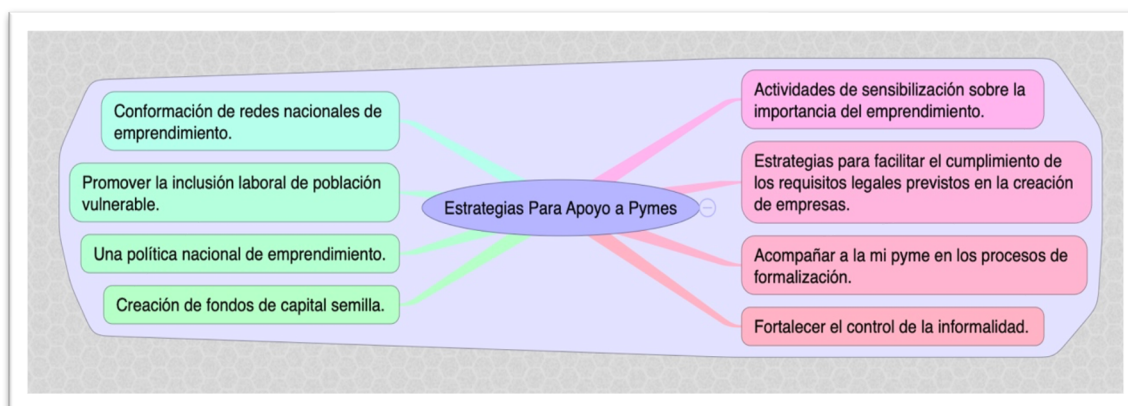
**Figura 2.** *Políticas de Apoyo a Pymes CONPES 3527 de 2007*



Elaboración propia. Fuente: (Dini & Stumpo, n.d.).

Las estrategias relacionadas con el apoyo de la pyme en Colombia “se destacan objetivos específicos como apoyar el emprendimiento, la productividad y el crecimiento” (Stumpo & Dini, 2022), motivar de cierta manera la ampliación de la base instalada, “apoyar la capacitación y divulgación de la oferta institucional a las empresas” (Stumpo & Dini, 2022), del sector de servicios y las estrategias para su implementación con las siguientes:

**Figura 3.** *Estrategias de Apoyo a Pymes CONPES*

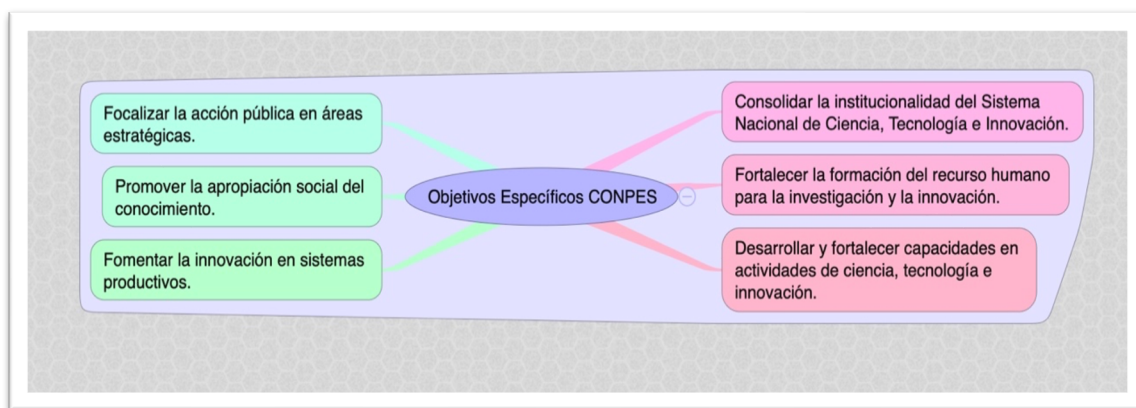


Elaboración propia. Fuente: (Dini & Stumpo, n.d.).



El CONPES 3582 de 2009, refuerza las metas para fortalecer el “aumento de la competitividad y la productividad, desde una perspectiva, que articule el conocimiento científico y tecnológico a las necesidades de las empresas, para esto el CONPES propuso” (Stumpo & Dini, 2022), lo siguiente:

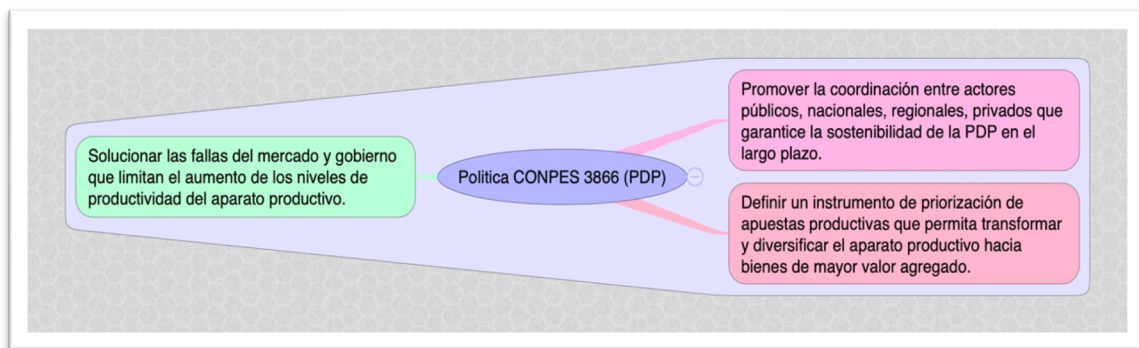
**Figura 4.** *Objetivos Específicos de Apoyo a Pymes CONPES 384 de 2007*



Elaboración propia. Fuente: (Dini & Stumpo, n.d.).

En el “2016 se publicó el documento de política CONPES 3866, Política Nacional del Desarrollo Productivo (PDP), hace énfasis en la promoción de la productividad de emprendimientos y empresas de alto impacto, la (PDP)” (Stumpo & Dini, 2022), “plantea los siguientes objetivos” (C hase, R. & Jacobs, 2014):

**Figura 5.** *Política Nacional del Desarrollo Productivo (PDP)*



Elaboración propia. Fuente: (Dini & Stumpo, n.d.).

Las políticas establecidas por el “(PDP), se encuentra la implementación de un Programa Nacional de Escalamiento de la Productividad, que busca capacitar para el 2025 a 8,324 empresas del sector servicios, a través de 950 especialistas en productividad” (Stumpo & Dini, 2022), “en capacidades gerenciales diagnósticos de las capacidades tecnológicas de las empresas y acompañamiento para la adaptación y absorción de conocimientos y tecnologías” (Stumpo & Dini, 2022).

## Políticas de Apoyo a las Pymes CONPES, (Mincomercio, 2022d)

**Tabla 7.** *Políticas de Apoyo a las Pymes*

Políticas de Apoyo a las Pymes	
CONPES 4011 de 2020	Política nacional de emprendimiento.
CONPES 4005 DE 2020	Política nacional de inclusión y educación económica y financiera.
CONPES 3956 DE 2019	Política de formalización empresarial.
CONPES 3918 DE 2018	Estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible.
CONPES 3866 DE 2016	Política de desarrollo productivo- pdp.
CONPES 3628 DE 2009	Lineamientos de política para la implementación del proyecto "exportaciones por envíos postales para mipymes – exportafácil Colombia".
CONPES 3621 DE 2009	Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
CONPES 3616 DE 2009	Lineamientos de la política de generación de ingresos para la población en situación de pobreza extrema y/o desplazamiento.
CONPES 3484 DE 2007	Política nacional para la transformación productiva y la política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado.

Elaboración propia. Fuente: <https://www.mipymes.gov.co/politica-de-desarrollo-productivo>, (Mincomercio, 2022a). (Vázquez & Avila, 2021). (Mincomercio, 2022d).

### Programas de Apoyo del Gobierno

Según Mincomercio, (2022b), el marco normativo facilita la “creación y operación de pymes en Colombia, el acceso al mercado de bienes y servicios” (Colombia, 2022), “la capacitación, asistencia al desarrollo técnico y el acceso a mercados financieros” (Stumpo & Dini, 2022), es complejo el sistema de apoyo a la pyme en Colombia, los diferentes ministerios, toman la iniciativa para apoyar al sector empresarial, en su creación y orientarlo para desarrollar las políticas que apoyan a la pyme, inclusive en temas de financiamiento.

Un tema relevante en el apoyo a la pyme en Colombia está muy relacionado con el crecimiento económico, la desaceleración de la economía, disminuyendo las exportaciones, y la

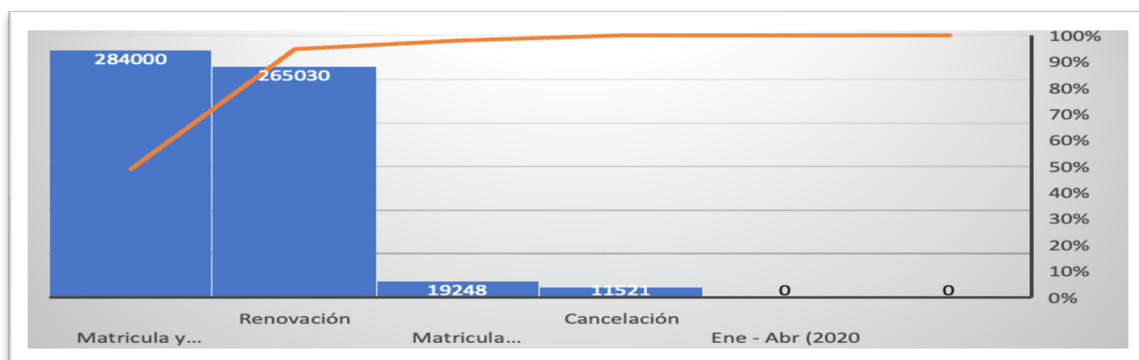
inversión extranjera directa, razón por la cual la pyme, en esta realidad económica, el país se adapta a las demandas permanentes y cambios en sus diferentes sectores (Bancolombia, 2022). La realidad del país favorece la creación de pymes nuevas, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, (ANIF, n.d.), (Centro de Estudios Económicos, 2021; Pietersen, 2022), en sus informes semanales de mayo de 2022, primer informe del trimestre, se menciona que la pyme en Colombia enfrenta problemas en temas de financiamiento, a través de la banca tradicional, la legislación laboral, la comercialización y los recursos calificados como mano de obra, a pesar del gran apoyo que le brindan diferentes instituciones, desde su creación, tal y como lo demuestra la “Cámara de Comercio de Bogotá”, (CCB, 2022a), de la totalidad de las empresas creadas y renovadas en el último año 2020 fue de 387,784 (CCB, 2022c).

**Tabla 8.** *Comportamiento Empresarial Bogotá*

<b>Ene - Abr (2021)</b>	
Matrícula y Renovación	284000
Matrícula Creación	19248
Renovación	265030
Cancelación	11521

Elaboración propia, Fuente: Dinámica Empresarial en Bogotá y la Región.

**Figura 6.** *Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021*



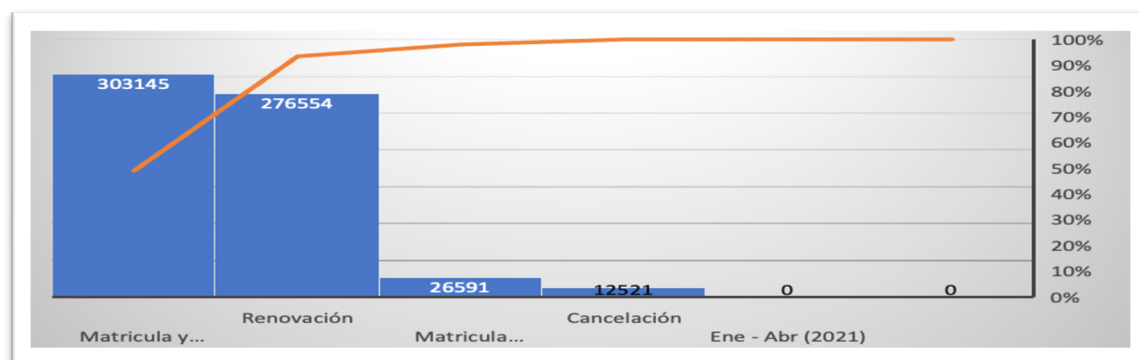
Elaboración propia, Fuente: Dinámica Empresarial en Bogotá y la Región.

**Tabla 9.** *Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021*

<b>Ene - Abr (2021)</b>	
Matrícula y Renovación	303145
Matrícula Creación	26591
Renovación	276554
Cancelación	12521

Elaboración propia, Fuente: Dinámica Empresarial en Bogotá y la Región.

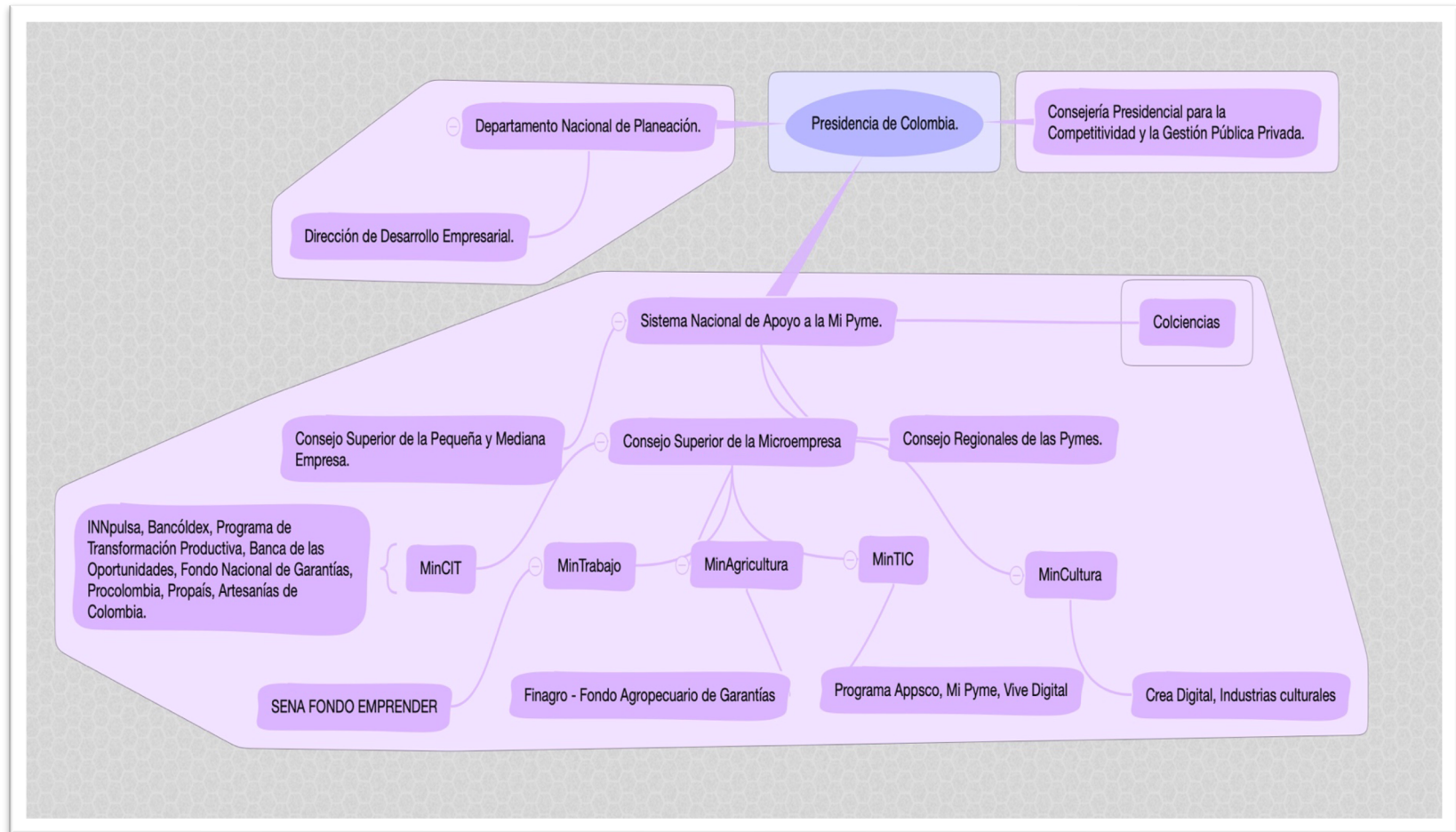
**Figura 7.** *Comportamiento Empresarial Bogotá, enero - abril 2020 - 2021*



Elaboración propia, Fuente: Dinámica Empresarial en Bogotá y la Región.

## Sistemas de Apoyo a las Pymes en Colombia

**Figura 8.** *Sistemas de Apoyo a las Pymes en Colombia*



Elaboración propia. Fuente: <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/980/1482>

## Políticas de Apoyo a las Pymes CONPES

**Tabla 10.** *Políticas de Apoyo Para Pymes*

Políticas de Apoyo Para las Pymes	
CONPES 4011 de 2020	Política nacional de emprendimiento.
CONPES 4005 DE 2020	Política nacional de inclusión y educación económica y financiera.
CONPES 3956 DE 2019	Política de formalización empresarial.
CONPES 3918 DE 2018	Estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible.
CONPES 3866 DE 2016	Política de desarrollo productivo- pdp.
CONPES 3628 DE 2009	Lineamientos de política para la implementación del proyecto "exportaciones por envíos postales para mipymes – exportafácil colombia".
CONPES 3621 DE 2009	Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro,pequeñas y medianas empresas.
CONPES 3616 DE 2009	Lineamientos de la política de generación de ingresos para la población en situación de pobreza extrema y/o desplazamiento.
CONPES 3484 DE 2007	Política nacional para la transformación productiva y la política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado.

Elaboración propia, Fuente: <https://www.mipymes.gov.co/politica-de-desarrollo-productivo>, (Mincomercio, 2022a).

### Incentivos no Monetarios del Gobierno

Los desafíos que enfrentan las pymes en Colombia generalmente no son económicos, en las primeras etapas, requieren de un alto apoyo, que ya está establecido legalmente, y que se formaliza para establecer un ecosistema comercial, después necesitan el apoyo en temas financieros y de marketing, para posicionar el negocio, gracias a la innovación para desarrollar “productos y servicios acordes a las necesidades de la población, esto les permite competir en mercados nacionales e internacionales” (Bancolombia, 2019b).

El Gobierno brinda a las pymes distintas opciones y programas para enfrentar “y superar las debilidades, reconozcan las oportunidades del mercado” (Bancolombia, 2019b), encuentren socios capitalistas, que apoyen los diferentes proyectos, logren alcanzar un crecimiento sostenido, y perdurable con el tiempo.

### Incentivos no Monetarios del Gobierno

**Tabla 11.** *Incentivos no Monetarios del Gobierno*

<b>Políticas de Apoyo Para las Pymes</b>	
CONPES 4011 de 2020	Política nacional de emprendimiento.
CONPES 4005 DE 2020	Política nacional de inclusión y educación económica y financiera.
CONPES 3956 DE 2019	Política de formalización empresarial.
CONPES 3918 DE 2018	Estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible.
CONPES 3866 DE 2016	Política de desarrollo productivo- pdp.
CONPES 3628 DE 2009	Lineamientos de política para la implementación del proyecto "exportaciones por envíos postales para mipymes – exportafácil colombia".
CONPES 3621 DE 2009	Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro,pequeñas y medianas empresas.
CONPES 3616 DE 2009	Lineamientos de la política de generación de ingresos para la población en situación de pobreza extrema y/o desplazamiento.
CONPES 3484 DE 2007	Política nacional para la transformación productiva y la política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado.

Elaboración propia, Fuente: (*Programas de Apoyo del Gobierno a Pymes e Incentivos no Monetarios | Negocios Pyme*, n.d.).

Además, “INNpulsas, Bancóldex, y el MinTIC, ofrecen programas para ayudar a la pyme en su proceso de expansión” (Bancolombia, 2019b), “INNpulsas es una unidad especializada en desarrollo y crecimiento empresarial,” (Bancolombia, 2019b), promueve el emprendimiento, la productividad y la innovación, y para el año “2025 ser una de las economías más innovadoras de América Latina” (Bancolombia, 2019a). “INNpulsas tiene un papel importante en el apoyo a pymes, y cuenta con una amplia gama de herramientas que permiten acompañar en cada etapa



del ciclo de vida, y atender las principales deficiencias que puedan presentarse” (Bancolombia, 2019b):

Programas de aceleración para pymes tomado de (Bancolombia, 2019b):

- Etapa de emprendimiento. - Programa aldea.
- Etapa de crecimiento. - Programa Mega-UP.
- Etapa de consolidación. - Programa Mega Innovadores.

“Aparte de estos programas de aceleración para pyme, INNpursa, invierte en las regiones en las que se desarrollan programas de clústeres con el apoyo de entidades públicas y privadas como Cámara de Comercio y la academia”, (INNpursa, 2022), (Bancolombia, 2019b). (Bancolombia, 2021).

### **Programa del MinTIC Para Apoyar a la Pyme Colombiana**

“El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), es otra entidad que brinda programas de apoyo y beneficios no monetarios para que las pymes logren la transformación digital, aumenten, la productividad” (Pyme Digital, 2022) y “contribuyan a la recuperación económica del país, en especial de la región, estos son los programas”

(Bancolombia, 2019b): (Pyme Digital, 2022). Tomado de, (Bancolombia, 2019b):

- Centros de Transformación Digital Empresarial (CTDE).
- Empresario Digital.
- Acompañamiento a empresarios en implementación de la cadena de valor del ecommerce en los negocios.
- Masificación de soluciones TIC.

### **Programas de Centro de Desarrollo Empresarial – CDE Small Business Development Centers – SBDC**

“Con este programa se busca impulsar el fortalecimiento de los Centros de Desarrollo Empresarial existentes en el territorio nacional, adaptando la metodología Small Business Development Centers (SBDC) y respondiendo de esta manera a los siguientes compromisos tomado de”: (Mincomercio, 2022a).

- Pertenecer a la Red de Pequeños Negocios de las Américas que tiene presencia en todo el hemisferio.
- Pertenecer a la Red de Centros de Alianza del Pacífico.
- Instrumento de desarrollo empresarial. Política Nacional de Desarrollo Productivo- PDP, CONPES 3866/2016.
- Compromiso con el CONPES de Formalización, Conformación y consolidación de la Red Nacional de Centro de Desarrollo Empresarial -SBCD, Centro MinTIC-SENA.

El programa está enfocado en las microempresas y empresas informales, de las cuales cerca del 65 % de las empresas de servicios corresponden a estos dos segmentos, por lo que es una herramienta para potenciar y democratizar la prestación de servicios empresariales.

“Los Centros de Desarrollo de Negocios son herramientas para desarrollar capacidades de empresas establecidas y facilitar la creación de nuevos emprendimientos productivos. Su finalidad es promover la innovación, la productividad y el beneficio en el sector pyme mediante la mejora de la gestión empresarial”. (Mincomercio, 2022a)

## Sector Servicios en Bogotá

Algunas actividades están diseñadas para satisfacer necesidades específicas, generalmente requieren cierto grado de especialización, son actividades que no son las principales actividades para las empresas; por lo tanto, son realizadas por terceros, el sector servicios es el más importante de la economía nacional, para la “Asociación Nacional de Empresarios de Colombia” (ANDI), (EAFIT, 2021), el sector con mayor impacto, de los dieciocho subsectores, durante el 2021 presentó una valoración satisfactoria de sus ingresos, con relación al 2020, (Mensual Servicios Bogotá, 2021a).

El sector servicios en Colombia, es crucial para el desarrollo económico y el crecimiento del país, son pocos los estudios a profundidad del subsector de servicios en alimentos, ya que se ha profundizado más en la producción y manufactura, el sector sub-servicios en alimentos tiene características muy considerables que lo diferencian y lo hacen único en nuestro país, gracias a varios factores como, su posición geográfica, el alcance del mercado, la calidad de los productos, como la materia prima, el desarrollo de cadenas asociativas, el control de la distribución, y en general el proceso productivo. (Andi, 2019).

El cambio en la tecnología en los últimos años y la innovación es cada día más fundamental para el sector, considerando que es el motor central de la economía, los estudios apuntan que su crecimiento es inminente.

El sector servicios en Colombia está distribuido en dieciocho subsectores, como lo indica la tabla 12:

**Tabla 12.** *Sector Servicios en Colombia*

<b>Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.</b>
Almacenamiento y actividades complementarias al transporte
Correo y servicios de mensajería
Restaurantes, catering y bares
Actividades de edición
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión
Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias
Telecomunicaciones
Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos
Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo
Actividades profesionales científicas y técnicas
Publicidad
Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios
Actividades de centros de llamadas (Call Center)
Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center
Educación superior privada
Salud humana privada con internación
Salud humana privada sin internación
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios

Elaboración propia. Fuente: (Mensual Servicios, Bogotá, 2021a).

## Sector de Alimentos

El sector de alimentos y bebidas tiene una participación en la estructura industrial de Colombia, su actividad productiva está compuesta por pequeñas y medianas empresas, es notorio el aumento de su participación en el desarrollo del país, gracias a su competitividad, para el DANE en su encuesta de 2021, (Mensual Servicios Bogotá, 2021a) los ingresos nominales registraron un aumento significativo, el personal ocupado, y los salarios registraron un importante crecimiento, “los servicios de restaurantes, catering y bares registraron incremento del 43,3 % en los ingresos nominales, el personal ocupado total presento un crecimiento del 10,3 % y los salarios registraron un aumento de 13,8 % en comparación con diciembre de 2020”. (Mensual Servicios, Bogotá, 2021a).

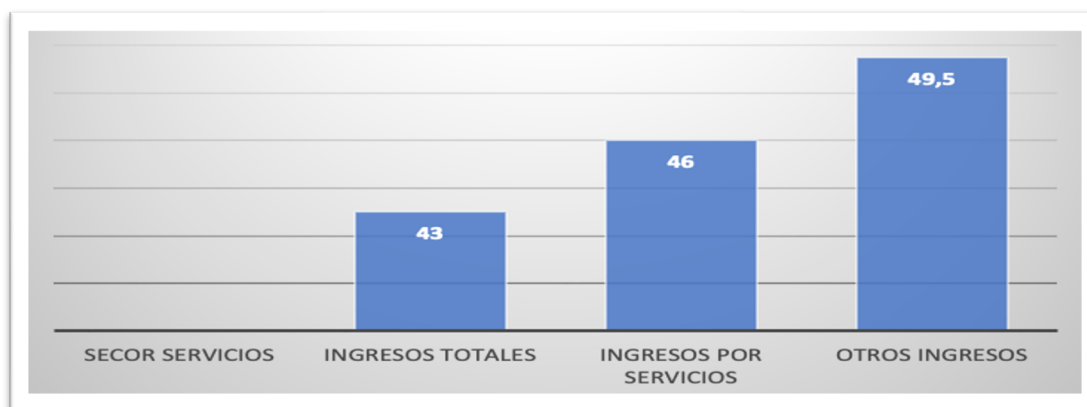
**Tabla 13.** *Ingresos Sector Servicios 2021*

<b>Sector Servicios</b>	
Ingresos Totales	43
Ingresos por Servicios	46
Otros Ingresos	49,5

Elaboración propia. Fuente: (Mensual Servicios, Bogotá, 2021a)

**Nota:** Valores en miles de millones de pesos.

**Figura 9.** *Ingresos Sector Servicios 2021*



Elaboración propia. Fuente: (Mensual Servicios, Bogotá, 2021a).

En comparación con el mismo período 2020, los ingresos totales representaron un aumento de 43,3 %, y un incremento del 46,8 % “en los ingresos por servicios, el personal ocupado, presentó una variación de 10,3 % del total general, con un incremento de 23,3 % en personal temporal directo, y de 54,0 % en personal contratado a través de agencias, y de 2,6 % en el personal permanente”. (Mensual Servicios, Bogotá, 2021a).

“En cuanto a los salarios, se presentó un aumento de 13,8 %, en comparación con el 2020, que explica un incremento de 15,9 % en salarios de personal permanente y de 13,8 % en salarios de personal temporal directo”. (Mensual Servicios Bogotá, 2021a), (DANE, 2022).

### **Subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero**

“El 52 % de las empresas de Bogotá está localizado en 5 localidades, Suba, Usaquén, Chapinero, Kennedy y Engativá, tiene la mayor concentración de empresas en estas zonas de Bogotá, y tienen la mayor oferta de servicios públicos y privados”. (CCB, 2022d).

“El subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero tiene una importante participación de pymes para la ciudad de Bogotá, de las empresas activas Chapinero tiene 28,809 pymes, el porcentaje de participación a marzo de 2022 es del 10 %”. (CCB, 2022d).

La localidad de Chapinero se ha caracterizado por tener una gastronomía variada, apoyado por el crecimiento del turismo, que atiende no solo a los turistas, sino también a los locales, según la World Food Travel Association (WFTA), el impacto económico anual que deja el sector es muy positivo, para Cámara de Comercio de Bogotá (2022c), cada turista gasta el 25 % de su presupuesto en bebidas y alimentos al viajar, para la Organización Mundial del Turismo, la gastronomía es un elemento estratégico, que integra la cultura, el turismo y la gastronomía, en sectores estratégicos de Bogotá como la localidad de Chapinero y Usaquén. “Considerando que Chapinero tienen 166,000 habitantes y 500,000 son flotantes” (Bogotá Vive, 2022).

El crecimiento del Subsector está acompañado de una creciente demanda de turistas, que descubren en la localidad una integración de lo cultural y gastronómico, como valores agregados importantes, la necesidad de diferenciación, presentando propuestas únicas, fortalecer lo cultural para satisfacer la demanda interna y externa, y crear experiencias que generen un interés para fidelizar a los turistas, gracias a todo este trabajo conjunto se puede catalogar a Bogotá como una región que tiene los mejores restaurantes con registro nacional de turismo, como lo describen diferentes medios nacionales e internacionales.



### **Definición y Clasificación Tipos de Emprendimiento**

El gobierno nacional comprometido, con el desarrollo y crecimiento económico, está impulsando, y promoviendo el emprendimiento como eje de desarrollo, equidad, y legitimación en la creación y desarrollo de pymes, para mejorar la creación de empleo, y el crecimiento económico, mejorar las ventajas competitivas, los resultados de competitividad, comprendiendo la importancia que tienen las leyes del emprendimiento, y las diferentes regulaciones, que son fundamentales para poner en funcionamiento cualquier negocio.

El desarrollo empresarial en Colombia tiene aspectos relevantes, que todo emprendedor debe conocer, saber en qué etapa se encuentra su negocio, entender la normatividad existente, y tomar decisiones importantes, que impacten positivamente el emprendimiento, desde el capital semilla, las etapas de escalamiento y de consolidación.

Las diferentes regulaciones como la ley de Garantías Mobiliarias, Ley 1673 de 2013, que ayuda al acceso de crédito para garantizar una deuda, sin arriesgar su patrimonio. (Mincomercio, 2022b), otro factor muy relevante que se debe tener en cuenta en el emprendimiento es la innovación, para potenciar el crecimiento, y generar mayor valor a los productos y servicios, este es un gran desafío para los empresarios conocer los modelos de innovación, permiten potenciar su emprendimiento.

## Emprendimiento Tradicional

Para el 2021 “la creación de microempresas creció 10,6 % frente a 2020, al pasar de 276.891 a 307.649, de este total, 74,4 % corresponden a personas naturales y 25,6 % a sociedades” (Portafolio, 2022b). “Las matrículas de personas naturales pasaron de 209,449 a 228,799, con un aumento del 9,2 %. Entre los registros de personas naturales, Confecámaras destaca que el 61,3 % fueron mujeres. En las sociedades creadas durante el mismo período, el 23,2 % tiene una participación media – alta de las mujeres en la capital”. (Portafolio, 2022b).

El informe presenta (Portafolio, 2022a), “que el 52,2 % de las empresas en el último año generaron al menos un puesto de trabajo cuando se fundaron. De estos, el 40 % de los empleados son mujeres y el 90 % en la gerencia son mujeres” (Portafolio, 2022a). “Los sectores más dinámicos en términos de creación de empleo están el comercio, alojamiento, y servicios de comida, industrias manufactureras, actividades profesionales, científicas, técnicas y de construcción” (Portafolio, 2022a). “El conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas, el tamaño de la empresa está medido por el valor de sus activos, una muy baja proporción aparecen pequeñas empresas 0,4 % y el restante son las medianas y grandes empresas 0,03 %” (Portafolio, 2022a).

Con esta información reciente publicada en el diario la República en febrero de 2022, podemos evidenciar el notorio crecimiento de las unidades productivas, y su importante, aporte al desarrollo de la economía en general. “De las empresas activas en Bogotá y la Región en 2021, 53,9 % corresponde a servicios; 32,3 % a comercio y el 13,8 % a industria, según el tamaño, la mayoría de las empresas activas en el 2021 fueron pymes 99,5 %, donde 94,3 % corresponde a microempresas, seguidas por las pequeñas 41 %, medianas 1,1 % y grandes 0,5 %”. (La República, 2022a). (CCB, 2021).

Toda esta Información relacionada en su gran mayoría son emprendimientos tradicionales, teniendo en cuenta que del total, 74,4 % corresponden a personas naturales, estos sectores son el artesanal, “el comercial y de servicios, cuya infraestructura física, técnicas, y de personal, sus mecanismos de funcionamiento son muy básicos y no agregan valor en el proceso productivo; es decir, no se involucran recursos humanos profesionales o semi profesionales” (La República, 2022a), que estandarizan sus procesos, y cuyo conocimiento es de dominio público y es fácil de adoptar implementar y operar.

El emprendimiento tradicional se enfoca en un producto ya existente, generalmente se le añade nuevas características, para posicionarlo en el mercado objetivo, ya que no utiliza nueva tecnología, ni tampoco se ve beneficiado en cuánto al crecimiento y posicionamiento, sus canales de comunicación, y su estructura empresarial es demasiado obsoleta.

### **Emprendimiento Innovador**

El término más conocido son las startups, los hábitos de consumo en los últimos tiempos cambiaron de forma radical, y los modelos de negocios se adaptaron a la era digital, uno de los sectores más dinámicos es el sector de servicios, y tenemos un notable ejemplo como lo es Rappi, en el informe de (CCB, 2022b), “Colombia Tech Report 2021, unas 1,110 startups conforman el ecosistema de innovación en el país” (La República, 2022a). (Colombia Tech Report, 2021).

“El sector Fintech es el de mayor representación con 170 emprendimientos. Le siguen: MarTech 101, DeppTech 94, RetailTech 92, Real Estate 63 y EdTech 65. El reporte de la plataforma Distrito, en alianza con Kpmg, INNpulsa, Cámara de Comercio de Bogotá”(La República, 2022a), “Cámara de Comercio de Medellín, Andi Futuro y el Cesa, reveló que estas

nuevas ideas de negocio tuvieron su mayor pico en 2017, al crearse 143 startups alcanzando ese año un total de 816” (La República, 2022a).

“Bogotá es la tercera ciudad de América Latina con mayores facilidades para hacer negocios, cuenta con la mayor tasa de actividad emprendedora 19,2 % y de startups 60,42 %; seguida de Antioquia 20,17 % Valle del Cauca 5,93 % Cundinamarca con el 02,96 % y Atlántico 2,87 %”. (La República, 2022a). Estos estudios revelan información muy importante para considerar la importancia del emprendimiento en Colombia, “un dato revelador fue el tema de la brecha de género a la hora de emprender, pues solo el 4 % de las fundadoras de startups son mujeres” (La República, 2022a), “mientras que el 96 % corresponden al género masculino, no obstante, según cifras del Registro Único Empresarial (RÚES), las matrículas de personas naturales pasaron de 228,799 en 2021, siendo 61,3 % mujeres y 38,7 % hombres”.(La República, 2022a).

Un factor relevante en las startups entre “emprendimientos y los fundadores es su experiencia académica: seis de cada 10 startups fueron creadas y cofundadas por un egresado de la Universidad de los Andes” (Andes, 2022), la mayoría con estudios en Economía, Ingeniería y Administración. (La República, 2022a). “Para las startups el volumen invertido en el 2021 fue de “US \$ 808,9 millones en emprendimientos colombianos, lo que representó el 63 % del volumen total del 2020” (Analitick, 2022). “Hasta este momento, la inversión de US \$ 100 millones en la proptech Habi es la mayor Serie B mapeada en el país, superando incluso el aporte de la misma ronda de Rappi el sector con más inversiones en el Logtech con US \$ 2312 millones, representando el 67 % del total del ecosistema”. (La República, 2022c).

Para “Nicolás Uribe, presidente Mundial de la Federación de Cámaras de Comercio (WCF, por sus siglas en inglés)” tomado del artículo de Salazar Castellanos, (2022), “La capital de la república es la capital del emprendimiento en América Latina, aprovechando su potencial económico, mediante el impulso y la creación y el fortalecimiento de las startups, para que incorporen conocimiento y tecnología con el objetivo de impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de las nuevas empresas”. (La República, 2022a).

Rappi sigue ocupando el primer lugar, “esta se convirtió en el unicornio Rappi con presencia en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, y Uruguay”, (La República, 2022a), la mentalidad emprendedora de sus fundadores no tiene límite, su enfoque en mejorar constantemente y dejar huella en cada acción que se realiza. “El top 10 también lo conforman las compañías Platzi, Merqueo, Frubana, RobinFood, La Haus, Habi, Addi, Mensajeros Urbanos, y Liftit, que para el 2022 apuestan por fortalecer sus planes de expansión en la región con nuevas inversiones”. (La República, 2022a).

“El informe de (Colombia Tech Report, 2021) reveló que 25,261 colaboradores operan el mercado de innovación. Específicamente, la mitad de la fuerza de trabajo en tecnología 55,2 % está presente en tres sectores: Logtech, Fintech, y Retailtech, con 8,504, 3,569, y 1,889” empleos, respectivamente”. (La República, 2022a). “La importancia de la Ley de Emprendimiento, la cual permite generar un entorno favorable para ayudar al crecimiento de esas iniciativas colectivas e individuales en el emprendimiento innovador” (La República, 2022a).

### **Emprendimiento Comercial**

Los emprendimientos comerciales, representado por los emprendedores comerciales, son aquellos que aprovechan cada oportunidad para crear negocios eficientes y rentables, el emprendedor comercial, busca todo tipo de proyectos, para comercializar y a partir de ellos los

mejora constantemente, para que cumplan con estándares sociales de buena calidad, y sean aceptados en los diferentes mercados.

El “emprendedor comercial es un individuo que genera ideas y proyectos a través del ámbito empresarial, y genera buenas ganancias, estas son algunas características del emprendedor comercial”: (Sánchez, 2020):

- Tiene ideas nuevas y mejoradas, las reforman “para convertirlas en invenciones únicas, que no se comparan” (Sánchez, 2020), con los métodos convencionales, donde la creatividad tiene papel fundamental en el desarrollo de sus productos y servicios.
- No dejan pasar las oportunidades, el emprendedor comercial aprovecha todo negocio, para sacarle el mejor provecho.
- El emprendedor comercial es perseverante, para alcanzar todo lo que se proponga, y el tiempo determina su éxito.

### **Emprendimiento en Servicios**

La función de las empresas de servicios es ofrecer servicios que las personas necesitan para satisfacer sus necesidades, cómo “recreación, capacitación, asesoramiento, medicina, construcción, turismo, televisión por cable, organización de una fiesta, agua, luz, gas” (Conceptos, 2021), etcétera. Este tipo de emprendimiento en servicios ofrecen elementos intangibles, para satisfacer una necesidad puntual. Estas organizaciones tienen un alto nivel, especialización en la actividad que realizan, responden a sus clientes sus inquietudes de manera óptima; adicionalmente, hay empresas que ofrecen servicios para generar nuevos productos y servicios, estas son las características más importantes de los servicios:

- Intangibles.

- Inseparables.
- Caducables.
- Disponibles a la participación del cliente.
- Heterogéneos.

Clasificación de las empresas de servicio, según Hernández, (2022):

**De actividades uniformes:** “Se ofrecen servicios en lugares específicos, de manera habitual, y sus convenios son de exclusividad con sus clientes a los que se les ofrece” (EAFIT, 2021), promociones y descuentos, teniendo en cuenta la cantidad de productos adquiridos, tomados de: (EAFIT, 2021):

- Reparación.
- Mantenimiento.
- Limpieza.
- Auditoria.
- Mensajería.
- Telefonía.
- Aseguradora.
- Gestoría.
- Agua.
- Gas.
- Telecomunicación.
- Electricidad.
- Bancos.

**De actividades puntuales o por proyecto:** Sus clientes recurren a ellos ocasionalmente por necesidades puntuales que no persisten en el tiempo, la relación empresa a empresa es temporal y no existen contratos garantizados.

- Plomería.
- Carpintería.
- Diseño.
- Programación.
- Selección de personal.
- Catering.
- DJ.
- Organización de eventos.

Combinadas: “ofrecen un servicio junto con la venta de un producto tangible.

- Funeraria.
- Hotel.
- Agencia de publicidad.
- Cine.

Encontramos las empresas de servicios públicos, privados y mixtos, en Colombia, “lo nuevo en el mercado son **startups as a service** (emprendimiento de servicio), los innovadores de negocios pueden expandir sus ideas e ingresar a nichos de mercado con más flexibilidad que las prácticas tradicionales. Una iniciativa creciente es la company builders, que son “emprendedores a sueldo”, a la hora de crear una empresa, las empresas que pagan una determinada cantidad para externalizar procesos innovadores, las empresas que se especializan en estos procesos son las **Estratek**.

Mediante la aplicación de prácticas tradicionales, los negocios de servicios se enfocan en los llamados "emprendedores puros", su experiencia ha sido exitosa, diseñan y gestionan sus negocios y el de sus clientes. Producto Mínimo Viable (PMV), (Eserp Business & Law School, 2019). “De esta forma, las empresas que ofrecen el servicio saben lo que es emprender, saben lo que es ir tras los clientes, ir tras las ideas y los sueños” (Portafolio, 2020). Son estrategias de negocios, pero también son mensajeros y cobradores de carteras, generando un ecosistema colaborativo.



Las pymes del sector servicios son las empresas más importantes de la economía, representando más del 50 % del PIB, y su producción y comercio han mostrado un gran crecimiento en las últimas décadas, en parte debido a tecnologías que reducen los costos de transporte y desarrollan eficientes tecnologías; “sin embargo, a pesar de su importancia, el sector es poco estudiado, por los problemas de medición que representa, especialmente en temas relacionados con el comercio, ya que los tipos de transacciones varían según la industria” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

### **Emprendimiento Tecnológico**

Las “nuevas empresas se crean a partir de la investigación y el desarrollo (I+D) y pueden establecerse” (López Trujillo et al., 2019), en un entorno corporativo o universitario existente, sobre la base de herramientas digitales en constante crecimiento que proporcionan las últimas tecnologías modernas, lo que da como resultado nuevos negocios. Se pueden mencionar los tipos de emprendimiento como son tomados de (Pascual, 2021):

- **Pequeñas empresas:** el dueño es el líder de la organización, son negocios que podemos ver en una calle de la ciudad o calle principal, y sus dueños obtienen poca ganancia.
- **Empresas escalables:** su propósito es producir lo necesario para generar utilidades, son establecidos “con la idea de generar un gran crecimiento empresarial gracias a la innovación y a las estrategias” (Hamel, 2020). Los negocios tecnológicos, acompañados de innovación en su software y componentes electrónicos, es una buena manera de enfocar su concepto de escalabilidad.
- **Emprendimientos novedosos:** los negocios basados en desarrollo e investigación para diseñar “un producto o servicio innovador, se puede entender” (Hamel,

2020), como un negocio nuevo, y estos son los negocios que son capaces de generar un mayor impacto ante un problema o demanda del mercado, que es una característica principal, es decir, cuando surgen ideas innovadoras, requieren una financiación importante para la investigación y lanzar el modelo de negocio al mercado.

- **Negocios oportunistas:** estos identifican la necesidad de su entorno, “con una propuesta de valor para esa oportunidad, lo especial del emprendimiento es que necesita de una gran oportunidad del emprendedor para identificar, y diseñar un negocio, que cubra esa necesidad del mercado” (Pascual, 2021).
- **Emprendimientos incubadores:** Las ideas pasan mucho “tiempo en investigación, con el objetivo de satisfacer necesidades recurrentes dentro de un nicho. Las grandes empresas utilizan incubadoras de ideas para generar” (Hamel, 2020), suficiente información para garantizar que sus negocios puedan generar resultados.
- **Negocios espejos:** no tienen innovación, solo venden un producto existente en el mercado. Ejemplo, las franquicias, en el que el inversor no crea nada, únicamente adquiere un permiso o marca como un diseño de negocio, para sacar el mayor beneficio.

### **Emprendimiento Interno**

Un intraemprendedor gesta una nueva línea de negocio dentro de la empresa para la que trabaja, crea la idea hasta convertirla en un negocio rentable. El segundo tipo de emprendedor, denominado intrapreneur, también conocido como emprendedor interno, es el encargado de generar nuevas áreas de negocio, es decir, liderar proyectos. Dicho esto, se puede apreciar que

los intraemprendedores tienen un perfil muy específico, están orientados al riesgo y tienen ideas para “cambiar la cultura de la empresa en la que trabajan” (Sánchez, 2020). Por lo tanto, alguien en este puesto puede no ser una buena opción para las empresas tradicionales que tienen su manera de hacer las cosas y son reacias a mejorar. Este tampoco es el caso de los trabajadores que se consideran expertos, pero también son conservadores, o de los trabajadores hiper-competitivos que se vuelven solitarios. El emprendedor interno es excelente para trabajar con profesionales curiosos, siempre aprendiendo cosas nuevas y actualizando sus conocimientos.

Una de las razones por las que algunos emprendedores asumen el reto en la empresa y no solos, es que de esta manera utilizan los recursos de la empresa para lograr sus metas, es necesario considerar la creación de un nuevo negocio dentro del dominio de la empresa, puede tener nuevas ideas innovadoras, y necesita hacer un cambio en cultura de la empresa. (Sánchez, 2020).

Por ello, una empresa que se limita a dejar innovar a los emprendedores en su tiempo libre y no participar en sus proyectos no es una buena alternativa para este tipo de emprendedores. Las empresas de intra-emprendimiento no pueden limitarse, deben empujar, no basta con depender de sí mismas, para los intra-emprendedores sus objetivos son siempre los mismos.

Primero se debe considerar que el rol de un intraemprendedor es implementar una idea y tratar de generar un negocio rentable a partir de ella, ya que es un negocio interno, y si este negocio va bien traerá un gran beneficio a la empresa, por lo cual no debe estar separado del proyecto del emprendedor, los dos deben trabajar juntos en beneficio de los trabajadores y de la empresa.

Por lo general, las empresas, en las que el emprendedor realice sus actividades emprendimiento, no deben ser tradicionales o conservadoras. Deben tener la mente abierta y cambiar su cultura corporativa de acuerdo con la nueva área de negocios que representan, lo que también es una oportunidad para la empresa.

Por lo tanto, es necesario promover la discusión al interior de la organización. Se debe comunicar su rol en todo momento, y lo que se va a hacer para informar su progreso. Las empresas deben alejarse del tradicionalismo y la incomodidad con lo nuevo, y deben apoyar la creatividad y la innovación. Si surgen tales disputas internas, es más probable que los empresarios utilicen los recursos, para diseñar nuevas áreas de negocios de las que la empresa pueda beneficiarse.

## Tipos de Emprendedores

Las personas emprendedoras ven oportunidades en todas partes. Los empresarios son entusiastas, motivados y muchos ven un problema y están tratando de encontrar una manera de resolverlo. Son personas que asumen riesgos y hacen sacrificios para lograr sus metas y objetivos. La tabla 14 muestra de manera detallada los tipos de emprendedores y las características que los diferencian.

**Tabla 14.** *Tipos de Emprendedores*

TIPOS DE EMPRENDEDORES	
Emprendedor social	<p>No busca dinero, ni fama. Solo se enfoca en resolver algún problema en su sociedad o comunidad mediante un sistema innovador.</p> <p>El emprendedor social desea ejecutar sus ideas para que las personas puedan tener una mejor calidad de vida en cualquier parte del mundo. No busca dinero, ni fama. Solo se enfoca en resolver algún problema en su sociedad o comunidad mediante un sistema innovador.</p>
Emprendedor especialista	<p>Es una persona metódica y técnica. Se concentra en las ideas para un sector específico y busca generar impacto a nivel corporativo con ellas.</p> <p>En su mayoría son profesionistas que combinan sus conocimientos con el emprendimiento para desarrollar un proyecto que les genere dinero.</p>
Emprendedor multi-funcional	<p>Los emprendedores multi-sector, son personas que se enfocan en varios proyectos a la vez, sin tener mucho que ver uno con el otro.</p> <p>Son capaces de generar avances con dos o más negocios en simultáneo, sin perder el enfoque en ninguno.</p>
Emprendedores por accidente	<p>Los emprendedores por accidente son los que se topan con una idea al azar y la identifican como una posibilidad real de negocios.</p> <p>Como cuando Zuckerberg estaba ayudando a unos compañeros de estudio en su página web de la fraternidad y la transformó en lo que es Facebook.</p>
Emprendedor oportunista	<p>No es más que el emprendedor que logra identificar la oportunidad y desarrolla una solución a un problema en específico.</p>
Emprendedor inversionista	<p>Es el que cuenta con los recursos y busca proyectos e ideas para poner dinero sobre ellas y lograr desarrollarlas.</p> <p>No es quien dirige el negocio, actúa más bien como un socio capitalista.</p>
Emprendedor por necesidad	<p>Son los emprendedores que luego de una situación desfavorable, como desempleo, situación económica y otras, deciden que iniciar un negocio es la manera de solventarlo.</p> <p>Son los más comunes. En todos lados podemos encontrar personas que no se conformaron con recibir un sueldo o no podrían acceder a mejores salarios y decidieron satisfacer sus necesidades con un negocio.</p>
Emprendedor innovador o visionario	<p>Es aquel que busca nuevas maneras de solucionar un problema que sean más accesibles y económicas para un sector de la población.</p> <p>Piensa en proyectos de largo alcance y desarrolla planes para hacerlos rentables por décadas.</p> <p>Al fin y al cabo, todo emprendedor debe adaptarse a las tendencias.</p>

Elaboración propia. Fuente: <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>  
(Sordo, 2021).

## **Impacto del Tipo de Emprendimiento Dentro del Desarrollo de Organizaciones Perdurables**

El impacto del tipo de emprendimiento dentro del desarrollo de organizaciones perdurables es fundamental, ya que los emprendedores son individuos que enfrentan los desafíos de una nueva empresa o negocio, tienen una férrea disciplina y una gran actitud para afrontar los retos y dificultades.

Al iniciar un negocio, es importante recordar que hay ciertas habilidades que deben desarrollarse además de las ideas. El impacto del tipo del emprendimiento está ligado a sus características personales, la innovación, la creatividad, asumir los riesgos, la perseverancia, ser flexible y adaptable, paciente, tener cierto grado de información, datos de interés para un emprendedor, tener confianza y determinación.

Los profesionales desarrollan proyectos con equidad social, y es el gobierno quien fortalece a los emprendedores, con el apoyo de INN Pulsa entidad que promueve el emprendimiento desde sus inicios, teniendo en cuenta la mano de obra capacitada que tiene nuestra economía, los emprendimientos familiares satisfacen necesidades y aportan al desarrollo de la dinámica empresarial.

El impacto del emprendedor en el desarrollo de organizaciones perdurables es fundamental enfocados en empresas sociales o ambientales que innovan a través de proyectos destinados a mejorar el bienestar social o ambiental, ya que fabrican un bien o un servicio a la vez que tienen un impacto, ambiental y social positivo en la comunidad, y tienen como objetivo brindar oportunidades para reducir la desigualdad social, serán empresas sociales que tienen un impacto social positivo, cuyos objetivo es reducir el impacto ambiental, estas causas de sostenibilidad, causas ambientales, y de impacto fortalecen las organizaciones, ya que cambian

las conciencia del consumidor, persiguiendo no solo la utilidad económica, sino el impacto ambiental y social positivo en la elaboración de los productos para comercializar.

## Modelos de Emprendimiento

Los modelos de emprendimiento nacen de la necesidad, para mejorar y fortalecer los negocios, identificando los factores para dirigir los emprendimientos hacia el éxito, entre ellos encontramos:

- Determinar cómo los recursos, las capacidades o los aspectos clave de una organización proporcionan valor a los clientes.
- Como se relacionan las partes dentro de la organización.
- Determinar cómo la empresa genera valor y utilidad a través de las relaciones.

Los modelos de emprendimiento más utilizados son:

- Modelo de negocios Canvas
- Timmos
- Isun
- Modelo GEM
- Modelo de negocio de cola larga
- Plataformas multilaterales
- Modelo de negocio freemium
- Cebo anzuelo o de los productos atados
- Modelo de negocio de afiliación
- Modelo de negocio de suscripción
- Modelo de negocio de franquicia o licencia

### Modelo de Negocios CANVAS

Su actuación en el famoso Business CANVAS ayuda a popularizar este método para entender los negocios existentes, así como “diseñar, entender e innovar otros nuevos negocios. El CANVAS permite obtener mejores detalles de las áreas que componen el modelo de negocio, expuestas en nueve elementos” (Yun, 2022), que consistente en preguntas de reflexión iniciales.



### **Modelo Timmons**

“Se basa en tres pilares: mercado, personas y recursos” (Giraldo Gómez, 2019). Para este modelo, el emprendedor exitoso es quien reúne y equilibra estos elementos. Los emprendedores tienen que buscar una oportunidad y cuando la encuentran aprovecharla “formando un equipo, reuniendo los recursos necesarios para empezar un negocio y aprovechar la oportunidad” (Giraldo Gómez, 2019).

### **Modelo Isun**

Emprendimiento (ISUN) es un modelo para emprendedores que están a punto de poner en marcha un negocio, excepto que ya tienen idea específica. “Es un programa de información que trabaja en campo y tiene apoyo post-capacitación, brindando asesoría para crear una empresa, crear un modelo de negocio y evaluar su viabilidad” (Giraldo Gómez, 2019).

### **Modelo GEM**

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2022) proyecto de investigación en marcha que tiene información relevante con alcance internacional, que analiza el emprendimiento y las características de sus distintas etapas. Desde sus inicios, GEM ha estado trabajando para desentrañar la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. GEM adopta un enfoque integrado, considerando el papel de las empresas nuevas y cómo se desarrollan estas actividades empresariales.

### **Modelo de Negocio de Cola Larga**

“El principio de Pareto, establece que el 20 % de los productos de alta demanda generan el 80 % de nuestras ventas” (Fernández Valiñas, 2009), si bien es tentador invertir dinero en los productos básicos más populares, el modelo comercial de cola larga nos dice que, si agrupamos

los artículos menos demandados y los ponemos todos en un solo lugar, podemos convertirlos en cosas pequeñas y rentables.

## **Plataformas Multilaterales**

Es innovador. Esta plataforma proporciona un canal a través del cual los dos grupos de clientes pueden crecer e interactuar. A medida que crece la base de clientes, también lo hace su valor.

### **Modelo de Negocio Freemium**

Este tipo de negocio innovador “se utiliza para generar un gran número de clientes potenciales, brindar a los usuarios alternativas gratuitas a servicios de calidad, y lograr la fidelización de los usuarios generando confianza, que es uno de nuestros modelos funcionales. Los usuarios eligen comprar licencia premium.

### **Cabo y Anzuelo o de los Productos Atados**

Ofrece productos a precios bajos e incluso se da por vencido (cebo) para obtener ganancias a largo plazo (anzuelos) de repuestos o servicios que generan altos márgenes de ingresos.

### **Modelo de Negocio de Afiliación**

Se aplica al comercio en línea, al igual que las ventas por comisión tradicionales, cuando un sitio web redirige a los lectores a otro sitio (generalmente un negocio en línea), si realizan acciones (registrarse o comprar), entonces el sitio web funcionará.

### **Modelo de Negocio de Suscripción**

Se enfoca en generar ingresos de manera recurrente donde los clientes adquieren productos o servicios de manera regular. Encontramos distintas formas de suscripción:

- Suscripción fija.
- Suscripción ilimitada.
- Suscripción base y pago por uso.

- Suscripción acotada.

### **Modelo de Negocio de Franquicia o Licencia**

Muchos emprendedores eligen este modelo innovador porque se minimiza el riesgo y aumentan las posibilidades de éxito. Al elegir una franquicia como la conocemos.

Es importante considerar la importancia que tienen los “modelos de emprendimiento dentro del desarrollo de organizaciones sostenibles” (*UNAD - Monografía - Estructura*, n.d.-a), de esta forma se podrá poner en práctica la teoría general del emprendimiento y determinar el impacto que tendrá para nuestra región.

De manera que identificar los tipos de emprendimiento y el “impacto de los modelos de emprendimiento dentro del desarrollo de distintas organizaciones” (*UNAD - Monografía - Estructura*, n.d.-b), es el principal interrogante que, junto a la pregunta problema, debemos responder a lo largo de la “monografía de investigación”. (*UNAD - Monografía - Estructura*, n.d.-a).

## **Impacto de los Modelos de Emprendimiento Dentro del Desarrollo de Organizaciones Perdurables en el Sector Servicios en Bogotá**

Los modelos de emprendimiento descritos en el punto anterior, nos lleva a considerar el impacto que tienen los modelos de emprendimiento y la huella que generan en nuestro entorno, son proyectos totalmente rentables, su impacto es muy favorable en la sociedad y el ambiente, los proyectos de emprendimiento al ejecutarse de manera adecuada teniendo en cuenta todo lo descrito a lo largo del desarrollo de la monografía de investigación, generan no solamente la rentabilidad esperada, sino el impacto en la sociedad, hay dos componentes importantes que se deben en cuenta el modelo de venta, y el modelo de impacto.

Los negocios de emprendimiento de alto impacto en el desarrollo de organizaciones perdurables tienen cuatro pasos fundamentales que se deben considerar a saber:

- **Aprende:** Los diferentes modelos de negocio, para entender en contexto la importancia del mercado.
- **Inventa:** Transformar las ideas, para alcanzar los objetivos establecidos en la planeación.
- **Prototipo:** Es de cierta manera darle forma al proyecto, con hojas de trabajo, que ayudan a completar el cronograma establecido desde el inicio del emprendimiento.
- **Reporta:** Tener la retroalimentación de expertos con su conocimiento y experiencia para ajustar y mejorar los procesos internos de la pyme.

En términos generales, los emprendimientos de alto impacto surgen de ideas que dan respuesta a preocupaciones ambientales. Entonces, como todas las empresas, al principio no está muy claro cómo se verá un producto o servicio, de ahí la importancia de la creación de

prototipos. El prototipado nos ayuda a comprobar si alguien está interesado en el producto o servicio que queremos desarrollar, todo ello sin invertir demasiado dinero. Al desarrollar prototipos, también podemos obtener retroalimentación del mercado al que queremos llegar, podemos hacer estos ajustes que nos ayuden a lograr una mayor rentabilidad en el mercado.

Adicionalmente, el desarrollo, producto de los emprendimientos que general alto impacto, está principalmente en los emprendimientos de innovación, sin dejar de lado los otros tipos de emprendimientos, pero en términos de desarrollo de organizaciones perdurables, se debe considerar la región, el medioambiente, la empresa, la sociedad, la innovación, y el emprendimiento, estos aspectos fortalecen la actitud del emprendedor en pro de la sociedad, su cultura empresarial, las capacidades y características del entorno competitivo, son niveles que para alcanzar el impacto adecuado se deben alimentar en conjunto, para conseguir que la sociedad se vea beneficiada, impulsar el crecimiento de las personas.

El desarrollo de nuevos productos crea un alto impacto en la sociedad, y están relacionados con el crecimiento económico, teniendo en cuenta “la dinámica del mercado, y la estrategia comercial adecuada, la correcta identificación de necesidades de los clientes” (UNAD, 2015), potenciales, el proceso de adaptación al conocimiento, la tecnología, y la capacidad de cada emprendedor para crear, desarrollar y trabajar con equipos interdisciplinarios, para gestionar los procesos, mantener el desarrollo de nuevos productos de forma constante, al final el resultado será satisfactorio para las partes, y el alto impacto positivo a la sociedad gracias a su estrategia empresarial definida.

### Alta Tasa de Mortalidad de Pyme en Bogotá

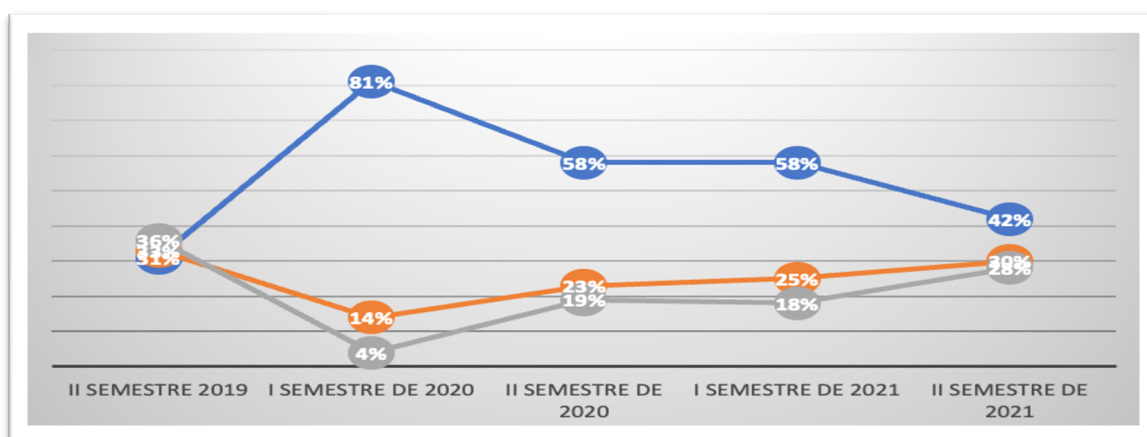
Las pymes en general y principalmente en Bogotá son importantes generadoras de empleo, fomentan el desarrollo económico y social, tienen acceso a mercados diversificados, exportando o vendiendo sus productos a grandes cadenas comerciales nacionales o internacionales, se benefician de la transferencia de tecnología, siendo la base empresarial de Colombia, al cierre del 2021, según (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a), el desempeño de las empresas con respecto al primer semestre de 2021, y durante el segundo semestre de 2021, el balance en ventas en Bogotá fue negativo comparado con el de la nación, el porcentaje de empresas señala una caída de ventas del 27 % en el país, y en Bogotá del 42 %.

**Tabla 15.** *Total, Ventas Bogotá 2021 Desempeño de las Empresas CCB*

II semestre 2019	I Semestre de 2020	II Semestre de 2020	I Semestre de 2021	II Semestre de 2021
31%	81%	58%	58%	42%
33%	14%	23%	25%	30%
36%	4%	19%	18%	28%

Elaboración propia. Fuente: Desempeño de las Empresas CCB.

**Figura 10.** *Total, Ventas Bogotá 2021 Desempeño de las Empresas CCB*



Elaboración propia. Fuente: Desempeño de las Empresas CCB.

## Exportaciones

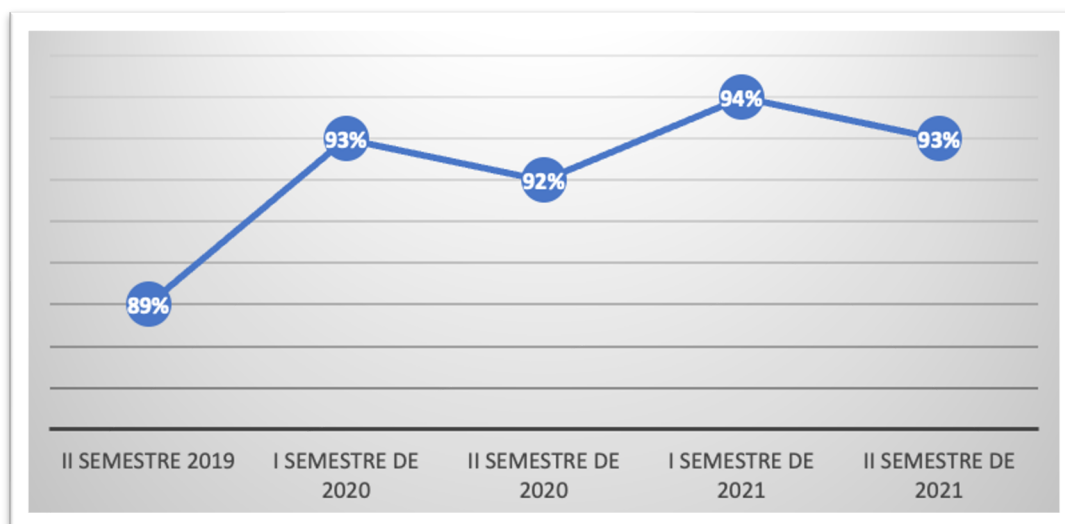
Para el segundo semestre del 2021, el porcentaje de empresas que exportó fue del 7 %, este indicador por temas de COVID-19 cayó el 11 % y a cierre del 2021 no se ha recuperado.

**Tabla 16.** *Exportaciones de Empresas Bogotá 2021*

II semestre 2019	I Semestre de 2020	II Semestre de 2020	I Semestre de 2021	II Semestre de 2021
89%	93%	92%	94%	93%

Elaboración propia. Fuente: Desempeño de las Empresas CCB.

**Figura 11.** *Exportaciones de Empresas Bogotá*



Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b).

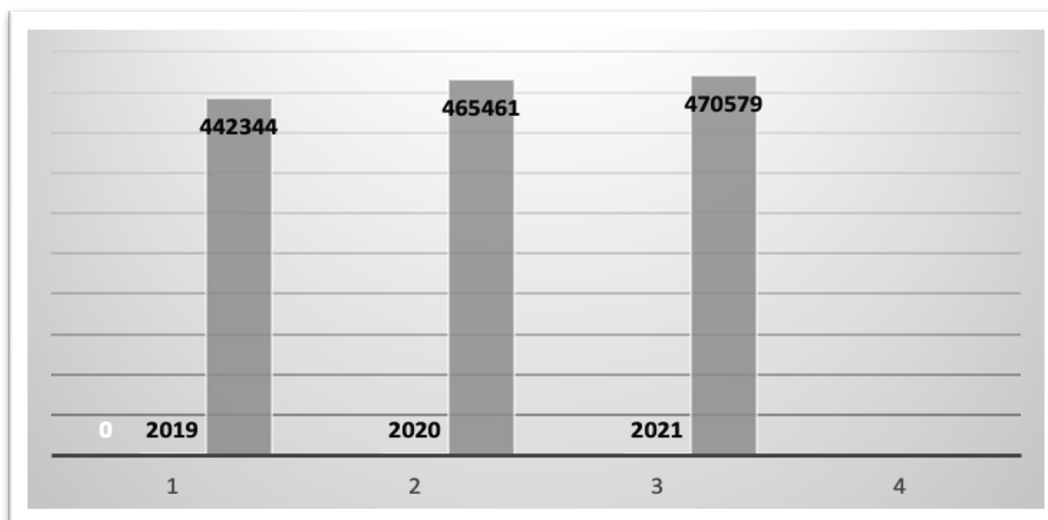
La causa fundamental de la alta mortalidad de pymes en Bogotá al finalizar el 2021 fueron una caída en las ventas del 42 % con relación al 2020, y adicionalmente la falta de búsqueda de oportunidades en mercados internacionales, del total general de empresas en Bogotá, matriculadas, y con renovación de matrícula mercantil, según la **Tabla 8 Comportamiento empresarial Bogotá, enero - abril 2020 – 2021** y a cierre de 2021 el total de empresas según la CCB fue de 470,579 empresas activas, (La República, 2022d), la siguiente tabla resume el crecimiento de empresa consolidado:



**Tabla 17.** *Total, Empresas Bogotá Consolidado*

<b>Total Empresas Bogotá Consolidado</b>		
<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
442344	465461	470579

Elaboración propia. Fuente:(La República, 2022d).

**Figura 12.** *Total, Empresas Consolidado Bogotá 2019 - 2020 - 2021*

Elaboración propia. Fuente:(La República, 2022d).

Causas para no exportar en el período 2021 de acuerdo con la siguiente tabla:

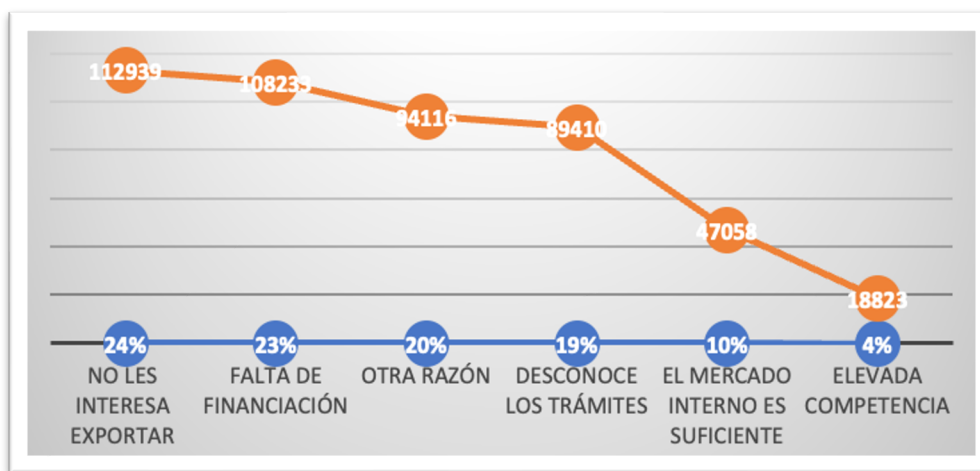
**Tabla 18.** *Motivos Para no Exportar Consolidado Bogotá 2021*

Motivos Para no Exportar		
No les interesa Exportar	24%	112939
Falta de financiación	23%	108233
Otra razón	20%	94116
Desconoce los trámites	19%	89410
El mercado interno es suficiente	10%	47058
Elevada Competencia	4%	18823

Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b).

La **Tabla 18** muestra los principales motivos porque las empresas del total general no exportan, la principal causa es no les interesa exportar, esta es una causa muy importante del alto índice de mortalidad de pymes en Bogotá.

**Figura 13.** *Motivos Para no Exportar Total General Empresas Bogotá*



Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b).

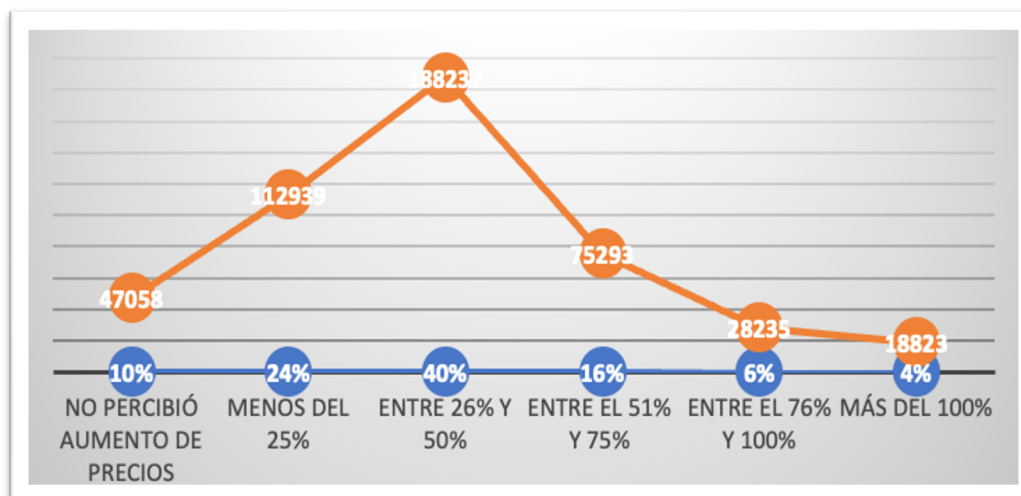
Otro análisis importante son los costos para las empresas, que se ve reflejado en el resultado de la inflación y de precios al productor.

**Tabla 19.** *Aumento de Precios al Productor e Inflación Bogotá*

<b>Aumento de Precios Bogotá</b>		
No percibió aumento de precios	10%	47058
Menos del 25%	24%	112939
Entre 26% y 50%	40%	188232
Entre el 51% y 75%	16%	75293
Entre el 76% y 100%	6%	28235
Más del 100%	4%	18823

Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a).

El IPC nacional al cierre del 2021 registro una variación anual del 5,62 %; mientras que el de Bogotá fue de 4,62 %. En el 2021 se registraron dos alzas de precios, en mayo (1,00 %) y en diciembre (0,73 %). Adicionalmente, “el índice de precios al consumidor, que mide la variación de los precios de venta al productor, cerró el año en 26,6 %” (Dini & Stumpo, n.d.).

**Figura 14.** *Aumento de Precios al Productor e Inflación Bogotá*

Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a).

Para el 90 % de la pyme en Bogotá, el aumento de precios al productor fue significativo, es otra de las causas más importantes de la alta mortalidad de pymes en Bogotá. Adicionalmente, las inversiones y el empleo se vieron afectados, para el 66 % de las empresas en Bogotá

mantuvieron el mismo número de trabajadores, teniendo en cuenta la tasa de desempleo reportada por el DANE en el 2021 fue de 10,3 %, en cuanto a las inversiones, solo el 18 % de las empresas realizó inversiones en maquinaria o equipos para ampliar su capacidad productiva, este dato concuerda con el comportamiento de la inversión para 2022, medida a través de la información bruta de capital fijo de las cuentas nacionales del DANE, cuyo crecimiento en el 2021 fue de 11 % en comparación con el 2020. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b).

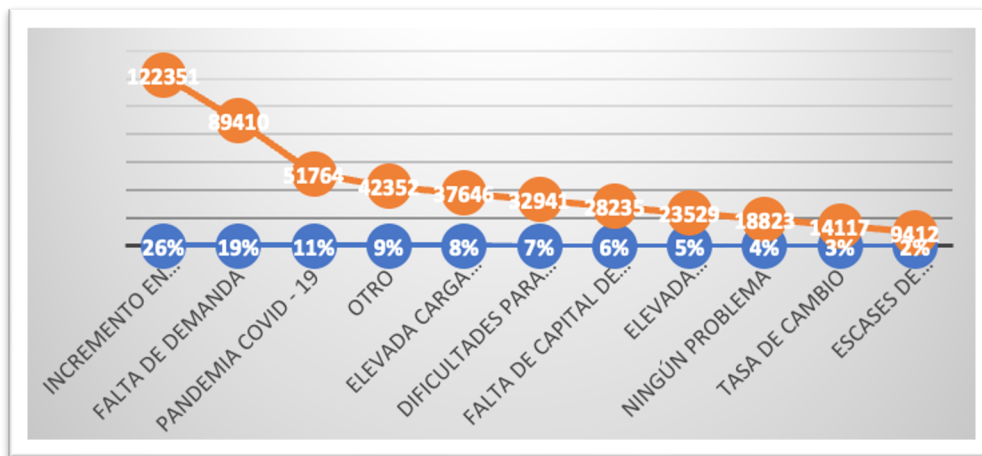
**Tabla 20.** *Principales Causas de la Alta Mortalidad de Pymes en Bogotá*

<b>Principales Causas de la Alta Mortalidad de Pymes Bogotá</b>		
Incremento en costos de insumos y materias primas	26%	122351
Falta de demanda	19%	89410
Pandemia Covid - 19	11%	51764
Otro	9%	42352
Elevada carga tributaria	8%	37646
Dificultades para el abastecimiento de materias primas e insumos	7%	32941
Falta de capital de trabajo	6%	28235
Elevada competencia	5%	23529
Ningún problema	4%	18823
Tasa de cambio	3%	14117
Escases de trabajadores calificados	2%	9412

Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a).

La **Tabla 20** muestra las principales causas de la alta mortalidad de pymes en Bogotá, principalmente estuvieron relacionados con el incremento del costo de insumos y materias primas, y la falta de demanda. Adicionalmente, se puede evidenciar que la pandemia del COVID –19 impacto a las empresas en un 11 % correspondiente a 51,764 empresas en Bogotá, considerando que no fue una causa relevante.

**Figura 15.** Principales Causas de la Alta Mortalidad de Pymes Bogotá



Elaboración propia. Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a).

### Clasificación de Pymes en el Subsector de Restaurantes de la Localidad de Chapinero

Del consolidado de la **Tabla 17**, Total Empresas Bogotá y la Región Consolidado de las **470,579** empresas.

Para Bogotá, el total de empresas activas a cierre de 2021, **404,054** de las empresas activas a cierre de 2021, el 95 % corresponde a pymes, es decir, **383,851**, de las cuatro zonas en Bogotá que más crecen, el Barrios Unidos con el 13 %, Chapinero 10 %, Santa Fe 10 %, y Fontibón 10 %. (CCB, 2022c).

La siguiente tabla presenta el consolidado de empresas nuevas en Bogotá por año 2021:

**Tabla 21.** *Total, Empresas Nuevas Bogotá Consolidado 2021*

<b>Consolidado de Creación de Empresas Bogotá</b>	
2019	78550
2020	62033
2021	70489

Elaboración propia. Fuente: (La República, 2022d).

Las localidades donde más se crearon empresas en su orden en el 2021:

**Tabla 22.** *Localidades con Mayor Crecimiento de Pymes 2021*

<b>Localidades con Mayor Crecimiento de Empresas 2021</b>	
Suba	9130
Kennedy	8111
Engativá	7150
Usaquén	5878

Elaboración propia. Fuente: (La República, 2022d).

**Tabla 23.** *Localidades con Mayor Participación de Empresas Activas 2021.*

Localidades con Mayor Participación	
Suba	51628
Kennedy	40735
Engativá	38201
Usaquén	41814

Elaboración propia. Fuente: (La República, 2022d).

La localidad de Chapinero, siendo una de las zonas más importantes, no registro crecimiento, y la variación fue negativa de -3 % entre 2019 y 2022, y entre el 2020 y 2022 la variación fue de -2 %. (CCB, 2022c).

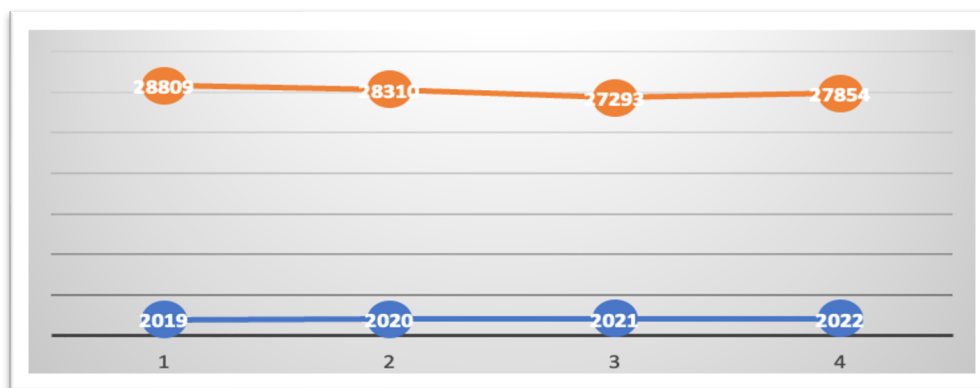
Desde el 2019 la variación de empresas nuevas en Chapinero es la siguiente:

**Tabla 24.** *Variación de las Empresas Activas Entre 2010 y 2022 Localidad de Chapinero.*

Variación Empresas Chapinero	
2019	28809
2020	28310
2021	27293
2022	27854

Elaboración propia. Fuente: (CCB, 2022c). **Nota:** Para el 2022 el factor de medición enero y marzo.

**Figura 16.** *Variación de Empresas Chapinero*



Elaboración propia. Fuente: (CCB, 2022c).

“El 52 % de las empresas activas de Bogotá se ubican en 5 localidades del norte y occidente de la ciudad” (CCB, 2022c), la participación de Chapinero a marzo de 2022 es del 10 %, al igual que Usaquén y 13 % Suba. El número de empresas totales a cierre del 2021, según la Cámara de Comercio de Bogotá en la localidad de Chapinero, fue de 53,790 empresas.

“El suelo de Chapinero está clasificado en tres áreas de actividad: la mayoría (59,5 %) es residencial; comercio y servicios, el 33,8 % y dotacional (6,6 %)” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). “En la localidad existe buena cobertura de los servicios de acueducto, energía eléctrica, aseo, alcantarillado y gas natural” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021). “Hay una amplia gama de construcciones destinadas a la prestación de servicios de salud, educación, bienestar social, actividades de comercio y servicios públicos para la atención de las necesidades de la población”. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021d).

Chapinero es la tercera localidad después de Usaquén, y Suba con el mayor crecimiento en número de empresas, entre enero y marzo de 2022 la localidad de Chapinero registra (27.854). “Las cinco principales actividades en las se encuentran las empresas son: Inmobiliarias y de alquiler, comercio, intermediación financiera, construcción, hoteles y restaurantes” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).



En la construcción empresarial de la localidad están las microempresas “(71 %), seguido de las pymes (27 %). De las empresas activas en la Localidad en Chapinero, el 20,9 % realizan operaciones de comercio exterior, el 0,4 % son exportadoras, el 19,7 % importan y el 0,8 % realizan las dos actividades” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

“La mayor proporción de empresas de Chapinero se localizan geográficamente en la parte norte de la localidad, cerca de las avenidas principales, se destacan por concentración empresarial los barrios tradicionales del Chico Norte, Lago, Gaitán, La Porciúncula, Chapinero Central, Chicó, Quinta Camacho, Chicó Norte II, Antiguo Country, Chicó Norte III y Chapinero Norte, en la UPZ Chicó”(Chapinero, 2019), están concentradas la mayor parte “de empresas de la localidad, le siguen la UPZ de Chapinero, El Refugio, Pardo Rubio y San Isidro Patios” (n.d.-a). (Secretaria Distrital de Integración Social, 2021).

En las estadísticas del Centro Empresarial de Chapinero, se conoce “el número de pymes activas que están en la localidad, el tipo de organización jurídica, el número de empleados, el nivel de conectividad, tamaño de las empresas, y las actividades económicas más representativas”. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021a). (CCB, 2022d).

En el sector de alimentos, Bogotá es “el principal mercado y centro de producción de alimentos y bebidas” (I. un Bogotá, 2022), “ya que se concentra el mayor centro de consumo del país, su PIB per cápita es un 67 % más que el PIB per cápita nacional. Bogotá tiene el 64 % de las importaciones colombianas, y el 40 % de las importaciones de bebidas y alimentos” (I. un Bogotá, 2022), (Salas, 2014).

Para identificar la alta mortalidad de pymes en el sector de restaurantes en la localidad de Chapinero es importante hacer una descripción de las categorías de restaurantes, con sus respectivas características, tipología, y caracterización. (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021):

- Restaurantes corrientes de menú variable (RCMV).
- Restaurante corriente de menú fijo (RCMF).
- Restaurante de comida rápida (RCR).
- Restaurante temático (RT).
- Restaurante tipo lujo (RL).
- Restaurante tipo buffet.
- Restaurante de hoteles (RH).

Con esta tipología y caracterización de establecimientos se puede medir de manera detallada las principales causas y factores de la alta mortalidad de pymes, y plantear las acciones de fortalecimiento, es importante tener claridad que en la localidad de Chapinero se encuentra esta clasificación, la Alcaldía de Bogotá y la Cámara de Comercio de Chapinero, definieron las principales características que tiene los establecimientos lo denominaron “Inventario de sitios gastronómicos Bogotá”.

### **Restaurantes Corrientes de Menú Variable (RCMV)**

En esta categoría se encuentran establecimientos entre 28 m<sup>2</sup> hasta los 100 m<sup>2</sup>, adicionalmente el ambiente y el número de niveles es fundamental para el comensal la importancia que tiene esta distribución, en esta categoría se cuenta con un solo ambiente, y con solo nivel, el nivel de aforo oscila entre de 25-65 personas.

Un tema muy importante para los comensales es el acceso para población en condición de discapacidad, en la gran mayoría se cuenta con infraestructura física, y con mobiliario para facilitar el acceso.

En cuanto a la descripción de la oferta, la siguiente es la oferta gastronómica: Nacional (multi – región), regional (énfasis en una región), internacional con platillo nacional, internacional, de autor, comida rápida, y repostería.

Un tema muy importante que vale la pena resaltar, son los servicios complementarios con menú variable, como lo son: Eventos, espectáculo en vivo, catas, talleres, clases de cocina, tour, actividades para niños.

En la identificación de la alta mortalidad de pyme en la localidad de Chapinero, un tema a resaltar el precio de los productos ofertados para los restaurantes corrientes de menú variable (RCMV). Este es un indicador muy importante, las entradas oscilan entre “\$2,000 y \$ 50,000 pesos, los postres entre \$ 500 y \$ 21,000 pesos, los platos fuertes entre \$ 6,000 y \$73,000 pesos, adicionales entre \$2,500 y \$28,000 pesos, y las bebidas entre \$ 1,000 y \$50,000” (A. de Bogotá, 2020).

El personal vinculado es bilingüe, un valor agregado muy valioso para la categoría de restaurantes con menú variable, el principal idioma es el inglés, seguido del alemán, francés, italiano, catalán, mandarín, japonés y portugués.

La modalidad de pago sigue predominando el efectivo, y en muy poca proporción, tarjeta débito, y crédito. Los restaurantes de esta categoría tienen acceso para personas con discapacidad, adicionalmente tienen apoyo de los meseros y barras especiales.

“Los puestos de trabajo generados por los establecimientos en esta categoría son: mesero, auxiliar de cocina, cocinero, cajero, chef de cocina, chef ejecutivo, lavalozza, bartender sous chef, chef repostero, hostess, maitre, expenderit chef, garder mánager, sommelier” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

La modalidad de contratación es directa “con la empresa a término indefinido, prestación de servicios, modalidad de turnos, y las menos usadas son contrato directo a término, obra labor, y el contrato de aprendizaje” (A. de Bogotá, 2020).

Los canales de comercialización, “redes sociales, folletos y guías, página web, publicaciones” (A. de Bogotá, 2020), y por último el nivel de reconocimiento es muy importante para atraer a futuros clientes con un reconocimiento principalmente a nacional y regional, no se tiene reconocimiento internacional.

### ***Restaurante corriente de menú fijo (RCMF)***

La operación y las condiciones de los establecimientos son importantes para la sostenibilidad de este, es importante conocer las características físicas de los establecimientos y el lugar donde prestan sus servicios, los espacios son fundamentales como característica atractiva, es que “cuentan con áreas entre los 28 y 100 metros cuadrados, siendo las comunes de 67 y 100 metros cuadrados” (A. de Bogotá, 2020).

El número de ambientes, presentan un único ambiente en su gran mayoría, en cuanto al número de niveles, ofrecen atención en un solo nivel, el aforo máximo entre 10 y 350 comensales, el número de sillas oscila entre las 10 y 200 respectivamente y tiene accesibilidad para la población en condición de discapacidad.

La oferta es muy crucial para la sostenibilidad de un establecimiento comercial con oferta gastronómica, “reservas, actividades, eventos, precios, métodos de pago y accesibilidad” (A. de Bogotá, 2020), incluida, atención en otro idioma.

La mayoría ofrece platos nacionales, e internacionales, los servicios complementarios son un valor agregado fundamental, se ameniza a la “espera de los alimentos con actividades o servicios complementarios, los comensales eligen el lugar para consumir alimentos” (A. de Bogotá, 2020), importante tener en cuenta esta característica, como los eventos, espectáculos en vivo y catas.

El personal calificado bilingüe, otro valor agregado crucial, cuentan con servicio de lengua extranjera, adicionalmente se realiza atención en inglés y francés.

La modalidad de pago sigue predominando el efectivo, y un muy poca proporción, tarjeta débito, y crédito. En cuanto a los precios, los ingredientes, porción y preparación, son fundamentales para su determinación, dada la gran cantidad de valores diferentes, se realiza la descripción a través de la siguiente información: las entradas oscilan entre “\$ 2,000 y \$50,000 pesos, los postres entre \$ 500 y \$25,000 pesos, platos fuertes entre \$6,000 y \$180,000 pesos, adicionales, entre \$1,000 y \$ 28,500 pesos, las bebidas entre \$2,600 y \$50,000 pesos” (A. de Bogotá, 2020).

Los “empleados en los diferentes cargos se diferencia por género, los cargos más representativos” (A. de Bogotá, 2020), “meseros, cocineros, auxiliares de cocina y cajeros, existe una preferencia por contratar mujeres en el cargo de auxiliar de cocina y Hostess” (A. de Bogotá, 2020).

La modalidad de contrato laboral son los contratos directos con la empresa, seguida de las modalidades de “prestación de servicios, turnos y contratos de obra, labor, otro modo de vinculación menos empleada, contrato de aprendizaje y contratos tercerizados con participaciones inferiores” (A. de Bogotá, 2020).

Los canales de información preferidos “redes sociales, folletos y guías, páginas web, y otras publicaciones” (A. de Bogotá, 2020). El reconocimiento a nivel local tiene mayor participación y muy poco reconocimiento a nivel internacional.

### ***Restaurante de comida rápida (RCR)***

La infraestructura es uno de los principales aspectos de sostenibilidad, la mayoría de los restaurantes en este rango de 16 metros cuadrados a 100 metros cuadrados, en cuanto al ambiente la gran mayoría cuenta con un ambiente, su número de niveles es uno, el aforo máximo es entre 5 y 60 personas, número de sillas de 35 a 56, tiene “accesibilidad para personas con población en condición de discapacidad motriz” (A. de Bogotá, 2020).

En cuanto a la oferta de RCR, por tipo de cocina, días de atención, servicios adicionales, precios medios, etc., la mayor parte de los establecimientos tienen platos nacionales e internacionales y platos nacionales, los servicios extras se reflejan en eventos, actuaciones en vivo, cata de vinos, clases de cocina, juegos infantiles.

Tiene personal capacitado en una segunda lengua, especialmente inglés, los precios, son acordes a los ingredientes, porción, preparación, y los precios oscilan entre “\$2.000 y \$25.000 en los establecimientos RCR. De manera similar, el rango de precios para postres varía entre \$2.000 y \$20.000, para platos fuertes entre \$3.000 y \$30.000, para adiciones entre \$2.000 y \$15.000, para bebidas entre \$1.500 y \$6.000” (A. de Bogotá, 2020).

En consecuencia, los cargos son: “cocinero, mesero, auxiliar de cocina, cajero, lavalozza y chef ejecutivo” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021). Un tema importante es la empleabilidad en “la modalidad de vinculación laboral, en la cual se logra identificar” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021), la operación del establecimiento, la vinculación es contrato directo a término indefinido, la modalidad menos empleada, son los turnos y contrato tercerizado. Por otra parte, los “canales de información son las redes sociales, folletos y guías, páginas web, otras publicaciones” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

### ***Restaurante temático (RT)***

Principalmente, en esta categoría se encuentran los restaurantes que tienen una infraestructura en área de 3 a 100 metros cuadrados, su número de ambientes es generalmente de uno y, tiene particularmente un nivel, su aforo máximo está entre 61 y 80 personas, las sillas en promedio están entre 21 a 40 sillas aproximadamente, tiene accesibilidad para la población en condición de discapacidad.

En cuanto a la presentación de la oferta en su gran mayoría, y aquí se diferencia de los anteriores, es en la oferta gastronómica de Autor, adicionalmente, presenta platos internacionales, su horario de atención siete días de la semana.

Tiene personal capacitado bilingüe, principalmente en el idioma inglés, sus precios oscilan en un rango, para bebidas entre \$2,000 y \$8,000 pesos, adicionales entre “\$3,000 y \$10,000 pesos postres entre \$3,000 y \$ 18,000 pesos, entradas entre \$6,000 y \$25,000 pesos, platos fuertes entre \$12,000 y \$40,000 pesos” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

En cuanto a la modalidad de pago se comparten la proporción de efectivo y tarjeta, crédito y débito, los principales cargos para esta categoría están los meseros, auxiliares de cocina y cocineros, la vinculación laboral, predomina la contratación directa con la compañía a término indefinido, contrato de obra y labor, contrato a término fijo, y contrato de prestación de servicios, y los canales de información las redes sociales, página web, folletos y guías. (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

### ***Restaurante tipo lujo (RL)***

La infraestructura de los establecimientos en esta categoría está entre los 67 y 200 metros cuadrados, su número de ambientes está dentro de la generalidad, un ambiente, el número máximo de sillas está entre 39 y 170, en su gran mayoría tiene acceso para la población en condición de discapacidad motriz, la oferta gastronómica está enfocada en la gastronomía internacional, con platillos regionales enfocados en una sola región, característica muy importante de esta categoría.

Los servicios complementarios, el espectáculo en vivo, eventos, y catas predominan en esta categoría, estos establecimientos presentan una buena accesibilidad a la discapacidad sensorial y, pero muy baja, a la accesibilidad de discapacidad cognitiva, factor muy valioso a considerar en esta categoría para mejorar.



Los precios oscilan “para las entradas entre \$2,500 y \$26,000 pesos, postres entre \$900 y \$17,000 pesos, platos fuertes entre \$9,000 y \$120,000 pesos, adicionales entre \$2,000 y \$15,000 pesos y bebidas entre \$1,500 y \$15,000 pesos” (A. de Bogotá, 2020).

La modalidad de pago predomina el efectivo, tarjeta débito y crédito, los cargos desempeñados principalmente están los meseros, auxiliar de cocina, y cocinero. La vinculación laboral, “contrato directo con la compañía a término indefinido, turnos, y contrato de prestación de servicios, se desestima el contrato de aprendizaje. Los canales de información más utilizados, las redes sociales, folletos y guías, página web, y otras publicaciones” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021).

### ***Restaurante tipo buffet***

La infraestructura oscila entre 48 y 216 metros cuadrados, y el ambiente único sigue dominando la categoría, con un aforo de 40 a 170 plazas en una sola planta, sin accesibilidad para personas con movilidad reducida, y la oferta gastronómica solo se divide en tres categorías el enfoque regional con énfasis en una región, internacional y nacional.

Los servicios complementarios se enfocan únicamente en talleres y eventos, tiene predominio la vinculación de personal bilingüe, especialmente inglés, no presentan “accesibilidad para personas con discapacidad sensorial y cognitiva” (Alcaldía de Bogotá D.C., 2021), característica importante para mejorar, en cuanto a los precios se presenta baja variedad de “platos como entradas que están en promedio, en los \$7,000 pesos, postres \$3,300 pesos, fuertes \$13,800 pesos, adicionales \$ 4,250 y bebidas \$2,800 pesos” (A. de Bogotá, 2020).

La forma de pago predomina el efectivo, los cargos son, mesero, cocinero, auxiliar de cocina, en la modalidad laboral, los turnos y la contratación por prestación de servicios. Los canales más utilizados folletos y guías.

### ***Restaurante de hoteles (RH)***

La infraestructura para esta categoría está entre 50 y 144 metros cuadrados, los establecimientos operan en solo piso, el aforo está entre 40 y 200 sillas, presentan una alta accesibilidad a personas con movilidad reducida, su oferta gastronómica está condicionada a la comida internacional con platos nacionales. Los servicios complementarios más importantes para esta categoría están en reservas para espectáculo en vivo, eventos y catas, su personal es bilingüe en su gran mayoría, no presenta acceso a personas en condición de discapacidad.

Los “precios oscilan entre \$16500 pesos para entradas, postres \$12,250 pesos, platos fuertes \$ 28,000 pesos, adicionales \$6,500 pesos, y bebidas \$5,000 pesos” (A. de Bogotá, 2020). En la modalidad de pago el efectivo es la principal forma de pago, y tarjeta visa. Los principales cargos en esta categoría siguen siendo auxiliar de cocina, chef ejecutivo, cajero y meseros. La vinculación laboral es directa con la empresa a término indefinido, contrato tercerizado, y turnos. En los canales de información predominan el uso de las redes sociales, publicaciones, folletos y guías.

Conociendo esta clasificación de restaurantes en la localidad de Chapinero, con sus principales características, podemos evidenciar que los nuevos emprendimientos deben estar en estas categorías y competir con los mismos, en esta caracterización realizada por la alcaldía de Chapinero denominado “Censo Gastronómico”, se puede apreciar que hay características importantes que deben asumir los establecimientos nuevos como el acceso a personal con discapacidad motriz, sensorial y cognitiva, teniendo en cuenta que se debe competir en un ambiente donde los establecimientos de comercio tienen bastantes años en el negocio y lo conocen de manera detallada.

La alta mortalidad de pyme en el sector Gastronómico, especialmente los restaurantes, está acompañada de la informalidad, tema que se abordara de manera detallada, en las causas y factores más relevantes, teniendo en cuenta las categorías y la caracterización de los establecimientos, y dar respuesta al planteamiento de la problemática para el sector mencionado.

## **Causas de la Alta mortalidad de Pymes en el Subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero**

En este apartado es fundamental retomar la alta mortalidad de pymes en Bogotá, hay causas que en general afectan a la pyme en la localidad de Chapinero, la caída en ventas fue generalizada para el país del 27 % y de Bogotá del 42 %, con respecto al año 2020, (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b), las exportaciones en Bogotá cayeron un 11 % y a la fecha no hay una recuperación notoria; sin embargo, según los informes en lo corrido del 2019, 2020 y parte del 2021, se consideraba que la pandemia del COVID-19, tendría un impacto considerable como principal causa de la alta mortalidad de pyme en Bogotá, pero este indicador según estudios publicados por, (GEM, 2022), demuestra que la pandemia del COVID-19 impacto un 11 % como causa de la alta mortalidad de pyme en Bogotá, (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021b).

En las categorías de restaurantes de la localidad de Chapinero, y en su descripción del punto 5.1 “Clasificación de pymes en el subsector de restaurantes de la localidad de Chapinero”, se puede considerar que el tema de internacionalización de los productos no está entre las expectativas más importantes para los empresarios, están enfocados en el mercado nacional, diseñar productos para el mercado nacional, abastecer este mercado sería su prioridad, ya que el mercado interno es suficiente con un 10 % como se evidencia en la tabla 18, teniendo en cuenta que el 24 % no les interesa exportar.

Otra causa fundamental es el elevado precio de las materias primas durante el año 2021, y en lo corrido del año 2022, la inflación se ha disparado de manera alarmante en todo el mundo, tuvo un crecimiento hasta el 9,2 % en marzo de 2022 y del 6,4 % a diciembre de 2021, estos resultados jalonados por el “aumento de precios de los alimentos y la energía” (Banco Mundial, 2022), dos rubros que inciden de forma directa en los establecimientos de comercio en el área de

restauración, este crecimiento de precios en alimentos, especialmente las materias primas, se vio reflejado en el precio del plato que el consumidor paga en los establecimientos.

Cabe resaltar que el empresario no tenía previsto este aumento de precios, que afectara sus emprendimientos, ya que la tasa de inflación en el 2022 fue el doble de la tasa registrada en el 2021, incremento significativo de cualquier período en los últimos años desde enero del 2019. (Organization, 2022), para el sector empresarial en general, incluyendo los subsectores de alimentos fueron los más afectados, el crecimiento del IPC en 5,5 puntos porcentuales entre 2021 y 2022 este incremento afectó el correcto desarrollo de la pyme en Bogotá, la conmoción del mercado de materias primas, alterando el comercio, producción, consumo, y afectando de manera significativa la canasta familiar, para la pyme, este factor sorpresa, de cierta manera afectó su estabilidad en el mercado, para el sector de la restauración las materias primas como el trigo y el aceite aumentaron en un 50 %, siendo más costosos que en el 2021, sin contar con el precio de otros cereales, estos fenómenos económicos desestabilizan el crecimiento económico y los medios de subsistencia.

El sector de la restauración de la localidad de Chapinero, tienen una característica en común es los platos internacionales, los insumos para este tipo de plato se ven afectados, por la cadena de suministro de los productos, que elevaron los costos de producción, razón por la cual los precios de los platos incrementaron en de un 15 % a 20 %, esto traducido en una reducción del gasto de los consumidores, que provocó una fuerte caída de la demanda, obligando de manera categórica que los precios se incrementaran para el consumo.

Para, Ramírez Cañón, (2022), en el 2021 los alimentos y bebidas subieron un 17 %, esto afecta de manera directa el comportamiento de la inflación, y alimentos como la carne de res y

aves, aceites comestibles, son responsables de la mitad de crecimiento en el rubro de alimentos. (Ramírez Cañón, 2022).

Otra causa fundamental para la alta mortalidad de pyme en el sector de la restauración en la localidad de Chapinero, es la variación de la tasa de cambio, para insumos que impactan de manera directa la elaboración de platos nacionales e internacionales, considerando que los platos nacionales son el 80 % como plato fuerte, de los restaurantes en sus diferentes categorías, y de un 20 % para platos de comida internacional, para reducir sus costos, como se evidencia en la descripción de los restaurantes por categoría, se enfocaron únicamente en un solo plato nacional, de acuerdo a una región específica, considerando el incremento de los precios en los insumos para la elaboración de dichos platos.

Para la directora del “Centro de Investigación y Desarrollo de Sistemas Agroalimentarios, de la Universidad de los Andes, una de las variables para el alto costo de los insumos en el sector agrícola está reflejado” (Ramírez Cañón, 2022), en los fletes, disponibilidad de contenedores, problemas de producción de los países exportadores y el impacto directo del incremento de los herbicidas, plaguicidas, y fertilizantes. Hay que sumarle a nivel nacional el invierno que afectó los cultivos, consecuencia directa de la baja productividad y del rendimiento agrícola.

La cocina de autor no tiene la acogida indicada, no es valorada por los comensales, y el conocimiento en temas tan puntuales como la cocina de autor, donde el chef expresa su propio estilo por medio de una propuesta única, y que es desconocida por gran parte de la población, lo que desmotiva al emprendedor en continuar con estas iniciativas y se inclina por lo tradicional. Adicionalmente, no están dispuestos a pagar el precio que demanda, utilizar nuevos productos, técnicas, artefactos, utensilios para innovar de manera sorprendente, en este proceso se debe

utilizar un montaje único y exclusivo para incentivar a los clientes potenciales por medio de las texturas, formas y sabores.

Una causa fundamental es la baja calidad alimentaria de la población, y se pierda el cuidado a la “biodiversidad y a los saberes y tradiciones culturales” (Greenpeace, 2022), en las categorías de restaurantes de Chapinero se evidenció una baja participación en este rubro, los emprendimientos se quieren diferenciar y ofrecer un valor agregado a sus negocios, ofreciendo productos autóctonos de las regiones, pero esta diversidad aumenta los costos de elaboración, por eso la gran mayoría opta por un único plato de la región y sus diferentes acompañantes.

La política de centralización de los alimentos no está claramente definida, es ineficiente, ya que se traduce en sobre-costos “casi del 40 %, y que se reflejan en la cadena agroalimentaria, son asumidos principalmente por los productores, quienes carecen de la logística para almacenar y distribuir de manera directa, y son los consumidores” (Greenpeace, 2022), los directamente afectados, incluidos los negocios de restauración que deben comprar los productos con ese sobre costo especialmente determinados por los transportadores y distribuidores mayoristas.

La utilización de materia prima de baja calidad, ha “favorecido a ciertos alimentos que son procesados, y con bajos costos de producción, que en su mayoría” (Greenpeace, 2022), provee menos bienestar y salud, como única opción por el sector de la restauración, restándole dinámica al sector por la pérdida de competitividad, y reemplazar alimentos de calidad para ser más competitivos, factor asociado a los costos de los alimentos, sacrificando la calidad por la supervivencia en el mercado, y que al paladar del comensal quien sabe diferenciar de manera notoria, haciendo que los mismos pierdan interés en volver para realizar recompra.

Una causa fundamental de la alta mortalidad de pyme en la localidad de Chapinero fue la falta de demanda, un indicador que para la “Cámara de Comercio de Bogotá en su estudio

reciente de 2021 reflejo que el 19 % de la pyme se vio afectada, la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)”, afirma que el inconveniente se presenta en la mala práctica de las plataformas, que desacelera el ritmo de crecimiento, ya que los establecimientos legalmente constituidos se ven afectados por la falta de regulación, y las garantías de trabajo digno para los domiciliarios, y la precariedad de sus condiciones laborales, lo que conlleva a entregar pedidos fuera de tiempo o que nunca llegan, denuncias por la falta de protocolos de bioseguridad, falta de control sobre los domiciliarios, esta desventaja hace que los establecimientos regulados y controlados no sean eficientes, por la alta informalidad del sector como lo indica el informe.

La elevada carga tributaria, asociada a la inflación, es otra causa fundamental que incide de manera directa en la alta mortalidad de pymes del sector, el empresario que tiene la dinámica de apropiar dichos recursos para el pago de este importante rubro, pero no se tienen herramientas tributarias definidas para disminuir el aumento de los precios y alcanzar la sostenibilidad, el impuesto al consumo y el IVA a establecimientos franquiciados y no franquiciados, el estado tiene en su normatividad que los restaurantes franquiciados pagan el IVA, y los no franquiciados impuesto al impto-consumo. Al no establecer una regularización, los establecimientos se ven afectados y teniendo en cuenta la baja demanda, el aumento de los precios, la estabilidad del sector se afectaba llevando a los establecimientos a su cierre total.

El aumento del salario mínimo al cierre del 2021 es una noticia que no se esperaba, se convirtió en una dificultad para el sector de la restauración, donde el 95 % son pyme, y cerró la posibilidad de contratar nuevo personal, despedir a los que estaban contratados y cambiar la modalidad de contratación a obra y labor, y turnos.



La falta de capital de trabajo como una causa importante, trae dificultades para atraer a los futuros inversionistas, sin esta importante herramienta la pyme no tiene la capacidad de pagar a sus acreedores y de retornar a sus inversionistas las utilidades del negocio, los accionistas por lo general exigen que la empresa utilice sus activos como garantía, y se considera un riesgo para el accionista si la empresa no cuenta con capital de trabajo, la falta de inversión afecta de manera directa la capacidad de la empresa para adquirir los recursos necesarios para el correcto funcionamiento en el mercado poniendo en peligro su capacidad para financiar sus operaciones diarias, lo se representa en una dificultad para hacer crecer el negocio a una escala más grande, lo que conlleva a la pérdida de clientes.

La elevada competencia, directa e indirecta, que afecta de manera significativa a la pyme, es importante analizar la competencia, desde la oferta de precios y la manera como llegan a los clientes, para atraerlos con un valor agregado diferencial, y mejorar la oferta, esto desde el punto de venta se debe hacer por personas especializadas en mercadeo, para entregar un diagnóstico del nivel de circulación de los clientes potenciales para definir si el lugar tiene una gran posibilidad de crecimiento y desarrollo, factores fundamentales para la perdurabilidad y sostenibilidad en el tiempo gracias a los estudios previos. Para el sector de la restauración, el tiempo de servicio, la variedad en la oferta gastronómica, originalidad y autenticidad pueden ser factores considerables para mejorar su competitividad y optimizar sus procesos de oferta.

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), el 2020 tuvo una leve recuperación el sector de restaurantes con un 4,9 %, y ese informe se cita que más de 22,000 restaurantes han cerrado sus puertas y se han mantenido 20,000 activos “gracias a la apertura del servicio a la mesa, modelo de domicilios y compra de comida para llevar” (Clúster Bogotá Alimentos y Gastronomía, 2021), (s/f-a). Los establecimientos de comercio mantienen prácticas

de comercialización rutinarias que hasta el momento les había funcionado, con la llegada de la pandemia, el cambio de estrategias fue rotundo, y los establecimientos no estaban preparados, ni capacitados para mejorar las estrategias, sus ganancias se vieron reducidas casi hasta un 40 % y una reducción de salarios hasta del 15,2 %, situación presentada en el informe “Encuesta Mensual de Servicios del DANE”, “donde se evidencia que el sector debe destinar el 25 % de su flujo de caja para sostener la nómina activa y suspendida cubrir gastos de arrendamientos, servicios públicos” (CCB, 2022c) (s/f-c), etcétera.

La escasez de trabajadores calificados es otra causa de la más importante en el sector de la restauración, para el empresario es muy difícil encontrar personal capacitado y además bilingüe, ya que en la localidad en un porcentaje alto son turistas, y gracias a la oferta gastronómica se sienten atraídos por nuestra gastronomía, el capital humano es un insumo muy importante para generar riqueza, disminuir la pobreza, la inequidad, y mejorar la competitividad, Bogotá se ha caracterizado por ser la ciudad que más ferias gastronómicas realiza al año, en comparación con el promedio de América Latina, (Secretaría de Turismo, 2021), las causas más destacadas del capital humano están relacionadas con el carácter formativo, el funcionamiento interno de la empresa, y la orientación “entre la oferta educativa y la demanda laboral” (A. de Bogotá, 2020).

La informalidad del sector, para FEDESARROLLO (2021) en temas de informalidad en la región su estima en un 60 %, el impacto en el tiempo se ve reflejado en sus beneficios laborales, productividad, cumplimiento de normas tributarias, sanitarias, ambientales y de calidad, es común ver en las calles establecimientos de comercio sin la más mínima higiene y calidad que demanda el sector, y esto los afecta de manera significativa, teniendo en cuenta que en el país no existe una fuente adecuada para medir la informalidad en el sector empresarial, no

es posible hacer una medición clara de la informalidad considerando que los establecimientos en términos de entrada no tienen Rut, no están registrados como empresas o personas naturales, no tienen licencias de funcionamiento, registros renovados, ni aportan a la seguridad social, en cuanto a productos no tienen certificación de calidad, no tienen licencia sanitaria, no pagan los correspondientes impuestos (ICA, Renta, IVA, Predial), no utiliza contabilidad formal, bajo estas condiciones es muy difícil que el sector pueda tener la estabilidad y el dinamismo para alcanzar la perdurabilidad y sostenibilidad.

## **Factores de la Alta mortalidad de Pymes en el Subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero**

Para el desarrollo de la presente monografía de investigación, se tuvieron en cuenta los factores internos y externos para identificar la alta mortalidad de pyme en el sector, en cuanto a los **factores internos**, podemos mencionar la **falta de gestión y estrategias**, las pymes viven el día a día, solo preocupadas por alcanzar las metas diarias de ventas, esta falta de planeación a largo plazo es lo que está impidiendo su crecimiento; es decir, la visión definida, con objetivos claros, para desarrollar estrategias encaminadas a mejorar su participación de mercado, haciendo una proyección de ventas para mejorar la dinámica y el crecimiento, no le está permitiendo avanzar, quedarse en la planeación de presupuestos de ingresos y egresos, no es suficiente, tener un flujo de caja incompleto, considerando que para garantizar su estabilidad debe tener un flujo de caja del 25 % diario, para cubrir sus gastos y continuar en el mercado, el empresario aunque tiene definido la misión y la visión, no las convierten en objetivos estratégicos para mejorar su operatividad.

En términos de capital humano, factor que se ha tratado ampliamente en el desarrollo de la presente monografía de investigación, será siempre un tema puntual que la pyme debe considerar importante, invertir en el talento humano siempre será motivo para mejorar aspectos como la competitividad, posicionamiento de marca, tener un valor agregado diferenciador, y motivador, para atraer y retener al personal que aporta al desarrollo y crecimiento de la organización, no tener personal capacitado y especialmente motivado es un factor de baja productividad y rendimiento, lo que conlleva a un incremento de los costos de contratación y alta rotación de personal.

La cultura organizacional como componente de desempeño crucial al interior de la pyme, debe estar en la misma dirección con la estrategia para alcanzar los objetivos a corto, mediano y largo plazo, la capacidad del líder debe orientar a la organización hacia una estrategia definida, orientar las tareas a realizar, para mejorar las condiciones internas de la pyme, con un plan estratégico definido, que contribuya al cumplimiento de la estrategia, haciendo un seguimiento continuo de las condiciones de la pyme, y la toma de decisiones como herramienta de adaptación a las condiciones cambiantes del entorno, fortalecer a la pyme desde su direccionamiento, gracias a la experiencia, y estrategia de los líderes, que comprende procesos, conceptos, herramientas, tareas, actividades propias de su rol, ya que a futuro será un aspecto diferenciador, y a largo plazo se convierta en una ventaja competitiva importante para alcanzar la perdurabilidad y sostenibilidad empresarial. (s/f), Es valioso considerar que la cultura organizacional tiene unas dimensiones claves relevantes que se deben considerar al interior de la pyme, como “características dominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, unión de la organización, énfasis estratégico, y criterios de éxito” (s/f). No tener clara la cultura organizacional es un factor esencial para la alta mortalidad de pyme en sector.

Es necesario que la pyme en el subsector, los alimentos mejoren de manera eficiente sus actividades “operativas, administrativas y financieras” (Soberanes Trujillo, 2021), y su competitividad debe ser sostenible en el tiempo, por eso, es considerable innovar, crear, diseñar, desarrollar productos nuevos, para ser rentable para garantizar la presencia en el mercado. Uno de los factores habituales que afecta a la competitividad de la pyme es la gestión financiera. Por lo tanto, cabe señalar que la pyme, debe tener una actitud emprendedora, y a la hora de desarrollar su filosofía empresarial para alcanzar el éxito, es necesario que implemente herramientas de análisis contable y financiero base imprescindible para tomar decisiones del

negocio, en inversión y financiación. Esto a su vez ayuda a identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y fortalezas, reducir las amenazas y los factores que puedan poner en peligro la supervivencia de la empresa y aprovechar el mercado para potencializar las oportunidades que se presenten. La gran mayoría de pyme en el sector no cuenta con una adecuada planeación, es casi nula su gestión administrativa, financiera, contable y operativa, si existe se hace de manera empírica, es insuficiente y afecta sus niveles de productividad, implementar la gestión financiera de manera efectiva representará una ventaja competitiva, muy importante para el desarrollo de la pyme en el sector.

El gobierno corporativo, en la consolidación de pyme en el subsector de alimentos tiene los lineamientos, estructuras y procesos que le ayudan a mejorar el control y la dirección al interior de la pyme, surgen de la necesidad para implementar y consolidar los sistemas de administración y tomar decisiones para estructurar la empresa y adaptarse al futuro económico de la misma, es importante considerar que la estructura del gobierno corporativo al interior de la pyme es fundamental para su estructura, proceso y control, ya que define las relaciones entre la gerencia, los directivos, los accionistas, y las partes interesadas, no es tarea fácil para la pyme en el sector, pero es importante identificar, que en materia de crecimiento “el buen gobierno corporativo contribuye al desarrollo económico y sostenible, ayuda a mejorar el desempeño” (Mancilla Rendón & Saavedra García, 2015), de la pyme e incrementa las oportunidades de acceder a capital externo. La importancia que tiene el gobierno corporativo como estructura para fijar los objetivos y establecer los medios para alcanzar los objetivos y controlar su desempeño, este equilibrio entre los objetivos económicos, sociales, individuales y comunitarios, establecen el uso razonable de los recursos, y la coordinación de los intereses de las partes, este conjunto de

lineamientos controla la pyme, para alcanzar sus fines económicos, y atraer inversión local o extranjera.

Las operaciones como modelos estratégicos, que identifican diferentes metodologías para administrar a la pyme en el subsector, con el objetivo de maximizar su productividad y mejorar el rendimiento de las operaciones, y como resultado sean beneficiadas las partes interesadas de la pyme, no tener en cuenta las operaciones en la pyme puede afectar de manera significativa el rendimiento de la pyme, la difícil evolución de la pyme en el subsector de alimentos, teniendo en cuenta las principales causas, como la globalización, lleva a la pyme a mejorar su desempeño, implementar estrategias para beneficiar sus operaciones internas, todo con el objetivo de reducir costos asociados a la operación, mejorar la eficiencia, inventarios, calidad en los productos y mejorar su productividad, en cuanto a su operatividad podemos mencionar que estas se encuentran relacionadas con la buena gestión de la empresa, el manejo adecuado de la información, la calidad de sus productos, la eficiencia en los procesos, la competitividad del mercado, el financiamiento, el avance tecnológico, si la pyme no pone atención a estos aspectos tan importantes pueden causar una grave desventaja competitiva y por ende su muerte. Buscando las mejores estrategias, y ser flexible en la toma de decisiones para mejorar la rentabilidad de sus operaciones, evaluando el nivel de competitividad de toda la cadena de valor de la pyme para mejorar sus procesos, empleando las mejores tecnologías y haciendo un análisis detallado de sus actividades, con los recursos que posea, para generar ventajas competitivas y sostenibles en el tiempo, como tema central de la presente monografía de investigación.

En los **factores externos** se puede mencionar la importancia del reconocimiento ambiental, asociado a la competitividad es una relación directa y proporcional, como ventaja competitiva, se debe hacer especial énfasis en este factor, no considerarlo en estas épocas tan

importantes, sería uno de los principales factores de mortalidad de la pyme en el sector, para ingresar a mercados más exigentes, que permita para Van Hoof (2005) “mejorar sustancialmente su posición en el mercado, es una herramienta importante para controlar y prevenir los impactos negativos de sus productos, actividades y servicios en el ambiente, es importante implementar un sistema de gestión ambiental” para mejorar su desempeño, asumir la responsabilidad de manejar adecuadamente los residuos de alimentos para el sector, y tomar las acciones necesarias entre estas encontramos principalmente, el uso eficiente del agua, reutilización de materiales, tratamiento de residuos, y monitorear el impacto que tiene sobre el medioambiente, en este aspecto tan importante es fundamental fortalecer la pyme. Para Van Hoof (2005), la mayoría de pyme su gestión ambiental no se constituye en un factor importante para su desarrollo, factor que está relacionado con la alta informalidad en el sector, la baja exigencia de los mercados en donde incursiona, y la poca capacidad de las autoridades para ejercer el control adecuado, especialmente en temas de alimentos, cumpliendo la normatividad. Para Bercovich, N. y López, (2005), los principales factores de la insuficiente gestión ambiental de la pyme mencionada, el desconocimiento de las normas vigentes, que les corresponde cumplir en su subsector específico, sus requisitos y plazos.

El desconocimiento del mercado externo, es un factor relevante, el emprendedor debe tener un conocimiento amplio del sector al que quiere incursionar, el mercado adecuado para fortalecer su crecimiento, plantear estrategias adecuadas en su mercado para alcanzar el desarrollo empresarial, articulando este crecimiento con la “cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación”, (Acosta Márquez & Pozos Delfín, 2016), integrando estos aspectos fundamentales en el mercado adecuado, tendrá una mejor productividad, desempeño organizacional, dando respuesta a un mercado globalizado y en constante desarrollo,



factores muy importantes para alcanzar la perdurabilidad y sostenibilidad, reduciendo el impacto negativo que deja la falta de conocimiento del mercado.

### **Impacto de la Alta Mortalidad de Pymes en Subsector de Restaurantes en la Localidad de Chapinero**

El impacto de la alta mortalidad como se explicó ampliamente en las causas, y una de las causas más relevante fue el aumento de los precios que fue muy significativo, lo que llevo, que la inversión y el empleo se vieran afectados, Cámara de Comercio de Bogotá, afirma “para el año 2021 el 66 % de las empresas mantuvieron el mismo número de empleados”(Alcaldía de Bogotá D.C., 2021), teniendo en cuenta la tasa de desempleo reportada por el DANE para este período, y solo el 18 % realizó inversiones en maquinaria o equipos para ampliar su capacidad productiva, otro indicador muy importante fue un crecimiento esperado a 2021 del 11 % en comparación con el 2020.

Teniendo en cuenta esta información, el impacto en el empleo fue significativo, ya que detuvo el dinamismo de la economía y disminuyendo la inversión, de acuerdo con la “Alcaldía Mayor de Bogotá, Cámara de Comercio de Chapinero”, y en la descripción de la categoría de restaurantes, se evidencia que el sector, cambio la modalidad de contratación de contratos indefinidos, a obra y labor, adicionalmente la contratación por turnos de trabajo, modalidad que hasta el 2019, no se presentaba, este indicador demuestra, el alto impacto que tiene la mortalidad de establecimientos de comercio, para la economía y el crecimiento del país.

Los establecimientos de comercio en el sector de la restauración se vieron en la imperiosa necesidad de aumentar para el 2021 y en lo corrido del 2022, los precios de venta entre un 12 % y 26 %, para cubrir el pago de nómina y carga impositiva, causa que disminuyo la demanda, y el aumento de los precios causas que obligaron al cierre definitivo de los establecimientos.

No establecer una política de pagos al interior de la pyme en efectivo, es un factor que afecta de manera significativa la operatividad diaria, vender a crédito es un riesgo bastante alto, que la pyme no está en condiciones de darse, más si está en su crecimiento, no contar con el

capital de trabajo adecuado puede llevar a la pyme a la quiebra y quedar sobre endeudada, teniendo que acogerse a un largo proceso de insolvencia económica.

En términos de capacitación, la baja inversión de los establecimientos de comercio en el sector es notoria, en el desarrollo de la monografía de investigación, no hay información relevante de cuanto invierten los restaurantes en términos de capacitación, es un rubro que debe considerarse importante para mejorar la dinámica del sector, fortalecer aspectos de competitividad, mejorar procesos, e innovar, y comprender que invertir en capacitación, ayudaría a la pyme a posicionarse mejor el mercado, el impacto de la pyme en el mercado es fundamental y negativo, sino se considera replantear la importancia de la capacitación y que se suma a las causas del cierre de establecimientos por tan importante rubro.

### **Acciones de Fortalecimiento a las Pymes en el Subsector de Servicios Elegido**

En el punto seis de la presente monografía de investigación se menciona el incremento desmesurado de los precios en los alimentos que, impacta de manera significativa el valor de los alimentos, una acción de fortalecimiento es incentivar la producción de alimentos en el territorio nacional, ya que a hoy es muy costoso, gran parte de los productos de la canasta familiar es importado, el enfoque de la política debe estar en mejorar la productividad para regularizar el precio de los alimentos, la agricultura de nuestro país tiene un alto potencial, para competir en los diferentes mercados nacionales y extranjeros. Un estudio reciente de (Greenpeace, 2022), indica que el 30 % de los alimentos que se consumen localmente son importados.

La regularización del precio como acción de fortalecimiento para la pyme, que tiene un impacto directo en estratos de bajos recursos económicos, la desigualdad de hogares vulnerables que ven afectada su calidad nutricional, considerando que la mayor inversión de sus ingresos está en la alimentación, los elevados precios del trigo y el pan como ejemplos más latentes, si se apoya de forma directa las diferentes iniciativas para reformar el “Sistema Agroalimentario de Bogotá” (Greenpeace, 2022).

Las acciones de fortalecimiento a la pyme en el sector elegido, está en asociar en cadenas productivas a los “restaurantes de la localidad de Chapinero”, de acuerdo con la clasificación realizada por la Alcaldía de Bogotá en 2021 y con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, descrita ampliamente en el punto 5.1, trabajar en conjunto, para integrar y relacionar a los que “producen los alimentos, transforman y comercializan” (Greenpeace, 2022), integrar a los restaurantes con cadenas asociativas, fortalece y regulariza no solo el precio, incentiva de manera directa al productor, teniendo en cuenta, que en Cundinamarca, Bogotá y sus alrededores,

se puede equipar el sistema alimentario de Bogotá, por localidades como lo plantea Greenpeace, (2022), en sus estudios más recientes.

Fortalecer a la pyme en el subsector de restaurantes es integrar a los principales actores del sistema, desde los productores, transportadores, distribuidores, comercializadores, transformadores, consumidores y receptores, transformadores de residuos, fortalecer a todos los actores implica no solamente asociarlos, sino regularizar la cadena de abastecimiento, para fortalecer la producción nacional y local, establecer políticas públicas, para que los lineamientos aseguren un beneficio a las partes interesadas en este proceso de abastecimiento de la cadena asociativa.

Un factor claro de fortalecimiento para evitar la alta mortalidad de pymes en el subsector de restaurantes, es la capacitación, la Cámara de Comercio de Bogotá viene haciendo un interesante trabajo en temas de capacitación para el emprendimiento, pero le falta cierto grado de especialización; es decir, se conoce la estructura técnica para la creación de pyme, pero es la academia la que fortalece este grado de especialización, es integrar las necesidades de la comunidad en proyectos comunitarios, donde se integre la “agricultura campesina, familiar, comunitaria de pequeña y mediana producción, fortalecer las redes de consumo local” (Greenpeace, 2022), para que se mejoren los hábitos de consumo, y la alimentación integral prioridad de los establecimientos de comercio, ofreciendo platos diversos, apropiados a nuestra cultura, y geografía, tener adecuado manejo del desperdicio y reducir las pérdidas, y con todos estos elementos las unidades productivas se conviertan en sostenibles y rentables con transcurrir del tiempo.

Fortalecer los espacios de educación en torno a la alimentación, en las diferentes categorías de restaurantes se identificó que un valor agregado importante, en los servicios

adicionales en temas de capacitación, talleres, cursos, seminarios, etcétera., integrar en estos asuntos a los productores, urbanos y peri urbanos, “plazas de mercado, huertas urbanas en nichos de educación popular como lo menciona” Greenpeace, (2022), presentar un programa con estas características a los diferentes entes regulatorios, donde se capacite a los interesados en impulsar una nueva cultura alimentaria, para aprovechar nuestros recursos, e invitar a los diferentes actores para formalizar propuestas con información clara y completa de la calidad de los alimentos en el mercado.

Definir claramente la política de centralización de los alimentos, para evitar sobre costos a los productores, reduciendo de “manera significativa los circuitos de comercialización y conectando de manera más directa a consumidores con productores” (Greenpeace, 2022), beneficiando de forma equitativa a los diferentes actores del sistema incluida la pyme en el sector de la restauración, y regularizando el precio final de los platos, teniendo en cuenta esta política de centralización.

Los restaurantes en la localidad de Chapinero, desde sus plataformas o campañas específicas y como comercializadores de productos que transforman la materia prima en diferentes platos nacionales e internacionales, deben fortalecer los hábitos de consumo, incentivar a los consumidores, a consumir alimentos frescos producidos localmente por campesinos, potenciar “hábitos de consumo para una alimentación integral” (Greenpeace, 2022), en cantidad, diversidad y calidad, procesados de manera artesanal.

El sector de los restaurantes debe fortalecer las estrategias de “transformación de los alimentos en cocina, teniendo en cuenta ingredientes agro-biodiversos, técnicas y conocimientos tradicionales en culinarios” (Greenpeace, 2022), y aquí la academia juega un papel fundamental,

en compañía del Ministerio de Educación, para equilibrar los costos de la canasta básica alimentaria, por alimentos saludables y nutritivos, propios de nuestra cultura.

Fortalecer las “iniciativas de economía circular y de gestión de los residuos orgánicos” (Greenpeace, 2022), especialmente en el sector de los restaurantes, se evidencia un alto sobre costo por “la pérdida y el desperdicio de alimentos, se deben adquirir hábitos de consumo consciente y eficiente” (Greenpeace, 2022), para este aspecto que impacta de modo negativo los ingresos de los establecimientos de comercio, se hacen necesarias las iniciativas que puedan mejorar la eficiencia de la pyme en el sector.

El sector de la restauración debe reducir al máximo la intermediación en la compra de productos, comprar directamente al productor, apoyar y fortalecer las prácticas de agricultura agroecológica y recuperación de los sistemas integrales del ecosistema, ya que, como empresarios en temas de perdurabilidad y sostenibilidad, y tener conciencia de la importancia del uso eficiente de los recursos locales, incluir en uso de empaques sostenibles en sus productos y manejar adecuadamente los residuos.

La academia debe fortalecer a los empresarios en el sector de la restauración, la creación de una nueva cultura alimentaria, donde “se desarrollen proyectos educativos y productivos entorno la cultura alimentaria, que sea sostenible” (Greenpeace, 2022), y perdurable, donde se apoye la importancia del sistema de alimentos, su conservación, y se fortalezca la economía local, logrando el crecimiento laboral, preparando profesionales emprendedores con una visión de empoderamiento por lo nuestro, donde el desarrollo juvenil, haga parte de las iniciativas de seguridad alimentaria, con espacios seguros, y se integren los diferentes mercados para dinamizar la economía en el subsector de alimentos, y los restaurantes sean los pioneros de un cambio en la mentalidad de hacer negocios con bienestar y salud para sus comensales.

El sector de la restauración como empresas asociativas deben apoyar los diferentes programas de “agricultura urbana y peri-urbana” (Greenpeace, 2022), que se desarrollan en Bogotá en la creación de huertas comunitarias, para apoyar los circuitos cortos de comercialización y disminuir los costos de producción y el beneficio se vea reflejado en el consumidor final.

Aprovechar las diferentes plataformas de mercados, para “crear un sistema de información en el que se anuncien eventos relacionados con comida, alimentación en la localidad de Chapinero y posicionar” (Greenpeace, 2022), los emprendimientos en temas de agenda cultural, aprovechando los diferentes servicios asociados como talleres, charlas, cursos, seminarios, etcétera.

Hay que considerar que los proyectos culturales y gastronómicos son exitosos, llevar la alta cocina colombiana a estándares internacionales es posible gracias a la consolidación de lo autóctono, de lo nuestro, fortalecer aspectos culturales propios de la buena mesa, la calidad, creatividad y esmero, cualidades muy importantes para desarrollar proyectos de emprendimiento con una visión de perdurabilidad y sostenibilidad.

Regularizar el uso de las plataformas digitales, ya que afecta de manera significativa, la igualdad y las oportunidades, la alta informalidad en el sector está llevando a reducir su dinamismo y crecimiento, se puede establecer una alianza con Cámara de Comercio para identificar que las empresas no inscritas, y no tener identificación tributaria o NIT, no puedan acceder al registro de aplicaciones que agremian al sector, adicionalmente la informalidad al no estar regularizada no ofrecen garantías de trabajo digno para los domiciliarios.



Establecer instrumentos fiscales diseñados para el sector de la restauración y amortiguar los aumentos de precios para garantizar la sostenibilidad, y extender los beneficios para mantener la estabilidad del sector y regularizar de forma gradual el impuesto al impto-consumo, y que todos los establecimientos pasen a este régimen y salir del régimen de IVA.

Mejorar su capital de trabajo, para seguir siendo viable en el mercado, es importante y como se describe en la clasificación de restaurantes por categorías, en el punto 5, todos los restaurantes, en su modalidad de pago, está el efectivo, lo que le permite mantener un capital de trabajo positivo, se debe establecer esta prioridad en las políticas de cuentas por cobrar, para el sector de la restauración.

Fortalecer el capital humano teniendo en cuenta el carácter formativo, el funcionamiento interno de la empresa, y la orientación “entre la oferta educativa y la demanda laboral” (A. de Bogotá, 2020). El sector productivo debe concentrarse en demandas específicas por competencias y perfiles que requiere el sector, identificar los perfiles más relevantes para la competitividad de la actividad productiva, priorizar los cargos de difícil consecución, analizar el impacto de las formas de contratación para mejorar la estabilidad del sector, hacer un análisis de perfiles, comparando las ocupaciones más demandadas y los cargos de más difícil consecución.

Tener un control claro de la informalidad empresarial del sector, para vincular de manera escalonada a los establecimientos, haciendo propuestas vinculantes en temas de formalización empresarial, sensibilizar a las pymes informales en asuntos de contratación, manejo de insumos, producto, impuestos, y programas de capacitación en materia de calidad, inocuidad, etcétera., estos aspectos fortalecen, y mejoran la dinámica del sector, porque no solo contribuyen a la economía, sino que mejoran en términos de calidad a sus trabajadores.

La pyme en su mayoría tiene un modelo de vinculación temporal, a término fijo o por servicios, en el estudio realizado por la Alcaldía de Bogotá 2021, un tema preocupante en el sector, es no contratar aprendices con contrato de aprendizaje, es notorio que este tipo de contrato no está entre las opciones de contratación, los aprendices que estudian Gastronomía, tienen que presentar una opción diferente como proyecto productivo, si la empresa no le da la oportunidad al pasante para desarrollar todo su potencial, y mejorar procesos con sus conocimientos, es difícil hablar en términos de perdurabilidad y sostenibilidad, si es la academia la responsable de preparar personal con todas las capacidades técnicas para aportar al desarrollo del país, pero es la pyme la que no ofrece este tipo de oportunidades.

Fortalecer la “cadena de valor” (S/f-a), en sus principales categorías, ya que está constituida por la logística interna, cocina, sala, comercial y marketing, y servicio posventa, falta un tema fundamental en la cadena de valor en cuestiones de capacitación, para mejorar la competitividad, estableciendo programas específicos como en comida rápida, comida casera, comida casual, comida oriental, especialidades de la casa, etcétera.

## Lecciones Aprendidas

A lo largo del desarrollo de la presente monografía, son varios los asuntos abordados, pero especialmente lo que se puede transferir a la pyme del subsector elegido en general, es identificar las principales causas y factores, para no caer en los altos indicadores de mortalidad de pyme del subsector elegido, la informalidad, la falta de capacitación en asuntos de emprendimiento, somos una cultura en términos de emprendiendo, con una alta capacidad para desarrollar ideas de negocios, aprovechar diferentes ventajas de mercado, como nuestra posición geográfica, recursos, etcétera., y en términos de gastronomía uno de los países con mayor diversidad culinaria, y es aquí donde la presente monografía tiene un papel fundamental no solo para la academia, sino para los emprendedores en general.

Identificar en términos de perdurabilidad y sostenibilidad la importancia de permanecer en el mercado, teniendo al emprendimiento como una elección de vida, considerando que no basta únicamente con tener un negocio, sino que al respecto demanda dedicación, esfuerzo y una constante preparación para ser más competitivo en el mercado actual, ejemplo de esto, son los emprendimientos en innovación, que para el presente estudio, se evidencia su grado de conocimiento e innovación, es posible llegar a un grado tan alto en el sector de la restauración, no hay suficiente literatura al respecto, pero me place escribir en estas líneas como restaurantes colombianos han llegado a ocupar una posición privilegiada en el mercado nacional y extranjero, por estos días, escuchar el reconocimiento internacional de nuestra variedad colombiana en cocina de autor, gracias al emprendimiento del sector que lo ha hecho merecedor de estrellas Michelin, el más alto galardón a un restaurante colombiano en el mundo, tener la mejor chef mujer del mundo, llena de satisfacción y de motivación, no solo a los emprendedores, sino a los

que están estudiando para fortalecer el sector y desarrollar grandes emprendimientos en el subsector.

Es el emprendedor responsable de capacitarse constantemente, de buscar apoyo y las herramientas para fortalecer todos los aspectos descritos en la monografía de investigación, no se trata de dinero, el hecho es tener un espíritu de emprendedor que, le permita dimensionar la importancia de aportar su experiencia, y consagrarse de tiempo completo a su ideal de negocio, no son los modelos de emprendimiento o los tipos de emprendimientos, los que determinan el éxito es sencillamente no caer en los errores de los emprendimientos que han cerrado sus puertas, es aprender de ellos, imitarlos, igualarlos y superarlos con ese espíritu de superación que únicamente caracteriza a un emprendedor, en su rol de líder, es amplia las fuentes de información para documentar experiencias y trabajar sobre ellas, las oportunidades son múltiples y las amenazas se convierten en oportunidades, ejemplo de ello la pandemia de la COVID-19, gran lección que les dio a los empresarios colombianos, debemos estar preparados, capacitarse de manera constante, innovar y hacer de la tecnología nuestra mejor aliada, todos aquellos emprendimientos que se quedaron en el pasado, hoy ya no están, innovar y crecer es la clave.

Una lección importante de emprendimiento, es dimensionar las oportunidades, potenciar toda nuestra capacidad a la acción, fortalecer aspectos débiles en valiosas oportunidades, no desfallecer ante la primera dificultad en el camino del emprendimiento, hacer alianzas estratégicas importantes, integrar la academia, y la empresa como compromiso de todos para salvaguardar el empleo, impulsar el dinamismo del mercado con ideas innovadoras y únicas, cambiar nuestra mentalidad de escasez en abundancia, creer en nuestras capacidades reales, e involucrar talento humano dinámico, joven de ideas y apoyar desde aquí, con el conocimiento de la presente monografía de investigación al público en general, empresas, estudiantes

emprendedores y docentes de las diferentes asignaturas, que el emprendimiento es una realidad, que hace parte del ADN colombiano, y que solo nos falta no caer en el pasado y fortalecernos para impulsar una idea que muy posiblemente hemos postergado por décadas, no es fácil, pero tampoco imposible, podemos lograrlo, solo es cuestión de intentarlo, e identificar las principales causas y factores de la alta mortalidad de pyme en el subsector de alimentos, conocer el impacto que deja el cierre total de la pyme, y considerar las principales acciones de fortalecimiento del subsector, como se describe en esta monografía de investigación.

## Conclusiones

En definitiva el emprendimiento provee empleos estables, mejora la empleabilidad con condiciones dignas para los colaboradores, es una de las principales actividades del emprendimiento, como resultado de la búsqueda de información es importante analizar varios aspectos que son fundamentales descritos en la presente monografía y es integrar los ODS, como una oportunidad para la pyme, que asume un papel protagónico en el liderazgo de la sostenibilidad y perdurabilidad, convirtiendo las estrategias en objetivos, creando mejores resultados para la dinámica de las empresas y contribuyendo a una sociedad mejor.

Así pues, el impacto potencial de la pyme en general fortalece las cadenas de valor, para mejorar la calidad de vida de manera integral, identificando las mejores estrategias, para hacer modelos de negocios más sostenibles, reduciendo el impacto del cambio climático.

Finalmente, en aspectos de perdurabilidad como el principal resultado en el tiempo, y el impacto positivo de los negocios, gracias a una planeación clara y definida, basada en una estrategia sólida que identifica los objetivos y fortalece la estructura empresarial del país, en términos de sostenibilidad, la maximización de beneficios, es muy importante, impacta de manera positiva el crecimiento en el mercado, la adaptabilidad al cambio y fomenta la responsabilidad social empresarial, que asegura un crecimiento sostenible para la sociedad el medioambiente y el negocio.

Además de describir los antecedentes de la alta mortalidad de pyme en el subsector, es fundamental haber considerado las causas y los factores más predominantes para analizar de una manera profunda la alta mortalidad de pyme, entender en contexto que para el emprendimiento hay muchas herramientas establecidas, e instituciones con gran experiencia en el tema, y es no caer en lo mismo, aprovechar toda la información que hay al respecto, el capital humano

dispuesto a apoyar los diferentes emprendimientos, y fortalecer los aspectos más valiosos, para mejorar la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento social de las pymes con características de infraestructura importantes, ofreciendo empleabilidad, y crecimiento económico.

Para ello se hizo necesario, hacer un recorrido amplio por las fuentes documentales para interiorizar en las principales causas y factores que explicaron la alta tasa de mortalidad de las pymes en la localidad de Chapinero, y analizando la evolución en diferentes subsectores en Bogotá, enfocándose en el sector de alimentos, que contribuye significativamente al crecimiento económico del país, un tema ampliamente estudiado a lo largo de los años, “alta mortalidad en las pymes”, pero sobre todo con poca o ninguna investigación sobre este subsector, tarea fundamental llevada a cabo en este estudio monográfico brindando los resultados que identifican las principales causas y factores, y sugiriendo las acciones para fortalecer a las pymes en el subsector seleccionado.

Las conclusiones derivadas de la presente monografía de investigación como acciones de fortalecimiento son valiosas para ser consideradas, ya que con una amplia base documental se logró conceptualizar aspectos relevantes que no se deben pasar por alto, y considerar su importancia a la hora de empezar un emprendimiento en el subsector, teniendo en cuenta las causas y factores más considerables de la alta tasa de mortalidad de las pymes de este subsector, y la oferta gastronómica, como zona de interés turístico en la localidad de Chapinero, la información está actualizada y la oferta disponible de la localidad, además teniendo en cuenta el tipo de investigación descriptiva documental, que permite observar condiciones y oportunidades del sector en este momento.

Partiendo de los supuestos anteriores y finalizando con la presentación de los hallazgos como respuesta a la investigación realizada y proponiendo acciones de fortalecimiento para mejorar el posicionamiento, la competitividad y la sostenibilidad de la industria gastronómica local, considerando variables como infraestructura, empleabilidad, promoción e información financiera definitivas para identificar el tipo de negocio y su oferta, conocer su potencial turístico, teniendo en cuenta las condiciones y características comunes, servicios complementarios y canales de comunicación, descritas al detalle en la monografía de investigación.

Con referencia a la verificación de la hipótesis, es importante anotar que la investigación descriptiva dio una respuesta amplia al planteamiento del problema, considerando la variable que se estimó a lo largo de la monografía “Alto índice de mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes, en sus primeros años de vida en la localidad de Chapinero” la característica más importante que se debe fortalecer es trabajar con un pensamiento estratégico, con ayuda de herramientas que le permitan ser más eficiente, teniendo en cuenta procesos de comunicación, el ciclo de la empresa, su capacidad estratégica, contar con una flexibilidad al cambio, ser creativos, innovadores, evaluar la información de la pyme, preparar y conocer su entorno de mercado con una visión a futuro.

De estas evidencias conceptuales es posible describir la alta mortalidad de pymes en el sector y controlar e identificar las causas y factores más representativos de la alta mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes en la localidad de Chapinero, y el impacto descrito que trae para el sector de alimentos, se puede afirmar que identificando la alta mortalidad de pyme en el subsector se puede mitigar un poco esta alta mortalidad, se respondió a la pregunta de investigación desde diferentes planteamientos, que llevo a indagar las diferentes fuentes de



información, descrita en la metodología de investigación y se dio una clara respuesta a la hipótesis, desde la variable de medición, tiempo, donde están presentes las condiciones, causas y factores, que darán determinados resultados a la pregunta de investigación.

Por último, la validez de los objetivos propuestos, analizar de forma detallada las principales causas y factores de la alta mortalidad de pymes en el subsector de Restaurantes, en la localidad de Chapinero, fue una tarea conceptual profunda respaldada por las fuentes de información descritas en la bibliografía de la presente monografía de investigación.

De igual manera, el marco teórico profundiza de manera detallada, partiendo del tema de emprendimiento social, fundamental para el desarrollo del país, en asuntos de emprendimiento gracias a los programas y “obras sociales con población vulnerable, y que hace parte de la Responsabilidad social” (UNAD, 2016), empresarial como iniciativa de acciones dentro del ámbito socioeconómico del que forme parte.

Pero es necesario profundizar el término de perdurabilidad, y sostenibilidad, explicar por qué unas empresas sobreviven y otras no, en términos de perdurabilidad comprender las implicaciones del concepto, es identificar diferentes fuentes para lograr pymes más perdurables con el tiempo, y en términos de sostenibilidad, el interés de las empresas por el medioambiente, para superar sus objetivos utilitarios no es suficiente, es necesario tener conciencia del mercado consumidor, para favorecer los productos ecológicos, y favorecer un cambio de estilo de vida por parte del consumidor, y promover un desarrollo sostenible, que trascienda en el medioambiente, e involucre a la sociedad para lograr un desarrollo total en el mercado.

Llama profundamente la atención los programas de apoyo, y el marco normativo que facilita la creación y la operatividad de pymes en Colombia, el ingreso al mercado de bienes y servicios, la capacitación, apoyo al desarrollo técnico y el ingreso a mercados financieros, es

complejo el sistema de apoyo a la pyme en Colombia como iniciativa para apoyar al sector empresarial en general, pero la oportunidad está ahí, latente para ser aprovechada al máximo por el emprendedor. Por otra parte, los incentivos no monetarios del gobierno que en Colombia generalmente no son económicos, en las primeras etapas, requieren de un alto apoyo, que ya está establecido legalmente, y que se formaliza para establecer un ecosistema comercial, después necesitan el apoyo en temas financieros y de marketing, para posicionar el negocio, gracias a la innovación para desarrollar “productos y servicios acordes a las necesidades de la población”(Bancolombia, 2019b), esto les permite competir en mercados nacionales e internacionales.

Se ha tratado con los tipos y modelos, para exponer la importancia de la pyme en el “sector servicios de la localidad de Chapinero”, el gobierno nacional comprometido, con el desarrollo y crecimiento económico, está impulsando, y promoviendo el emprendimiento como eje de desarrollo, equidad, y legitimación en la creación y desarrollo de pymes que tiene aspectos relevantes que todo emprendedor debe conocer, saber en qué etapa se encuentra su negocio, entender la normatividad existente, y tomar decisiones importantes que impacten positivamente el emprendimiento, desde el capital semilla, las etapas de escalamiento y de consolidación, y los modelos nacen de la necesidad, para mejorar y fortalecer los negocios, identificando los factores para dirigir los emprendimientos hacia el éxito.

Se ha tratado con profundidad para determinar la alta mortalidad de pymes del sector servicios en localidad de Chapinero, de forma que se comprenda las causas y factores ampliamente, a través de diferentes investigaciones en el contexto empresarial del sector, especialmente haciendo énfasis en la importancia que tiene la pyme desde la óptica de la sostenibilidad, incentivando el fortalecimiento de la producción de alimentos en el territorio

nacional para mitigar las principales causas que fortalecen la alta mortalidad de pyme en el subsector.

La presente investigación identifica las principales, causas y los factores de la alta mortalidad de la pyme en localidad de Chapinero y como respuesta propone acciones de fortalecimiento que impactan de manera significativa el sector, agrupando e integrando desde los productores, transportadores, distribuidores, comercializadores, transformadores, consumidores y receptores transformadores de residuos, en actores fundamentales del fortalecimiento de la pyme del subsector de servicios elegido.

## Bibliografía

- Acosta Márquez, M. P., & Pozos Delfín, F. L. (2016). Importancia del Análisis del Desarrollo Empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26.  
<https://www.redalyc.org/journal/646/64646279008/html/>
- Alcaldía de Bogotá D.C. (2021). Censo Gastronómico Localidad de Chapinero 2021. *Observatorio de Turismo*, 88. <https://s3.us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/c414bea9-56c6-4ed7-87cb-7d6416815a15/Estudio-censo-gastronomico-localidad-de-chapinero-2019.pdf?X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Credential=AKIAT73L2G4>
- Alvarado, & Hernández. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Scielo*, 009(08), 20.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Analitick, V. (2022). Emprendimiento en Colombia. *Valora Analitik*.  
<https://www.valoraanalitik.com/2022/02/03/mapa-emprendimiento-colombia-hay-1-110-startups/>
- Andes, U. de los. (2022). 6 de cada 10 startups son lideradas por Uniandinos. *Universidad de Los Andes*, 8. <https://uniandes.edu.co/es/noticias/economia-y-negocios/6-de-cada-10-startups-son-lideradas-por-uniandinos>
- Andi. (2019). *Diagnóstico y Estrategia de la Reactivación del Empleo y la Economía*. 208.  
<http://www.andi.com.co/Uploads/Diagnóstico y estrategia de reactivación del empleo y de la economía COVID 19 CESLA ANDI.pdf>
- ANIF. (n.d.). ANIF. *Centro de Estudios Económicos*, 2022. <https://www.anif.com.co/>
- Arboleda Casas, G. B., Sánchez Rolong, A. M., & Sanabria Landazábal, N. J. (2016). FACTORES DE ÉXITO COMPETITIVO. *Dimensión Empresarial*, 14, 12.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-85632016000200011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632016000200011)

Argudo, C. (2017). ¿Qué es la competitividad empresarial? *Emprende Pyme En Colombia*, 12.

Banco Mundial. (2022). Aumento de Precios de Alimentos. *Banco Mundial*, 8.

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2022/04/26/food-and-energy-price-shocks-from-ukraine-war>

Bancolombia. (2019a). *Programas de apoyo del Gobierno a Pymes*. Emprende Pyme En

Colombia. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/emprendimiento/programas-gobierno-apoyo-pymes>

Bancolombia. (2019b). *Programas de apoyo del Gobierno a pymes e incentivos no monetarios*.

Emprendimiento.

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/emprendimiento/programas-gobierno-apoyo-pymes>

Bancolombia. (2021). ¿Cómo crecer o escalar tu negocio? *Emprendimiento*.

<https://panama.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/crecer-escalar-negocio>

BanColombia. (2022). *¿Cómo se clasifican las micro, pequeñas y medianas empresas?*

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>

Bercovich, N. y López, A. (2005). Políticas para mejorar la gestión ambiental en las pymes

argentinas y promover su oferta de bienes y servicios ambientales. *CEPAL, Serie medio ambiente y desarrollo, (96)*. 66 p. Chile.

[http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5632/1/S05293\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5632/1/S05293_es.pdf)

Bogotá, A. de. (2020). *Estudio Censo Gastronómico Localidad de Chapinero 2019-2020*.

<https://s3.us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/c414bea9-56c6-4ed7-87cb-7d6416815a15/Estudio-censo-gastronomico-localidad-de-chapinero-2019.pdf?X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Credential=AKIAT73L2G4>

Bogotá, Cámara de Comercio de. (2021a). Centro de Información Empresarial. *CCB*, 18.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/3213>

Bogotá, Cámara de Comercio de. (2021b). *Desempeño de Empresas CCB 2021*.

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/27479/2022.02.22 Encuesta Ritmo Empresarial Bogotá I Sem 2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/27479/2022.02.22%20Encuesta%20Ritmo%20Empresarial%20Bogotá%20I%20Sem%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bogotá, Cámara de Comercio de. (2021c). *Las mipymes en Bogotá y la Región presentan el 97% del tejido empresarial - Cámara de Comercio de Bogotá*. <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Junio/Las-mipymes-en-Bogota-y-la-Region-representan-el-97-del-tejido-empresarial>

Bogotá, Cámara de Comercio de. (2020). *Perfil Económico de Chapinero*. 70.

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2879/6222\\_perfil\\_economico\\_chapinero.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2879/6222_perfil_economico_chapinero.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bogotá, Cámara de Comercio de. (2021). Perfil de las Localidades de Bogotá. *CCB*, 80.

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25980/23\\_10\\_2020 Perfil de las localidades de Bogotá VF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25980/23_10_2020_Perfil_de_las_localidades_de_Bogotá_VF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bogotá, I. un. (2022). Alimentos y Bebidas. *Invest Un Bogotá*, 8.

<https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota/>

Bogotá Vive. (2022). *Localidades de Bogotá*. <https://bogotavive.com/conoce-la-ciudad/localidades-de-bogota-capital-de-colombia>

- C hase, R. & Jacobs, F. (2014). Productividad Empresarial. *Administración de Operaciones*.  
<https://www.plandemejora.com/productividad-empresarial-como-se-mide-y-como-mejorarla/>
- Calvete Graño, M. (2022). Tasa de Actividad Emprendedora. *OBS Business School*.  
<https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-emprendedores-y-nuevos-modelos-de-negocio-en-la-era-pospandemia>
- Castro Márquez, F. (2016). *Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos*. Saber Metodología. <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>
- Castro Márquez, F. (2021). *Instrumentos Para Recopilar Información*. QuestionPro.  
<https://www.questionpro.com/blog/es/instrumentos-para-recopilar-informacion/>
- CCB. (2021). Datos Sobre Empresas en Bogotá. *Instituto Nacional de Contadores Públicos*.  
<https://incp.org.co/datos-sobre-empresas-en-bogota-al-primer-bimestre-de-2021/>
- CCB. (2022a). *Cámara de Comercio de Bogotá*. CCB. <https://www.ccb.org.co/>
- CCB. (2022b). Colombia Tech Report 2021. *Centro de Información Empresarial (CIEB)*, 200.
- CCB. (2022c). *Dinámica empresarial en Bogotá y la Región*. Observatorio de La Región.
- CCB. (2022d). Empresas Activas Localidad de Chapinero. *Observatorio de La Región*, 8.  
<https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-ACTIVAS-El-52-de-las-empresas-activas-de-Bogota-se-ubican-en-5-localidades-del-norte-y-occidente-de-la-ciudad>
- Centro de Estudios Económicos. (2018). La Gran Encuesta Pyme. *ANIF*, 143.  
[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13190/gran\\_encuesta\\_pyme\\_2014\\_I\\_2.pdf;sequence=1](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13190/gran_encuesta_pyme_2014_I_2.pdf;sequence=1)

CEPAL. (2019a). *Informe de avance cuatrienal sobre el progreso y los desafíos regionales de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en América Latina y el Caribe*. Foro de Los Países de América Latina y El Caribe Sobre El Desarrollo Sostenible.

<https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/06/CEPAL-Informe-de-avance-cuatrienal-sobre-el-progreso-y-los-desafios-regionales-de-la-Agenda-2030-para-el-Desarrollo-Sostenible-en-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>

CEPAL. (2019b). *MiPymes América Latina*. 491.

Chapinero, A. de. (2019). Localidad de Chapinero. *Alcaldía de Chapinero*.

<https://docplayer.es/2977695-Localidad-de-chapinero-ficha-basica.html>

Chiavenato, I. (2019). Introducción a la Teoría General de la Administración. In *McGraw-Hill Education*. Mc Graw Hill.

Clúster Bogotá Alimentos y Gastronomía. (2021). *22,000 Restaurantes han Cerrado sus Puertas en Bogotá*. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Alimentos-y-Gastronomia/Noticias/2020/Noviembre-2020/Cuestion-de-supervivencia-22-mil-restaurantes-han-cerrado-sus-puertas>

Colombia, C. de. (2022). Ley 500 de 2000. *Diario Oficial*, 12.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0590\\_2000.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html)

Colombia Tech Report. (2021). *ColombiaTech Report 2021*. 79.

[https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2022/02/VF\\_Distrito-Colombia-Report-2021-1.pdf](https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2022/02/VF_Distrito-Colombia-Report-2021-1.pdf)

Confecámaras. (2021). *Por Tamaño de Empresa*. <https://www.confecamaras.org.co/noticias/809-307-679-nuevas-empresas-se-crearon-en-el-pais-durante-2021-un-aumento-del-10-6-con-respecto-a-2020#:~:text=La creaci3n de microempresas creci3,unidades productivas nuevas>



en 2021.

DANE. (2022). *Empleo Informal y Seguridad Social*. Mercado Laboral.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

DeConceptos. (2021). *Función de las Empresas de Servicios*.

<https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/13181-cual-es-la-funcion-de-las-empresas-de-servicios>

Dini, M., & Stumpo, G. (n.d.). *Mi pymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Retrieved April 2, 2022, from [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)

DNP. (n.d.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Agenda 2030 En Colombia.

<https://www.ods.gov.co/es/objetivos/educacion-de-calidad>

EAFIT. (2021). Sector servicios en Colombia. *Escuela de Finanzas, Economía*.

EAN. (2019). Ecoemprendimiento, sostenibilidad y generación de valor. *Revista EAN*, 10.

<https://www.redalyc.org/journal/206/20663246009/html/>

Escuela de Administración de Negocios. (2018). Las Pymes y su Problemática. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 18.

Eserp Business & Law School. (2019). *Producto Mínimo Viable*. 8.

<https://es.eserp.com/articulos/producto-minimo-viable/>

FEDESARROLLO. (2021). Informalidad Empresarial en Colombia. *Working Paper*, 76, 33.

[https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3698/WP\\_2018\\_No\\_76.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3698/WP_2018_No_76.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fernández Valiñas, R. (2009). Segmentación de Mercados. In *McGraw-Hill Education*. Mc Graw Hill.

Fidias, A. (1999). *El Proyecto de Investigación*. Editorial Episteme. Orial Ediciones.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60153896/Metodologia\\_III20190729-44262-1jpl8y-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1655040114&Signature=OZv4VfUqPtZQRvYE2K5bKd3q5f5smYs1nfqEG-U2c49qxIPfeTHKrurawKPIJrySFoWVqlk177SVF6Z2UqIwpX77FrH5e0vCZYZNxdEjOn-9Q0f7VQWKfDL](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60153896/Metodologia_III20190729-44262-1jpl8y-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1655040114&Signature=OZv4VfUqPtZQRvYE2K5bKd3q5f5smYs1nfqEG-U2c49qxIPfeTHKrurawKPIJrySFoWVqlk177SVF6Z2UqIwpX77FrH5e0vCZYZNxdEjOn-9Q0f7VQWKfDL)

Fournier, A. (2001). Emprendimiento Social. *Documentos de Administración*.

[https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015\\_emprendimiento\\_social\\_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_emprendimiento_social_001.pdf)

Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores. (2019). La Financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de Capitales. *Mercado de Valores*. <https://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2017/03/estudiocompleto.pdf>

García Velázquez, M. del R., & Hernández Gracia, T. J. (2013). Metodología de la Investigación. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 2(3).

<https://doi.org/10.29057/icea.v2i3.61>

Garzón Castrillon, M. A., & Ibarra Mares, A. (2014). Revisión Sobre la Sostenibilidad Empresarial. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(3), 26.

GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor*. 171. <https://www.cise.es/pdf/informe-gem-2018-19.pdf>

Gil, A. M., & P., B. (2011). Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI. *Revista Galega de Economía*, 12.

Gil La Fuente, A. M. (2011). LOS DESAFÍOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

EN EL SIGLO XXI. *Revista Galega de Economía*, 20, 23.

<https://www.redalyc.org/pdf/391/39121262007.pdf>

Giraldo Gómez, M. E. (2019). Modelos de Gestión Empresarial. *Repository.Lasalle.Edu.Co*, 26.

<http://repository.lasalle.edu.co/handle/10185/29315>

Greenpeace. (2022). *Manifiesto Nueva Cultura Alimentaria*. 50.

[http://greenpeace.co/pdf/2021/Informe\\_Final\\_Sistema\\_Alimentario\\_de\\_Bogota\\_corregido.pdf](http://greenpeace.co/pdf/2021/Informe_Final_Sistema_Alimentario_de_Bogota_corregido.pdf)

Hamel, G. (2020). *Tipos de Emprendimiento*. [https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-](https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/)

[emprendimiento/](https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/)

Hart, S., y Milstein, M. (2003). Creating Sustainable Value. *Academy of Management Executive*

*17(2)*. 56-67.

Hernández, I. (2022). *Empresas de Servicios*. <https://www.ejemplos.co/empresas-de-servicios/>

INNpulsa. (2022). INNpulsa. *Agencia de Emprendimiento e Innovación Del Gobierno Nacional*.

<https://innpulsacolombia.com/nosotros>

Investigación Descriptiva Documental. (2015). *Competencias UACJ*, 6.

Jacobs, M. (1997). La economía verde: Medio ambiente, desarrollo sostenible y la política el

futuro. *Ed. Icaria*.

La República. (2021). *En Colombia se crean un total de 93 micronegocios diarios en el*

*comienzo de 2021*. Diario La República. [https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-](https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-de-2021-3159461)

[de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-](https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-de-2021-3159461)

[de-2021-3159461](https://www.larepublica.co/especiales/reactivacion-de-las-pyme/en-colombia-se-crean-un-total-de-93-micronegocios-diarios-en-el-comienzo-de-2021-3159461)

La República. (2022a). *ADN de los emprendedores*. La República.

[https://www.larepublica.co/empresas/adn-de-los-emprendedores-rappi-platzi-y-frubana-](https://www.larepublica.co/empresas/adn-de-los-emprendedores-rappi-platzi-y-frubana-entre-las-startups-que-destacan-3296350)

[entre-las-startups-que-destacan-3296350](https://www.larepublica.co/empresas/adn-de-los-emprendedores-rappi-platzi-y-frubana-entre-las-startups-que-destacan-3296350)

- La República. (2022b). *Colombia está en el top tres de países de Latinoamérica con mayor número de fintech*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/finanzas/colombia-esta-en-el-top-tres-de-paises-de-latinoamerica-con-mayor-numero-de-fintech-3350856>
- La República. (2022c). El volumen invertido en emprendimientos colombianos. *La República*, 8. <https://www.larepublica.co/economia/el-volumen-invertido-en-emprendimientos-colombianos-fue-de-us-808-9-millones-3364847>
- La República. (2022d). Empresas Bogotá 2021. *República*, 12. [https://www.larepublica.co/empresas/bogota-y-la-region-finalizaron-2021-con-470-579-empresas-activas-6-menos-que-2019-3302376#:~:text=Bogotá y la Región cerraron,Comercio de Bogotá \(CCB\)](https://www.larepublica.co/empresas/bogota-y-la-region-finalizaron-2021-con-470-579-empresas-activas-6-menos-que-2019-3302376#:~:text=Bogotá y la Región cerraron,Comercio de Bogotá (CCB)).
- La República. (2022e). *Estos son los mejores países para emprender: Colombia ocupa el puesto 25 entre 50*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/estos-son-los-mejores-paises-para-emprender-colombia-ocupa-el-puesto-25-entre-50-3340077>
- Levin, & Rubin. (1996). *Población*. Estadística. <https://slideplayer.es/slide/11803779/>
- López, J. F. (2019). Estadística Descriptiva. *Economipedia*, 12. <https://economipedia.com/definiciones/estadistica-descriptiva.html>
- López Trujillo, M., Patricia, L. T., & Marulanda Echeverry, C. E. (2019). Kit de Técnicas y Herramientas para Gestionar el Conocimiento y la Innovación. *Universidad Nacional de Colombia*, 320.
- Mancilla Rendón, M. E., & Saavedra García, M. L. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y Administración*, 60(2), 486–506. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30011-5](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30011-5)
- Mensual Servicios Bogotá, E. DE. (2021a). Boletín técnico Encuesta Mensual de Servicios de

Bogotá. *DANE*, 20.

Mensual Servicios Bogotá, E. DE. (2021b). *Mensual de Servicios de Bogotá*.

Mi Pyme Digital. (2022). *MinTIC*. <https://mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-19596.html>

Mincomercio. (2022a). *Centro de Desarrollo Empresarial*. PROGRAMA DE CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL-CDE-SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTERS-SBDC. <https://www.mipymes.gov.co/programas/centro-de-desarrollo-empresarial>

Mincomercio. (2022b). *Emprender es Crecer*. *INNpuls*a, 81.

<https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/guia-emprendedor-innpulsa-version3-web.pdf>

Mincomercio. (2022c). *Marco Normativo My Pimes en Colombia*. Normatividad.

<https://www.mipymes.gov.co/normatividad>

Mincomercio. (2022d). *Políticas de Apoyo Para las Mi Pymes*. 9.

<https://www.mipymes.gov.co/politica-de-desarrollo-productivo>

Ministerio de Industria y Comercio. (2022). *Marco Estratégico en Política de Pyme 2030* (p. 84).

Ministerio del Trabajo. (2020). *MiPymes representan más de 90% del sector productivo*.

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>

Moreno, J. (2022). *Pymes en Colombia: qué son, cuántas hay y ejemplos*. *Marketing*, 6.

Naciones Unidas. (2015). *Decenio Internacional Para la Acción del Agua*. *ONU-DAES*, 8.

[https://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/water\\_and\\_sustainable\\_development.shtml](https://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/water_and_sustainable_development.shtml)

Naciones Unidas. (2022). Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible.

*Conferencias Medio Ambiente*, 6.

*Observatorio - Cámara de Comercio de Bogotá*. (2022). Cámara de Comercio de Bogotá.

<https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-ACTIVAS-El-52-de-las-empresas-activas-de-Bogota-se-ubican-en-5-localidades-del-norte-y-occidente-de-la-ciudad>

Oranization, I. L. (2022). Inflación 2021 Vs 2022. *ILOSTAT*, 8. <https://ilostat.ilo.org/es/inflation-more-than-doubled-between-march-2021-and-march-2022/#:~:text=La tasa anual de inflación,4%25 de diciembre de 2021.>

Pacheco Ruiz, C. M. (2019). Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes. *REVISTA ECONÓMICAS CUC*, 34(1), 183-202, 20.

<https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/2582?show=full>

Pascual, A. (2021). *Tipos de emprendimiento y emprendedores*. *OBS Business School*. 23 de Abril. <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-emprendimiento-y-emprendedores>

Pietersen, W. (2016). *Six Lessons for the Modern Strategist*. Columbia Business School.

<https://www8.gsb.columbia.edu/articles/node/1788/von-clausewitz-on-war-six-lessons-for-the-modern-strategist>

Portafolio. (2020). Emprender como servicio. *Portafolio*.

<https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/emprender-como-servicio-la-nueva-modalidad-de-negocio-537984>

Portafolio. (2021). *Empresas en Colombia: cuántas han cerrado y cuántas hay activas, a mayo del 2021* | *Empresas* | *Negocios* | *Portafolio*. Agosto 10.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-en-colombia-cuantas-han-cerrado->

y-cuantas-hay-activas-a-mayo-del-2021-554985

Portafolio. (2022a). *Creación de empresas en Colombia*. Empresas.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/creacion-de-empresas-en-colombia-aumento-10-6-en-2021-560490>

Portafolio. (2022b). *Creación de empresas en Colombia aumentó 10,6% en 2021*.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/creacion-de-empresas-en-colombia-aumento-10-6-en-2021-560490>

Ramírez, A. (2008). ¿Qué es el emprendimiento social? *Concurso Emprendedor Social Del Año América Central*.

Ramírez Cañón, C. (2022). Costos de los Alimentos 2022. *El Espectador*, 8.

<https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/cuales-son-los-costos-de-la-subida-de-precios-de-los-alimentos/>

Ramírez de Arellano, C. (2017). La Digitalización y la Industria 4.0. *Secretaría de Estrategias Industriales*, 19. <https://industria.ccoo.es/4290fc51a3697f785ba14fce86528e10000060.pdf>

Restrepo, Vélez, M. R. y M. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. *Universidad Del Rosario*, 11.

Rivera Rodríguez, H. A. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos.

*Cuadernos de Administración*, 12.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-46452012000100009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452012000100009)

Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*.

Rojas de Francisco, L., & Prada, J. F. (2019). Autogestión, emprendimiento social e innovación social. *Tec Empresarial*, 18. <https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659->

33592019000300042&script=sci\_arttext

Salas, F. (2014). Alimentos y Bebidas. In *Ediciones Turísticas*.

Salazar Castellanos, D. (2022). Un colombiano presidirá el ente que agrupa 1.200 cámaras de comercio del mundo. *Bloomberg En Línea*.

<https://www.bloomberglinea.com/2022/05/25/un-colombiano-presidira-el-ente-que-agrupa-1200-camaras-de-comercio-del-mundo/>

Sánchez, J. (2020). *¿Qué es el Emprendedor externo?* <https://doku.pub/documents/doku.pub-7151nvw7zm0k>

Secretaría de Desarrollo Económico. (2020). *Boletín Servicios*.

Secretaria Distrital de Integración Social. (2021). Lectura Integral de Realidades Localidad de Chapinero. *Estrategia Territorial Integral Social*, 52.

[https://integracionsocial.gov.co/images/\\_docs/2021/transparencia/ETIS\\_Localidad\\_2.pdf](https://integracionsocial.gov.co/images/_docs/2021/transparencia/ETIS_Localidad_2.pdf)

*SIGI - Sistema de Gestión de la Investigación SIGI - Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD*. (n.d.). Retrieved May 6, 2022, from <https://investigacion.unad.edu.co/sigi>

Soberanes Trujillo, L. (2021). La Gestión Financiera en las Pymes. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 21.

<https://www.redalyc.org/journal/4096/409668434009/html/>

Sordo, I. A. (2021). Tipos de Emprendedores. *Marketing*, 8.

Stumpo, G., & Dini, M. (2022). *Mi Pymes en América Latina*. CEPAL.

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44148>

UNAD. (2015). *Proyecto Aplicado UNAD*. 6. <https://docplayer.es/7670180-1-que-es-el-proyecto-aplicado-dentro-de-la-especializacion-en-gestion-de-proyectos.html>

UNAD. (2016). Importancia del emprendimiento social en Colombia. *Working Papers Ecacen*,



26. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1915>

*UNAD - Monografía - Estructura*. (n.d.-a). Retrieved May 6, 2022, from

<https://es.slideshare.net/IVANVILLAMIZAR/unad-monografa-estructura>

*UNAD - Monografía - Estructura*. (n.d.-b). Retrieved March 25, 2022, from

<https://es.slideshare.net/IVANVILLAMIZAR/unad-monografa-estructura>

Van Hoof, B. (2005). Políticas e instrumentos para mejorar la gestión ambiental de las pymes en Colombia y promover su oferta en materia de bienes y servicios ambientales. *CEPAL, Serie medi*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5634/1/S05291\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5634/1/S05291_es.pdf)

Vázquez, R. L., & Avila, D. D. (2021). La Mortandad de las MiPyMEs en Colombia y México. *Visión Internacional (Cúcuta)*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.22463/27111121.2915>