

**Impacto y Sostenibilidad en el sector Gastronómico en la Zona de la Perseverancia en la  
Ciudad de Bogotá**

Ana Maria Rivera

Stefanie Arzuza Herrera

Carlos Felipe Fonseca

Julián Esteban Martinez

Universidad EAN

Seminario de Investigación

Especialización en Administración Financiera

Especialización en Inteligencia comercial y Mercadeo

Bogotá D.C.

### Ficha de Viabilidad del Proyecto de Investigación

<b>Información General</b> Información del estudiante 1	Nombre: Ana Maria Rivera Cartagena
	Correo institucional: arivera38567@universidadean.edu.co
	Programa al que pertenece: Especialización en Administración Financiera
Información del estudiante 2	Nombre: Stefanie Arzuza Herrera
	Correo institucional: sarzuza97838@universidadean.edu.co
	Programa al que pertenece: Especialización en Inteligencia Comercial y Mercadeo
Información del estudiante 3	Nombre: Carlos Felipe Fonseca Sanchez
	Correo institucional: cfonsec33020@universidadean.edu.co
	Programa al que pertenece: Especialización en Inteligencia Comercial y Mercadeo
Información del estudiante 4	Nombre: Julian Esteban Martínez
	Correo institucional: jmartin86506@universidadean.edu.co
	Programa al que pertenece: Especialización en Inteligencia Comercial y Mercadeo
Campo de investigación:	Emprendimiento y Gerencia
Grupo de investigación:	Entorno Económico de las Organizaciones
Línea de investigación:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzas y Negocios Internacionales</li> <li>• Globalización</li> <li>• Macroeconomía y desarrollo económico.</li> <li>• Políticas y administración pública.</li> </ul>
Título tentativo del proyecto:	Impacto y Sostenibilidad Financiera en el sector gastronómico en la Zona de la Perseverancia en la Ciudad de Bogotá “Calle Bonita”.

## Resumen

Según un estudio realizado por Confecámaras en 2023 (Confecámaras, 2023), la alta tasa de deserción empresarial en Colombia, alcanza el 66.5% en un periodo de 5 años, esto pone de manifiesto la fragilidad del tejido empresarial nacional, especialmente para microempresas y emprendimientos como las que predominan en el sector gastronómico. Para los emprendedores, el acceso recursos financieros representa uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan en el sector gastronómico en Bogotá en la zona de la Perseverancia, “Calle Bonita”, ya sea por estrategias mal aplicadas o por el desconocimiento sobre los apoyos financieros disponibles en Colombia, limitan su capacidad para crecer y consolidarse en un mercado cada vez más competitivo esto influye en gran medida en la capacidad de los emprendimientos para alcanzar una solvencia económica adecuada.

Tal como lo manifiesta, Brayan Cepeda, director de Emprendimiento e Impacto Social de Uniandinos, quien destaca que "las condiciones como la inflación, la volatilidad de los mercados y el tema cambiario pueden afectar significativamente a los emprendedores en términos de acceso a financiamiento y la demanda del mercado. El acceso a capital será un tema crucial para el crecimiento de las startups locales. Sin embargo, se prevé que ingrese capital a la región y los emprendimientos colombianos deberán estar preparados para crecer" (Cepeda, 2024). Este desafío es particularmente relevante para los emprendedores del sector de alimentos de la zona de la Perseverancia, “Calle Bonita” quienes requieren inversiones significativas para mantener y expandir sus operaciones en un entorno económico cada vez más complejo.

Según Invest in Bogotá (2023), la agencia de promoción de inversión y entidad articuladora del ecosistema de emprendimiento de la región, Bogotá es el epicentro del emprendimiento en Colombia, dado que del total de inversiones recibidas en Colombia entre

2021 y 2022, el 91% fue para emprendimientos con origen en Bogotá Región, lo anterior indica un entorno favorable y atractivo para la creación y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo aquellas en el sector de la gastronomía. En este contexto, el sector de alimentos emerge como un parte crucial, especialmente para nuestra investigación sobre emprendimientos del sector de alimentos,

El crecimiento turístico y empresarial de Bogotá ofrece un entorno favorable para el desarrollo de emprendimientos en el sector de alimentos. Sin embargo, es fundamental investigar cómo éste crecimiento general se traduce en oportunidades y desafíos específicos para los emprendedores del sector de alimentos en Calle Bonita, en el barrio La Perseverancia. La investigación sobre las estrategias de financiamiento utilizadas por estos emprendedores es crucial para entender cómo pueden aprovechar las dinámicas de expansión económica y turística de la ciudad y adaptar sus negocios para asegurar una mayor sostenibilidad y éxito a largo plazo.

### **Problema de Investigación**

El propósito principal de este estudio es analizar las estrategias de financiación utilizadas por un grupo de emprendedores en el sector gastronómico de la zona de la Perseverancia, “Calle Bonita”, con el objetivo de evaluar cómo estas estrategias impactan la sostenibilidad de sus negocios. A través de un enfoque cuantitativo y correlacional, se llevará a cabo la recolección y análisis de datos para identificar y evaluar las prácticas financieras implementadas por estos emprendedores. Además, se realizará una comparación entre las estrategias tradicionales, como los préstamos bancarios, capital riesgo, y las estrategias digitales. Este análisis busca no solo determinar la efectividad de cada tipo de estrategia en términos de sostenibilidad, sino también comprender cómo la elección entre una u otra puede afectar al crecimiento y estabilidad de los negocios gastronómicos en un entorno competitivo. La investigación se basará en datos

empíricos que ofrecerán información valiosa sobre las dinámicas financieras en este sector, contribuyendo así a brindar recomendaciones prácticas para los emprendedores que buscan alternativas viables y sostenibles en el tiempo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Analizar las estrategias de financiación de un grupo de emprendedores del sector gastronómico ubicados en el sector de la perseverancia, estableciendo el impacto de estas en la sostenibilidad de los negocios abordados.

### **Objetivos específicos.**

- Elaborar un paralelo comparativo entre las estrategias de financiación tradicionales y las estrategias digitales.
- Caracterizar el perfil de los emprendedores de calle bonita en el barrio la perseverancia de Bogotá.
- Identificar las estrategias de financiación de los emprendimientos objeto de estudio.
- Determinar el papel o el impacto de la estrategia de financiación en la sostenibilidad del negocio.

## **Marco Teórico**

En conformidad con el objetivo de comprender el acceso al financiamiento de los emprendedores, el impacto y la sostenibilidad que este tiene en el sector gastronómico de La Perseverancia, se llevó a cabo una revisión bibliográfica detallada; para esto, se consultaron bases de datos académicas de reconocimiento y alcance global como lo son Emerald, Proquest, Scopus y Research Gate, logrando recopilar un total de 17 artículos relacionados con la financiación de micronegocios, de estos, el 70% corresponde a investigaciones enfocadas en el

contexto colombiano, mientras que el 30% restante proviene de estudios realizados en países desarrollados y subdesarrollados, este balance en las fuentes proporciona una visión amplia y diversa sobre las estrategias de financiamiento, abordando tanto los retos enfrentados en economías emergentes como las soluciones adoptadas en economías más avanzadas.

En la actualidad, se reconoce ampliamente que el emprendimiento desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación. Ratten y Usmanij, (2020) citado en (Boletín de Estudios Económico) Además, la formación universitaria tiene un rol crucial en la preparación de futuros emprendedores y líderes empresariales, proporcionando las habilidades y conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos del entorno Secundo (2021) citado en (Boletín de Estudios Económico). Estos factores son esenciales al analizar cómo el apoyo financiero influye en el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos en el sector gastronómico.

El sector gastronómico en áreas urbanas, como la zona de la Perseverancia en Bogotá, enfrenta diversos retos relacionados con su sostenibilidad y expansión, uno de los mayores desafíos es el acceso a financiamiento para los emprendedores, especialmente aquellos provenientes de grupos sociales o marginados, quienes a menudo encuentran barreras adicionales. El estudio de (Bewaji, Yang, & Han, 2015) examina este problema a través de un análisis sobre el acceso a fondos de emprendedores de minorías étnicas en Estados Unidos, con conclusiones que podrían compararse a otros contextos, como el caso de Bogotá, en este sentido, resulta crucial entender cómo el apoyo financiero influye en la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios gastronómicos en la Perseverancia.

En su investigación, (Bewaji, Yang, & Han, 2015) utilizan un enfoque basado en el análisis de datos de la encuesta Kauffman, la cual recoge información sobre nuevos

emprendimientos en Estados Unidos, el estudio se concentra en características demográficas de los emprendedores y su acceso a fuentes de financiamiento, como instituciones bancarias y tarjetas de crédito, comparando los patrones entre emprendedores minoritarios y no minoritarios.

Los resultados obtenidos por (Bewaji, Yang, & Han, 2015) indican que los emprendedores de minorías tienen menor acceso a préstamos bancarios en comparación con aquellos que no pertenecen a minorías. Además, se encontró que factores como el nivel educativo y la experiencia previa son determinantes claves para mejorar las posibilidades de acceso a financiamiento, estos hallazgos se pueden contextualizar con Bogotá, donde es probable que los emprendedores del sector gastronómico enfrenten obstáculos similares, por las particularidades de su entorno y por ello las limitaciones de financiación.

Los hallazgos del estudio sugieren que mejorar el acceso al financiamiento es esencial para fomentar la sostenibilidad e igualmente se requiere ofrecer apoyo en términos de educación financiera y creación de redes de apoyo. En el contexto local, sería de gran valor explorar si los emprendedores de la Perseverancia enfrentan barreras adicionales debido a su entorno socioeconómico, similar a lo que ocurre con los emprendedores de minorías en Estados Unidos. Finalmente, la implementación de políticas más inclusivas por parte de las instituciones financieras podría ser clave para mejorar la sostenibilidad de estos negocios a largo plazo.

De manera similar, un estudio sobre las microempresas en Indonesia revela que, al igual que en Colombia, estas enfrentan importantes obstáculos para acceder a financiamiento formal en diferentes etapas de su desarrollo empresarial (Prijadi, Wulandari, Desiana, Pinagara, & Novita, 2020), esto refuerza la necesidad de diseñar políticas más inclusivas y accesibles para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de los micronegocios en contextos como el de La Perseverancia.

El artículo investiga las necesidades de financiamiento de las microempresas en Indonesia, enfocándose en cómo estas varían según la etapa de desarrollo del negocio. Las micro y pequeñas empresas MiPymes (McCourtie, s.f.) son una parte clave de la economía del país, contribuyendo al empleo y al crecimiento económico. Sin embargo, muchas MiPymes enfrentan desafíos para acceder al financiamiento formal, lo que limita su capacidad de expansión y sostenibilidad.

El estudio utilizó un enfoque cualitativo basado en análisis de contenido, centrándose en diez microempresas de Yakarta y sus alrededores. El modelo de redes empresariales de Schutjens y Stam (2003) tomado de (Schutjens, 2003) sirvió de base para analizar cómo estas microempresas evolucionan desde su etapa inicial hasta convertirse en negocios establecidos. Se identificaron los problemas de financiamiento en cada etapa de desarrollo.

Sus resultados confirmaron que las microempresas enfrentan problemas significativos de financiamiento, y que estos varían según la etapa de desarrollo. En la fase inicial, los propietarios tienden a depender de fuentes informales, como familiares, debido a las dificultades para acceder a préstamos bancarios. Las barreras incluyen la falta de documentación adecuada y el alto costo de los préstamos formales.

De manera similar un estudio concluye que los problemas estructurales del financiamiento para las microempresas limitan su crecimiento. Las soluciones sugeridas incluyen mejorar la capacitación de los propietarios sobre temas financieros y simplificar los requisitos para acceder a préstamos formales. Este análisis ofrece una visión detallada de las barreras financieras que enfrentan las microempresas en Indonesia y propone medidas para superarlas.

El financiamiento es clave para asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos, especialmente en sectores como el gastronómico en áreas urbanas específicas.

En Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas “Mi Pymes” enfrentan retos considerables para obtener recursos financieros, lo que afecta directamente su desarrollo y supervivencia en el tiempo. Los estudios realizados de (Saavedra Garcia, 2022) y (Castellanos Dominguez, Gomez Nivia, & Cante Hernandez, 2023) proporcionan un panorama sobre las opciones de financiamiento para micronegocios en Colombia, y son fundamentales para analizar cómo los emprendedores gastronómicos de La Perseverancia, Bogotá, pueden acceder a apoyo financiero y cómo este influye en su sostenibilidad y perdurabilidad en el tiempo.

(Saavedra Garcia, 2022) utilizó datos de la Encuesta de Micronegocios “EMICRON” del DANE, que incluye información sobre 87,000 micronegocios en el país, aplicaron análisis descriptivos y regresión estadística para estudiar las fuentes de financiamiento y características de los microempresario, por otro lado (Castellanos Dominguez, Gomez Nivia, & Cante Hernandez, 2023), realizaron un análisis documental y comparativo sobre las herramientas de financiamiento en Colombia, con énfasis en la Línea Crecer del Fondo Emprender del SENA.

(Saavedra Garcia, 2022) concluyó que la mayoría de los micronegocios en Colombia se financian principalmente a través de ahorros personales (72.2%) y préstamos familiares (14.5%), mientras que solo un 5.2% accede a créditos bancarios. Factores como el género, la edad, el nivel educativo y la formalidad del negocio tienen una influencia significativa en las decisiones de financiamiento. Por su parte, (Castellanos Dominguez, Gomez Nivia, & Cante Hernandez, 2023) identificaron varios mecanismos financieros disponibles para las Mi Pymes en Colombia, destacando la Línea Crecer, que ofrece capital semilla reembolsable bajo condiciones favorables para los empresarios vinculados al SENA, con el fin de apoyar su sostenibilidad financiera y fomentar su crecimiento y consolidación.

Ambos estudios coinciden en que los micronegocios y emprendimientos en Colombia, incluyendo los del sector gastronómico en La Perseverancia, enfrentan barreras significativas para acceder a financiamiento formal, la incidencia de fuentes informales puede restringir las oportunidades de expansión y mejora de estos negocios. la Línea Crecer intenta mitigar estos obstáculos, aunque sigue enfrentando desafíos en cuanto a su difusión y atractivo en comparación con otras alternativas de financiamiento que los emprendedores pueden tener de forma más rápida.

Estos resultados proporcionan una base valiosa para investigar cómo los emprendedores gastronómicos en La Perseverancia acceden a financiamiento y el impacto que tiene en su sostenibilidad; es esencial tener en cuenta las particularidades del sector gastronómico y el contexto local de La Perseverancia para aplicar estos hallazgos, y explorar cómo la Línea Crecer puede adaptarse mejor a las necesidades de estos emprendedores.

(Forero et al., 2023) Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en Colombia juegan un papel crucial en la economía del país. Estas empresas representan más del 99% del total de empresas y son responsables de generar aproximadamente el 79% del empleo, además de contribuir con cerca del 40% del Producto Interno Bruto. A pesar de su relevancia económica, las MiPymes enfrentan desafíos importantes que limitan su crecimiento y sostenibilidad.

Uno de los principales obstáculos es la falta de planificación financiera, lo cual impacta directamente su capacidad para operar de manera eficiente y competitiva. Muchas MiPymes no tienen acceso a fuentes de financiamiento adecuadas o se enfrentan a altos costos para obtenerlas. Además, presentan una visión de corto plazo que puede comprometer su viabilidad futura. Esta falta de visión se combina con una deficiente atención a la calidad de los productos o

servicios que ofrecen, así como con una insuficiente adopción de herramientas tecnológicas que les permitan ser más eficientes en sus operaciones.

La planeación financiera se plantea como un pilar administrativo fundamental para cualquier emprendimiento. Esta no solo ayuda a las empresas a alcanzar la sostenibilidad, sino que también facilita el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, alineando la misión y visión de la compañía con su realidad financiera. A pesar de su importancia, en Colombia este aspecto sigue siendo una debilidad estructural para muchas MiPymes, que a menudo son fundadas por emprendedores con experiencia en la producción de bienes o servicios, pero con limitado conocimiento en temas financieros. Esto las coloca en situaciones de vulnerabilidad a corto y mediano plazo, donde la incapacidad de cumplir con sus obligaciones financieras puede llevarlas a la quiebra. De acuerdo con el estudio realizado por Díaz Bocanegra (2022), para enfrentar esta problemática, se han desarrollado diversas iniciativas. Por ejemplo, la Cámara de Comercio de Bogotá ha implementado el programa “Diseña Tu Plan Económico y Financiero”, que busca reducir la brecha de conocimiento financiero entre los emprendedores. De manera similar, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo impulsa el programa de “Inclusión Financiera para Micronegocios” con el objetivo de dotar a las MiPymes de mejores herramientas para enfrentar los desafíos financieros. En este contexto, es evidente que muchos de los nuevos empresarios operan por intuición o experiencia práctica, lo que genera una falta de metodología sólida para resolver los problemas financieros que enfrentan.

Otro factor crítico es la dificultad de acceso a financiamiento. Muchas MiPymes no cuentan con el músculo financiero necesario para sostener sus operaciones y requieren de un aliado financiero en quien apoyarse. Sin embargo, la banca tradicional suele considerar a estas

empresas como de alto riesgo debido a su elevada probabilidad de impago, lo que complica aún más su acceso a crédito. En ocasiones, la necesidad de financiación surge en momentos de crisis, lo que aumenta la probabilidad de fracaso empresarial. De hecho, según Díaz Bocanegra (2022), “se estima que más del 50% de las MiPymes en Colombia fracasan en sus primeros cinco años de operación”.

De acuerdo con lo anterior, la encuesta realizada por el Centro de Estudios Económicos en el segundo semestre de 2020 reveló que la mayoría de las MiPymes no acceden al crédito en el sistema financiero formal, lo que pone de manifiesto la urgente necesidad de soluciones financieras y educativas específicas para este sector estratégico.

De acuerdo con un estudio realizado por el banco BBVA (2024), en las MiPymes las fuentes de financiamiento más comunes provienen de recursos propios o de la reinversión de utilidades. Estos fondos se destinan principalmente a la adquisición de materias primas y a la cobertura de gastos operativos.

Es importante señalar en este punto de la investigación que, según (Restrepo et al., 2022) los recursos para financiar la innovación son el principal obstáculo que enfrentan los emprendedores en Colombia. Las decisiones sobre cómo se financian las empresas varían según el nivel de innovación de estas. Los recursos propios se destacan como la fuente principal de financiación, mientras que los recursos de la banca privada nacional se utilizan principalmente para desarrollar innovaciones en los procesos de producción o distribución. Uno de los obstáculos que enfrentan los emprendedores es la financiación de sus proyectos, para lo cual muchas veces recurren a la colaboración de entidades nacionales, encontrándose con que la asignación de recursos para estos proyectos es limitada en lo que respecta a investigación y

desarrollo. Esto se agrava con el escaso esfuerzo de inversión de recursos privados en la innovación.

Con esto, (Restrepo et al., 2022) coinciden en que la financiación es un obstáculo para la innovación, ya que la baja accesibilidad a recursos restringe la capacidad de las empresas para desarrollarse. Esto establece una correlación bidireccional entre ambas variables. Asimismo, se plantea que las empresas con mayor innovación son aquellas que tienen más posibilidades de acceder a fuentes de financiación. Por su parte, ambos autores coinciden en que la financiación empresarial genera valor dentro de la organización y citan la teoría del equilibrio estático y la teoría de la jerarquía financiera para concluir que la estructura de financiación de las empresas mitiga el riesgo de capital y fortalece su valor frente a las variables con las que compiten en el sector. Así, sus decisiones de financiación se basan en utilizar primero sus recursos internos y, como segunda medida, buscar recursos de financiación externos.

Profundizando en los recursos de financiación externos. En su “propuesta de modelo de analítica para el flujo de recursos financieros en las pymes”, Tabora Blandón et al. (2024) encuentran que una gran cantidad de pequeñas empresas quiebran debido a la forma en que toman decisiones sobre su estructura financiera. Su investigación revela que más del 80% de estas empresas pueden enfrentar quiebras durante los primeros cinco años de existencia debido a malas decisiones y a la falta de conocimiento financiero. Por lo tanto, es crucial establecer una estructura financiera sólida, ya que esto se convierte en un factor determinante para su competitividad. Según Martínez Vargas (2022), “las empresas se enfrentan a situaciones financieras confusas de carácter estructural, debilidades que hacen más compleja su competitividad y condicionan su capacidad de productividad, supervivencia y crecimiento”.

Pacheco et al., (2024), en su análisis por conglomerados de los micronegocios, sostienen que uno de los elementos fundamentales para mejorar la competitividad de estos negocios es la disponibilidad de fuentes de financiación. Sin embargo, esta representa una barrera, ya que el acceso es limitado y muchos emprendedores dependen principalmente de recursos propios. Además, destacan que este factor debe ser considerado en los planes de negocio, ya que influye en la toma de decisiones y en el apalancamiento de sus operaciones. Para ellos, la evaluación de la gestión financiera dentro del modelo del plan de negocio es, sin duda, uno de los factores clave para alcanzar la competitividad.

Al detallar las fuentes de financiación no tradicionales, encontramos el crowdfunding, también conocido como “financiación por una multitud”. Según Villacorta (2024), este tipo de financiación se caracteriza por ser participativa y no convencional, al no estar vinculada a instituciones bancarias. Su objetivo es reunir a varios inversores a través de internet para financiar un proyecto. Esta forma de financiación emergió tras la crisis económica de 2008, cuando las empresas buscaron recursos mediante donaciones, utilizando la financiación participativa a través de internet, redes sociales y plataformas digitales, entre otros. Villacorta señala que es un medio ampliamente utilizado y de gran utilidad, ya que forma parte de la economía colaborativa, permitiendo reunir fondos de diversas fuentes con un mismo propósito. Es importante destacar que los inversores pueden aportar sus recursos a un proyecto colaborativo y no tradicional con la expectativa de obtener una recompensa, rentabilidad por su inversión o contribuir con fines filantrópicos a través de una retribución solidaria.

Siguiendo la línea de las fuentes de financiación no tradicionales, encontramos que, según la Revista Especializada Portafolio (2023), el sector de Fintech en Colombia crece entre un 17% y un 20% anualmente. Los pioneros en este crecimiento son el crédito digital y los pagos

digitales. Sin embargo, las actuales condiciones económicas del país, caracterizadas por una desaceleración, han impactado el consumo, al igual que las elevadas tasas de interés. A pesar de esto, el mercado sigue en expansión, ya que se ofrecen servicios de productos financieros innovadores y tecnológicos a través de plataformas digitales que facilitan el asesoramiento y la gestión del capital, optimizando así los procesos. Es importante destacar que cerca del 70% de los clientes que solicitaban crédito en Fintech lo hacían porque el sistema tradicional se los había negado. En este contexto, es relevante mencionar que el financiamiento para estas entidades proviene de recursos propios.

Ahora es conveniente centrarnos en el objeto de estudio, que es “Calle Bonita” en Bogotá. Según el Departamento Administrativo de la Defensoría del Pueblo (2023), este lugar ha sido parte de un proyecto bienal de espacio público desde 2016. Gracias a su arquitectura y diseño, se destinó a ser un sitio de encuentro en el sector gastronómico de la ciudad, con el objetivo de que quienes lo visiten vivan una experiencia excepcional en cuanto a comida y disfrute del espacio público. Es importante destacar que se recuperó el espacio público en el barrio San Diego, en el Centro Internacional de Bogotá, mediante la restauración de las fachadas, la plantación de árboles y la mejora de la accesibilidad en algunos lugares. Todo esto con el propósito de establecer en la Calle 30, entre las carreras Quinta y Séptima, un encuentro de más de 20 restaurantes que ofrecen una gran variedad gastronómica, principalmente exaltando la comida colombiana.

Adicionalmente, Sedano, Á. G. d. N., y González, A. N. (2023) abordan los desafíos que enfrenta la industria de los restaurantes en Colombia. Para ello, proponen varios ejes fundamentales relacionados con la calidad de los alimentos, así como con prácticas de sostenibilidad y sustentabilidad dirigidas a propietarios y empleados de este sector. Estas

estrategias no solo permiten reducir los costos operativos a largo plazo, sino que también fortalecen la cadena de suministro, mejorando la calidad de los procesos y servicios ofrecidos. Esto incluye la exigencia de calidad a los proveedores mediante la implementación de prácticas sostenibles y la adopción de procesos certificados. Además, es crucial comunicar a los comensales las propiedades nutricionales de los menús y las condiciones de los alimentos que llegan a su mesa. Aunque lo anterior no aborda directamente las condiciones financieras, es un aspecto importante para considerar y alcanzar la sostenibilidad del sector.

Por su parte el Banco BBVA. (n.d.). plantea once formas para financiar un emprendimiento o proyecto, dentro de las más importantes destacan pedir préstamo al Banco, lo que representa al 62% de las personas que requerían un tipo de financiación; otra de las formas más típicas y conocidas “Bootstrapping” consiste en financiar el proyecto con recursos propios para no apoyarse en la financiación externa; adicionalmente se menciona el “Crowdfunding” consiste en recaudar los recursos mediante la inversión de diversos inversores a cambio de una participación del total de la compañía y finalmente una de las mas conocidas “Business Angels” o Angeles de los Negocios consiste en inversionistas que apuestan a idea de negocio a cambio de una participación de las utilidades, buscando apoyar a su vez diversas iniciativas empresariales de gran potencial.

Por otro lado, la asociación empresarial APD (2024). afirma que, para que una empresa se mantenga competitiva en un mundo en constante cambio, es fundamental financiar proyectos innovadores. Estas iniciativas no solo transformarán la evolución del negocio, sino que también promoverán alianzas clave para crear una comunidad empresarial que inspire y construya una sociedad más sólida. Esto nos lleva a una profunda reflexión: no se trata únicamente del capital y

la voluntad de avanzar con una idea, sino de conectar a través de la innovación para lograr un aporte más significativo a la sociedad y la consolidación de una idea en un mercado.

## **Marco Institucional**

### **Normatividad para el Emprendimiento en Colombia.**

En coherencia con la legislación vigente en Colombia en los último cinco años, la Ley 2069 de 31 de Diciembre de 2020, conocida como Ley de Emprendimiento, es una ley integral diseñada a la medida de todos los emprendedores, sin importar el tamaño de sus negocios, la cual busca brindar un marco regulatorio moderno que facilite el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas, que los ayude a crecer y a incentivar la creación de nuevos empleos, garantizando una reducción de tarifas y medidas que faciliten su constitución y funcionamiento, facilitando la consecución de Recursos e incentivando mejores condiciones para que los emprendedores accedan a los Instrumento financieros.

Por otro lado, la Ley 2234 de 2022, por la cual se promueve la política de emprendimiento social, para el desarrollo de soluciones a los problemas sociales, culturales y ambientales, como motor de transformación e innovación a nivel nacional y regional; así mismo, fomentar su reconocimiento y fortalecimiento por parte del Gobierno Nacional, de las entidades públicas, los gobiernos locales y departamentales, el sector privado, así como otros actores estratégicos del ecosistema de emprendimiento social.

Además, el Documento CONPES – Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia – que consolida la Política Nacional de Emprendimiento, con el objetivo de generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización de las empresas del país. En esta

política se reconoce que las características y necesidades de los emprendedores son diversas, por lo que propone acciones orientadas a atender iniciativas emprendedoras que se han dimensionado en tres grupos: I) unidades productivas de subsistencia; II) negocios de inclusión y microempresas; e III) iniciativas empresariales orientadas a la generación de riqueza, buscando generar condiciones que les permitan, para el primer grupo, superar la subsistencia y generar ingresos para el desarrollo y sostenibilidad de sus unidades productivas; para el segundo grupo, fomentar la creación de valor, su conexión con el sistema productivo y potenciar su crecimiento; y al tercer grupo, generar propuestas basadas en diferenciación e innovación e impulsar su alto crecimiento e internacionalización.

En cuanto al Sector Gastronómico en particular y en el cual se está haciendo énfasis en este documento, se menciona la Ley 2144 de 2021, por medio de la cual se dictan normas encaminadas a salvaguardar, fomentar y reconocer la gastronomía y se dictan otras disposiciones

### **Aspectos Legales sobre la Financiación del Emprendimiento en Colombia.**

De acuerdo a la Ley 2069 de 31 de Diciembre de 2020, se dispone que el Sector financiero debe facilitar la consecución de recursos e incentivar mejores condiciones para que los emprendedores accedan a instrumentos financieros mediante la modificación del Objeto social del FNG – Fondo Nacional de Garantías – para ampliar su portafolio de productos y ofrecer garantías a otras fuentes de financiación, inclusión financiera de los micronegocios a través de microcréditos y el incentivo tributario para promover donaciones al ecosistema a través de INNpalsa.

### **Organizaciones Públicas de Apoyo para el Fomento del Emprendimiento.**

Dentro de las organizaciones que fomentan, apoyan y promueven el Emprendimiento en Colombia, se encuentran las siguientes:

- SENA
- Fondo Emprender
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Innpulsa Colombia.
- ANDI
- Bancoldex
- Secretarías locales de desarrollo económico.
- Cámaras de comercio regionales y locales.

## **Metodología**

Para el desarrollo de la metodología, tomaremos como base el libro *Metodología de la investigación* de Sampieri, R. (1991), cuyo objetivo es guiar el proceso de investigación social con un enfoque experimental, cuantitativo y cualitativo. Este autor sostiene que, para el diseño de la investigación, es fundamental responder a las preguntas planteadas y, en consecuencia, considerar tres variables en el proceso de análisis de datos.

La primera es el nivel de medición de las variables; la segunda, la formulación de las hipótesis; y la tercera, el interés del investigador. Para facilitar este análisis, se puede utilizar una tabla de distribución de frecuencias para organizar los datos, así como las medidas de tendencia central, como la media, la mediana y la moda, junto con medidas de variabilidad, como la desviación estándar y la varianza.

## **Enfoque, Alcance y Diseño de la Investigación.**

La presente investigación se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, esto debido a lo mencionado por Roberto Hernández Sampieri, (2018) donde expone que la opción cuantitativa para una investigación es acertada cuando se quieren estimar la magnitud u ocurrencias de la

hipótesis que se desea probar. El alcance es de tipo descriptivo, ya que busca detallar las características de la población o fenómeno sin intervenir en sus dinámicas, mientras que su temporalidad es transversal, al basarse en un único momento de recolección de datos. El diseño es no experimental, ya que no se realizará manipulación alguna de las variables; por el contrario, estas serán observadas tal como se presentan en su contexto natural.

### **Definición de Variables.**

Las variables de este estudio abarcan desde la descripción del perfil académico y laboral del emprendedor hasta las opciones de financiación que utiliza para el desarrollo de su actividad económica tomando como referencia estudios previos realizados como: la Tesis de Maestría, Relación de la iniciativa emprendedora y el nivel académico de los colombianos, Caicedo, H. R. (2019) donde describen el emprendimiento como *“Un campo de estudio fragmentado a razón de la formulación de gran variedad de preguntas orientadoras, entre las cuales se pueden mencionar las relacionadas con el individuo emprendedor, las relacionadas con el desempeño de las nuevas unidades de negocio y las que se enfocan en la conexión de estas dos vertientes; donde el perfil del emprendedor se considera un factor de éxito de las campañas de emprendimiento”* y La Evaluación sobre opciones de financiamiento para microemprendimientos en Colombia, Madrid, G., et al. (2022) que plantea que *“En Colombia existen condiciones socioeconómicas que dificultan el emprendimiento y la capitalización de los proyectos en su fase de puesta en marcha; donde los micro emprendedores no cuentan con conocimientos ni perfiles necesarios para acceder a créditos o métodos de financiación, debido a su cultura organizacional o falta de experiencia y conocimientos”*

Para la presente investigación se describen las siguientes variables para cada uno de los Objetivos Específicos planteados al inicio de este documento.

1. Caracterizar el perfil de los emprendedores de Calle Bonita en el barrio la Perseverancia de Bogotá.

Este objetivo se medirá bajo dos variables multidimensionales:

1.1. Variable Perfil académico: Se refiere a un conjunto de características y antecedentes educativos de un individuo y proporciona información clave sobre su potencial y las necesidades de desarrollo en contextos educativos o profesionales; dentro de esta variable evaluaremos las siguientes categorías:

- Nivel de Estudios
- Tipo de Educación
- Estudios en el exterior
- Profesión
- Educación Relacionada
- Otros Idiomas

1.2. Variable Perfil laboral: Se refiere al conjunto de características y antecedentes relacionados con la experiencia y el desempeño de un individuo en el ámbito laboral; dentro de esta variable evaluaremos los siguientes aspectos:

- Años de experiencia como empleado
- Años de experiencia como emprendedor
- Sector de la experiencia
- Logros Profesionales

2. Identificar las estrategias de financiación de los emprendimientos objeto de estudio

2.1. Variable Estrategias de financiación: Se refiere a las diferentes metodologías y enfoques utilizados por individuos, empresas o instituciones para obtener los recursos

económicos necesarios para llevar a cabo proyectos, operaciones o inversiones. Esta variable la evaluaremos desde las estrategias de Financiación Tradicionales y Digitales:

#### 2.1.1 Estrategias de Financiación Tradicionales

- Recursos Propios
- Patrimonio Familiar
- Banca Tradicional
- Socios No familiares
- Financiación del estado

#### 2.1.2 Estrategias de Financiación Digitales

- Fintech
- Crowdfunding
- Confirming

3. Determinar el papel o el impacto de la estrategia de financiación en la sostenibilidad del negocio.

3.1 Variable Sostenibilidad: Se refiere a la capacidad de un sistema, proyecto o actividad para mantenerse en el tiempo, equilibrando las necesidades económicas, sociales y ambientales; se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Ingresos y Gastos
- Número de Empleados
- Tiempo de operación

### **Población y Muestra.**

Los restaurantes ubicados en la Calle Bonita, en el barrio La Perseverancia, son representativos de la gastronomía tradicional de la ciudad de Bogotá, ofreciendo una amplia

variedad de opciones culinarias. En la actualidad, en esta zona operan 24 restaurantes. Debido al tamaño reducido de la población total, se ha determinado que la investigación se realizará mediante un censo, tal como se menciona en el documento del Departamento Nacional de Planeación (2022) “El censo es un procedimiento estadístico mediante el cual se investigan las unidades de observación pertenecientes a un universo de estudio”, lo que implica que se trabajará con la totalidad de los establecimientos presentes en el área. Los siguientes son los establecimientos comerciales que serán objeto de estudio:

- Jarman Restaurante
- Pedacito 1407
- Catcoffe
- La Boca de los Mares
- La Casa de los Postres
- Restaurante La 30
- El Escondite Gastrobar
- Yoconta Restaurante Eventos
- Naturalmente Cocina Sana
- Gatos Restaurante Bar desde 1996
- Bokatos Calidad Exquisita
- Mamba
- Pa' Sumerce
- Yoconta 2
- Olivoliense
- Horneado es mejor que frito

- Peri Peri
- Punto sabroso
- San Angel
- El Solar del Brevo
- Soy Draku
- Baltico Restaurant & Marisquería
- De la Loma Restaurante Café
- Aria Cucina italiana

### **Métodos e Instrumentos.**

Para llevar a cabo la recolección de datos en esta investigación, se utilizará una encuesta estructurada, diseñada para obtener información sobre el perfil de los emprendedores, las estrategias de financiación que emplean y la sostenibilidad de sus negocios. Este enfoque es adecuado para el análisis cuantitativo y el alcance descriptivo del estudio.

La encuesta se administrará de forma digital a través de Google Forms, seleccionada por su capacidad para facilitar la recopilación de datos estandarizados y permitir un análisis comparativo entre variables. Esto es especialmente relevante dado que buscamos evaluar cómo las decisiones financieras de los emprendedores del sector gastronómico en Calle Bonita impactan en la sostenibilidad de sus negocios.

El cuestionario incluirá preguntas cerradas y algunas abiertas, lo que permitirá no solo cuantificar las respuestas, sino también obtener información cualitativa sobre las percepciones y experiencias de los emprendedores. Además, este método de aplicación es accesible, ya que permite que los encuestados respondan desde cualquier dispositivo, aumentando así la tasa de participación.

Como menciona Feria et al. (2020), “la encuesta permite una mejor forma tabular de estudiar las opiniones recibidas, que el investigador puede convertir inferencialmente en información útil para la investigación”. De esta manera, esperamos obtener una visión integral de las prácticas financieras y su relación con la sostenibilidad en el sector gastronómico.

### ***Matriz encuesta emprendedores sector calle Bonita “Ver anexos”***

#### **Técnicas de Análisis de Datos.**

Para el análisis de datos, se usará el software especializado SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), reconocido por su tradición y aplicabilidad en el manejo de datos estadísticos. Este software ofrece técnicas avanzadas para la recolección y tratamiento de datos, así como una interfaz amigable que facilita la creación de tablas, permitiendo extraer conclusiones amplias de la información recopilada en las encuestas.

El análisis se basará en la estadística descriptiva, utilizando frecuencias y medidas de tendencia central como la moda, la mediana y la media. Además, se emplearán tablas cruzadas para establecer relaciones entre dos variables y determinar correlaciones, tales como el perfil académico (nivel de estudios y tipo de educación: privada o pública) y el perfil laboral (años de experiencia como emprendedor o empleado).

También se considerarán las estrategias de financiación, tanto tradicionales como digitales, incluyendo crowdfunding, recursos propios, patrimonio familiar, banca tradicional y financiación estatal, así como la sostenibilidad, enfocándose en los meses de operación del negocio y el número de empleados. Por otro lado, la investigación se apoyará en tablas personalizadas con el fin de organizar las métricas y dimensiones de manera específica. Esto permitirá un análisis detallado que facilite la identificación de patrones o tendencias concluyentes, alineadas con los objetivos de la investigación.

Según González, J. (2023), la importancia del análisis estadístico en la investigación radica en su capacidad para abordar situaciones relacionadas con estimaciones, el tratamiento de datos para analizar el valor de las variables, la mejora de procesos y la predicción de escenarios futuros. Para lograr esto, se pueden utilizar diversas herramientas, como matrices de información, análisis por categorías, pruebas de hipótesis, distribuciones de probabilidad y regresiones. Estas técnicas son las más empleadas en la investigación cuantitativa, ya que facilitan una mejor comprensión de las variables desde una perspectiva científica.

De otra parte, La Fundación para la Investigación Social Avanzada, (2023) expone que la estadística descriptiva se centra en explicar la comprensión de la información numérica y transformar los datos en información entendible a través de medidas de tendencia central como la media, mediana y la moda, así como medidas de dispersión a través de la desviación estándar y la distribución de frecuencias para la agrupación de datos mediante el uso de frecuencias. La utilización de estas herramientas estadísticas facilita el tratamiento y análisis de los datos para demostrar que los datos recolectados son concluyentes y tienen validez con el propósito de la investigación.

### **Análisis y Discusión de los Resultados.**

Los resultados de las encuestas realizadas para el desarrollo de este trabajo de investigación nos brindan información clave que responde a los objetivos planteados y ofrecen datos valiosos sobre los emprendedores del sector gastronómico en Calle Bonita, incluyendo su perfil, las estrategias de financiación que utilizan y los desafíos que enfrentan en cuanto a sostenibilidad.

A continuación, se genera el paralelo entre las estrategias de financiación de la banca tradicional y las estrategias de financiación digitales:

Aspecto	Estrategias de Financiación Banca Tradicional	Estrategias de Financiación Digitales
Fuentes	Establecimientos de crédito y entidades de servicios financieros.	Crowdfunding, plataformas de préstamos y Fintech.
Acceso a créditos	Acceso limitado a empresas pequeñas o sin historial crediticio.	Acceso a una mayor cantidad de personas o empresas, incluso en algunos casos sin historial bancario.
Proceso de solicitud de créditos	Se requiere de garantías que soporten el crédito como por ejemplo un codeudor o algún bien material que sobrepase el valor del crédito.	Procesos en su mayoría automatizados y por lo general con menos requisitos que la banca tradicional.
Requisitos	Contar con un historial crediticio y garantías (codeudor o bien material) que soporten el crédito.	Análisis basado en datos y comportamientos presentado con créditos digitales.
Tiempo de aprobación	Se pueden demorar días o semanas, dependiendo de la institución.	Respuesta en tiempo real o en pocas horas.
Tarifas	Tasas reguladas y por lo general poco atractivas.	Tasas menos reguladas y más competitivas.
Flexibilidad	Modelos definidos y con condiciones preestablecidas.	Modelos más flexibles y personalizados, por ejemplo, financiamiento basado en las necesidades del usuario.
Regulación	Alta regulación gubernamental.	Regulación creciente, pero menos definida que en modelos tradicionales.
Alcance	Limitado a la disponibilidad de oficinas.	Ilimitado, ya que se pueden llegar a realizar las solicitudes de crédito en cualquier parte del mundo.

Tabla 1. Elaboración Propia

Con respecto al perfil de los emprendedores, el rango de edad está distribuido de la siguiente manera: 42% de los 31 a 40 años, 29% de los 41 a 50 años, 17% de los 20 a 30 años y el 13% mayores de 51 años, lo que indica que en su mayoría pertenecen a la llamada generación Millennial, conformada por los nacidos en la década del ochenta y que entraron en la adultez con el cambio de milenio, es la generación que comenzó a usar los nuevos medios de comunicación y las tecnologías digitales. El hecho de que el 42% de los emprendedores se encuentren en el rango de los 31 a 40 años es relevante, ya que corresponde a individuos en una etapa de madurez profesional, que probablemente ya cuentan con experiencia laboral y una comprensión más profunda de los mercados en los que operan. El 29% en el rango de los 41 a 50 años también refleja un rango significativo de emprendedores, que posiblemente han acumulado una amplia experiencia en otros sectores antes de emprender en la gastronomía, lo que puede ser una ventaja en términos de gestión empresarial, toma de decisiones y redes de contactos.

Por otro lado, el 17% de los emprendedores jóvenes (20 a 30 años) demuestra que hay una nueva generación que entra al mercado laboral con una visión más fresca, influenciada por los avances tecnológicos, y dispuesta a arriesgarse en el mundo del emprendimiento, con un alto nivel de educación digital, tienen la capacidad de crear negocios que aprovechan las redes sociales, el comercio electrónico y otras herramientas tecnológicas para llegar a su público objetivo de manera rápida y eficiente. Finalmente, el 13% de emprendedores mayores de 51 años muestra que, aunque este grupo es minoritario, sigue existiendo un segmento de personas con una vasta experiencia laboral que decide emprender en una etapa posterior de su vida.

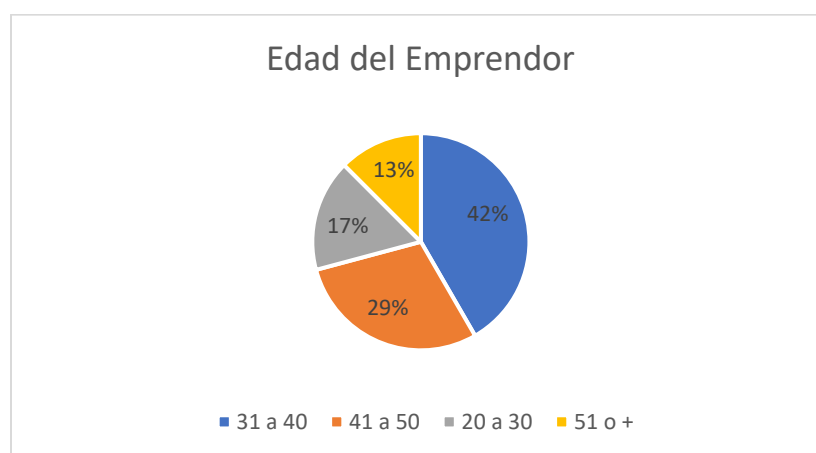


Figura 1. Edad del Emprendedor

De los 24 establecimientos comerciales evaluados, podemos concluir que el 75% de los emprendedores fueron previamente empleados de otras empresas y/o negocios antes de iniciar sus propios negocios, motivados por el deseo de hacer Empresa, generar empleo e independizarse.

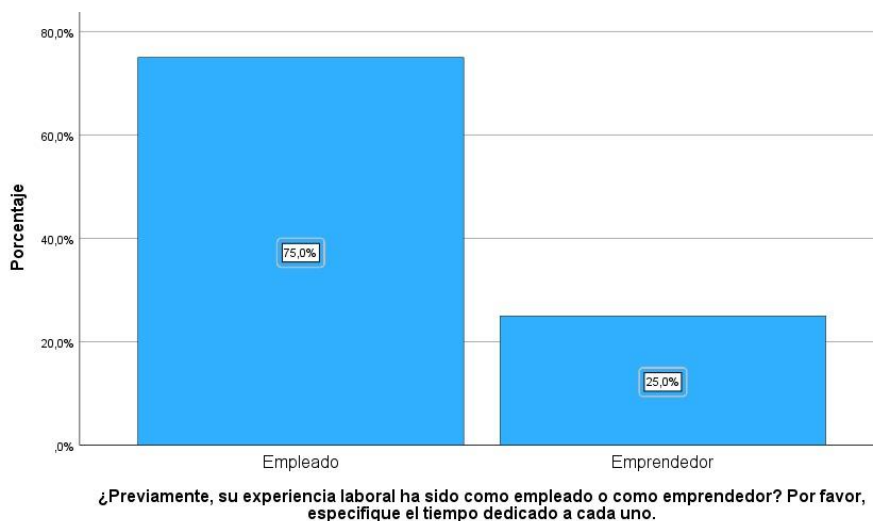


Figura 2. Fuente: Elaboración propia a través de SPSS

De los emprendedores encuestados, cuentan con Educación Superior como Pregrado (37,5%), Técnico ó Tecnólogo (33,3%) y Educación Secundaria (12,5%), en menor proporción están las personas con Primaria, Posgrados y Estudios en el exterior. Este panorama refleja una base educativa diversa entre los emprendedores, con una fuerte presencia de aquellos que han alcanzado la Educación Superior, lo que podría indicar que la mayoría de los emprendedores tienen los conocimientos básicos necesarios para gestionar un negocio de manera efectiva. El 37,5% con formación de Pregrado sugiere que una gran parte de emprendedores tiene una formación académica más profunda, lo cual puede contribuir positivamente a la toma de decisiones estratégicas y la gestión de recursos en sus negocios. El 33,3% de emprendedores con formación Técnica o Tecnológica también representa un porcentaje importante, lo cual sugiere que muchos emprendedores han optado por estudios más enfocados en habilidades prácticas, probablemente adquiridas a través de carreras técnicas que pueden estar más alineadas con las necesidades operativas del sector gastronómico. Por otro lado, la presencia de un 12,5% con solo Educación Secundaria indica que algunos emprendedores, aunque no cuentan con estudios superiores o técnicos, han logrado emprender con éxito, lo que resalta la importancia de factores

como la experiencia, el aprendizaje autodidacta, la motivación personal y la capacidad de adaptación en el mundo empresarial. En cuanto a los estudios primarios, posgrados y estudios en el exterior, los emprendedores en estas categorías son una minoría, lo que sugiere que, aunque existen ejemplos de personas con formación avanzada o internacional, este perfil educativo no es predominante en el sector gastronómico de los emprendedores encuestados. Sin embargo, la presencia de estudios en el exterior podría indicar que algunos emprendedores tienen una visión global o internacional de su negocio, lo cual puede ser un punto a favor si desean expandirse o adaptar tendencias extranjeras al mercado local.

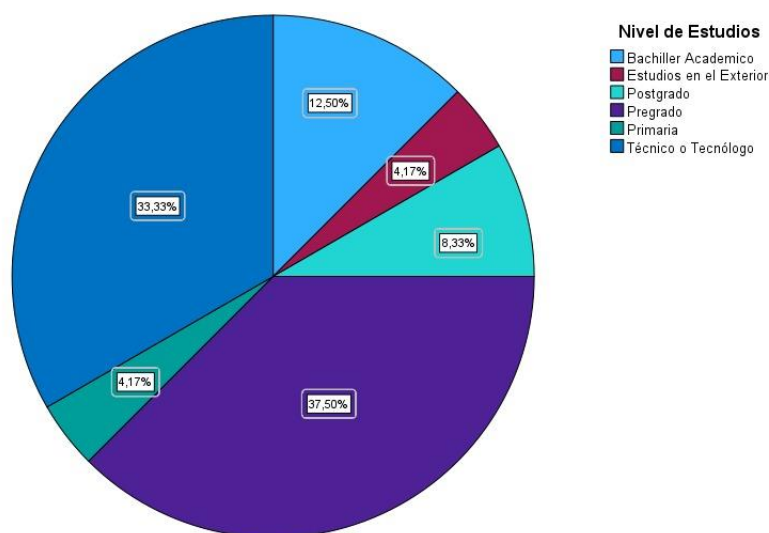


Figura 3. Fuente: Elaboración propia a través de SPSS

Con respecto al nivel académico de los Emprendedores, el 63% no cuenta con estudios relacionados con el Sector Gastronómico, lo que muestra que el objeto social no está directamente relacionado con el campo de estudio realizado por el emprendedor, esto podría indicar que muchos emprendedores en este sector han decidido incursionar en la gastronomía sin una formación académica formal en este campo, lo que puede generar una serie de retos y oportunidades. Por un lado, la falta de formación específica en el sector podría reflejar una falta

de conocimiento técnico que influya en la gestión de sus negocios, lo que podría afectar la calidad de los productos, la eficiencia operativa o la toma de decisiones estratégicas.

Por otro lado, este dato también sugiere que los emprendedores podrían estar motivados por una pasión o interés personal por la gastronomía, lo cual podría llevar a enfoques más creativos o innovadores, fuera de los límites de una formación académica tradicional. La diversificación de perfiles de los emprendedores también puede favorecer la incorporación de ideas frescas y nuevas perspectivas, lo que puede ser una ventaja competitiva en un sector tan dinámico como el gastronómico.

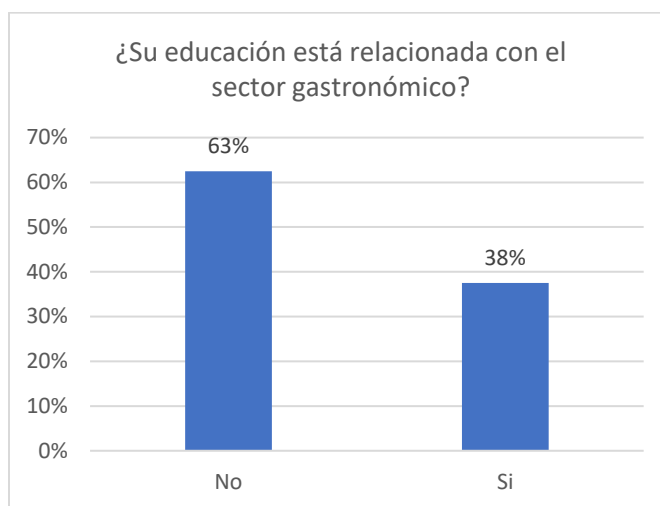


Figura 4. Fuente: Elaboración propia

Ahora resulta conveniente presentar un análisis sobre cuáles fueron las estrategias de financiación utilizadas por el público objeto de estudio, para esto resulta importante mencionar que dentro de la planificación en materia de financiación encontramos los medios tradicionales apoyados por la banca convencional dentro de estas encontramos las más relevantes como es pedir un préstamo al banco, que representa el 62% de quienes buscan financiación.

Otra opción común de acuerdo al objetivo principal planteado es el "Bootstrapping", que implica utilizar recursos propios para evitar depender de financiación externa. El

"Crowdfunding" también es popular, ya que permite recaudar fondos mediante la inversión de múltiples personas a cambio de una participación en la empresa. Por último, los "Business Angels" son inversionistas que apoyan ideas de negocio a cambio de una parte de las utilidades, contribuyendo así al crecimiento de iniciativas empresariales con alto potencial. Para esto más adelante se presentará un paralelo entre las estrategias convencionales y no tradicionales.

Aunque los restaurantes ubicados en Calle Bonita representan una población muy pequeña, se analizó el 100% de ellos. Esta calle se caracteriza por ofrecer una amplia gama de opciones gastronómicas que no solo incluyen comida nacional de alta calidad, sino que también abarcan platos internacionales. La innovación en la oferta gastronómica está presente; sin embargo, en cuanto a la sostenibilidad del negocio, se observa que el 45,84% de la población tiene acceso limitado a financiamiento y carece de conocimiento sobre estrategias financieras sostenibles como se muestra en la Figura 5 sobre las barreras para implementar estrategias de sostenibilidad financiera.

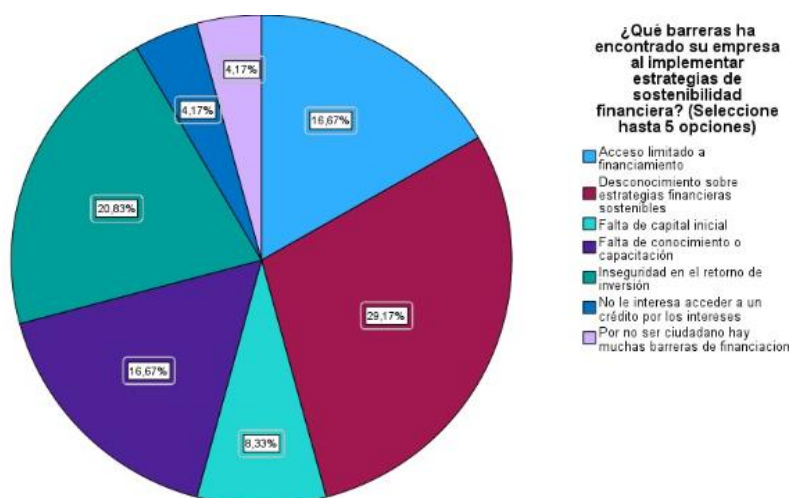


Figura 5. Fuente: Elaboración propia a través de SPSS

Por otro lado, como se menciona anteriormente el uso de recursos propios, más llamado el *Bootstrapping*, es la estrategia de financiación predominante, representando el 50% de participación, esta opción les permite a los emprendedores operar de manera independiente, manteniendo control total sobre sus negocios, aunque también restringe sus posibilidades de crecimiento e innovación frente a los desafíos del sector. Como complemento, el 29% de los emprendedores combina recursos propios con financiamiento de la banca tradicional, mientras que alternativas como el patrimonio familiar (17%) y socios no familiares (4%) tienen una representación significativamente menor, esto refleja una fuerte dependencia de los recursos personales como principal fuente de financiación, destacando la necesidad de explorar opciones más diversificadas y sostenibles a largo plazo.

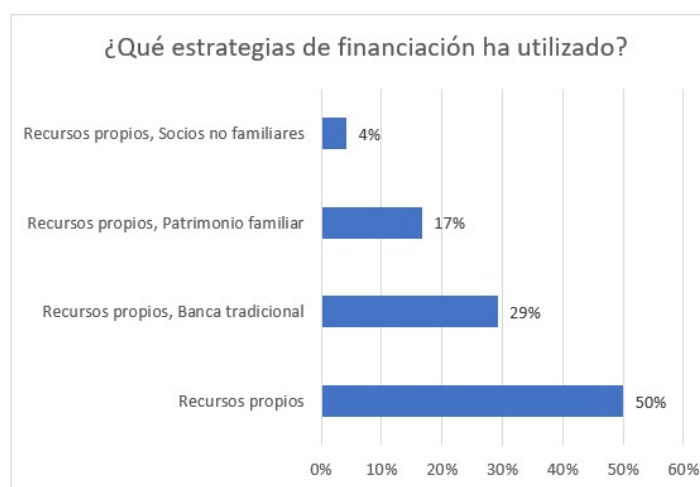


Figura 6. Fuente: Elaboración propia

Este fuerte enfoque en recursos propios indica que la mayoría de los emprendedores evita depender de financiamiento externo, lo que, si bien les otorga control total sobre sus negocios, limita su capacidad para invertir en innovación y responder a los desafíos de un sector altamente competitivo como lo es el gastronómico. Además, estrategias como el patrimonio familiar 17% y socios no familiares 4% tienen una representación significativamente menor, mientras que

opciones como la financiación del gobierno y las plataformas digitales no fueron utilizadas por ninguno de los encuestados. Lo anterior pone de manifiesto la necesidad de explorar alternativas de financiación más diversificadas que permitan una mayor sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Durante el trabajo de campo, se evidenció una notable falta de integración entre los emprendedores de la zona, lo que dificulta la creación de sinergias en aspectos clave como la negociación con proveedores, la promoción conjunta o la organización de eventos. Esta falta de unión destaca la necesidad de impulsar formas de trabajo en conjunto que ayuden a aprovechar mejor los recursos y fortalezcan la capacidad de competir como grupo, por ejemplo, conformar alianzas estratégicas para reducir gastos en logística, adquisición de insumos o iniciativas de marketing destinadas a dar mayor visibilidad a la zona podría generar ahorros y grandes beneficios en pro para que los emprendedores puedan destinar a implementar tecnología innovadora o ampliar sus negocios.

Por otro lado, el conocimiento limitado sobre plataformas financieras innovadoras como las fintech y el crowdfunding se presenta como una oportunidad desaprovechada. Estas alternativas, aún poco utilizadas en Calle Bonita, ofrecen soluciones viables para los emprendedores que enfrentan dificultades para acceder a capital a través del sistema bancario tradicional. En particular, el crowdfunding no solo facilita el financiamiento de proyectos específicos, sino que también fortalece el vínculo con los clientes al permitirles involucrarse directamente en el crecimiento del negocio. No obstante, la falta de formación en temas financieros obstaculiza la adopción de estas herramientas y reduce su impacto en la sostenibilidad del sector.

En definitiva, la sostenibilidad de los negocios gastronómicos en Calle Bonita no depende únicamente de las estrategias de financiación que utilicen, sino también de la habilidad de los emprendedores para diversificar sus métodos, incorporar herramientas tecnológicas y fomentar redes de colaboración sólidas. Complementar estas acciones con una formación financiera adecuada podría convertir los desafíos actuales en oportunidades, impulsando el crecimiento y garantizando el éxito a largo plazo.

### **Conclusiones.**

El análisis de los resultados evidencia que los emprendedores de Calle Bonita enfrentan retos significativos en términos de acceso a financiamiento y sostenibilidad. Se evidenció que los recursos propios o el "Bootstrapping" son la estrategia más utilizada como apalancamiento para sus negocios, esto hace que la dependencia de recursos propios limite la posibilidad de innovar y crecer; alternativas como las fintech y el crowdfunding presentan un gran potencial, pero su adopción requiere mayor formación y conocimiento.

El perfil educativo de los emprendedores en el ámbito gastronómico resalta como un punto fuerte que aunque la mayoría tiene estudios superiores o técnicos que les brindan las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos del sector, resulta curioso que la falta de formación específica en gastronomía no sea vista como un impedimento para que sus negocios prosperen, este es un fenómeno que está relacionado con cualidades típicas de los emprendedores latinos y especialmente los colombianos, que tienen una capacidad de adaptación y resiliencia natural, la experiencia práctica acumulada con el tiempo ya sea en otro tipo de emprendimientos, sumada a su pasión y dedicación, desempeña un rol crucial para la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo. De hecho, la combinación de estos factores innatos les permite superar las

limitaciones que la falta de estudios formales en gastronomía podría implicar, convirtiéndose en ejemplos de esfuerzo y perseverancia en un mercado tan competitivo.

Finalmente, Calle Bonita, gracias a su excelente ubicación estratégica y su rica oferta gastronómica, tiene un gran potencial para convertirse en un referente gastronómico y turístico en Bogotá, para alcanzar este objetivo, es clave implementar acciones de promoción, fomentar la colaboración entre los emprendedores y aprovechar las herramientas tecnológicas y financieras disponibles. Estas iniciativas no solo apoyarían la sostenibilidad de los negocios locales, sino que también impulsarían el crecimiento económico y social de La Perseverancia, consolidando a Calle Bonita como un modelo destacado en la industria gastronómica.

## Referencias.

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2022, abril 5). La Perseverancia, la plaza de mercado que se transformó. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/la-perseverancia-la-plaza-de-mercado-que-se-transformo>
- APD. (2024). Financiación de proyectos innovadores. APD. <https://www.apd.es/financiacion-proyectos-innovadores/>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). Informe de Gestión 2023-2024. <https://indd.adobe.com/view/535e8b86-7fb2-4521-ae2a-72813646c001>
- BBVA. (n.d.). 11 formas de financiar un proyecto. BBVA. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/11-formas-de-financiar-un-proyecto/>
- BBVA. (2021). Financiación de Emprendimientos: ¿qué es el “bootstrapping”? <https://www.bbva.com/es/ar/innovacion/financiacion-de-emprendimientos-que-es-el-bootstrapping/>
- Bewaji, T., Yang, Q., & Han, Y. (2015). Funding accessibility for minority entrepreneurs: an empirical analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 716-733. doi:10.1108/JSBED-08-2012-0099
- Boletín de Estudios Económico. (s.f.). ¿Cómo podemos medir la educación para el emprendimiento? Aportaciones para la mejora en la formación emprendedora Universitaria. *Boletín de Estudios Económicos*, LXXVIII(23), 188-204. doi:10.18543/bee2689
- Bustamante Morales, C. A. (2011). *Metodología de la investigación*. Universidad Veracruzana. [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/metodologia-de-la-investigacion\\_sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/metodologia-de-la-investigacion_sampieri.pdf)

Caicedo, H. R. (2019). Relationship of entrepreneurship and the academic level of colombians.

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/10133>

Calizaya, J. (2022). Relevancia del análisis estadístico en la investigación cuantitativa.

Universidad Ciencia y Tecnología.

<https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/569/1042/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021, abril 7) Cámara de Comercio de Bogotá lanza programa de reactivación para restaurantes de barrio. <https://www.ccb.org.co/de-interes/comunicados/ccb-lanza-programa-de-reactivacion-para-restaurantes-de-barrio>

Carpeta, S. M., Rengifo, J. D. & Rodríguez, J. D. (2024). Emprendedores sin formación académica: habilidades, desafíos y oportunidades en el camino hacia el éxito empresarial.

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/13762>

Castellanos Dominguez, O. F., Gomez Nivia, F. H., & Cante Hernandez, P. V. (2023). *Estrategias de financiamiento para el crecimiento del emprendimiento en Colombia: Analisis Linea Crecer - Fondo Emprender - SENA*. XX Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica y de la Innovación ALTEC, Parana, Argentina.

Castellanos González, E. A. (2020). *La importancia de las organizaciones Fintech “tecnología financiera” para el sistema financiero tradicional*. Universidad Militar Nueva Granada.

<https://repository.unimilitar.edu.co/server/api/core/bitstreams/c7d65ba2-0af1-4614-9e65-aac3158ea7f1/content>

Confecámaras. (2023, mayo 9). Estudio de supervivencia empresarial en Colombia (Online).

Available at:

[https://img.lalr.co/cms/2023/05/16174901/ESTUDIO-SUPERVIVENCIA-MAYO-9-1\\_compressed.pdf](https://img.lalr.co/cms/2023/05/16174901/ESTUDIO-SUPERVIVENCIA-MAYO-9-1_compressed.pdf)

Confecámaras. (2023, mayo 16). <https://confecamaras.org.co/noticias/884-segun-estudio-de-confecamaras-el-33-5-de-las-empresas-del-pais-sobreviven-al-termino-de-5-anos>

Dalle, P., Boniolo, P., Sautu, R. & Elbert, R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires:

CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Delgado, J. S. & Arias, S. L. (2024). El trabajo informal y las plataformas geolocalizadas.

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/13699>

Departamento Administrativo de la Defensoría del Pueblo. (2023). *Paseo comercial de la zona rosa, Calle Bonita y borde activo de Corferias: los espacios públicos más destacados en*

*Bogotá*. <https://dadep.gov.co/noticias/paseo-comercial-de-la-zona-rosa-calle-bonita-y-borde-activo-de-corferias-los-espacios-publicos-mas-destacados-en-bogota>

Departamento Nacional de Planeación. (2022). Metodología.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Metodolog%C3%ADa.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2020, Noviembre 30) Política Nacional del

Emprendimiento. Available at:

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011.pdf>

Díaz Bocanegra, J. (2022). Financiación alternativa para las empresas pymes en Colombia que no cuentan con la posibilidad de acceder a la financiación tradicional. *Odeon*, 22, 39-86.

<https://doi.org/10.18601/17941113.n22.03>.

Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista o encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Dialnet*, 73.

Fondo Emprender Sena. (s.f.). Emprendimiento, otras fuentes de financiación

<https://www.fondoemprender.com/SitePages/Emprendimiento.aspx>

Forero Franco Cristian Mauricio, Mena Murillo Marian Yuselfi y Pineda Bolaño Karen

Margarita. (2023). Consecuencias De La Deficiente Planificación Financiera En El Desarrollo De Las MiPymes En Colombia. Especialización en gerencia financiera. Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá, Colombia

González Patiño Juan Sebastián y Llanes Valenzuela María Claudia. (Febrero de 2024). Una mirada a las MiPymes en Colombia

<https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/colombia-una-mirada-a-las-mipymes-en-colombia/>

Hernández, M. Á. V. (2024). Crowdfunding como método alternativo de financiación empresarial. [Crowdfunding as an alternative method of business financing] *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, (57), 289-334.

<https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/scholarly-journals/crowdfunding-como-método-alternativo-de/docview/2957758282/se-2>

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.

<https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

HOLROD. (2023). ‘Fintech frente a los bancos: Competencia y complemento’: Gabriel santos, presidente de colombia fintech, dice que en materia de crédito digital, pagos y neobancos, el sector crece rápidamente y con otras herramientas lo hará más. *Portafolio*, Retrieved from

<https://login.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/login?url=https://www-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/trade-journals/fintech-frente-los-bancos-competencia-y/docview/2870911484/se-2>

Innpulsa Colombia. (s.f.). Guía del Emprendimiento <https://www.innpulsacolombia.com/wp-content/uploads/2024/01/guia-emprededor-innpulsa-version3-web.pdf>

Innpulsa Colombia. . (s.f.). Emprendedores en Crecimiento, el reto de la financiación <https://www.innpulsacolombia.com/wp-content/uploads/2024/01/Libro3EmprendedoresenCrecimiento.pdf>

Instituto Distrital de Turismo. (s.f.). Bogotá entra al Top 3 de las mejores ciudades para negocios de las startups en América Latina. <https://www.idt.gov.co/es/bogota-entra-al-top-3-de-lasmejores-ciudades-para-negocios-de-las-startups-en-america-latina>

Instituto Distrital de Turismo. (s.f.). Bogotá fue elegida como el sexto mejor destino turístico del mundo según los premios Tripadvisor. <https://www.idt.gov.co/es/bogota-fue-elegida-como-el-sexto-mejor-destino-turistico-del-mundo-segun-los-premios-tripadvisor>

Invest in Bogotá. (s.f.). Centro de emprendimiento. <https://es.investinbogota.org/emprendimiento/centroemprendimiento/>

ISD Fundación. (2023). *Estadística descriptiva: definición, conceptos y ejemplos*. ISD Fundación. <https://isdfundacion.org/2023/08/22/estadistica-descriptiva-definicion-conceptos-y-ejemplos/>

López Hernández, C. N., & Durán Peña, M. C. (2021). El emprendimiento en Bogotá: caracterización y perspectivas económicas. [https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files\\_articles/el\\_emprendimiento\\_en\\_bogota\\_caracterizacion\\_y\\_perspectivas\\_economicas\\_.pdf.pdf](https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/el_emprendimiento_en_bogota_caracterizacion_y_perspectivas_economicas_.pdf.pdf)

Madrid, G., et al. (2022). Evaluación sobre opciones de financiamiento para microemprendimientos en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/11851>

Martínez, A. (2020). Estrategias de fidelización de clientes realizadas por los pequeños empresarios de Chapinero utilizando plataformas digitales. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10882/10161>

(Martínez Vargas, A. M., Edilson Hernández, M., y Velásquez Cerón, O. (2022). Evaluación de las decisiones financieras operacionales que generan flujo de caja en las MIPYMES. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 34, 60-82.

<https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/5524/6320>

McCourtie, S. (s.f.). *World Bank Group*. Obtenido de Micro, Small, and Medium Enterprise

(MSME) Finance: <https://www.worldbank.org/en/results/2013/04/05/msme-finance-expanding-opportunities-and-creating-jobs>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021, marzo). Ley del emprendimiento

<https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/ley-de-emprendimiento>

Moreno, D. C. (2021). Plan de negocios para la empresa La Baquiana, sostenibilidad empresarial, para mipymes del sector de restaurantes, bares y eventos en Colombia.. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/10807>

Pacheco, J.N., Rodríguez, E., Hernández, S., & Nieto, C. (2024). Competitividad de micronegocios: análisis exploratorio de conglomerados en Bogotá, Colombia. *Innovar*, 34(92), e101063. <https://doi.org/10.15446/innovar.v34n92.101063>

Portafolio. (2023, 16 de mayo). Los retos de los emprendedores colombianos ante la coyuntura económica. <https://www.portafolio.co/emprendimiento/los-retos-de-los-emprendedores-colombianos-ante-la-coyuntura-economica-594082>

Prijadi, R., Wulandari, P., Desiana, P., Pinagara, F., & Novita, M. (2020). Financing needs of microenterprises along their evolution. *International Journal of Ethics and Systems*, 22.

doi:10.1108/IJOES-05-2018-0071

Restrepo-Ramírez, C. G., Sepúlveda-Rivillas, C. I., Uribe Castro, J. (2022). Fuentes de financiación para la innovación, según grado de innovación de las empresas de los sectores servicios y comercio en Colombia. *Revista CEA*, v. 8, n. 18, e1968.

<https://doi.org/10.22430/24223182.1968>

Sanchez, C. A., et al. (2019). ¿Qué correlación existe entre el grado de maduración y desarrollo de Pymes y Startups, y el crecimiento económico en Colombia?. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10882/9721>

Saavedra Garcia, M. (2022). Financiamiento para la sostenibilidad de las PYMES en la cuarta Revolucion Industrial. *UDEA*, 21. doi:10.17533/udea.rc.n81a09

Sedano, Á. G. d. N., & González, A. N. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. [Sustainability in the restaurant industry: Practices, challenges and opportunities] *Suma De Negocios Journal*, 14(31), 164-173. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.14349/sumneg/2023.V14.N31.A8>

Schutjens, V. a. (2003). The evolution and nature of young firm networks: a longitudinal. *Small Business Economics*, 21(2), 115-134.

Taborda Blandón, G. E., Castaño Zuluaga, B. S., Durán Vásquez, J. M., Conto López, R., y Reyes Moreno, E. R. (2024). Propuesta de modelo de analítica para flujo de caja en mipymes en Colombia. *Revista CEA*, 10(22), e2607. <https://doi.org/10.22430/24223182.2607>

Triana, A. C., et al. (2021). Modelo empresarial de sostenibilidad ambiental en mipymes de comidas rápidas en la ciudad de Bogotá. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/10774>

Universidad EAN. (2021). *Guía APA 7ma*

*edición*. <https://www.universidadean.edu.co/sites/default/files/2021-07/Gu%C3%ADa-APA-7ma-edici%C3%B3n.pdf>

## Anexos

Estos anexos tienen como objetivo proporcionar información complementaria y detallada sobre la metodología empleada, los resultados obtenidos y las conclusiones alcanzadas. También se incluye evidencia fotográfica que ilustra los hallazgos y tendencias observadas durante el estudio.

**Figura 01**

**Estrategias de Financiación y Sostenibilidad en el Sector Gastronómico de Calle Bonita, La Perseverancia, Bogotá.**

Esta encuesta tiene como finalidad recopilar datos sobre las estrategias de financiación que utilizan los emprendedores del sector gastronómico en Calle Bonita, La Perseverancia, Bogotá. Sus respuestas son confidenciales y se utilizarán exclusivamente para fines de investigación. Agradecemos su colaboración

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**Nombre del Establecimiento \***

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**Edad del Emprendedor \***

20 a 30

31 a 40

41 a 50

51 o +

**Nivel de Estudios \***

- Primaria
- Bachiller Académico
- Técnico o Tecnólogo
- Pregrado
- Postgrado
- Estudios en el Exterior
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Previamente, su experiencia laboral ha sido como empleado o como emprendedor? Por favor, especifique el tiempo dedicado a cada uno. \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Su educación está relacionada con el sector gastronómico? \*

- Sí
- No

¿Qué estrategias de financiación tradicionales ha utilizado? (Puede marcar varias) \*

- Recursos propios
- Patrimonio familiar
- Banca tradicional
- Socios no familiares
- Financiación del Gobierno
- Plataformas de Financiación
- Otro: \_\_\_\_\_

En una escala del 1 al 5, donde 1 es "Nada efectiva" y 5 es "Muy efectiva", ¿cómo \*  
calificaría la efectividad de las estrategias de financiación utilizadas?

- 1            2            3            4            5
- 

Ingresos mensuales promedio del negocio \*

- Menos de 5 millones
- Entre 5 y 10 millones
- Entre 10 y 20 millones
- Más de 20 millones

Gastos Mensuales Promedio del negocio \*

- Menos de 3 millones
- Entre 3 y 7 millones
- Entre 7 y 15 millones
- Más de 15 millones

Número actual de empleados: \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuál es el tipo de contrato de sus empleados? (Seleccione todas las opciones que apliquen) \*

- Contrato a Termino Fijo
- Contrato a Termino Indefinido
- Contrato por Prestación de Servicios
- Contrato a tiempo parcial
- Otro: \_\_\_\_\_

Tiempo de operación del negocio \*

- Menos de 1 año
- Entre 1 y 3 años
- Entre 3 y 5 años
- Más de 5 años

¿Qué barreras ha encontrado su empresa al implementar estrategias de sostenibilidad financiera? (Seleccione hasta 5 opciones) \*

- Falta de capital inicial
- Acceso limitado a financiamiento
- Desconocimiento sobre estrategias financieras sostenibles
- Falta de conocimiento o capacitación
- Inseguridad en el retorno de inversión
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Con qué frecuencia revisa su empresa su situación financiera y las estrategias de sostenibilidad implementadas?

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Anualmente
- Nunca

En una escala del 1 al 5, donde 1 es "Nada sostenible" y 5 es "Muy sostenible",<sup>\*</sup> ¿Cómo calificaría la sostenibilidad actual de su negocio?

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Fuente: Elaboración propia (a través de Google Forms, 2024)

### Registro Fotográfico





