



Sostenibilidad aplicada

Juan Sebastián Sánchez Páez
Vanessa Alejandra Cleves Estupiñán





Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN

“Cleves Estupiñan, Vanessa Alejandra
Sostenibilidad aplicada [Recurso electrónico] / Vanessa Alejandra
Cleves Estupiñan, Juan Sebastián Sánchez Páez. Bogotá: Universidad
EAN, 2016

31 p.

ISBN 978-958-756-417-4 (Electrónico)

1. Pymes -- Industria hotelera
2. Desarrollo económico
3. Sostenibilidad
4. Industria cultural -- Aspectos económicos

I. Sánchez Páez, Juan Sebastián

338.4 CDD23



Edición

Dirección Gestión del Conocimiento

Revisor estilo

Laura León

Diagramación

Ana Sofía Patiño Peláez

Diseño y finalización

Alvaro Leonel Guerrero Castiblanco

Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2016

ISBN 978-958-756-417-4

© Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN
Producido en Colombia.

Contenido

Desarrollo y sostenibilidad aplicado a la economía naranja

Documento de: Juan Sebastián Sánchez Páez

Resumen	7
1. Introducción	9
2 Desarrollo histórico de la economía naranja	11
3 Economía naranja	13
3.1 Categorías de la economía naranja	15
3.2 Actividades culturales convencionales	16
3.3 Actividades de artes y patrimonio	17
3.4 Actividades de creación funcional	17
4. Propiedad intelectual	18
5. Economía naranja y el desarrollo económico del país	20
6. Objetivos de la economía naranja desde el desarrollo y la sostenibilidad empresarial	24
7. Estudio de caso: Dago Producciones Caracol Televisión; “El abrazo de la serpiente”	26
CONCLUSIONES	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

La Candelaria Hostel, un ejemplo de PyME sostenible en el sector de servicios: turismo

Documento de: Vanessa Alejandra Cleves Estupiñán

RESUMEN	35
1. INTRODUCCIÓN	36
2. La Candelaria Hostel, un ejemplo de PyME sostenible en el sector de servicios: turismo	38
CONCLUSIÓN	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51



Resumen

El propósito de este artículo es dar a conocer el potencial económico que tiene la franja de la economía naranja y cómo esta puede generar un impacto a nivel social, político y económico, para beneficio de todas las personas involucradas en las industrias creativas y culturales. También es importante resaltar la relación que la economía naranja posee con conceptos como la propiedad intelectual y el intercambio de ideas. Adicionalmente, se pretende dar a conocer un caso en el que la industria cinematográfica ha impulsado la economía naranja en los últimos años en Colombia, para concluir con que no solo este sector debe ser relevante para generar un nuevo rumbo para nuestro país, sino dar a entender que estamos sobre una mina de oro infinita que puede ser explotada por cada uno de nosotros si estamos dispuestos a generar valor por medio de nuestra cultura, nuestras ideas y nuestro patrimonio nacional.

PALABRAS CLAVE

*Economía naranja, Propiedad intelectual,
Cultura, Ideas, Creatividad, Desarrollo*

1. Introducción

En los últimos años, debido a muchos factores, entre estos el aumento significativo de las problemáticas sociales, políticas y económicas, el desarrollo y el crecimiento de Colombia se ha visto afectado. Principalmente, el sector económico del país tiene hoy en día una dependencia de la producción agrícola y del comercio de bienes básicos, como el petróleo, el café, el oro, el banano, etc., lo que ha dejado a un lado la rama de la investigación y desarrollo propuesta en la llamada cadena de valor global.

Mientras el mundo ha adquirido nuevos enfoques, en los que salen fortalecidos las ideas, la creatividad, el conocimiento y la propiedad intelectual, también brinda diferentes oportunidades que se separan totalmente de la antigua economía basada en la producción y distribución de materias primas. Hoy en día, esta es un momento propicio que Colombia debe empezar a contemplar debido a su gran potencial cultural y creativo, al igual que el enorme patrimonio nacional que posee. Las organizaciones, sin importar el sector en el que se encuentren, ni el tamaño que tengan, deben, dentro de su campo de acción, contemplar una nueva dimensión llamada economía naranja, la cual es de gran importancia y está sustentada en el crecimiento y el impacto que pueden generar la cultura, la creatividad y las nuevas ideas.

Con el fin de dar a conocer la importancia del talento de otros, el intercambio de ideas y dar vida a productos completamente innovadores y llenos de propiedad intelectual, el siguiente artículo pretende informar

sobre el potencial económico y sostenible de las industrias culturales y creativas, para abrir campos de discusión donde las diferentes partes interesadas en el tema consideren a la economía naranja como una industria relevante para el crecimiento económico del país, bajo la óptica de la triple línea de resultados sostenibles. Haciendo entender la falta de prioridad que se le da al sector creativo, cultural y artístico, con un enfoque sostenible desde la concepción financiera.

2 Desarrollo histórico de la economía naranja

Howkins (2005) determinó que el sector creativo representaba el 6,1 % de la economía global. En una entrevista para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), John Howkins afirma que:

A finales de los años noventa se hablaba mucho de tecnología, de informática y de tecnologías de la información (T.I.): el boom del.com, la Web, Internet, y llegué a la conclusión de que se estaba perdiendo mucho de vista lo que, en los negocios a los que me dedico, es el punto de partida: el hecho de tener ideas. A mi entender, en cierto modo se estaba pasando por alto eso y prestando demasiada atención a la tecnología y yo quería que volviéramos a dar importancia al hecho de concebir ideas: cómo incitar a la gente a generar ideas, cómo colaborar con otros para generar ideas; también era importante tener en cuenta que a veces la gente toma la iniciativa, crea y perfecciona ideas, y las protege y empieza a vivir de ellas.

Con base en la Constitución Política de Colombia, la cultura y las ideas en sus diversas manifestaciones deben ser el fundamento de la nacionalidad. El Estado debe reconocer la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la nación. Por eso John Howkins fue el punto de partida para el desarrollo del concepto de economía naranja en Colombia.

Afirman Buitrago (2013) y Márquez (2013) que:

Se suele asociar con la cultura y la creatividad. Desde los jeroglíficos del Egipto antiguo hasta las celebraciones modernas del Halloween, el color naranja se relaciona con los rituales y eventos culturales, artísticos y religiosos. Algunas culturas también lo relacionan con el liderazgo, la creatividad y el bien social. Y si estas razones no fueran suficientes, Frank Sinatra dijo que “el naranja es el color más feliz”, y es precisamente la alegría de nuestra cultura y sus posibilidades de desarrollo lo que queremos celebrar con este libro.

El Ministerio de Cultura se ha encargado de la ejecución de la política pública de la cultura del Estado colombiano, a través de sus organismos adscritos: **el Archivo General de la Nación, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia y el Instituto Caro y Cuervo.**

La cultura ha pasado de ser entendida como un bien de consumo suntuario a ser un factor clave del desarrollo social y económico, por ello dentro de las estrategias que se contemplan implementar en el mediano plazo en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, “Todos por un nuevo país”, se encuentran:

1. Impulsar la lectura, la escritura y facilitar la circulación y acceso a la información y el conocimiento.
2. Contribuir al desarrollo integral de los niños de 0 a 6 años, promoviendo el ejercicio de los derechos culturales, a través de los lenguajes expresivos y estéticos.
3. Fomentar los procesos de formación artística y de creación cultural.
4. Fortalecer la apropiación social del patrimonio cultural.
5. Impulsar y fortalecer las industrias culturales.
6. Consolidar el Sistema Nacional de Cultura.

3 Economía naranja

La economía naranja se basa en la integración de tres conceptos básicos: la propiedad intelectual, la cultura y la creatividad. Ortega (2015) afirma:

La economía naranja es una actividad que está revolucionando el sector creativo. Es una oportunidad para tomar en cuenta el talento de otros, intercambiar ideas y dar vida a productos completamente innovadores y llenos de propiedad intelectual. La economía naranja logra desglosarse a través de las industrias creativas y culturales, las cuales se encargan principalmente de fomentar la cultura, la creatividad y la identidad, así como por su asociación con eventos culturales y artísticos genera una gran cantidad de ingresos para Colombia.

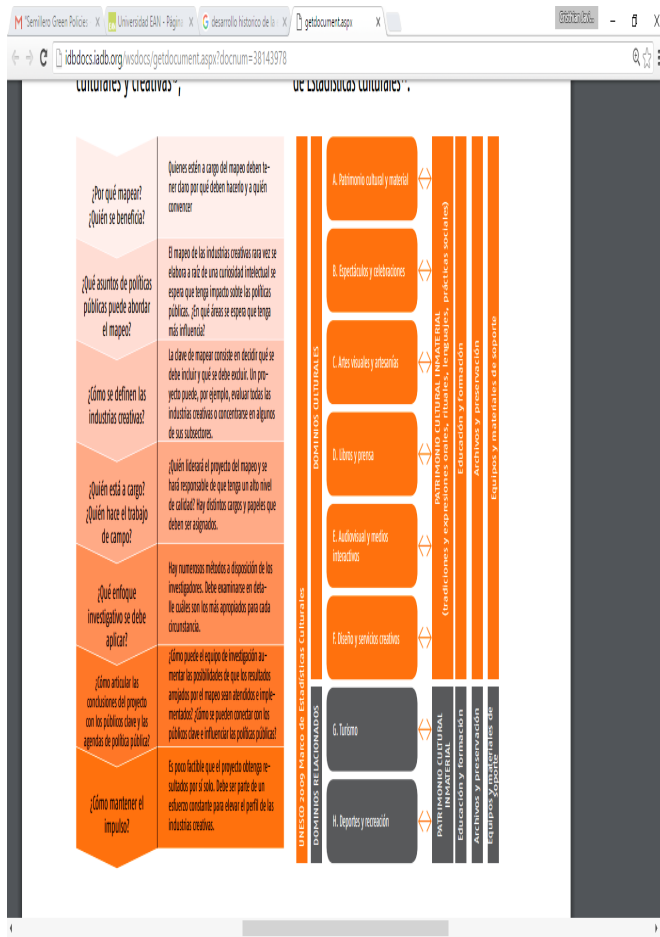
Howkins (2005) difiere de este concepto, pues comparte la idea de que:

La economía creativa o economía naranja comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo,

juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.

En este orden de ideas, el concepto termina definiéndose como una oportunidad en la cual las industrias fortalecen la propiedad intelectual para dar origen a actividades culturales y creativas, donde el talento de quienes participan en dichas industrias sea reconocido y valorado con el fin de lograr un cambio positivo.

Figura 1



Fuente: Economía Naranja: Una oportunidad. <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38143978>

La anterior gráfica muestra las diferentes actividades culturales y cada una de ellas tiene relación con el patrimonio cultural inmaterial, la educación y formación, archivos y preservación de cultura y equipos de soporte. Adicionalmente se encuentran dos actividades principales que se relacionan con las actividades culturales que se evidencian en el gráfico; estas actividades son los deportes y la recreación y, por otro lado, el turismo. Estas dos actividades, aunque no se relacionan directamente con la economía naranja, hacen un gran complemento, ya que gracias a las principales actividades culturales, los deportes y el turismo se dan a conocer específicamente por la relación que hay entre la cultura nacional (en este caso Colombia) y sus diferentes costumbres.

3.1 Categorías de la economía naranja

Adicionalmente, Márquez (2013) afirma:

La economía naranja cuenta con la misma cantidad de oportunidades que tuvo la segunda revolución industrial. Sobre todo oportunidades que involucran el factor humano de manera directa; el mundo de la cultura es un mundo en el cual vivimos y experimentamos constantemente". El resultado es impresionante, ya que la economía naranja comprende innumerables oportunidades en tres categorías diferentes.

COVENCIONALES	ARTES Y PATRIMONIO	CREACIONES FUNCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Fonografía • Fotografía • Impresión • Editorial • Audiovisual • Literatura • Discografía • Video • Cine • Libros • Radio • Bibliotecas • Revistas • Televisión • Jornales académicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Artes visuales • Ópera • Museos • Galerías • Artesanías • Gastronomía • Conciertos • Diseño • Teatro • Moda • Orquestas • Danza • Deportes • Arquitectura • Turismo cultural • Ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Multimedia • Publicidad • Software • Videojuegos • Soportes de medios

Fuente: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38143978>

Elaboración propia

Cada categoría nos permite ver dentro de qué áreas se puede movilizar un profesional en el campo cultural y creativo. Estas tres categorías forman parte esencial de la economía naranja; así mismo, las industrias creativas y culturales forman e incorporan actividades de investigación, desarrollo e innovación cultural, educación profesional creativa y, por último, una gobernanza en derechos de propiedad intelectual.

3.2 Actividades culturales convencionales

Buitrago (2013) y Márquez (2013) afirman, “las actividades culturales convencionales son aquellas que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos artísticos y creativos, que pueden ser reproducidos y difundidos masivamente”. Son actividades que son identificadas o reconocidas por su estrecha relación con la cultura, en este caso con la cultura colombiana.

3.3 Actividades de artes y patrimonio

Estas actividades forman parte del sector denominado “economía cultural”. Son esas actividades de carácter artístico tradicional y que también complementan a las actividades culturales convencionales. La diferencia es que llevan a cabo actividades relativas a la construcción del patrimonio cultural del país.

3.4 Actividades de creación funcional

Son esas actividades dedicadas a la creación de software y nuevos medios. Igualmente, complementan a las actividades culturales convencionales, pero en este caso la creatividad es su principal punto de partida y toma como base el conocimiento tecnológico junto con las ideas realmente innovadoras.

4. Propiedad intelectual

Para Robledo (2004), “la propiedad intelectual es el derecho real sobre una cosa incorporeal creada por medio del intelecto humano, otorgando a su creador la potestad de gozar y disponer de ella”. Por otro lado, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) difiere en que la propiedad intelectual es, en términos generales, toda creación del intelecto del ser humano, así mismo los derechos de propiedad intelectual protegen los intereses de los creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones.

En este orden de ideas podemos definir la propiedad intelectual (P.I.) a toda aquella creación que la mente humana puede concebir. Se trata de un proceso que muchas organizaciones deben desenvolver; la capacidad de establecer estrategias a través de nuevas ideas. En otras palabras, apropiarse del conocimiento con el que cada persona lleva dentro.

Ahora bien, la propiedad intelectual desempeña un papel fundamental dentro de la economía naranja y no solo porque se trate de adueñarse o apropiarse de un objeto o una idea como se definió anteriormente; en realidad es un concepto reconocido a nivel mundial y aquellos países que la involucran a su sector creativo y cultural le dan un valor agregado, lo que se debe a que dicho país o nación posee un patrimonio cultural y creativo único.

Las industrias naranjas son apoyadas por grandes organismos internacionales que protegen la propiedad intelectual, entre ellas la que

más se destaca es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI); sin embargo, para Latinoamérica existe una organización fundamental y es el Banco Interamericano de Desarrollo, que se encarga de mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe. Ayuda a mejorar la salud, la educación y la infraestructura a través del apoyo financiero, además incentiva diferentes ideas de negocio que muchas personas pueden fomentar para reducir la pobreza y la desigualdad.

Tiene que ver con todo tipo de creaciones, como los inventos, las obras literarias y artísticas, las imágenes, los dibujos y los modelos utilizados en el comercio. En las ideas plasmadas como derecho de autor, encontramos la fotografía, la música, el cine, etc., son artes que la mayoría de la gente y organizaciones deben proteger. Gracias a esto, es que muchos grupos, especialmente los relacionados con la creatividad y el diseño, son los que hoy en día generan mayor innovación y rentabilidad a la vez.

Encontrar la diferenciación en torno a nuestros grupos de interés y ver la manera de crear intangibles mucho más competitivos que generen más rentabilidad que un bien o producto tangible, esto es propiedad intelectual. Márquez (2013) afirma: “Desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas debe entenderse como estimular a aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual y su origen y derivaciones culturales”.

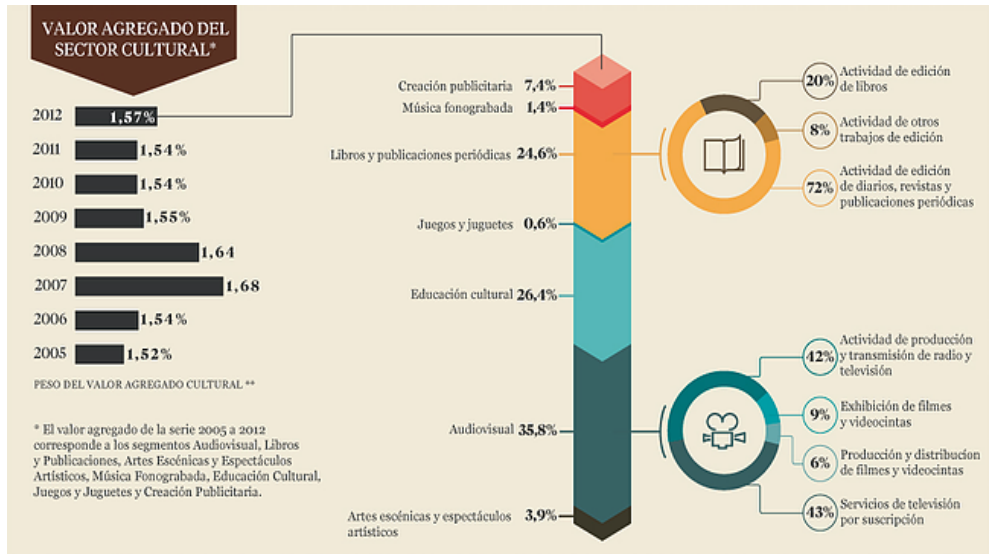
5. Economía naranja y el desarrollo económico del país

El Banco Interamericano de Desarrollo (2015) afirma:

La cultura, la creatividad y la identidad, así como por su asociación con eventos culturales y artísticos, generan una gran cantidad de ingresos para Colombia. Este sector es responsable de aportarle a la economía colombiana entre el 3,3 y 3,5 % del PIB cada año y de generar alrededor de 800 mil empleos directos e indirectos, en su mayoría para jóvenes. Las exportaciones alcanzan unos US\$600 millones al año.

Anteriormente se identificó las tres categorías en la que estaba desglosada la economía naranja en Colombia. De acuerdo con esto, es posible determinar que nuestro país podría convertir su riqueza cultural en una principal fuente de ingresos; sin embargo, seguimos siendo un país que solo exporta bienes “commodities”, los cuales no generan ninguna diferenciación dentro del mercado internacional. Esto significa reemplazar la dependencia actual de los precios de las materias primas y las manufacturas de bajo valor agregado, por la inagotable e irremplazable versatilidad de la economía naranja que se encuentran en las categorías convencionales, artes y creaciones funcionales.

Figura 2



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura, Ministerio Cultura-Daño. Valores a precios del año 2005 por encadenamiento.

A decir verdad, los desafíos que tenemos frente a la innovación y al desarrollo aún son grandes y pasan por la visión, los recursos e incluso una apuesta decidida hacia la creatividad. Así lo sostiene el senador Iván Duque Márquez, al advertir que aunque el mundo ha experimentado una transición del concepto de la materia prima al concepto de valor intelectual, es decir, la transición social de las manufacturas a las “mentefacturas”.

Colombia aún no ha explotado este sector. El principal reto de los colombianos está en superar el déficit comercial en materia de creatividad, que es lo que nosotros importamos en comparación a lo que el mundo compra de nuestros bienes y servicios creativos.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2015):

Nuevos negocios y proyectos están en crecimiento para generar oportunidades que sin duda alguna fortalecen las industrias culturales y creativas en Colombia. El cine, arte y entretenimiento son

industrias que han llegado a superar los ingresos que Colombia recibe por la venta y exportación de café. Incluso estas industrias creativas llegan a igualar los ingresos que la nación recibe por el carbón.

Buitrago (2013) afirma:

A nivel nacional el Gobierno está haciendo cada año ruedas de negocios culturales en las principales ciudades del país, lo que ha permitido fortalecer la cadena de valor de las industrias culturales y creativas, es decir, Colombia es el segundo exportador de bienes culturales de Suramérica, con un 10,4 % de participación en el mercado regional, después de Brasil. De las exportaciones de servicios editoriales de las economías en desarrollo, Colombia participa con 0,46 %, ubicándose dentro de los 10 países más exportadores en este sector.

Según la revista Portafolio.co, del 15 al 17 de mayo, un total de 77 empresas culturales colombianas participarán en Mar del Plata, Argentina, en el evento Macsura, que reúne a delegaciones de los diez países de la región y a una veintena de compradores. La delegación colombiana estará conformada por empresas de los sectores audiovisual, editorial, música, artes escénicas, videojuegos y diseño. Algunas de las compañías, que asistirán al evento son: Herencia de Timbiquí (del Pacífico), Cimarrón (Llanos Orientales) Hetty y Zambo (San Andrés y Providencia) y Puerto Candelaria (Antioquia). La actividad principal de este encuentro de negocios culturales es una rueda de transacciones y contactos, que contará con la presencia de más de 500 empresarios culturales.

Sabiendo esto, ¿por qué dichas industrias pasan inadvertidas dentro de nuestro país? ¿Por qué Colombia sigue dependiendo de bienes básicos? Y ¿cómo podemos fomentar las industrias culturales y creativas en Colombia para mejorar los ingresos económicos nacionales? Estamos bajo una mina de oro que aún no ha sido del todo explorada por los grandes emprendedores y por eso vale la pena presentar la siguiente información que se vino tratando desde el año 2005.

El desarrollo económico de nuestro país es cada vez más preocupante, pues encontrar mecanismos para hacer frente a un mercado cada día más competitivo, se vuelve difícil. Es fundamental hallar distintas oportunidades en una industria donde la propiedad intelectual es un recurso infinito e inagotable. Frente a esto se presentará las infinitas oportunidades que la economía naranja ofrece para un crecimiento socioeconómico guiado hacia la sostenibilidad empresarial.

6. Objetivos de la economía naranja desde el desarrollo y la sostenibilidad empresarial

Colombia, durante muchos años e incluso hoy en día, sigue dependiendo de los bienes básicos; por eso el principal objetivo de la economía naranja desde el desarrollo y la sostenibilidad empresarial es dar a conocer el potencial económico y sostenible de las industrias culturales y creativas. Así mismo, entender la falta de prioridad que se le da al sector creativo, cultural y artístico, para darle un enfoque sostenible desde la concepción financiera, lo que permite el desarrollo de campos de discusión donde las diferentes partes interesadas en el tema consideren a la economía naranja como una industria relevante para el crecimiento económico del país, bajo la óptica de la triple línea de resultados sostenibles.

Se trata de buscar la salida de la dependencia de los bienes “commodities” y darle prioridad a las “mentefacturas” como se mencionada anteriormente, para dar un valor agregado a la economía como a la persona que ha vivido oculta con un potencial artístico y cultural que merece ser valorado. Debido a que los ingresos del país han caído por el bajo precio del petróleo, es importante buscar nuevos horizontes que puedan proveer recursos que favorezcan el desarrollo económico del país. Por eso las industrias creativas y culturales entran a desempeñar un rol fundamental; si Colombia siendo una nación fuerte en patrimonio cultural tiene mucho “jugo” que exprimir de un sector que ofrece todas las condiciones para fortalecer sus industrias culturales y creativas, atrayendo a otras naciones y culturas que, así mismo, aporten a nuestro enorme patrimonio cultural.

Todo esto forma parte de una política pública que da muchas oportunidades a todas esas personas dispuestas a fomentar la cultura en nuestro país. Otro punto de vista importante, es crear estrategias de desarrollo entre empresas para poder transformar la creatividad de la gente, seguidamente transformando a la sociedad hacia un crecimiento integral, donde la cultura sea un pilar de crecimiento económico, político y social.

7. Estudio de caso: Dago Producciones

Caracol Televisión; “El abrazo de la serpiente”

Con el fin de profundizar el concepto de economía naranja y entender la importancia de las industrias creativas y culturales, se presentara un análisis de la industria cinematográfica, en la que se involucra a *Dago Producciones* y *Caracol Televisión* con respecto a la producción audiovisual de la película “El abrazo de la serpiente”, un filme colombiano que permitió conocer el potencial que tiene la propiedad intelectual y todo ese potencial artístico y cultural sumergido en el concepto de economía naranja.

Es fundamental conocer a los agentes que hicieron posible el plan de trabajo que ayudó a crear esta magnífica película. **Dago Producciones** es una productora de audiovisuales, que según García (2015) “es una productora de cine y TV, está radicada en Bogotá, Colombia. Creada por Darío Armando García y Juan Carlos Vásquez en 1995. Esta es una empresa colombiana que ha logrado desde 1999 producir y estrenar una película anualmente, consolidándose así en el mercado por realizar filmes de importante calidad técnica, enfocadas al género comedia y al público en general. Como productora ha logrado hacer varios largometrajes: ‘Posición Viciada’, ‘La Mujer del Piso Alto’, ‘Es Mejor ser Rico que pobre’, ‘El Carro’, entre otros; filmes que han contado con la inversión del canal de televisión colombiano, Caracol TV”.

Caracol Televisión fue la otra empresa que contribuyó al desarrollo de esta película, es una compañía colombiana con presencia en más de

50 países y forma parte del Grupo Valerem del reconocido empresario Alejandro Santo Domingo Dávila. Nació como parte de la Cadena Radial Colombiana Caracol Radio. Actualmente tiene los derechos de transmisión en Colombia de Miss Universo, partidos de la Fifa, partidos de la selección Colombia y los Juegos Olímpicos.

Ahora bien, “El abrazo de la serpiente” es una película cien por ciento colombiana, que ganó el Premio Art Cinema Festival de Cannes. Se inspira en las memorias de dos etnobotánicos del siglo XIX y XX que realizan un viaje alucinado y elegante al corazón de la selva amazónica. En el Festival Internacional de Cine de la India (IFFI) ganó el máximo galardón, al igual que en el Festival de Mar del Plata de Argentina. Además obtuvo los Premios Macondo, que reconocen lo mejor del séptimo arte nacional, donde la cinta fue la gran ganadora de 2015.

Esta película colombiana fue nominada al Óscar, y a pesar de que no ganamos, nos queda claro lo importante que se ha convertido la industria del cine en nuestro país. Cabe resaltar la competitividad que durante la última década el cine colombiano ha demostrado, por lo que ha recibido reconocimientos a nivel mundial. “El abrazo de la serpiente”, por otro lado, no solo permitió a los colombianos, sino a personas de otras partes del mundo conocer más sobre una región desconocida: el Amazonas.



Fuente: <https://www.brandsoftheworld.com/logos/countries/co?page=8> y <http://cdr.com.co/tag/abrazo-de-la-serpiente/> Elaboración propia

Al conocer el trabajo de algunas productoras colombianas nos damos cuenta de que la industria cinematográfica en Colombia tiene potencial, y no solo por la producción de películas, sino por las alianzas estratégicas que han hecho con diferentes empresas. Cabe resaltar que para la producción de “El abrazo de la serpiente” también se tuvo la colaboración de Buffalo Films y MC Producciones, dos compañías argentinas con gran recorrido, esta última a cargo de Marcelo Céspedes.

Colombia asumió el gran reto desde el campo cinematográfico para impulsar el sector de la economía naranja, no solo el producir una película nos abre un espacio dentro de la gran naranja. Es de resaltar que con la ayuda del Ministerio de Cultura, cada vez más le sacamos provecho a una de las industrias con más potencial del país. Actualmente, Colombia promueve legítimamente el cine y la producción audiovisual.

La Ley 814 de 2003 (Ley del cine) fue creada con el propósito de impulsar la industria cinematográfica, estimular la inversión en el sector y buscar que las industrias de las imágenes en movimiento se fortalezcan entre sí por medio de la actividad en común. Es decir, pretende darle valor al patrimonio cultural con el que cuenta Colombia. La industria cumple con un interés social, pues aporta a la formación de una identidad colectiva.

La Ley del Cine contribuye al desarrollo industrial y creativo, adicionalmente busca dar protección cultural a la nación. Para entender más a fondo esta contribución, hay que tener claro el concepto de industria cinematográfica, que denomina los momentos y actividades de producción de bienes y servicios en la órbita audiovisual, específicamente en actividades de producción, comercialización y exhibición.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la industria cinematográfica hace un gran aporte a la economía naranja, a través de esta Ley del Cine, el Estado y la Ley 397 de 1997 promoverán normas y leyes para alcanzar los propósitos nacionales señalados en el artículo primero en torno

a la actividad cinematográfica colombiana. En concordancia con las disposiciones de la Ley 397 de 1997, el Ministerio de Cultura debe hacer cumplir lo siguiente:

- Trazar las políticas y adoptar decisiones para el desarrollo cultural, artístico, industrial y comercial de la cinematografía nacional, así como para su conservación, preservación y divulgación.
- Promover y velar por condiciones de participación y competitividad para la obra cinematográfica colombiana y dictar normas sobre porcentajes de participación nacionales en obras cinematográficas colombianas, cuando estos no se encuentren previstos en la ley.
- Otorgar los estímulos e incentivos previstos en la Ley 397 y vigilar el adecuado funcionamiento del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.
- Proteger y ampliar los espacios dedicados a la exhibición audiovisual y clasificar las salas de exhibición cinematográfica en cuanto en este último caso así lo estime necesario.

Como lo asegura Esquivel (2013):

Desde la creación de la Ley del Cine se han entregado un total de 79 premios para la producción de largometrajes, 40 de ellos para películas dirigidas por directores con más de un largometraje y 39 para óperas primas. Además, desde el 2010 más de 125 películas y proyectos han participado en festivales, mercados y talleres internacionales.

Adicionalmente, Esquivel (2013) dice que:

Según el Ministerio de Cultura, desde la creación de la Ley 814 de 2003, la producción audiovisual y cinematográfica en Colombia ha estado creciendo y esto se debe a gran medida por la creación de estímulos tributarios que permiten a un contribuyente deducir \$165 de su renta por cada \$100 que invierta o done en un proyecto cinematográfico nacional, es decir, una medida política

que pretende hacer más atractivas o redituables las actividades económicas, en este caso las actividades relacionadas con las actividades y producciones audiovisuales.

El Ministerio de Cultura (2013) afirma:

La Ley del Cine a su vez creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, el cual a través de un impuesto en las taquillas de cine, el 70 % de los recaudos son destinados a nuevos proyectos cinematográficos y a la industria cinematográfica. Sin embargo, estos recaudos se entregan en forma de estímulos a través de convocatorias a cargo de un jurado internacional.

Las cifras del Ministerio de Cultura dan a conocer que este fondo ha recaudado en esta década cerca de US\$41 millones, que se han invertido en la realización de más de mil proyectos en sus diferentes fases; escritura de guiones, producción y posproducción. Además ha impulsado la internacionalización del cine, su preservación y la formación de públicos a nivel nacional.

Sin duda alguna, el cine se adaptó a nuevas condiciones, se puso empeño y dedicación para que dicho sector generara ingresos y diera un aporte significativo a la economía naranja. Las personas que forman parte de esta industria hoy en día le han dado mucho valor agregado a diferentes obras de cine, tanto así, que una de las películas más reconocidas hasta el momento en la industria del cine fue nominada a los premios Óscar. Hoy en día la ruta de mejoramiento es darle prioridad a actividades como la producción audiovisual, seleccionando cada rincón de nuestro territorio, donde se cuenta con una historia y una cultura única e irremplazable.

CONCLUSIONES

En cuanto a la relación de la economía naranja y las diferentes industrias involucradas, es pertinente afirmar que estas han determinado de manera clara y concisa la clase de relación que hay con los ámbitos sociales, políticos y económicos. La economía naranja permite explorar campos en los que las ideas y el conocimiento artístico y cultural dan solución a problemáticas económicas que hoy en día se viven, da a entender que el sector cultural y creativo debe formar parte de las organizaciones que trabajan por la perdurabilidad y el crecimiento del país, por eso ya se han establecido las acciones para mejorar los aspectos pertinentes.

Al realizar el análisis del caso se determinó que el enfoque estratégico, la gestión y el impacto de la industria cinematográfica vista desde el concepto de la economía naranja da a conocer los cambios que se pueden generar al involucrar agentes que promuevan dicha industria, lo que significa que se puede ser socialmente responsable en los ámbitos políticos, sociales y económicos.

Como conclusión general, cabe decir que aunque la economía naranja aún no lleva a cabo de forma contundente la explotación de un recurso infinito dado por nuestra cultura y patrimonio nacional, aún tiene un amplio margen de mejora en lo que a sostenibilidad empresarial se refiere. Por esto, a partir de la concepción de la economía naranja se deben establecer objetivos que puedan ser apoyados por diferentes agentes para lograr que el país genere e incremente sus ingresos, dejando de depender de recursos limitados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Interamericano de Desarrollo. (2015).

Buitrago, F. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Washington D.C.

Esquivel, R. M. (15 de julio de 2013). La ley que hizo florecer el cine colombiano. *El País*.

García, D. A. (03 de mayo de 2015). *Dago Garcia Producciones*. Recuperado de <http://www.dagogarciaproducciones.co/quienes-somos/>

Howkins, J. (2005). Inglaterra: Entrevista para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Márquez, I. D. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Washington D.C.: Puntoaparte Bookvertising.

Ortega, C. A. (11 de octubre de 2015). *La economía naranja, la oportunidad para los creativos*. Recuperado el 19 de marzo de 2016, de youngmarketing.co: <http://www.youngmarketing.co/que-es-la-economia-naranja-la-oportunidad-para-los-creativos/>

Robledo, S. M. (2004). *Principios generales del derecho de autor*. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS23.pdf>



La Candelaria Hostel, un ejemplo de PyME sostenible en el sector de servicios: turismo

Vanessa Alejandra Cleves Estupiñán

RESUMEN

El estudio toma como marco de referencia la importancia de las PyMEs a nivel nacional como internacional, ya que estas son una base importante para la economía y representan un alto porcentaje en el PIB del país; así mismo, se evalúan desde diferentes términos o puntos de vista, los cuales son definidos por diversos autores, entre ellos la sostenibilidad y el desarrollo económico enfocado al sector de servicios. En consecuencia, se propone el análisis al caso La Candelaria Hostel, donde se especifican algunos factores relevantes al momento de determinar la sostenibilidad en las PyMEs.

Finalmente, con base en la información y el estudio del caso de La Candelaria Hostel, la conclusión es que se evidencian los resultados sobre la aplicabilidad de los marcos teóricos propuestos por los autores y se da una opinión personal del tema.

Palabras clave

PyMEs, PIB, sostenibilidad, La Candelaria Hostel, Desarrollo económico, sector de servicios.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el progreso de un país desde el punto de vista del desarrollo económico se ha visto influenciado por el PIB que aportan las empresas, el cual contribuye al desarrollo económico tanto nacional como internacional; sin embargo, este se ha proyectado o enfocado en las grandes empresas y multinacionales, dejando de lado a las PyMEs, al quitarles su valor e importancia. No obstante, estas representan el 99 % del PIB con cerca de 1,6 millones de unidades empresariales en Colombia, que generan más del 62 % del empleo y el 37 % de la producción nacional.

Así mismo, en países desarrollados, como es el caso de Japón, Italia, España, Francia, Chile, México, Corea y Taiwán, las PyMEs representan una participación importante en el desarrollo económico y son tomadas en cuenta a la hora de diseñar políticas tanto nacionales como internacionales.

Por tal motivo, en el siguiente artículo se propone el caso de La Candelaria Hostel, el cual va a ser analizado desde algunos términos base, como son las PyMEs, el desarrollo económico con un enfoque al sector de servicios y, finalmente, la sostenibilidad. Por otro lado, también se tendrán en cuenta las ventajas y desventajas de la sostenibilidad en las PyMEs y los distintos factores que influyen para que estas se mantengan.

Finalmente, se presenta la conclusión o el resultado de la investigación, así como una matriz, en donde se aclaran las acciones de la PyME sostenible. Esta se basa en la ejemplificación de los términos tratados y, a su vez, desde el punto de vista de varios autores tanto en medios magnéticos como físicos, y los criterios y categorías de sostenibilidad.

2. La Candelaria Hostel, un ejemplo de PyME sostenible en el sector de servicios: turismo

La Candelaria Hostel está ubicado en la calle 12F # 250, en la localidad número 17 del Distrito Capital de Bogotá. Este sector se distingue por ser un centro histórico, ya que alrededor se encuentran el Capitolio Nacional (sede del Congreso de la República de Colombia), el Palacio de Justicia (sede de la Corte Suprema de Justicia), el Palacio Liévano (sede de la Alcaldía Mayor de Bogotá), la Catedral Primada de Bogotá, la Capilla del Sagrario y el Palacio Arzobispal (sede del Arzobispo “sede Cardenalicia”), entre otras.

Así mismo, La Candelaria limita con los barrios La Catedral, La Concordia, Las Aguas, Centro Administrativo, Egipto, Belén y Santa Bárbara. Como se puede observar en el mapa en la parte inferior (figura 1).

Figura 1. Ubicación La Candelaria Hostel.



Fuente. Google Maps, (s.f.).

La Candelaria Hostel se ha consolidado como uno de los mejores hostales del sector, y en sus nueve años de servicios ha atendido a más de 10000 huéspedes provenientes, la mayoría, de distintos países del mundo.

Algunas de las ventajas con las que cuenta este lugar es su ubicación, ya que al estar situado en el centro histórico de Bogotá y ser aledaño a algunas de las principales universidades, como la Universidad del Rosario, la Universidad de los Andes y la Universidad Gran Colombia, permite que haya un mayor flujo de estudiantes y de extranjeros que necesitan sus servicios. Así mismo, cuenta con una amplia accesibilidad al transporte, ya que está ubicado muy cerca de las estaciones de Transmilenio “Universidades” y “Las Aguas”, a veinte minutos del aeropuerto El Dorado y a quince minutos del terminal de buses.

Por otro lado, La Candelaria Hostel es consciente del daño ambiental que se evidencia actualmente en el planeta, por eso realiza actividades en

pro de esta, como recaudar el agua lluvia para tareas de limpieza, utilizar la luz natural en vez de la artificial en momentos innecesarios y también al reciclar en el establecimiento.

Sin embargo, dentro de las desventajas que presenta es que está rodeado de diversos hostales, lo cual hace que exista una competencia permanente, pues en su cuadra hay tres hostales más y en su localidad más de veinte; así mismo, el lugar es inseguro por los habitantes de la calle, tema que lo tienen muy en cuenta los huéspedes al asentarse en el lugar.

La Candelaria Hostel forma parte de las millones de PyMEs que actualmente existen en Colombia, y para una mayor claridad hago referencia a la definición como «aquellas empresas que cumplen simultáneamente con tres requisitos: tener menos de 150 trabajadores; activos por menos de 100 millones y ventas anuales menores a 150 millones de pesos», según el Comité asesor de la pequeña y mediana industria, abril 1984). Esto se puede afirmar en la tabla 1.

Tabla 1.

Tipo de empresa	Numero de Empleados	Activos totales (SMLMV)
Microempresa	1-10	Menores de 501
Pequeña empresa	11-50	501-5.000
Mediana empresa	51-200	5001-30.000
Gran empresa	Más de 200	Mayor a 30.000

Explicación de cuadro: Salarios mínimos legales mensuales vigentes(SMLMV)

Las PyMEs (pequeñas y medianas empresas) últimamente han sido reconocidas por su importancia, en especial en los países en vías de desarrollo, pues su valor se manifiesta en su nivel de ingresos, infraestructura, capital de trabajo y mayor flexibilidad para consolidar las tecnologías emergentes. (Agyapong, 2010). (Zevallos, 2006; Rubio y Aragón, 2002; Moreno, 2008).

En el caso de Colombia, las PyMEs representan el 99 % del total de las empresas, cerca de 1,6 millones de unidades empresariales (revista Dinero, 2015). Así mismo, son un gran motor de la economía, ya que generan más del 63 % del empleo y el 37 % de la producción nacional principalmente en ciudades, como Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Bogotá, compuesto esencialmente de los estratos 1, 2 y 3. Para ejemplificarlo, remarcó la información en el siguiente esquema (figura 2).

Figura 2. MyPyMEs en Colombia.

MIpymes en Colombia



Desde que Colombia empezó a industrializarse, el gobierno ha brindado apoyo a las PyMEs, las cuales se han integrado al mercado interno y algunas se fueron insertando en el mercado mundial, diversificando renglones exportadores al generar riquezas y beneficio social. Así mismo, se han creado diferentes fondos de financiación para apoyar sus actividades y su avance, algunos de estos son: Fondo Nacional de Garantías, FomiPyME y Findeter.

En países como Japón, Italia, España, Francia, Chile, México, Corea y Taiwán, las PyMEs representan un elemento importante de participación en el diseño de políticas nacionales e internacionales de desarrollo económico, por lo que son muy apoyadas con garantías definidas. Un ejemplo contundente ocurre en Japón, país que destina el 60 % de su cartera a las PyMEs y otros cuyos porcentajes oscilan entre el 35 y el 50%.

Al remitirnos de nuevo a las PyMEs colombianas se observa que crecen de forma aislada debido a que las leyes proteccionistas atrasan su desarrollo, y muchas de ellas se han politizado y desprestigiado al no representar en forma idónea sus intereses, lo cual se debe a la falta de una política gremial coherente. Esto ha propiciado el desinterés de integrarse dentro de los llamados micro-clusters, que permiten agregar valor a la cadena productiva y, así mismo, que se sigan consolidando los grandes grupos económicos, entre ellos el Sindicato Antioqueño, Santodomingo, Ardila Lulle, Sarmiento Angulo, Holguín, Sanford y Lloreda.

A continuación me referiré al sector económico en donde se desempeña La Candelaria Hostel, para tal fin me remito al término sector de servicios o sector terciario, el cual se define como el sector que no produce bienes materiales o físicos, sino servicios que satisfacen las necesidades del consumidor, los cuales se caracterizan por la inmaterialidad y porque son consumidos en el momento en que se producen.

Para la economía nacional el sector de servicios desempeña un papel fundamental, pues representa un 61 % del PIB y el 65 % del empleo que se genera en el país, según Sergio Díaz Granados, ministro de Comercio, Industria y Turismo. Así mismo, el sector de servicios se ha ido convirtiendo en la tercera actividad exportadora y captadora de divisas en Colombia.

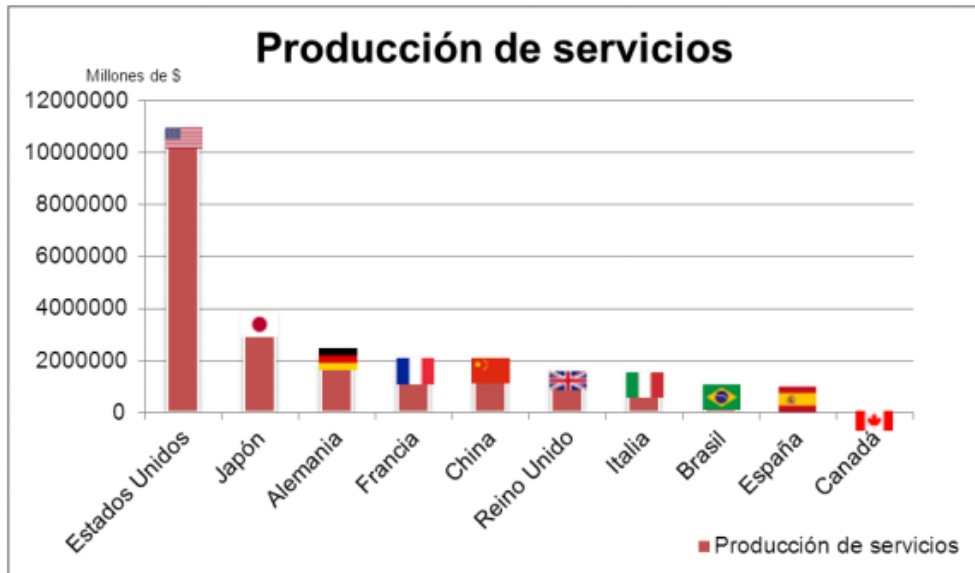
El turismo en Colombia ha aumentado significativamente, para ilustrar esto hago referencia al informe de Turismo de enero 2015, en donde se registraron 249 352 visitantes, lo que representa un crecimiento

de 6,2 % frente a las cifras de enero de 2014. Para el año 2014 se registraron 173 241 extranjeros no residentes, 36 330 pasajeros en cruceros internacionales y 39 781 colombianos residentes en el exterior. La participación del comercio de hoteles y restaurantes fue de un 12 % del PIB, distribuido en un 8,2 % para el comercio, 1,1 % en reparación, y hoteles, restaurantes, bares, entre otros, con un 2,7 %.

Análogamente, el sector de servicios, específicamente el turismo a nivel mundial, ha ido escalando, pasando de 25 millones en 1995 a 278 millones en 1980, de 527 millones en 1995 a 1133 millones en el 2014. Paralelamente, los ingresos obtenidos por el turismo internacional han pasado de 2000 millones de dólares en 1950 a 104000 millones en 1995 y de 1425000 millones en el 2014.

Este sector se ha diversificado tanto, que en los últimos años en los países desarrollados ha llegado a representar un 70 % del Producto Interno Bruto, en países en vías de desarrollo, como en Brasil o en Tailandia, alcanza un 50 %, y en los países menos desarrollados, como Indonesia e Irán, representa un 40 %. Esta información se puede corroborar en la tabla 2.

Tabla 2. Producción de servicios.



Fuente. Elaboración propia de los autores, (s.f.).

Finalmente, el turismo se puede definir como el desplazamiento con finalidad de ocio para conocer diferentes lugares y alejarse del entorno habitual. El turismo ha presentado un crecimiento acelerado y es punto de partida esencial para la economía desde la Segunda Guerra Mundial. Algunos de los factores para este crecimiento ha sido el aumento cultural, lo que conlleva al interés por conocer la historia, culturas, monumentos, etc.

El turismo en Colombia ha aumentado significativamente, para ilustrar esto hago referencia al informe de Turismo enero 2015, en donde se registraron 249 352 visitantes, lo que representa un crecimiento de 6, 2 % frente a las cifras de enero de 2014. Para el año 2014 se registraron 173 241 extranjeros no residentes, 36330 pasajeros en cruceros internacionales y 39 781 a colombianos residentes en el exterior.

En suma, el sector de servicios es un protagonista importante para la economía de cualquier país. Dentro de este sector el turismo resalta, al ser un factor de atracción cultural para personas de

otros países, lo cual año tras año se evidencia en el incremento del porcentaje en el PIB nacional.

En resumidas cuentas, al referirnos a las PyMEs como pequeñas y medianas empresas, las cuales se desarrollan en diferentes actividades económicas como en el sector de servicios, que ha sido aclarado específicamente, es el momento de mencionar y precisar el término sostenibilidad, ya que sin tener en cuenta este factor no podrían surgir y avanzar con propiedad para alcanzar la meta planteada.

“Sostenibilidad es todo aquel sistema aislado que no consume más recursos de lo que genera, o no consume más recursos de lo que racionalmente necesita”. Para analizar y ejemplificar tales acciones se realizó una entrevista a la señora Marta Medina, administradora de La Candelaria Hostel, la cual permitió conocer más a fondo el funcionamiento de su PyME, las pautas y el compromiso tiene con la sostenibilidad como valor agregado. Algunos de los datos más relevantes fueron que La Candelaria Hostel funciona activamente desde hace nueve años, siendo el hostel predilecto de más de 10000 huéspedes nacionales y extranjeros.

Además, un criterio de sostenibilidad en el que se respalda es la responsabilidad social de la empresa, ya que dan un trato ético y condiciones justas a sus empleados, al brindarles mejores prestaciones sociales y el pago de salarios de acuerdo con la ley. Análogamente, la responsabilidad social se remite a la generación de empleo, lo que es una contribución a la economía local.

Igualmente, como un atributo asociado al bien o servicio se identifica que el hostel no es engañoso con su clientela, ya que respalda y garantiza las ofertas o promociones. Por otro lado, el establecimiento cuenta con canecas para reciclar papel-cartón, ordinario y plástico, así mismo, las bolsas de estas son reutilizadas. Por otra parte, cuentan con bombillos ahorradores en todas las habitaciones y son empleados

después de las seis de la tarde, ya que el diseño de la edificación permite que el lugar tenga una buena iluminación natural.

Así mismo, como un uso eficiente y sostenible de los recursos, emplean el agua de la lavadora para asear los pisos, también cuentan con una fuente pero esta no está encendida, sino que prácticamente es un adorno del lugar (figura 3). Por último, La Candelaria Hostel cuenta con diversas clases de plantas con el propósito de que estas contribuyan a la limpieza del aire (figura 4). Para ejemplificar estos aspectos detalladamente, se presenta la siguiente matriz, en donde se pueden evidenciar tanto los criterios y las categorías de sostenibilidad, como otros factores que hacen de este hostel un ejemplo de PyME sostenible en Bogotá.



Figura 3

Aspectos	Social	Ambiental	Económico
Criterios de sostenibilidad	La Candelaria Hostel solo cumple con el siguiente criterio: Responsabilidad social de la empresa, ya que paga todas las prestaciones sociales, el salario mínimo vigente y se respetan sus horas de trabajo. Una debilidad grande que tienen en este aspecto es que no hacen mucho para generar un cambio social en la comunidad.	Con respecto a los criterios ambientales van un paso adelante de otros hostales. Vida útil del edificio es de 40 años, ya que la mayor parte de este está construido en madera, además para hacer más verde al hostel utilizan diferentes plantas. Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción de bienes o servicios. Gracias a las entrevistas realizadas se pudo saber que tienen un manejo de aguas lluvias, del agua de las lavadoras y además se hace reciclaje.	En el aspecto económico como en otros hostales están atrasados, ya que no cuentan con personal especializado para: 1. Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados con el bien o servicio. 2. No tienen con esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos.
Categorías de sostenibilidad	Con respecto a la categoría Roble, que es la especializada en los criterios sociales, se puede mejorar mucho, ya que se puede generar una cadena de valor más estructurada, además no han tenido en cuenta la posibilidad de trabajar de la mano con alguna ONG o fundación para ayudar a su comunidad.	Esta categoría es la que más cumplen, que es la Cedro, que une todos los criterios ambientales. Lleva a cabo dos de tres, ya que todavía usan algunos productos químicos para la limpieza, que podrían ser sustituidos por otros menos tóxicos para los humanos.	Como se ha expresado anteriormente, la categoría Abarco es una de las que menos cumple, ya que une los dos criterios y como resultado da un valor agregado a la PyME, lo cual representa mayor ingreso, un ejemplo sería que contratarán o crearán un medio para comunicar los beneficios ambientales que ofrecen.

LEED	La edificación tiene un espacio agradable y muy tranquilo, por lo que ofrece una gran estadía a los visitantes donde pueden descansar y socializar con los demás viajeros. La calidad del ambiente interior es muy buena, ya que sus zonas comunes son amplias y altas, además algunas habitaciones tienen una gran vista de la ciudad, aspecto que a los usuarios del hostel les gusta mucho.	Ahorran el agua, al reutilizar la de la lavadora e intentan no prender la fuente que tienen en las zonas comunes para no generar desperdicio de energía y de agua. Tienen inclusión de la naturaleza, ya que por todo el hostel mantienen plantas y un ambiente muy natural debido a la luz que recibe durante el día.	Ahorran mucho en energía debido a la buena iluminación natural que poseen, por lo que no deben prender luces hasta antes de las 6 p.m.
CASBEE	El ambiente interior es caluroso y amigable, el ruido es casi nulo, ya que apenas se escuchan los sonidos de la calle debido a que la puerta del hostel permanece cerrada (cosa que no puede ser tan buena). No hace frío en el hostel durante el día, pero algunos visitantes se han quejado de que por las noches hace un poco de frío.	Las instalaciones son grandes, y con un buen aprovechamiento de los espacios, a pesar de que las habitaciones no son grandes, son cómodas y agradables.	El ambiente exterior del hostel es bueno, la calle es en subida, pero es calmada, lo que puede atraer a los visitantes; sin embargo, debido a que la puerta del hostel siempre está cerrada puede no atraer demasiado a los interesados en encontrar una habitación.

BREEAM	La atención al cliente según cuentan en redes sociales o páginas de hostales es buena; sin embargo, la atención a personas que quieren conocer el hostel, además del servicio que ofrecen, no es muy buena ni amigable.	Un punto importante es que dentro del hostel reciclan todo lo que pueden y ayudan a los recicladores de la zona que recolectan todo tipo de materiales. El uso del suelo es muy bueno, ya que construyeron en zona urbanizada, organizaron bien el espacio y maximizaron su potencial.	En cuanto al transporte tiene la ventaja de estar cerca de estaciones del Transmilenio, paraderos de SITP y estar ubicado cerca de varias de las calles con gran movilidad de autos y comercial.
---------------	---	--	--

CONCLUSIÓN

En suma, La Candelaria Hostel cumple con diferentes criterios que conceptualizan una PyME, como son: el número de empleados y el volumen de ventas, así como las pautas y normas en cuanto al desarrollo, formación empresarial, características socioeconómicas, mercadológicas o tecnológicas, entre otras. Permite realizar un análisis de las PyMEs y su valor en el país, lo que es realmente significativo si tenemos en cuenta, en primer lugar, el alto valor que generan en términos monetarios y, por ende, su significativo valor para el PIB nacional, y en segunda instancia, al disminuir el desempleo que se vive en la actualidad.

Por otra parte, al categorizar La Candelaria Hostel como un ejemplo hacia una PyME sostenible, se encuentran varios aspectos que debe realizar para mejorar la calidad de PyME sostenible; sin embargo, como factor positivo, se halla que asume gran responsabilidad como se observa en la matriz y, así mismo, los directivos del establecimiento están dispuestos a implementar o reorganizar sus condiciones para finalmente cumplir en gran medida con los criterios y categoría de sostenibilidad, no solo para atender las necesidades contemporáneas, sino también para brindar un mejor servicio a su clientela y en el futuro llegar a ser grandes líderes en el turismo, su sector económico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bogotá La Candelaria Hostel Location. (2016). Hostallacandelaria.com .
Recuperado el 30 March 2016 de <http://www.hostallacandelaria.com/hostal2014/location2014es.html>
- Cardozo E., Velásquez de Naime Y., Rodríguez C. (Julio 1820, 2012). La definición de PyME en América: Una revisión del estado del arte. Marzo 29, 2016, the 6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. XVI Congreso de Ingeniería de Organización. [archivo PDF]. Recuperado de http://oa.upm.es/19398/1/INVE_MEM_2012_139918.pdf
- Cardozo, E., Velásquez de Naime Y., Rodríguez C. (2012) MIPyMES EN COLOMBIA [figura]. Recuperado de <http://es.slideshare.net/dxtrs2/miPyMEs-en-colombia>
- Fraile, R., Fernández, M., y Sánchez, E. (2011) El sector servicios [figura 3] Recuperado de http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena4.pdf
- Granados, S., Garavito, J., y Castillo, J. (2013). Portafolio de bienes y servicios sostenibles. Prosperidad para todos, 1, pp 7-14.

La Candelaria Hostel (2007-2016). Recuperado de <http://www.hostallacandelaria.com/index.html>

La Candelaria Hostel. (marzo 17, 2016). “Escala indeterminada”, Cleves V., “Google Maps”. [Imagen]. Recuperado de <https://www.google.es/maps/place/La+Candelaria+Hostel/@4.6007316,-74.0691652,18.07z/>

Guía de referencia rápida para una buena práctica ambiental en publicaciones.

La acción más pequeña
es mejor que la intención más grande

La Universidad EAN, comprometida con el desarrollo social, económico y ambiental sostenible, invita a los lectores a:

- Hacer uso razonable de sus impresiones.
Antes de imprimir, piense si es necesario hacerlo. Por ejemplo, lecturas, revisiones y comentarios pueden realizarse en formato digital.
- Visualizar la impresión de los documentos.
Tenga en cuenta los elementos que pueden variar la extensión de sus impresiones como: formato, tamaño de letra y ambas caras de la página.
- Utilizar papel reciclado.
Dependiendo de su uso final, algunos documentos pueden imprimirse en papel reciclado; recuerde que ya es una tendencia actual.
- Ahorrar energía eléctrica.
Emplee fuentes de luz de bajo consumo y revise el buen funcionamiento de equipos eléctricos en el trabajo y el hogar, para evitar el gasto innecesario de la energía.
- Practicar el consumo responsable.
Tenga en cuenta los materiales de origen, la sostenibilidad en la producción y la disposición final que dará a los productos que lleva en sus compras.
- Reducir, reutilizar y reciclar sus recursos.
Recuerde optimizar el uso de los recursos que empleamos diariamente (papel, energía eléctrica, agua, etc.) y genere un sano hábito ecológico.

Mayor información:

Buenas prácticas ambientales en el contexto editorial
([enlace para digital](#) y [url de acceso para impresos](#))

**¡Hagamos posible
la conservación de nuestro
medio ambiente!**





Misión

"Contribuir a la formación integral de la persona y estimular su aptitud emprendedora, de tal forma que su acción coadyuve al desarrollo económico y social de los pueblos".

Visión

"Ser líder en la formación de profesionales, reconocidos por su espíritu empresarial".

Telefono: 5936464
El Nogal: Calle 79 # 11- 45
Bogotá D.C. - Colombia - Sur América
www.universidadean.edu.co



<http://www.universidadean.edu.co>



App Store - iPhone - iPad



App Store - Android