



Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las  
MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

Yully Patricia Gómez Gómez

Jeisson Aliro Villalobos

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Sede Principal  
Maestría en Gerencia de la Innovación en Proyectos  
Sublínea de investigación: Innovación  
julio de 2025

Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las  
MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

Yully Patricia Gómez Gómez

Jeisson Aliro Villalobos

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Magíster en gerencia de la  
innovación en proyectos

Asesor(a)

Jimmy Ferney Leguizamón Arias

Magíster en Administración de Organizaciones

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Maestría en Gerencia de la Innovación en Proyectos

julio de 2025

## Dedicatoria

De Yully Gómez

A mis hijos, que han sido mi fuerza e inspiración constante. Cada página de esta tesis fue escrita con ustedes en el corazón, en medio de jornadas largas, desvelos y silencios que solo una madre conoce. Gracias por enseñarme, sin saberlo, a nunca rendirme. Este logro es para ustedes, porque merecen ver que los sueños sí se cumplen, incluso cuando el camino es difícil.

A mis padres y hermanos, gracias por ser mi apoyo cuando sentía no poder continuar, por brindarme la motivación cuando no tenía fuerzas y por creer en mí cuando todo parecía imposible. Su amor y respaldo han sido el hogar donde siempre puedo volver. A Jeisson por su amistad, apoyo en este proceso y por sus valiosos aportes en esta investigación

Esta tesis no es solo un trabajo académico, es una prueba de lo que el amor, la fe y la resiliencia pueden lograr.

De Jeisson

A mis padres, que son mi mayor orgullo y mi razón constante para luchar. Gracias por todo lo que han hecho, por enseñarme con su ejemplo de vida, el respeto y el amor incondicional. Ustedes son mi todo, y este logro también es suyo.

A mis hermanas, por brindarme su apoyo constante, sus palabras de aliento y su forma única de estar, incluso en los silencios y finalmente y no menos importante a mis amigos, esos que han estado conmigo en este camino, que han compartido conmigo alegrías y tristezas; su compañía y fe me han dado el impulso que muchas veces necesitaba para seguir adelante.

Esta tesis es el resultado de un sueño compartido, una travesía de dos profesionales, pero también es el reflejo del amor y la fortaleza de quienes caminaron con nosotros.

## Agradecimientos

Con profunda gratitud y humildad, queremos dedicar estas palabras a quienes fueron parte fundamental en el desarrollo de esta tesis y en nuestro crecimiento académico y personal.

A nuestros tutores, gracias por guiarnos con paciencia, sabiduría y compromiso. Su acompañamiento fue más allá de lo académico; fue humano, cercano y constante. Cada observación, cada retroalimentación y cada espacio de escucha fueron esenciales para transformar una idea en un proyecto sólido y significativo.

A los jurados, gracias por su tiempo, sus críticas constructivas y su disposición para aportar al fortalecimiento de este trabajo. Sus valoraciones y sugerencias fueron claves para llevar este proceso a un nivel más alto de calidad y rigurosidad.

A los investigadores y expertos que nos compartieron su experiencia, su conocimiento y su pasión por el saber, gracias por inspirarnos y por permitirnos enriquecer nuestra mirada. Sus aportes fueron fundamentales para darle profundidad y sentido a este trabajo.

Este logro no es solo nuestro, es también el resultado del apoyo y la generosidad de quienes creyeron en nosotros y nos ayudaron a crecer, cuestionar y mejorar. A cada uno de ustedes, gracias por ser parte de este camino.

## Tabla de Contenido

DEDICATORIA .....	3
AGRADECIMIENTOS .....	5
TABLA DE CONTENIDO .....	6
LISTA DE TABLAS .....	8
LISTA GRÁFICAS .....	9
LISTA FIGURAS .....	10
RESUMEN .....	11
ABSTRACT .....	12
INTRODUCCIÓN .....	14
<b>1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>16</b>
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.2 PROBLEMA CONCRETO .....	21
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	22
1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	22
<i>Objetivo general</i> .....	22
<i>Objetivos específicos</i> .....	22
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
<b>2 MARCO DE REFERENCIA (REVISIÓN DOCUMENTAL) .....</b>	<b>27</b>
2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA TEORÍA DE SISTEMAS .....	27
2.1.1 <i>Innovación</i> .....	29
2.1.2 <i>Gestión</i> .....	33
2.2 ESTADO DEL ARTE – SECTOR GASTRONÓMICO EN LA LOCALIDAD DE SUBA EN BOGOTÁ, D.C .....	37
<b>3 METODOLOGÍA .....</b>	<b>54</b>
3.1 POSTURA EPISTEMOLÓGICA .....	55
3.1.1 <i>Enfoque, alcance y tipo de investigación</i> .....	56
3.1.2 <i>Población y muestra</i> .....	57
3.1.3 <i>Definición de la población</i> .....	57
3.1.4 <i>Cálculo y selección de la muestra</i> .....	58
3.2 DISEÑO METODOLÓGICO .....	60
3.2.1 <i>Momento de estudio Transversal o Longitudinales</i> .....	60
3.2.2 <i>Alcance del estudio:</i> .....	60
3.3 HIPÓTESIS (EN EL CASO QUE HAYA) .....	61
3.4 VARIABLES .....	61
3.4.1 <i>Operacionalización de las variables</i> .....	62
3.4.2 <i>Instrumento(s) de recolección de información</i> .....	64
3.4.2 <i>Análisis de información</i> .....	68

3.5	CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	69
3.5.1	<i>Análisis de consideraciones éticas</i> .....	71
3.6	INSTRUMENTOS DE ACEPTACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	71
3.6.1	<i>Codificación de Instrumento</i> .....	72
3.6.2	<i>Procedimiento</i> .....	74
<b>4</b>	<b>DISEÑO DEL MÉTODO</b> .....	<b>75</b>
4.1	DISEÑO: .....	75
4.1.1	<i>Momento de estudio Transversal o Longitudinales</i> .....	75
4.1.2	<i>Alcance del estudio:</i> .....	75
4.1.3	<i>Análisis de datos</i> .....	76
<b>5</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>77</b>
5.1	ANÁLISIS DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS .....	77
5.2	CARACTERIZAR LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA LOCALIDAD DE SUBA, BOGOTÁ. 83	
5.3	NIVEL DE PERCEPCIÓN EN LA INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA LOCALIDAD DE SUBA, BOGOTÁ. 85	
5.3.1	<i>Característica de la gestión de la innovación</i> .....	91
5.3.2	<i>Nivel de percepción de Innovación</i> .....	98
5.4	COMPONENTES DE UN MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA LAS MIPYMES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN LA LOCALIDAD DE SUBA, BOGOTÁ.....	99
5.5	RELACIÓN ESTADÍSTICA .....	105
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>108</b>
<b>7</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>111</b>
<b>8</b>	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>114</b>
<b>9</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>118</b>

## Lista de tablas

Tabla 1 Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS, en es lo que refiere a la gastronomía .....	34
Tabla 2 Variables y dimensiones de estudio .....	62
Tabla 3 Instrumento(s) de recolección de información .....	64
Tabla 4 Escala de Likert .....	73
Tabla 5 Escala Agrupada .....	73
Tabla 6 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas .....	83
Tabla 7 Componentes del modelo de gestión de innovación.....	100
Tabla 8 Ejemplo de la aplicación del modelo de acuerdo con las MiPymes.....	103
Tabla 9 Análisis de Correlación Bivariada .....	105
Tabla 10 Análisis de Correlación Bivariada .....	106

## Lista Gráficas

Gráfica 1 Unidad de Planificación Zonal (UPZ) del comercio .....	78
Gráfica 2 Tipo de Empresa .....	79
Gráfica 3 Genero.....	80
Gráfica 4 Rango de edad.....	81
Gráfica 5 Cargo.....	82
Gráfica 6 Dimensión Impacto Social y Sostenibilidad .....	85
Gráfica 7 Dimensión Adaptabilidad y Flexibilidad .....	87
Gráfica 8 Dimensión Enfoque Holístico.....	89
Gráfica 12 Variable Gestión .....	91
Gráfica 9 Dimensión Tecnología .....	92
Gráfica 10 Dimensión Transformación.....	94
Gráfica 11 Dimensión Interconexión y sinergia .....	96
Gráfica 13 Variable Innovación.....	98

## Lista Figuras

Figura 1 Variables y Dimensiones.....	61
Figura 2 Consentimiento e instrumento.....	118
Figura 3 Reporte de Similitud.....	119
Figura 4 Aval profesor Jorge Sosa.....	120
Figura 5 Aval Esperanza Rincón.....	121
Figura 6 Aval Neicy Valbuena.....	122

## Resumen

La investigación propone un modelo de gestión para mejorar la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en Suba, Bogotá, dada su relevancia económica local. El estudio cualitativo utilizó encuestas aplicadas a personas jurídicas de este sector para caracterizar prácticas de innovación y evaluar su impacto organizacional. La metodología midió la relación entre las variables de gestión e innovación y las Dimensiones de impacto social y sostenibilidad, adaptabilidad y flexibilidad, enfoque holístico, tecnología, transformación e interconexión y sinergia.

Los resultados muestran que muchas MiPymes operan bajo modelos tradicionales, con acceso limitado a recursos tecnológicos y financieros, lo que impacta su competitividad. Sin embargo, aquellas que adoptan tecnologías y procesos innovadores reportan mejoras en su posicionamiento, productividad y satisfacción del cliente. El análisis estadístico mostró una correlación significativa entre prácticas de gestión estratégica y niveles de innovación. Con base en estos hallazgos se estructuró un modelo de gestión basado en la teoría de sistemas, integrando las diversas Dimensiones

El modelo propuesto impulsa las capacidades internas, promueve la sostenibilidad y fortalece la interacción entre los subsistemas empresariales. En conclusión, se destaca la necesidad de fortalecer la innovación en estas organizaciones y desarrollar habilidades de liderazgo y gestión del cambio. La innovación, más allá de la tecnología, se concibe como una estrategia integral para asegurar la permanencia y crecimiento de las MiPymes gastronómicas en un mercado altamente competitivo.

*Palabras clave:* sostenibilidad, innovación organizacional, gestión estratégica, transformación, tecnología, MiPymes, competitividad.

### **Abstract**

The research proposes a management model to improve innovation in MiPymes in the gastronomic sector of Suba, Bogota, given its local economic relevance. The quantitative study used surveys applied to legal entities in this sector to characterize innovation practices and evaluate their organizational impact. The methodology measured the relationship between management and innovation variables and the dimensions of social impact and sustainability, adaptability and flexibility, holistic approach, technology, transformation, and interconnection and synergy.

The results show that many MiPymes operate under traditional models, with limited access to technological and financial resources, which impacts their competitiveness. However, those that adopt innovative technologies and processes report improvements in their positioning, productivity and customer satisfaction. Statistical analysis showed a significant correlation between strategic management practices and innovation levels. Based on these findings, a management model was structured based on systems theory, integrating the various dimensions.

The proposed model boosts internal capabilities, promotes sustainability and strengthens the interaction between business subsystems. In conclusion, it highlights the need to strengthen innovation in these organizations and to develop leadership and change management skills. Innovation, beyond technology, is conceived as an integral strategy to ensure the permanence and growth of gastronomic MiPymes in a highly competitive market.

*Keywords:* sustainability, organizational innovation, strategic management, transformation, technology, MiPymes, competitiveness.

## Introducción

La MiPymes se han convertido en un eje importante para la economía del país incluso a nivel de Latinoamérica se identifica que generan un impacto importante en el PIB, sin embargo, la evolución de estas es variable porque depende de capacidades a nivel de recursos físicos, tecnológicos, financieros, recurso humano, conocimientos e interacción en el medio. Sin embargo, se identifica que actualmente las MiPymes tienen un papel importante en el crecimiento económico del país, así lo planteó la Ministra del Trabajo Alicia Arango Olmos, en el 1er Congreso de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Pequeña y Mediana Empresa – MiPymes, donde “recordó la importancia que tienen las MiPymes en el país, debido a que, según cifras del DANE, estas representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 35% del PIB y el 80% del empleo de toda Colombia” Ministerio de trabajo, (2019)

De acuerdo con los datos expuestos anteriormente, en el presente documento se presenta información asociada a la gestión de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico y sí, se han implementado modelos que hayan influido en su desempeño organizacional, esto a fin de identificar fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que han tenido estas organizaciones, así mismo, se debe tener en cuenta las particularidades de estas empresas para que el modelo de gestión de la innovación no sea tomado como un aspecto de competitividad a nivel interno por la capacidad intelectual de quienes interactúen en la misma, si no que sean a favor de contribuir en el aumento de su efectividad y mejoramiento constante.

Dentro de la problemática que se evidencia actualmente en las MiPymes gastronómicas, se encuentra el desempeño que estas pueden tener por la falta de recursos ya sean financieros, tecnológicos, de conocimiento, entre otros; aspectos que son relevantes al momento de poder

implementar un modelo de innovación que vaya encaminado a la adopción de procesos o herramientas tecnológicas (software y hardware) que contribuyan a lograr dicha innovación; sin embargo, aquellas empresas que logren adoptar esta innovación obtendrán un mejor posicionamiento y consolidación en el mercado, a través del fortalecimiento de sus capacidades operativas, financieras, tecnológicas, a nivel de proceso y procedimientos, lo que conllevará a mejorar la satisfacción de sus clientes a través de sus productos o servicios. Por ende, a través de la presente investigación se espera identificar elementos que contribuyan en: ¿Qué características debe contener un modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico?

## 1 Planteamiento del Problema

En un entorno globalizado y altamente competitivo, la innovación se ha convertido en un factor determinante para la supervivencia y el éxito de las empresas. La capacidad de generar nuevas ideas, desarrollar productos y servicios disruptivos y mejorar continuamente los procesos internos es fundamental para mantener una ventaja competitiva en el mercado; las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) debido a que representan un impacto significativo para la economía de cualquier país. En Latinoamérica, las MiPymes generan alrededor del 60% del empleo y contribuyen a cerca del 30% del Producto Interno Bruto (PIB) (Cepal, 2023).

Sin embargo, a pesar de su importancia, las MiPymes suelen enfrentar diversos desafíos que limitan su crecimiento y competitividad, entre ellos, los recursos limitados, la falta de acceso a la información, el desconocimiento del sector y/o la organización, y dificultades para adaptarse a los cambios, entre otros.

Ahora bien, la gestión de la innovación es un proceso sistemático que permite a las empresas identificar oportunidades, desarrollar ideas y convertirlas en productos, servicios y procesos innovadores. La implementación de una gestión eficaz de la innovación puede ayudar a las MiPymes a mejorar su competitividad, tal como lo plantea Rodeiro y Lopez, (2021) “Las empresas son un componente más de los sistemas de innovación; sin embargo, debemos tener en cuenta que son uno de los agentes que poseen un nivel de importancia superior, ya que generalmente son las que materializan y trasladan los nuevos conocimientos y tecnologías al sistema productivo y a los mercados (González, 2003a)”. Para Ocampo, Mendoza y Serna, (2021) “algunos autores plantean que la innovación debe ser reconocida como un proceso que engloba todas las operaciones de la organización y permite el lanzamiento al mercado de nuevos y

mejorados productos o procesos, mediante la combinación de las capacidades técnicas, comerciales, financieras y administrativas que hacen más competitivas a las empresas” (Granstrand y Holgersson, 2020).

De igual manera, una gestión eficaz de la innovación puede ayudar a las MiPymes gastronómicas a incrementar su productividad, y es que la competitividad de un país, está representado por el conjunto de instituciones políticas y factores que determinan su nivel de productividad, por ende, para que un país tenga un crecimiento económico competitivo es importante que los empresarios, empresas e industrias desarrollen la habilidad de crear productos con valor agregado, así como mejorar la gestión de los procesos y modelos de negocio innovadores que permitan garantizar un dinamismo en sus economías. Díaz, Zamora, Mora, (2019).

Aunado a lo anterior, para Mendoza, Macías y Parrales, (2021), “El desarrollo empresarial, está relacionado con varios factores, como crecer sobre la base de una unidad económica, crecer generando otras unidades; mejorar la economía, eficiencia, efectividad, productividad y competitividad”, así mismo se debe tener en cuenta que el crecimiento de una empresa se determina en función de su productividad más o menos alta y la capacidad de producir, lo que implica el reconocimiento del estado y la forma en que los diversos insumos se han utilizado productivamente en el proceso. Por tanto, la productividad condensa el problema central de la economía: utilizar cada vez mejor los recursos disponibles. Mendoza, Macías y Parrales, (2021).

Otro factor relevante para las MiPymes es la generación de nuevos empleos, las pymes contribuyen sustancialmente en la producción, la generación de empleo y el valor agregado tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo (Brown et al., 2020; Eggers, 2020). De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las

pymes generan entre el 50 % y el 60 % del valor agregado, y en cifras de desarrollo, son responsables de alrededor del 33 % del producto interno bruto (PIB) (Nowakowska-Grunt et al., 2018). Adán, Munar, Romero, Gordillo, (2022).

## 1.1 Descripción del problema

Ochoa et al. (2022) en el capítulo V presentan una Evaluación de las Capacidades Estratégicas, Digitales E Innovadoras Para Incorporar Tecnologías en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia con el propósito de evaluar las capacidades estratégicas, digitales e innovadora que enfrentan las MiPymes al incorporar las tecnologías digitales, desde una metodología mixta. Con un estudio descriptivo y el modelo CEDI (Capacidades Estratégicas, Digitalizadoras e Innovadoras); con la aplicación de una encuesta cerrada a 100 profesionales de cuatro MiPymes del sector comercial, de servicios, industrial y otras en la ciudad de Bogotá - Colombia. Los resultados demostraron que en un el 40%, la capacidad estratégica está en una calificación entre 3 y 4, es decir, un nivel regular y alto. Seguido de la capacidad digital con un 33% con niveles de 1 y 2 muy bajos y bajos. Mientras que, en la capacidad innovadora, se obtiene resultados muy similares con un 27% con un nivel de calificación de 3, siendo un nivel regular. Estos resultados son preocupantes para lograr con éxito la incorporación tecnológica digital.

(Blacio, 2022) Realizó una investigación enfocada en la Innovación como herramienta para la gestión empresarial en las MiPymes de Santo Domingo en la cual utilizó una metodología descriptiva basada en una revisión bibliográfica, con el fin de identificar empresas que invierten en innovación o que destacan la importancia de innovar. Algunas de las conclusiones indican que: “las grandes, pequeñas y medianas empresas han invertido o gastado en la implementación de nuevas tecnologías para los procesos de producción al igual que en la investigación con el objetivo

de crear productos innovadores y únicos para el consumidor y así ganar lugar en el mercado competitivo”.

De igual manera, (Blacio, 2022) Con base en los resultados resalta la importancia de la innovación en las empresas, en sus procesos, debido a que se generan ventajas competitivas para su incremento económico y líderes en el mercado en cuanto a innovación.

Diversos estudios desarrollados han dejado en evidencia los aportes que han brindado las MiPymes en las economías de los países, y cada vez más se estudia cómo estas empresas pueden mejorar sus capacidades humanas, tecnológicas, operacionales, financieras, entre otras, que permitan la prolongación de sus existencias en los mercados, generando con ello beneficios no solamente para sus propietarios o accionistas, sino a sus empleados, comunidades y países, lo que representa empresas sólidas que generan valor a la sociedad, tal como lo plantea Azuero Rodríguez , García Solarte, & Garibello García, (2022) “En la actualidad donde las sociedades están cada vez más interconectadas se evidencia el impacto que generan las organizaciones con sus actividades económicas, independientemente del sector al que pertenezcan.

Un porcentaje considerable de Pymes logra mantenerse, posterior a la marca de los dos años a partir de su creación (en el caso de México), en una posición de confort, en donde evitan tomar grandes “riesgos”, como lo son la inversión en mercadotecnia, capacitación o nuevas tecnologías y terminan favoreciendo ellas mismas la aparición de situaciones o circunstancias que llevan a su propia ruina. Lo anterior aunado al caso de la falta formal de formación de directivos y gerentes, que en muchos casos se trata de los mismos propietarios, que tiene como consecuencia la presencia de elementos en la empresa, incapaces de reconocer oportunidades y/o capitalizar en una ventaja competitiva para consolidar el futuro de la actividad empresarial, por lo que resulta incluso vital,

mantener precaución de rehusarse a considerar fortalecer estas áreas en el desarrollo de las organizaciones aún en camino de maduración. Juárez, M. Y. V. (2023).

En Colombia de acuerdo con la cámara de comercio existen:

400.000 empresas registradas y renovadas en la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)... Del total de empresas registradas y renovadas, el 87% son microempresas (350.265), el 9% pequeñas empresas (38.151), el 3% medianas (10.533) y el 1% grandes empresas (3.597). La región Bogotá- Cundinamarca es el motor de la economía colombiana por el tamaño, la dinámica de sus actividades productivas, la generación de empleo y la fortaleza de su actividad empresarial, dado que genera el 31% del PIB Nacional. (Portafolio, 2020).

En Bogotá y la región, de acuerdo con cifras emitidas por la revista portafolio al 30 de noviembre de 2020 se contaba con un total de 441.022 empresas activas, de las cuales La mayoría son microempresas, 384.534, que representan el 87,2%; 40.581 son pequeñas (9,2%); 11.814 medianas (2.7%), y 4.093 grandes (0.9%) ... En Bogotá, las localidades con más empresas son Suba con el 13% (49.095), Usaquén con 11% (40.217) y Kennedy con el 10% (37.794 empresas). (Portafolio, 2020)

De igual manera con base en lo publicado por la cámara de comercio de Bogotá, los sectores económicos con mayor cantidad de empresas registradas son: servicios y comercio, con un 45% y 34% respectivamente.

Con lo anterior se evidencia que en Colombia las micro y pequeñas empresas tienen una representación bastante significativa en el mercado, por lo cual se hace necesario analizar la gestión de la innovación para este tipo de organizaciones.

La innovación genera valor y ofrece soluciones que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes, y no solo se trata de llevar al mercado un nuevo producto o servicio (Briceño, 2009). En este aspecto, es necesario entender que las empresas grandes no son las únicas que pueden ser innovadoras, puesto que éstas se pueden desarrollar en diferentes ámbitos, no hay que excluir a las MiPymes, que debido a su flexibilidad pueden aprovechar la innovación mejorando su productividad y organización. Saldarriaga, Guzmán y Concha, (2019).

De igual manera, el concepto de gestión de la innovación ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas. En sus inicios, se centraba en la investigación y el desarrollo (I+D) de nuevos productos y tecnologías. Sin embargo, con el tiempo, se ha reconocido que la innovación abarca un espectro más amplio, incluyendo la creación de nuevos modelos de negocio, la mejora de procesos internos y la adaptación a los cambios del mercado (Arocena & Sutz, 2020).

Así mismo, en un entorno globalizado y altamente competitivo, la innovación se ha convertido en un factor determinante para la supervivencia y el éxito de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). La capacidad de generar nuevas ideas, desarrollar productos y servicios disruptivos y mejorar continuamente los procesos internos es fundamental para que las MiPymes puedan competir con empresas más grandes y consolidadas (Ruiz & Uribe, 2020).

## **1.2 Problema concreto**

De acuerdo con la descripción del problema se identifica que en la actualidad las MiPymes gastronómicas luchan para ser competitivas en un mercado dinámico y saturado. Debido a la rápida evolución de las preferencias del consumidor, la creciente competencia y los avances tecnológicos, lo que las obliga a innovar. No obstante, muchas carecen de estrategias de gestión efectivas para implementar y mantener la innovación, lo que frena su crecimiento y diferenciación. A esto se

suma su limitado acceso a recursos financieros y técnicos, junto con la escasez de capacitación en gestión y liderazgo para fomentar una cultura de innovación.

A pesar de ser claves para el desarrollo económico y cultural, estas empresas a menudo operan con esquemas tradicionales. Esto crea una brecha entre su potencial y sus resultados, afectando su sostenibilidad y su aporte al desarrollo local. Por ello, es crucial desarrollar un modelo de gestión que integre la innovación, optimice recursos y asegure su competitividad.

### **1.3 Pregunta de investigación**

¿Qué características debe contener un modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico?

### **1.4 Objetivos de investigación**

#### **Objetivo general**

Proponer un modelo de gestión que contribuya en el mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

#### **Objetivos específicos**

1. Caracterizar la gestión de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.
2. Establecer el nivel de percepción en la innovación de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

3. Identificar los componentes de un modelo de gestión de innovación para las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

### **1.5 Justificación de la investigación**

La innovación de proyectos tal como lo plantea Pape y Nazer, (2021) “es un proceso que debe obedecer a una planificación de tipo estratégica en la empresa y juega un rol de importancia al momento de competir con otros productores” y es que tal como lo plantea el autor, las empresas cada día se ven enfrentadas a nuevos retos de diversos temas, políticos, económicos, ambientales, tecnológicos, entre otros que los retan a buscar estar en constante innovación para permanecer en los mercados, así como fortalecer sus servicios o productos que les brinde ventajas competitivas frente a sus competidores, esto se confirma con lo planteado por García, Tumbajulca y Tarrillo, (2021) quienes plantean que “las condiciones mismas fuerzan a las empresas a tomar medidas de innovación empresarial para fortalecer y resaltar su competitividad en el mercado”.

De acuerdo con lo que plantea Rodríguez y Quintero, (2022) “Teniendo en cuenta que el desarrollo económico tiene una alta dependencia de la innovación, entendiendo por innovación el potencial que tienen las organizaciones para desarrollar capacidades que les permitan crear o mejorar productos, servicios, procesos y modelos de negocio, de manera diferenciada y con valor superior para el cliente y la empresa (Quintero Sepúlveda et al., 2019)”.

De igual manera, de acuerdo con lo que planteado por Barrio, (2019), es el fenómeno de la globalización, que ha generado que las organizaciones y el mundo tenga una relación mucho más fácil y permita efectuar una interacción y negociación en línea, lo que también lleva a generar regulaciones a nivel internacional donde las organizaciones deben prepararse y alinearse a dichas normas a fin de lograr poder tener espacio en estos procesos, de igual manera se evidencian

cambios derivados del aumento de desconfianza de los ciudadanos hacia las organizaciones, la progresiva concientización del papel que desempeña el desarrollo empresarial en las comunidades y su impacto en el medio ambiente y finalmente el impacto de la ética que está relacionado con la rentabilidad en las empresas.

Ahora bien, la innovación de servicios es un tema de interés creciente para investigadores de innovación y para aquellos que plantean las políticas de innovación. El sector de servicios ha crecido y genera gran parte de los empleos en los países industriales, haciendo aportes valiosos a la productividad y competitividad de sus economías y generando calidad de vida para los ciudadanos (De Brentani, 2001). (Cardona, Balza Franco, & Henríquez, 2017).

De hecho, las empresas que venden servicios de tecnología han logrado niveles de crecimiento que en muchas ocasiones están por encima de las empresas de manufacturas (Sheehan, 2006).

Para Morelos, Gómez y De Ávila, (2021), “La innovación es parte fundamental para la gestión y el fortalecimiento de los procesos organizacionales, y definida, como el único camino que tienen las organizaciones para afrontar los nuevos desafíos, buscar el éxito, ser competitivas y ser sostenibles.” Y es que toma relevancia este concepto con los constantes avances y cambios que ha tenido la sociedad, quien en los últimos años ha venido teniendo una gran evolución a nivel tecnológico y derivado de la pandemia COVID- 19 se dio una mayor aceleración en la conectividad y los procesos digitales, los cuales no fueron ajenos para las organizaciones, y es que este aspecto tuvo un gran impacto en las MiPymes:

Sin duda, las micro y pequeñas empresas están entre los segmentos más afectados por esta pandemia; pero, a su vez, cumplen un papel importante, ya que tienen la responsabilidad de

suministrar productos y servicios para la población. La reducción de la demanda (nacional e internacional) se considera un problema principal que se está enfrentando, debido a las órdenes de confinamiento en muchos países del mundo con la finalidad de evitar la propagación del virus. García, Tumbajulca y Cruz, (2021).

Ahora bien, al analizar la relación de la innovación con las MiPymes, se encontraron varias investigaciones:

Al estudiar el entorno de las MiPymes se encontró que, para su supervivencia, las empresas necesitan aumentar la productividad y diferenciación de productos, a través del acceso a la información de mercado, el diseño de estrategias y como elemento sumamente importante la incorporación de actividades de innovación. Ahora bien, de acuerdo con las iniciativas de innovación en el mundo y en Colombia, se encuentra que algunos de los elementos diferenciadores entre una empresa innovadora y otra que no lo es, son: la implementación de actividades/procesos de investigación y desarrollo, la evaluación de los procesos, la búsqueda de oportunidades de mejora del rendimiento, el uso de tecnología y el compromiso de los directivos. García, (2018).

Actualmente las MiPymes tienen un papel importante en la economía de país, tal como lo planteó la ministra del Trabajo Alicia Arango Olmos, en el 1er Congreso de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Pequeña y Mediana Empresa – MiPymes, donde “recordó la importancia que tienen las MiPymes en el país, debido a que, según cifras del DANE, estas representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 35% del PIB y el 80% del empleo de toda Colombia” Ministerio de trabajo, (2019)

De acuerdo con los datos expuestos anteriormente, se evidencia la necesidad de conocer la gestión de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico y sí, se han implementado

modelos que hayan influido en su desempeño organizacional, esto a fin de conocer las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que han tenido estas organizaciones, así mismo, se debe tener en cuenta las particularidades de estas empresas para que el modelo de gestión de la innovación no sea tomado como un aspecto de competitividad a nivel interno por la capacidad intelectual de quienes interactúen en la misma, si no que sean a favor de contribuir en el aumento de su efectividad y mejoramiento constante.

Dentro de la problemática que se evidencia actualmente en las MiPymes del sector gastronómico, se encuentra el desempeño que estas pueden tener por la falta de recursos ya sean financieros, tecnológicos, de conocimiento, entre otros; aspectos que son relevantes al momento de poder implementar un modelo de innovación que vaya encaminado a la adopción de procesos o herramientas tecnológicas (software y hardware) que contribuyan a lograr dicha innovación; sin embargo, aquellas empresas que logren adoptar esta innovación obtendrán un mejor posicionamiento y consolidación en el mercado, a través del fortalecimiento de sus capacidades operativas, financieras, tecnológicas, a nivel de proceso y procedimientos, lo que conllevará a mejorar la satisfacción de sus clientes a través de sus productos o servicios.

## 2 Marco de Referencia (Revisión Documental)

Dentro del contexto empresarial sobre el cual se fundamenta este proyecto de investigación, es imperativo establecer la innovación como un elemento fundamental para la sostenibilidad y el desarrollo de las MiPymes, particularmente en el ámbito de la gastronomía. En este sentido, la teoría de sistemas proporciona un marco conceptual robusto para enfrentar este reto de aplicación y concebir cómo las organizaciones mantienen interacciones con su entorno y con otros sistemas.

### 2.1 Características de la teoría de sistemas

Este enfoque holístico facilita la identificación de las variables internas que impactan la innovación, tales como la cultura organizacional y los procesos operativos, así como las influencias externas, que incluyen las tendencias del mercado, la normativa y el comportamiento del consumidor. Cuando una empresa adopta una visión sistémica, es posible desarrollar modelos de gestión que promueven la creatividad y la adaptabilidad de los procesos y mejora la interacción entre los diversos elementos del sistema, abarcando desde proveedores hasta clientes.

Este enfoque integral fue introducido por Ludwig Von Bertalanffy en 1968 y ha encontrado aplicación en diversas disciplinas, incluyendo la administración, la biología y las ciencias sociales Moreno Rubio, (2020). De esta forma, esta teoría se centra en que los sistemas trabajan en conjunto para alcanzar un objetivo común, entendiendo esta teoría como una disciplina interdisciplinaria que examina cómo los diferentes componentes de un sistema interactúan para formar un todo coherente (Moreno, 2020).

La implementación de un modelo de gestión basado en la teoría de sistemas puede contribuir significativamente al mejoramiento de la innovación en las MiPymes gastronómicas

porque promueve un entorno propicio para el aprendizaje continuo, de manera que las empresas no solo se adapten a los cambios sino que desarrollen soluciones innovadoras que respondan a las demandas del mercado de manera efectiva, entendiendo el comportamiento del sistema desde una visión holística (Becerra & Castorina, 2018).

Por otro lado, un sistema, según Bowler (2022), es un conjunto de elementos que se encuentran interrelacionados y que colaboran para lograr un objetivo compartido. Esta interrelación es fundamental, dado que cada uno de los componentes influye y es influido por los demás, creando así un equilibrio dinámico en el interior del sistema (García, 2006). La interacción entre los distintos elementos de un sistema da lugar a propiedades emergentes, es decir, características que no se pueden observar en los componentes de manera aislada, sino que surgen de la interacción total (Moreno, 2020).

La teoría ha sido empleada para profundizar en la comprensión de las organizaciones, considerándolas como sistemas dinámicos que aprenden y se ajustan. En este sentido, Peter Senge (2020), sugiere que las organizaciones pueden lograr un rendimiento sostenido a través de la creación de una visión común y un proceso de aprendizaje constante, lo que permite una mejor adaptación a los cambios en el entorno organizacional. Además, la naturaleza compleja de ciertos problemas requiere la combinación de saberes provenientes de diferentes áreas del conocimiento, y esta afirmación posiciona a esta teoría como un marco epistémico adecuado para el estudio de situaciones complejas (Moreno, 2020).

Desde la óptica organizacional, los sistemas son entendidos como entidades complejas y diversas que demandan una gestión holística con una visión estratégica que permite identificar patrones o comportamientos influyentes para la toma de decisiones y la ejecución de los cambios

(Boulding, citado en Grafiati, 2023). Dentro de estos sistemas se encuentran disciplinas alternas como la cibernética que se enfoca en el control y la comunicación, es decir que a través del control de los flujos de información se realiza el análisis y el diseño de estrategias, se crean modelos para representar la realidad, se plantean soluciones y se hacen predicciones a partir del conocimiento científico y su aplicación en problemas prácticos. resilientes y eficientes en las organizaciones para ayudar en la adaptabilidad de los procesos. (García, 2006; Mikulecky, 2007).

### **2.1.1 Innovación**

En cuanto a los procesos de innovación, existe el modelo Sistema Nacional de Innovación (SNI) que ilustra las interacciones entre los diversos actores que integran un sistema y es considerado como un instrumento fundamental para el crecimiento económico de un país u organización, ya que incrementa las habilidades para abordar retos globales mediante la innovación (Natera, 2020).

Investigadores como Lundvall (1992) y Nelson y Winter (1982) presentaron esta visión al asociar la innovación con un proceso evolutivo y acumulativo, en el cual las interacciones entre empresas, instituciones y sectores son fundamentales para la generación y propagación del conocimiento Freeman (como lo cito la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2015). A diferencia del modelo lineal convencional de innovación, el enfoque de sistemas de innovación afirma que la generación de nuevos conocimientos resulta de las interacciones entre diversos actores, y no únicamente de la investigación formal. De acuerdo con Quintero Campos (2015), el Sistema (SNI) constituye una red de instituciones que promueve la transferencia de tecnologías y saberes a nivel nacional.

## **Tecnología**

En la actualidad, la tecnología se ha consolidado como un elemento fundamental dentro de la teoría de sistemas, desempeñando un papel crucial en la innovación y la transformación organizacional (González & Pérez, 2021). En el ámbito de la gastronomía, la adopción de tecnologías tales como sistemas de gestión, plataformas digitales y herramientas de análisis de datos puede potenciar de manera significativa la adaptabilidad y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en un entorno que es tanto dinámico como competitivo.

Desde el enfoque sistémico, la tecnología se concibe no únicamente como un recurso, sino como un instrumento que articula procesos, mejora la comunicación y perfecciona la toma de decisiones. La adopción de tecnologías en las MiPymes del sector gastronómico posibilita la integración de áreas como operaciones, marketing y finanzas, creando un flujo continuo de información que impulsa la innovación (Rodríguez & Vargas, 2022). En este contexto, un modelo de gestión basado en la teoría de sistemas debe reconocer la tecnología como un subsistema esencial que interactúa con otros elementos organizacionales para lograr metas compartidas.

La habilidad de las MiPymes para innovar está condicionada por su capacidad de implementar tecnologías de forma estratégica, lo que requiere una gestión del cambio efectiva y una comprensión holística de su repercusión en la organización en su conjunto (Martínez & Sánchez, 2020). En este contexto, la teoría de sistemas proporciona un marco teórico que permite examinar de qué manera las tecnologías pueden modificar no solo los procesos internos, sino también las interacciones con clientes, proveedores y otros actores relevantes dentro del ecosistema gastronómico.

En conclusión, la adopción de un enfoque sistémico en la implementación de tecnologías en las MiPymes del sector gastronómico de Suba, Bogotá. Debe ir más allá de la simple compra

de herramientas tecnológicas. Es fundamental también fomentar el desarrollo de competencias tanto humanas como organizacionales que permitan un uso eficaz de dichas herramientas. Este proceso demanda una perspectiva integral que integre aspectos técnicos y humanos, asegurando que la tecnología esté en consonancia con los objetivos estratégicos de innovación y sostenibilidad empresarial (Gómez & López, 2021).

### **Transformación**

Así mismo, se evidencia que la **transformación**, en el marco de la teoría de sistemas, se define como el proceso de cambio interno en el que los recursos que ingresan al sistema se transforman en productos o servicios que satisfacen las demandas del entorno. En el contexto de las MiPymes del sector gastronómico, esta transformación abarca no solo la optimización de los procesos operativos, sino también la incorporación de capacidades innovadoras para hacer frente a los retos del mercado y a las expectativas de los consumidores (Pérez & Gómez, 2020). Este concepto resalta la importancia de contar con modelos de gestión que promuevan la evolución constante del sistema organizacional.

Ahora bien, la transformación sistémica en el ámbito gastronómico implica la integración de recursos humanos, tecnológicos y financieros con el fin de crear valor y asegurar la sostenibilidad de las empresas. Un enfoque de gestión fundamentado en la teoría de sistemas facilita la identificación de áreas críticas en el proceso de insumos y productos finales, sugiriendo estrategias para optimizar la eficiencia y fomentar la innovación (López & Sánchez, 2022). Este enfoque es particularmente relevante para las MiPymes, que a menudo se enfrentan a restricciones estructurales que pueden ser superadas a través de una gestión sistemática y transformadora.

De igual manera, la transformación en la teoría de sistemas recalca la relevancia de la retroalimentación como impulsor de la mejora continua. En el contexto de las MiPymes del sector

gastronómico en Suba, Bogotá, la adopción de un modelo de gestión innovador podría incluir mecanismos destinados a evaluar y modificar procesos basándose en los resultados alcanzados. Este enfoque no solo fortalece la competitividad de las empresas, sino que también fomenta una cultura organizacional centrada en la innovación (Ramírez & Torres, 2023).

### **Interconexión y Sinergia**

La interconexión entre los diferentes subsistemas, tales como la administración de recursos humanos, la innovación en productos y los procesos operativos, resulta fundamental para el rendimiento de las empresas. Estos subsistemas no operan de forma independiente, sino que están interrelacionados a través de flujos de información y recursos que permiten una adecuada adaptación a un entorno en constante cambio. En este contexto, un enfoque sistémico facilita la identificación de cuellos de botella y oportunidades de mejora, lo que a su vez favorece la sostenibilidad y la innovación en las MiPymes (González & Méndez, 2020).

La sinergia, producto de una interconexión efectiva, fomenta la innovación al combinar conocimientos, experiencias y recursos variados en el ámbito empresarial. En el contexto de las MiPymes del sector gastronómico, esta sinergia se puede evidenciar a través de la colaboración entre los diferentes equipos de trabajo, la adopción de nuevas tecnologías y la interacción con proveedores y clientes. Este proceso dinámico facilita una respuesta más eficiente y competitiva ante las exigencias del mercado (López & Martínez, 2022).

El efecto social de las organizaciones MiPymes, analizado desde la óptica de la teoría de sistemas, se evalúa en función de su aporte al desarrollo comunitario, la creación de empleo y la promoción de la inclusión social. Estas variables son entendidas como subsistemas interrelacionados dentro del modelo organizacional, los cuales requieren una gestión coherente

para alcanzar un balance entre la rentabilidad económica y el bienestar de la comunidad (Hernández & Vargas, 2022).

En este marco, las MiPymes tienen el potencial de actuar como catalizadores del cambio social a través de estrategias innovadoras que incorporen prácticas responsables. Por ende, la innovación conlleva la implementación o mejora de la tecnología o los sistemas, para generar transformación en las organizaciones y es de vital importancia de generar interconexión y sinergia en la implementación de los cambios y el uso de la tecnología o los sistemas que se adquieran o se actualicen; de la armonización de estos dependen los resultados.

### **2.1.2 Gestión**

La implementación de la teoría de sistemas en el desarrollo de un modelo de gestión para las MiPymes conlleva la creación de estrategias que fomenten la interacción entre los diferentes subsistemas y optimicen las sinergias. Este proceso demanda la interconexión y sinergia que contemple tanto la estructura interna de la organización como su vinculación con el contexto externo. Así, se promueve la innovación como un proceso constante y sostenible, situando a las MiPymes del sector gastronómico como actores clave en el desarrollo económico y social de la localidad de Suba (Pérez & Gómez, 2023).

### **Impacto social y sostenibilidad**

La sostenibilidad, entendida como un elemento fundamental en la teoría de sistemas, resalta la importancia de equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental. En el contexto de las MiPymes del sector gastronómico, esto conlleva la adopción de prácticas que minimicen su huella ecológica, tales como la correcta gestión de residuos y la utilización de insumos sostenibles. Desde esta óptica, el modelo de gestión propuesto tiene como objetivo integrar procesos de innovación

que permitan a estas empresas operar de manera más sostenible y adaptativa ante las exigencias del mercado y los retos ambientales (Gómez & López, 2021).

Para contribuir en la sostenibilidad es importante tener en cuenta el aporte que, desde el sector gastronómico “en este caso en la localidad de Suba” puede contribuir en el cumplimiento los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS, en es lo que refiere a la gastronomía se identifican oportunidades como:

*Tabla 1 Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS, en es lo que refiere a la gastronomía*

<b>ODS 12: Producción y consumo responsables</b>	Promover el uso eficiente de ingredientes, la reducción del desperdicio alimentario, el uso de productos locales y de temporada, y prácticas de cocina sostenible.
<b>ODS 2: Hambre cero</b>	Mejorar la seguridad alimentaria, promover dietas nutritivas y apoyar a productores locales.
<b>ODS 6: Agua limpia y saneamiento</b>	Uso responsable del agua en la cocina, el lavado y limpieza, así como el tratamiento adecuado de aguas residuales.
<b>ODS 7: Energía asequible y no contaminante</b>	Uso de equipos eficientes energéticamente y la incorporación de fuentes de energía renovable en cocinas y restaurantes.
<b>ODS 13: Acción por el clima</b>	Reducir la huella de carbono mediante transporte sostenible de insumos, energías limpias y menor uso de plásticos y desechables.
<b>ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres</b>	Incentivar el consumo de productos agroecológicos, la conservación de especies nativas y prácticas que protejan el suelo.
<b>ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles</b>	Los restaurantes pueden integrarse en comunidades sostenibles, apoyando la economía local y reduciendo su impacto ambiental.

Al incorporar los principios de impacto social y sostenibilidad dentro del contexto de la teoría de sistemas, esta investigación presenta un modelo de gestión diseñado para atender las particularidades de las MiPymes del sector gastronómico en Suba. Este modelo tiene como objetivo no solo mejorar la capacidad innovadora de estas empresas, sino también fomentar el desarrollo sostenible tanto del sector como de la comunidad circundante. Así, se impulsa una perspectiva holística de las organizaciones, considerándolas como sistemas dinámicos que pueden adaptarse y aportar al bienestar común (Rodríguez & Torres, 2023).

La ejecución del modelo deben incluir acciones que contribuyan en una gestión ambiental responsable y la vinculación de la comunidad para contribuir en prácticas sostenibles como el uso adecuado de los ingredientes, el consumo responsable de agua y energía, y la gestión adecuada de residuos; esto debido a que los establecimientos gastronómicos no solo contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que también fomentan la conciencia ciudadana y el compromiso colectivo con el bienestar social; generar impacto en la conservación de los recursos naturales, la mitigación del cambio climático y la sensibilización de los consumidores frente a hábitos más conscientes y sostenibles. Departamento Nacional de Planeación. (s.f.). Acción por el clima. Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS Colombia.

### **Adaptabilidad y Flexibilidad**

La adaptabilidad se refiere a la habilidad de un sistema para transformar sus elementos o procesos internos en función del entorno. De acuerdo con la teoría de sistemas, es fundamental que los subsistemas operen de manera conjunta para asegurar que las adaptaciones sean tanto funcionales como efectivas (Checkland, 1981; Rodríguez & Vargas, 2022). En el contexto de las MiPymes, esto conlleva la necesidad de modificar las prácticas de gestión e integrar tecnologías

que fomenten la innovación en productos y servicios, lo que a su vez genera ventajas competitivas sostenibles (Gómez & López, 2021).

Ahora bien, la flexibilidad se define como la habilidad de un sistema para organizarse sin comprometer su funcionalidad. En el ámbito de las MiPymes del sector gastronómico, esta cualidad resulta fundamental para llevar a cabo ajustes rápidos en sus procesos, tales como la diversificación de sus menús o la implementación de nuevos modelos de negocio, como el servicio a domicilio (Martínez & Sánchez, 2020). Además, la flexibilidad facilita la gestión eficiente de los recursos, lo que a su vez potencia la capacidad de innovación en contextos inciertos (Saiz-Álvarez, 2021).

Finalmente, la adaptabilidad y la flexibilidad son dos competencias esenciales para la creación de un modelo de gestión que impulse la innovación en las MiPymes. Desde el enfoque de la teoría de sistemas, este modelo debe incorporar procesos que faciliten a las organizaciones la capacidad de reaccionar ante las demandas del entorno y conservar su competitividad en un mercado en constante transformación, como es el sector gastronómico en Suba (Rodríguez & Vargas, 2022). Este enfoque favorece la resiliencia organizacional, un elemento crucial para asegurar el éxito sostenible a largo plazo.

### **Enfoque holístico**

El enfoque holístico en la teoría de sistemas se basa en la concepción de las organizaciones como sistemas abiertos, en los cuales los elementos se relacionan de manera interdependiente para lograr objetivos compartidos. En el ámbito de las MiPymes del sector gastronómico, este enfoque permite examinar cómo los componentes internos, tales como el capital humano, los procesos y la tecnología, se vinculan con factores externos como el mercado, las regulaciones y las tendencias

de consumo (Bertalanffy, 2020). Este marco teórico ayuda a identificar los aspectos críticos que obstaculizan la innovación y a proponer estrategias integrales que mejoren su rendimiento general (Pérez & Ramírez, 2021).

Dicho enfoque subraya la importancia de percibir las organizaciones como un todo, no solo teniendo en cuenta las interrelaciones internas, sino también las interacciones con su entorno. Este enfoque es particularmente relevante en el sector de la gastronomía, que se distingue por su intensa competencia y la rápida evolución de las preferencias de los consumidores. La implementación de este enfoque facilita la creación de modelos de gestión que integren los objetivos estratégicos con la capacidad de innovación, fomentando así la sostenibilidad y el desarrollo empresarial (Gómez & López, 2021).

Aunado a lo anterior, la innovación del enfoque holístico se concibe como un fenómeno emergente que resulta de las interacciones entre los diversos subsistemas dentro de la organización. Este enfoque posibilita la creación de modelos de gestión que incorporen la mejora continua, la adaptabilidad y la colaboración como fundamentos esenciales para fomentar la innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector gastronómico (Rodríguez & Vargas, 2022). Asimismo, permite analizar de qué manera la cultura organizacional y el liderazgo afectan la capacidad de las empresas para ajustarse a un entorno en constante cambio (López & Torres, 2023).

## **2.2 Estado del Arte – Sector Gastronómico en la localidad de Suba en Bogotá, D.C**

El ámbito gastronómico en Colombia constituye una manifestación cultural que ha favorecido el progreso de diversas regiones y comunidades, alcanzando un reconocimiento internacional por su diversidad y riqueza tanto cultural como agronómica, lo que a su vez fortalece

la salud económica del país. En Bogotá, se encuentran MiPymes dentro de este sector, las cuales ofrecen una propuesta culinaria relevante y generan oportunidades de empleo en la ciudad. Por lo tanto, el entorno competitivo y dinámico demanda la implementación de innovaciones y modelos de gestión que aseguren no solo la sostenibilidad, sino también la excelencia de productos que sean valorados tanto a nivel nacional como internacional.

Es esencial, por lo tanto, familiarizarse con estudios que se vinculen con el ámbito de la gastronomía, la innovación y la tecnología, así como comprender las prácticas contemporáneas en los diversos contextos donde se manifiesta la gastronomía nacional. Esto permitirá enfocar posteriormente en la región de interés, considerando las necesidades actuales y las demandas del mercado.

Los estudios que se presentan a continuación se llevaron a cabo en un entorno académico de investigación, lo que permite una comprensión profunda de los modelos de gestión que son pertinentes para las MiPymes del sector gastronómico en el país, analizados en diversos contextos. Mediante la revisión de la información disponible y de investigaciones recientes, es posible identificar tanto las tendencias y prácticas actuales como los desafíos y oportunidades en materia de innovación que enfrenta este sector.

Estos estudios sirven como un marco de referencia para analizar la manera en que las MiPymes han modificado sus estrategias en respuesta a las transformaciones en el entorno económico y social del país, así como su reacción ante las dinámicas del sector gastronómico a lo largo del tiempo. A continuación, se presentan las investigaciones que serán objeto de análisis para la elaboración del estado del arte.

Pérez y Bello (2018) analizan la aplicación del marketing promocional en el clúster gastronómico de varios establecimientos situados en la Localidad de la Candelaria, Bogotá, Colombia. Los resultados obtenidos a partir del enfoque investigativo hipotético-deductivo sugieren que las estrategias de marketing utilizadas por las MiPymes del sector gastronómico para atraer y retener clientes se fundamentan en modelos tradicionales de captación, como el boca a boca, el reconocimiento entre generaciones y la promoción a través de plataformas de redes sociales.

Este estudio de investigación se centró en las actividades, interacciones y tácticas promocionales de varios restaurantes en la zona de la Candelaria, en Bogotá, con el propósito de evaluar su influencia en el comportamiento del consumidor y el nivel de conocimiento de los propietarios sobre marketing promocional. Se llevó a cabo un análisis de 22 locales, que incluían restaurantes, cafeterías y pastelerías, revelando que las estrategias implementadas se fundamentan en experiencias prácticas y, en muchas ocasiones, se restringen a métodos tradicionales. Se llegó a la conclusión de que la diversificación en las prácticas promocionales es esencial para mejorar la aceptación por parte de los consumidores.

Se puede afirmar que la tecnología, en particular a través de las redes sociales, desempeña un papel fundamental en la promoción de restaurantes, ofreciendo herramientas eficaces y accesibles para atraer a los consumidores. La capacidad de innovar y adaptarse es vital en el ámbito del marketing y sugiere que los establecimientos comerciales deben estar dispuestos a probar y aprender de sus enfoques. Los restaurantes que aún no han adoptado medios digitales dentro de su práctica de innovación pierden relaciones con los clientes, dado que la tecnología y el pensamiento receptivo hacia la innovación son determinantes en el éxito del sector gastronómico.

Arango et al. (2023) presentan un estudio que examina la adopción de tecnologías en las MiPymes dedicadas a la repostería y la restauración en la comuna 14 de Medellín durante el periodo de 2020 a 2022. La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque cuantitativo, y los hallazgos indican que los negocios del sector gastronómico emplean redes sociales y códigos QR como herramientas para promocionar sus servicios.

El estudio examinó aspectos fundamentales como la capacidad de los empleados para adaptarse a nuevas tecnologías, la integración tecnológica en diferentes áreas operativas y la percepción de los clientes respecto a estas innovaciones. La crisis provocada por la pandemia de COVID-19 en 2020 intensificó la urgencia de que las empresas se ajustaran al entorno tecnológico para conservar su competitividad. Además, la investigación ofreció una perspectiva detallada sobre la evolución y los retos que enfrentaron las MiPymes de repostería y restaurantes en la comuna 14 de Medellín al incorporar tecnología. Los resultados de las encuestas ofrecieron información valiosa para desarrollar propuestas de mejora continua, enfocadas en aprovechar las oportunidades que la tecnología ofrece en la actualidad.

Se enfoca en el estudio de las innovaciones sociales y productivas, con un énfasis particular en la utilización de herramientas tecnológicas en las MiPymes dedicadas a la repostería y la restauración en la comuna 14 de Medellín durante el periodo comprendido entre 2020 y 2022. La adopción de estas tecnologías tiene el potencial de incrementar la eficiencia y la productividad al automatizar diversos procesos, ofrecer información en tiempo real y mejorar la gestión de los recursos. Estas optimizaciones internas contribuyen a que los productos y servicios se entreguen a los consumidores con un nivel de calidad superior. Asimismo, la integración de herramientas tecnológicas promueve la expansión del mercado, lo que permite a las empresas adaptarse a las demandas sociales contemporáneas y responder a ellas de manera efectiva.

Este estudio evidencia cómo las Mipymes del ámbito de la repostería y la restauración en la comuna 14 de Medellín, durante el periodo de 2020 a 2022, han incorporado diversas herramientas tecnológicas. Se destaca la relevancia de contar con una estrategia tecnológica adecuada y la capacidad de ajustarse a las exigencias del mercado y se constató que tanto las reposterías como los restaurantes han implementado tecnologías como los códigos QR y la plataforma Instagram, lo que ha generado beneficios tanto para las empresas como para sus consumidores.

Estas innovaciones han contribuido a mejorar la satisfacción del cliente y han permitido a las MiPymes adaptarse a circunstancias excepcionales, como la crisis provocada por la pandemia de COVID-19. No obstante, para lograr un crecimiento económico sostenible, es fundamental que estas empresas consideren la adopción de tecnologías más avanzadas que les proporcionen ventajas competitivas y optimicen su eficiencia operativa. Las encuestas realizadas indicaron que las MiPymes han mostrado una notable aceptación y adaptación a estas herramientas, lo que resalta su importancia para fomentar el crecimiento y la competitividad en un entorno en constante cambio.

(Ortega, Bolaños 2021). Este estudio, se realizó a partir de un artículo de revisión enfocado sobre el estado del arte del cultivo de papa para procesamiento de bastones prefritos congelados en el Ecuador. Esta investigación tuvo en cuenta la diversidad genética, la superficie de cultivo, las políticas de estado y los procesos de importación y exportación, así como las estrategias para mejorar genéticamente los cultivos de cara a las nuevas demandas de innovación como cultivo alternativo para las zonas de la Costa Ecuatoriana. Los resultados reflejan que la papa industrial cuenta con una evaluación fenotípica de calidad debido a la semilla utilizada. Innovar en la variedad de semillas que sean más eficientes con el uso del agua y minerales como el nitrógeno y

el fosforo, adaptación al cambio climático y que sean más resistentes a las plagas, permitiría mayor rendimiento económico y menores costos de producción.

En el trabajo de Vega y De la Hoz (s.f.), se lleva a cabo una investigación a través del Grupo de Investigación ARCADIA, perteneciente al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, en el departamento del Atlántico, Colombia. El enfoque de este estudio es la gestión de la innovación y la calidad en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector gastronómico en Barranquilla. Para ello, se realizó una caracterización de las pymes en el ámbito de los servicios gastronómicos de la ciudad, así como un análisis de la gestión de la innovación y la calidad. Este análisis permite resaltar la relevancia de implementar procesos innovadores que optimicen las prácticas productivas de las pymes y fomenten la innovación en los restaurantes, entendiendo la innovación como la introducción de nuevos productos, procesos y servicios. Así, se establece una relación intrínseca entre competitividad e innovación, lo que es fundamental para asegurar la permanencia en el mercado. Además, la investigación aborda la responsabilidad del Estado en relación con los Planes de Desarrollo Departamental, promoviendo la participación de las pymes en programas de Ciencia y Tecnología.

Según el análisis realizado por Crowe Howarth Colombia en 2016, el sector de alimentos y bebidas experimentó un crecimiento favorable en comparación con la economía nacional, lo que resultó en un aumento significativo de la producción y el empleo a través de restaurantes, bares y servicios de catering. Por esto, este sector ha mostrado una mayor resistencia ante la crisis económica, dado que numerosos establecimientos han decidido reemplazar ingredientes importados por productos locales, lo que ha beneficiado a los productores nacionales.

A pesar de las dificultades enfrentadas en 2017, marcadas por el incremento de impuestos y costos, muchos restaurantes lograron adaptarse mediante la implementación de nuevas propuestas o la reestructuración de sus procesos para aumentar su competitividad. En la actualidad, el número de establecimientos gastronómicos en Colombia supera los 400,000. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) juegan un papel crucial en la economía, generando empleo y demostrando una notable resiliencia ante las adversidades económicas.

El autor, Velasco (2021), realiza un estudio comparativo sobre la calidad del servicio en cinco áreas gastronómicas de Bogotá, presentado en un artículo de investigación. Las áreas analizadas son La Candelaria, La Macarena, Usaquén, Zona G y Zona T. Esta investigación examina las particularidades de cada zona y revela que, para los consumidores, el valor añadido de la oferta gastronómica se manifiesta en la atención al cliente, la calidad de los productos y servicios, así como en la relación entre costo y beneficio. Mediante una metodología de investigación de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), se recopila información sobre los establecimientos consolidados en cada área, los cuales poseen una trayectoria significativa en la prestación de servicios. Los hallazgos permiten concluir que los aspectos más relevantes para los usuarios en la oferta gastronómica son la interacción personal y la calidad del servicio. Se observa que el valor se incrementa al potenciar las experiencias culturales, históricas y arquitectónicas de la ciudad.

El ámbito culinario de Bogotá exhibe una notable diversidad en sus áreas principales, cada una con características particulares que enriquecen la experiencia del visitante. Es por esto, que La Macarena se distingue por su atención al cliente, mientras que La Candelaria fusiona historia y cultura, atrayendo así al turismo. La Zona T resalta por su animado ambiente de entretenimiento y su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado, en tanto que la Zona G se establece

como un referente internacional gracias a la originalidad de chefs de renombre. Finalmente, Usaquén conserva un diseño que honra su legado histórico, ofreciendo un entorno familiar y acogedor. Esta pluralidad no solo enriquece la oferta gastronómica de la capital, sino que también subraya la relevancia de la innovación y la calidad en la competitividad del sector.

La Macarena se posiciona como el destino más apreciado en el ámbito de las experiencias culinarias, a pesar de su menor visibilidad en el ámbito internacional y su demanda local reducida. En segundo lugar, La Candelaria se beneficia de su rica herencia histórica y cultural para atraer a los turistas, brindando una oferta de cocina nacional que satisface las expectativas de los visitantes internacionales. La Zona T, reconocida por su vibrante vida nocturna, asegura un flujo constante de turistas a través de una variedad de propuestas gastronómicas que se adaptan a las tendencias actuales del mercado, utilizando ingredientes de alta calidad.

Por otro lado, la Zona G se distingue a nivel internacional, gracias a la labor de chefs de renombre que han establecido un espacio para la gastronomía de calidad, fundamentada en productos autóctonos colombianos, lo que promueve la competencia y la innovación en el sector. Finalmente, Usaquén se centra en preservar un diseño que respete su contexto histórico, ofreciendo un ambiente apacible ideal para familias, con una amplia gama de opciones gastronómicas que son accesibles y adecuadas para un entorno informal.

Finalmente, el servicio integral constituye el factor primordial en la valoración de la oferta gastronómica, junto con la calidad de los alimentos y la interacción interpersonal. El análisis comparativo mostró que los establecimientos que comprenden mejor las necesidades de sus clientes logran valoraciones más elevadas, a menudo enriqueciendo la experiencia a través del valor añadido de la zona, que incluye su riqueza cultural, histórica y arquitectónica.

En su estudio, el autor examina un modelo destinado a optimizar el bienestar laboral y la gestión de la felicidad de los empleados en el sector de la gastronomía en Medellín (Márquez, L. 2023). Para ello, emplea un enfoque de investigación cuantitativa que permite identificar las necesidades fundamentales a considerar en la formulación de un modelo integral de gestión del bienestar para los trabajadores de pequeñas y medianas empresas gastronómicas. Este análisis abarca la mejora de procesos internos, la implementación de programas de desarrollo del talento humano, así como aspectos de diversidad, inclusión, salud, compensaciones y beneficios, con el objetivo de elevar las condiciones laborales de los colaboradores y fomentar la estabilidad en sus puestos de trabajo. La investigación concluye que el bienestar y la gestión de la felicidad de los empleados se traducen en un aumento de la productividad, una disminución en la rotación de personal y una mayor satisfacción de los clientes.

Las empresas del ámbito gastronómico en Medellín desempeñan un papel crucial en el crecimiento económico de la ciudad, ya que no solo generan empleo, sino que también estimulan la economía local y fomentan la identidad cultural y turística. Asimismo, contribuyen al fortalecimiento de la cadena de suministro al facilitar la compra de productos locales. No obstante, el sector enfrenta retos significativos, tales como la falta de programas de gestión de recursos humanos, extensas jornadas laborales y salarios poco competitivos, lo que provoca una alta rotación de personal. Para mejorar las condiciones laborales, es fundamental implementar estrategias que incluyan capacitación y una remuneración adecuada, lo que beneficiará tanto a los trabajadores como a las empresas. La promoción del bienestar en el trabajo y la gestión de la felicidad son elementos clave para incrementar la productividad y la satisfacción de empleados y clientes.

Se concluye que fomentar la convivencia entre los trabajadores es fundamental en el ámbito de la gastronomía. Establecer relaciones saludables, promover una competencia constructiva, facilitar el trabajo en equipo y abordar la resolución de conflictos son aspectos esenciales. Los programas de mindfulness son herramientas efectivas que permiten a los empleados manejar el estrés, regular sus emociones y mejorar la comunicación, lo que a su vez potencia la cohesión, la colaboración y la satisfacción en el entorno laboral. La implementación continua de estas iniciativas no solo beneficia a los empleados, sino que también contribuye al éxito sostenible de las empresas. Asimismo, el modelo propuesto aborda de manera integral el bienestar en el trabajo y la gestión de la felicidad, lo que se traduce en una mejor calidad de vida y en una mayor satisfacción del cliente, alineándose con los principios de sostenibilidad y la preferencia por experiencias en lugar de servicios.

Delgado, A., Vargas, E., y Montes, J. (2020) llevaron a cabo un estudio sobre el impacto de la gestión tecnológica en la capacidad de innovación dentro del sector restaurantero de Medellín. El propósito de esta investigación fue examinar cómo la gestión tecnológica influye en la capacidad innovadora del sector, llegando a la conclusión de que esta gestión actúa como un catalizador para la innovación en los restaurantes, lo que a su vez mejora su posicionamiento y competitividad en el mercado. Se empleó un método de investigación de tipo hipotético-deductivo con un enfoque cuantitativo. Las conclusiones del estudio subrayan que la investigación es fundamental para iniciar procesos de innovación en el ámbito de la restauración. Ante el aumento en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la actualidad, la gestión tecnológica se erige como una capacidad esencial para que las pequeñas y medianas empresas se mantengan competitivas. Además, los desarrollos en innovación y tecnología requieren no solo financiamiento y comercialización, sino que también fomentan el liderazgo, la comunicación y el

trabajo colaborativo. Finalmente, se destaca la relevancia de establecer redes de trabajo colaborativo que fortalezcan el conocimiento y faciliten la aplicación de técnicas y prácticas innovadoras en los procesos o en la adopción de nuevas tecnologías.

Se llevó a cabo un muestreo no probabilístico basado en criterios específicos para analizar restaurantes en una zona determinada, empleando como referencia las guías de Tour Gastronómico (2019) y TripAdvisor (2020). De un total de 190 restaurantes invitados, 139 aceptaron participar, lo que equivale a un 73.15%. La recopilación de datos se realizó a través de encuestas auto-administradas dirigidas a directivos y gerentes, las cuales fueron enviadas tanto por correo electrónico como de manera presencial. La muestra abarcó micro, pequeñas y medianas empresas, incluyendo tanto aquellas de reciente establecimiento como las de mayor trayectoria, administradas por socios, familias o propietarios individuales, y ofreció una diversidad gastronómica orientada a un mercado local con un nivel de ingresos medio.

Finalmente, los restaurantes desempeñan un papel fundamental en la economía de numerosos países, y su capacidad de innovación se ve impulsada por la investigación de alta calidad, especialmente ante el creciente uso de tecnologías en sus operaciones. Este estudio examina el efecto de la gestión tecnológica en la capacidad innovadora de los restaurantes colombianos, subrayando que: a) Las estrategias de vigilancia y especialización tecnológica fomentan el aprendizaje y la innovación. b) La adquisición de nuevos conocimientos y la disponibilidad de financiamiento están asociadas a una cultura organizacional centrada en la innovación. c) La integración de recursos tecnológicos está vinculada a estrategias innovadoras, lo que mejora el liderazgo y la comunicación y d) Las redes de colaboración con proveedores, universidades y otras instituciones refuerzan los conocimientos y habilidades de los restaurantes.

La investigación realizada por Rueda y López (2020) se centra en la innovación dentro del sector gastronómico en Colombia. Este estudio abre la puerta a la intersección entre la gastronomía y los sectores turístico y cultural del país, destacando la importancia de la implementación de métodos tecnológicos para potenciar productos y servicios. Los hallazgos reflejan la necesidad de diversificar la oferta gastronómica, considerando que la ubicación y la cultura de los habitantes locales a menudo se asocian a estereotipos alimentarios. La innovación en esta diversificación requiere la adopción de técnicas tecnológicas, como la cocina molecular, que exploran las transformaciones químicas de los ingredientes durante la cocción, lo que contribuye a la innovación en términos de resultados culinarios, sabores y texturas.

El estudio concluye que la transformación de los productos gastronómicos debe estar alineada con una innovación cultural vinculada a la geografía de las pequeñas y medianas empresas (pymes), y que la alta cocina debe integrar tecnología y técnicas para ofrecer productos que sean innovadores y competitivos.

La gastronomía presenta múltiples interpretaciones a nivel global, sin embargo, es fundamental comprender su significado dentro de un contexto particular, teniendo en cuenta la geografía y las tradiciones culinarias de la región, como señalan Bogers y Dejgård Jensen (2017). Estos elementos facultan a chefs y cocineros para elaborar platos autóctonos utilizando ingredientes locales, lo que favorece la economía de la zona, genera oportunidades laborales y aumenta los ingresos. Este proceso, tanto complejo como fascinante, transforma la elaboración de alimentos en una manifestación artística mediante diversas técnicas.

La diversificación y la introducción de productos innovadores son fundamentales para el posicionamiento de la gastronomía a nivel global. Colombia, gracias a su vasta variedad de

productos exóticos, posee el potencial necesario para establecerse como un líder mundial en este ámbito, siempre que se apliquen las técnicas adecuadas y se adapten a las tendencias internacionales en gastronomía, según lo indicado por Triviño y Ponce (2018). La innovación en el sector gastronómico es esencial, abarcando tanto la atención al cliente como la transformación de productos autóctonos mediante técnicas tradicionales y tecnología, así como la creación de nuevos productos a partir de ingredientes fundamentales. Los chefs y cocineros juegan un papel crucial en el reconocimiento internacional de la gastronomía colombiana.

Se concluye que el ámbito gastronómico desempeña un papel fundamental en las naciones, ya que facilita la comprensión de sus culturas y valores. Colombia posee una abundante variedad de ingredientes y profesionales que enriquecen la narrativa de sus platillos. y se puede afirmar que constituye un recurso económico significativo para atraer a turistas, quienes aprecian la experiencia culinaria junto con otros elementos del turismo.

Los investigadores Heredia y García (2023) llevan a cabo un estudio sobre la innovación y la reinención como respuestas a las crisis financieras que enfrentan las Mipymes del sector gastronómico en Bogotá. En su análisis, subrayan la relevancia de implementar estrategias innovadoras y de actualizar la oferta gastronómica para los consumidores, con el fin de mantener un nivel de competitividad que les permita a estas pymes sostenerse en el mercado. En el contexto colombiano, las pymes del sector gastronómico, tras la pandemia de COVID-19, han desarrollado propuestas para mejorar sus procesos mediante estrategias de mercadeo que reconsideran el uso de espacios, la infraestructura y los menús, buscando así incrementar la rotación de clientes. Asimismo, la identificación y adaptación a las tendencias emergentes en el ámbito gastronómico en Bogotá, junto con la incorporación de tecnología, facilitará la consolidación de un sector que ha destacado como uno de los más prominentes de Latinoamérica.

El estudio concluye la importancia de establecer estrategias de marketing para apoyar la intervención en los espacios y facilitar transformaciones físicas mediante nuevas ofertas de servicios, teniendo en cuenta los mercados emergentes. Para lograrlo, es fundamental diseñar una serie de planes de acción enfocados en la innovación y la reinversión en torno a la alimentación saludable, menús creativos y uso de tecnología, debido a su impacto constante en la recuperación económica, estas estrategias contribuyen a la expansión y a la modernización ininterrumpida de la industria.

Herrera (2022) lleva a cabo un análisis sobre la transformación digital como una estrategia para fortalecer la competitividad de las MiPymes en el sector de restaurantes en Barrancabermeja. Este estudio adopta un enfoque cuantitativo para evaluar el impacto de la pandemia, su alcance y las estrategias emergentes que han surgido en el ámbito gastronómico para mantener la presencia en el mercado. Se concluye que el aprovechamiento de herramientas digitales actúa como un facilitador del desarrollo y la productividad, además de representar una oportunidad para satisfacer las necesidades de los clientes. La transformación digital y su implementación permiten ampliar y posicionar el sector, así como redefinir sus intereses a futuro.

Este trabajo aborda la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como los beneficios que ofrecen y los retos que deben superar las MiPymes en Colombia para integrarse en los procesos de transformación digital. Esto es particularmente relevante considerando que, según la OCDE (2018), el país presenta una baja tasa de penetración de Internet. Además, la investigación define sus objetivos, limitaciones y la importancia del estudio.

En años recientes, la globalización y la adaptabilidad del mercado laboral han propiciado una individualización en la relación entre trabajadores y empleadores, lo que ha dado lugar a la

formación de estructuras empresariales pequeñas con un alto potencial productivo. Estas MiPymes, gracias a su flexibilidad en los costos laborales, contribuyen de manera positiva al desarrollo económico y a la generación de empleo. El estudio enriquece la teoría sobre las pymes y la adopción de tecnologías digitales, que impactan aproximadamente al 90% de las empresas a nivel global, según Restrepo Gómez (2007).

Las empresas que implementan un enfoque centrado en el cliente a través de tecnologías de la información y la comunicación tienen la capacidad de incluir a los consumidores en toda la cadena de valor. Esto se debe a que los consumidores contemporáneos no solo se interesan por los productos finales, sino también por los insumos, los procesos de producción y la responsabilidad social de las organizaciones. Dichas tecnologías facilitan una atención personalizada y permiten la participación del cliente en el diseño de productos y servicios, lo que incrementa la aceptación en el mercado al atender las necesidades y deseos de los consumidores, según AMETIC (2015).

En el estudio realizado por Timana, C. y colaboradores (2023), se llevó a cabo una investigación centrada en el desarrollo de un sistema de información destinado al control y gestión de inventarios para pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector gastronómico y de entretenimiento en la localidad de Suba, Bogotá, D.C. Los autores adoptaron un enfoque cualitativo basado en el método hipotético-deductivo, a través del cual examinan la relevancia de implementar sistemas de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y organización de inventarios en el ámbito gastronómico. La investigación concluye que la adopción de herramientas tecnológicas puede facilitar, en tiempo real, el seguimiento y control de la materia prima utilizada por las Pymes en la localidad de Suba.

El objetivo de la investigación fue el desarrollo de un sistema de información para el control de existencias, diseñado específicamente para atender las necesidades de estas PYMES que busca fortalecer su competitividad y sostenibilidad, promoviendo su eficiencia operativa y rentabilidad, al mismo tiempo que se contribuye al desarrollo económico de la zona. La incorporación de tecnologías en la gestión de inventarios puede contribuir a subsanar las deficiencias en los procesos de las pequeñas organizaciones, fomentando la innovación y fortaleciendo su competitividad en el contexto empresarial contemporáneo. Se concluye que es vital invertir en tecnología escalable para adaptarse a la continua evolución de los sistemas informáticos. Esta inversión permitirá a las empresas ajustar sus procesos según sea necesario, asegurando así la estabilidad y la optimización de sus operaciones.

(Bogotá, C. & Castillo, C. 2020). El estudio de los autores indaga a partir de un análisis sobre el nivel de aplicación de la planeación estratégica en los restaurantes del grupo pymes con atención al turismo en Bogotá. Este estudio realizó un análisis sobre el impacto que tiene la planeación estratégica en el sector gastronómico y orientada en tres (3) localidades de la ciudad de Bogotá (Santafé, Chapinero y Usaquén) con mayor afluencia de público extranjero, dada la valoración de la Asociación de Turoperadores de Estados Unidos donde Colombia fue catalogada como uno de los mejores destinos turísticos para visitar. La línea de investigación está orientada en la gestión organizacional para la estrategia corporativa, lo que permite identificar el mejoramiento de procesos internos como fórmula de innovación. Se desarrolla a partir de un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). Pone de evidencia la importancia sobre el alcance de la planeación estratégica como mejora de procesos de innovación al interior de las pymes del sector a través de cinco niveles de medición en las etapas de planeación para garantizar una

implementación efectiva de procesos técnicos estratégicos que favorecen la consolidación de las pymes en las localidades estudiadas.

Los estudios e investigaciones anteriores permiten tener una visión integral de cómo los modelos de gestión enfocados en innovación han evolucionado y cómo han inspirado estrategias de planificación o de mejoramiento de procesos que constituyen una innovación al interior de las MiPymes. Al analizar los contextos en los cuales se desarrollan las investigaciones es posible adaptar enfoques innovadores que se alineen con las particularidades culturales y económicas de Bogotá. De esta manera, no solo se incrementa valor desde la experiencia operativa y administrativa de las MiPymes en su servicio y calidad sino también en la oferta culinaria que atraiga más consumidores.

Finalmente, la implementación de los procesos innovadores y en los modelos de gestión en MiPymes gastronómicas es una necesidad estratégica para mantenerse en el mercado, ser competitivos e internacionalizarse más que permanecer en el tiempo. Con la innovación se permite a estas empresas diferenciarse de un mercado saturado y extremadamente abundante y mejorar la satisfacción del cliente, así como de responder de forma oportuna y eficiente a las exigencias del consumidor. Es importante recordar la responsabilidad y la sostenibilidad como anclajes de la productividad y del desarrollo de un negocio resiliente y comprometido con el entorno.

### 3 Metodología

Esta investigación adoptará un enfoque inductivo, utilizando encuestas como el principal instrumento para la recolección de datos sobre la gestión e innovación en las MiPymes del sector gastronómico en Suba, Bogotá. La población objetivo estará constituida por empresas del sector gastronómico catalogadas como personas jurídicas con el fin de identificar factores asociados a la gestión e innovación en el desarrollo de sus actividades operativas; a través de los interrogantes planteados se espera indagar sí, en estas organizaciones se han implementado el uso de la tecnología de tal forma que generen procesos de innovación, transformación e interconexión y sinergia.

Las encuestas se aplicarán a una muestra de la población objetivo-mencionada anteriormente, con el fin de reflejar una variedad de la percepción dentro del sector. Los datos obtenidos serán analizados estadísticamente para identificar si existe correlación entre la gestión y la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en Suba.

En el análisis de los resultados, se emplearán métodos estadísticos para analizar la correlación entre la gestión y los resultados en términos de innovación. Mediante la realización de pruebas de hipótesis, se confirmará la conexión entre las variables analizadas, lo que facilitará la determinación de la aplicabilidad del modelo propuesto en el ámbito de las MiPymes gastronómicas de Suba. Este proceso investigativo tiene como objetivo generar conocimiento útil que posibilite la formulación de estrategias innovadoras para el sector, contribuyendo así al desarrollo económico de la región. (Roberts, 2022; Saiz-Álvarez, 2021).

### 3.1 Postura epistemológica

La investigación mixta se asocia con una filosofía pragmática, lo que significa que el investigador se centra en "lo que funciona" para responder a las preguntas de investigación, sin adherirse estrictamente a un paradigma filosófico único, lo cual aporta al objetivo de investigar sobre la percepción de las empresas en cuanto a la gestión y la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en Suba, Bogotá. Desde un marco positivista, este estudio tiene como objetivo analizar de manera interpretativa la relación entre el modelo propuesto y los niveles de innovación en estas empresas, empleando encuestas como herramienta para la recolección de datos. Al enfocarse en datos numéricos y su análisis estadístico, busca una comprensión más completa y enriquecedora del fenómeno investigado, aprovechando la profundidad de los datos. (Creswell & Creswell, 2018).

La metodología mixta se presenta como una opción idónea para esta investigación, dado que facilita la obtención de datos cualitativos y cuantitativos a partir de muestras representativas de las MiPymes del sector gastronómico de Suba. Se emplearán encuestas para recoger percepciones asociadas a la gestión y la innovación, garantizando así una recolección de información estandarizada. A través de este enfoque, se pretende identificar patrones y tendencias que puedan favorecer el fortalecimiento de la capacidad innovadora de estas empresas, utilizando un modelo de gestión fundamentado en datos empíricos. (Gagnon, 2020).

Mediante la aplicación de la epistemología de una metodología mixta, esta investigación presenta un enfoque inductivo para identificar oportunidades para proponer un modelo de gestión que fomente la innovación. La organización de las encuestas y el análisis de los datos permiten asegurar la replicabilidad y la validez de los hallazgos, de las fortalezas que se identifiquen en las micro y pequeñas empresas gastronómicas de Suba. Este tipo de estudio tiene el potencial de

generar un conocimiento significativo y aplicable, favoreciendo el desarrollo económico local a través de prácticas de innovación sostenibles. (Roberts, 2022; Saiz-Álvarez, 2021).

### **3.1.1 Enfoque, alcance y tipo de investigación**

En el presente estudio, se adoptará un enfoque inductivo con el objetivo de examinar de qué manera un modelo de gestión puede mejorar la innovación dentro de las MiPymes del sector gastronómico en Suba, Bogotá. La elección de un diseño no experimental resulta pertinente, dado que no se pueden manipular las variables; en su lugar, se procederá a observar y medir la relación entre las prácticas de gestión vigentes y los niveles de innovación en las empresas seleccionadas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2019). Mediante la aplicación de encuestas estructuradas, se obtendrán datos de los empresarios del sector, lo que permitirá realizar un análisis estadístico de las posibles correlaciones entre estas variables, con el fin de identificar patrones y tendencias en innovación sin llevar a cabo una intervención directa.

Este enfoque inductivo proporciona una perspectiva de la innovación actual en las MiPymes del sector gastronómico, ofreciendo información relevante sin modificar las dinámicas inherentes a estas empresas. Asimismo, la metodología mixta permite la generalización de las características de las MiPymes que operan en condiciones similares, lo que facilita el desarrollo de un modelo de gestión fundamentado en datos empíricos. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2019), el diseño no experimental es útil para observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para luego analizarlos identificar relaciones y anticipar los posibles efectos de la implementación de un modelo de gestión innovador en otras organizaciones del sector.

### 3.1.2 Población y muestra

La población seleccionada para esta investigación está constituida por MiPymes del sector gastronómico ubicadas en la localidad de Suba, Bogotá. Estas entidades se caracterizan por estar catalogadas como personas jurídicas y su variedad en términos de tamaño, estructura organizacional y capacidad de adaptación a los cambios del mercado, aspectos que pueden impactar su potencial innovador.

Ahora bien, los participantes en las investigaciones desempeñan un papel fundamental, ya que son estos la muestra del estudio, dichos actores son los que brindan la información primaria para poder llevar a cabo el desarrollo de la investigación, su conocimiento y experiencia aportan información que contribuye a que el estudio pueda ser verídico y que los resultados obtenidos generen resultados asertivos.

### 3.1.3 Definición de la población

En Colombia de acuerdo con la cámara de comercio existen:

400.000 empresas registradas y renovadas en la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)... Del total de empresas registradas y renovadas, el 87% son microempresas (350.265), el 9% pequeñas empresas (38.151), el 3% medianas (10.533) y el 1% grandes empresas (3.597). La región Bogotá- Cundinamarca es el motor de la economía colombiana por el tamaño, la dinámica de sus actividades productivas, la generación de empleo y la fortaleza de su actividad empresarial, dado que genera el 31% del PIB Nacional. (Portafolio, 2020)

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que en Colombia las MiPymes tienen una representación significativa del tejido empresarial y son fundamentales para el progreso económico y social del país, su habilidad para innovar resulta esencial para mantener su

competitividad y sostenibilidad en un contexto cada vez más cambiante (García-Sánchez & Rodríguez-Serrano, 2020; Sánchez-Torres et al., 2021).

En Bogotá y la región, de acuerdo con cifras emitidas por la revista portafolio al 30 de noviembre de 2020 se contaba con un total de 441.022 empresas activas, de las cuales

La mayoría son microempresas, 384.534, que representan el 87,2%; 40.581 son pequeñas (9,2%); 11.814 medianas (2.7%), y 4.093 grandes (0.9%) ... En Bogotá, las localidades con más empresas son Suba con el 13% (49.095), Usaquén con 11% (40.217) y Kennedy con el 10% (37.794 empresas). (Portafolio, 2020)

Aunado a esto, de acuerdo con el observatorio de desarrollo económico al corte del 22 de diciembre de 2023 en la localidad de suba se tenían 4.057 matrículas de empresas MiPymes vigentes, de las cuales 2179 corresponden a la actividad económica de “expendio a la mesa de comidas preparadas”, 187 a la actividad económica de “expendio por autoservicio de comidas preparadas”, 481 a la actividad económica de “expendio de comidas preparadas en cafeterías”, 738 a la actividad económica de “otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.”, 82 a la actividad económica “actividades de otros servicios de comidas” y 390 organizaciones que corresponden a la actividad económica de “elaboración de comidas y platos preparados”, de este último grupo 314 empresas gastronómicas corresponden a personas naturales y 76 a personas jurídicas.

### **3.1.4 Cálculo y selección de la muestra**

En la ruta cualitativa, una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera probabilística, para que puedas generalizar los resultados encontrados en la muestra a

la población). (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Para ello teniendo en cuenta los datos proporcionados por el observatorio de desarrollo económico la población que se tomara como referente para la presente investigación son 76 empresas gastronómicas que corresponden a personas jurídicas y que hacen parte de las 390 MiPymes de la actividad económica de elaboración de comidas y platos preparados.

Para el caso del presente estudio y de acuerdo con lo mencionado en el planteamiento del problema dicha población corresponde a las empresas jurídicas del sector gastronómico del sector MiPymes de la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C, que corresponden a la actividad económica de elaboración de comidas y platos preparados, para determinar la cantidad de empresas que se les debe aplicar el instrumento, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2(pq) * N}{E^2(N-1)Z^2 + (pq)}$$

Donde:

n= muestra

Z= nivel de confianza

p=probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

E=nivel de error

N= Población.

Como resultado de esta se obtiene:

Población: 76

Nivel de Confianza: 95%

Margen de error: 5%

Tamaño de la muestra: 65

La muestra por encuestar será de 65 empresas MiPymes del sector gastronómico de la localidad de Suba en Bogotá. D.C.

### **3.2 Diseño metodológico**

El diseño, de acuerdo con lo planteado por Hernández y Mendoza (2018), es el “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información (datos) requerida en una investigación, con el fin último de responder satisfactoriamente el planteamiento del problema”. Para la presente investigación, se aplicará un diseño no experimental, mediante el cual se observará y analizará la percepción, buscando con ello dar sustento a las hipótesis establecidas.

#### **3.2.1 Momento de estudio Transversal o Longitudinales**

De acuerdo con lo planteado por Hernández y Mendoza (2018), los diseños no experimentales se enfocan en la observación y análisis de fenómenos en su contexto natural. Estos diseños se centran en la comprensión profunda de los fenómenos a través de la interpretación y análisis de datos. De acuerdo con lo anterior, y para la presente investigación, se aplicará el diseño transversal, el cual se caracteriza por la recopilación de datos únicos; es decir, se realizará en un periodo y lugar específicos.

#### **3.2.2 Alcance del estudio:**

Al revisar la literatura sobre los alcances que pueden tener las investigaciones, diversos autores coinciden en las características que estos presentan. De acuerdo con lo planteado por Hernández y Mendoza (2018), los estudios pueden tener cuatro alcances: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Según el tipo de investigación, se podrá seleccionar el alcance que mejor se ajuste al desarrollo de la misma; igualmente, debe tenerse en cuenta que

pueden incluirse varios tipos de alcance que contribuyan al desarrollo de la investigación. Así las cosas, la presente investigación tendrá un alcance relacional, con el cual se analizarán las relaciones entre las variables y se buscará comprender sus dimensiones.

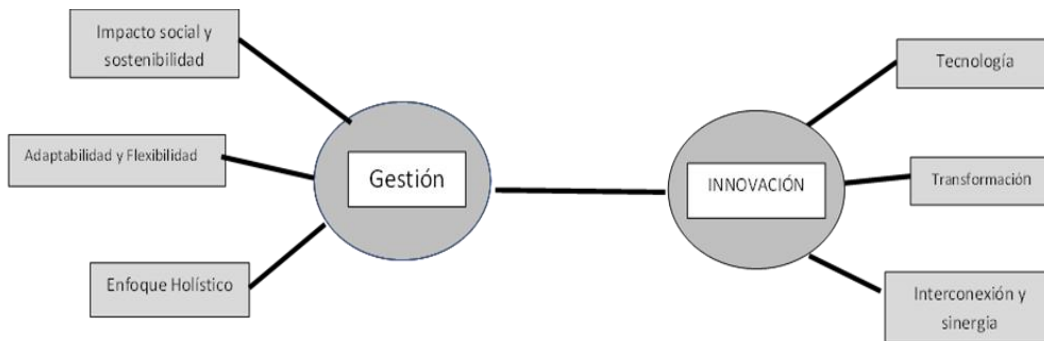
### 3.3 Hipótesis (en el caso que haya)

H0: No existe un modelo de gestión que contribuya en el mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

Hi: Existe un modelo de gestión que contribuya en el mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

### 3.4 Variables

*Figura 1 Variables y Dimensiones*



Fuente: Creación Propia

En este esquema conceptual se muestra las variables planteadas para el desarrollo de la investigación, donde se evidencia una relación directa entre la variable Gestión, considerada como independiente, y la variable Innovación, definida como dependiente. La variable Gestión está conformada por tres dimensiones clave: impacto social y sostenibilidad, adaptabilidad y

flexibilidad y enfoque holístico, las cuales representan factores internos y estratégicos que inciden en la capacidad de las organizaciones para responder a los desafíos del entorno.

Por su parte, la variable Innovación se estructura en tres dimensiones fundamentales: tecnología, transformación e interconexión y sinergia. Estas reflejan la capacidad de las MiPymes para integrar herramientas tecnológicas, rediseñar sus procesos internos y establecer vínculos colaborativos tanto dentro como fuera de la organización. El diagrama facilita la visualización de cómo una gestión estratégica e integral puede potenciar la innovación, lo cual es esencial para lograr la sostenibilidad, competitividad y permanencia en un mercado dinámico como el gastronómico.

### 3.4.1 Operacionalización de las variables

Para el desarrollo de la presente investigación se analizarán las variables que se detallan la siguiente tabla, las cuales a su vez tienen asociadas varias dimensiones que se establecieron para dar sustento al planteamiento del estudio.

*Tabla 2 Variables y dimensiones de estudio*

Variables		Instrumentos	Dimensiones	Indicadores	Escala agrupada
Independiente	Gestión	Encuesta, escala de Likert, factores gestión	Impacto Social y Sostenibilidad	Participación en proyectos sociales o comunitarios.	1.0 – 2.4 Bajo
				Políticas de RSE (Responsabilidad Social Empresarial)	2.5 – 3.4 Medio
				Uso de prácticas sostenibles (Residuos, energía, proveedores)	3.5 – 5 Alto
		Encuesta, escala de Likert, factores gestión	Adaptabilidad y flexibilidad	Capacidad de adaptación a los cambios del entorno (Mercado, clientes).	1.0 – 2.4 Bajo
				Flexibilidad en los procesos internos de la organización: nivel de	2.5 – 3.4 Medio
					3.5 – 5 Alto

Variables		Instrumentos	Dimensiones	Indicadores	Escala agrupada	
Dependiente		Encuesta, escala de Likert, factores gestión	Enfoque Holístico	delegación, autonomía de equipos, inmersión de nuevas herramientas.		
				Articulación entre las áreas de la compañía.	1.0 – 2.4 Bajo	
				Visión estratégica integral para la toma de decisiones. Integración de factores externos (Clientes, comunidad, tecnología).	2.5 – 3.4 Medio 3.5 – 5 Alto	
		Innovación	Encuesta, escala de Likert, factores innovación	Tecnología	Nivel de adopción de nuevas tecnologías.	1.0 – 2.4 Bajo
					Integración tecnológicos en procesos clave.	2.5 – 3.4 Medio
					Inversión en herramientas tecnológicas	3.5 – 5 Alto
			Encuesta, escala de Likert, factores innovación	Transformación	Capacidad de rediseñar procesos internos.	1.0 – 2.4 Bajo
					Implementación de mejoras continuas. Alineación de cambios con la visión estratégica de la organización	2.5 – 3.4 Medio
					Nivel de participación del personal en proceso de cambio.	3.5 – 5 Alto
		Encuesta, escala de Likert, factores innovación	Interconexión y Sinergia	Colaboración entre diferentes áreas internas.	1.0 – 2.4 Bajo	
				Alianzas con actores externos (clientes, proveedores, comunidad, universidades)	2.5 – 3.4 Medio	
				Integración de redes de conocimiento o innovación. Sinergias logradas mediante trabajo conjunto.	3.5 – 5 Alto	

**Fuente:** Creación Propia de acuerdo con las variables, dimensiones y estructura del instrumento – encuesta.

### 3.4.2 Instrumento(s) de recolección de información

El instrumento tal como lo plantea Hernández y Mendoza, (2018) es el “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente”. Dicho instrumento se elige de acuerdo con la información que se espera obtener para analizar y dar respuesta al planteamiento del estudio, para la presente investigación se ha seleccionado aplicar una encuesta que está conformando por afirmaciones que permitan identificar los niveles de gestión e innovación y que a su vez contribuyen a evaluar las Dimensiones planteadas, con lo cual que se espera concluir y dar sustento a la hipótesis.

El instrumento consta de 30 preguntas, donde los participantes brindaran su percepción sobre las afirmaciones planteadas.

*Tabla 3 Instrumento(s) de recolección de información*

Nº Pregunta	Variable	Dimensiones	Afirmación	1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
1	Gestión	Impacto social y sostenibilidad	La empresa juega un papel importante en el crecimiento económico de la zona al crear oportunidades laborales para los habitantes de la comunidad.					
2	Gestión	Impacto social y sostenibilidad	La empresa adopta medidas sostenibles en su día a día, enfocándose en minimizar los residuos y en utilizar materiales que sean biodegradables.					
3	Gestión	Impacto social y sostenibilidad	La empresa implementa proyectos para que la comunidad participe activamente en las decisiones relacionadas con los productos o servicios que brinda.					

N° Pregunta	Variable	Dimensiones	Afirmación	1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
4	Gestión	Impacto social y sostenibilidad	La empresa está comprometida con iniciativas de responsabilidad social que aportan positivamente a la comunidad de Suba.					
5	Gestión	Impacto social y sostenibilidad	La empresa se enfoca en utilizar ingredientes locales y sostenibles, integrándolos en su modelo de negocio.					
6	Gestión	Adaptabilidad y Flexibilidad	La empresa se adapta rápidamente a cambios en las preferencias de los clientes.					
7	Gestión	Adaptabilidad y Flexibilidad	Los procedimientos internos de la empresa se adaptan de manera efectiva para responder a las continuas transformaciones del mercado.					
8	Gestión	Adaptabilidad y Flexibilidad	La organización promueve la adaptabilidad en las tareas de sus empleados para poder hacer frente a situaciones operativas inesperadas.					
9	Gestión	Adaptabilidad y Flexibilidad	La dirección de la empresa está dispuesta a ajustar sus estrategias comerciales cuando las circunstancias del mercado lo exigen.					
10	Gestión	Adaptabilidad y Flexibilidad	La adopción de tecnologías recientes en la empresa se percibe como una chance para innovar y optimizar los servicios.					
11	Gestión	Enfoque Holístico	La empresa mantiene una relación entre las diferentes áreas, como la cocina, el servicio al cliente y la gestión de inventarios, para optimizar la eficiencia general del negocio.					
12	Gestión	Enfoque Holístico	El éxito de su empresa está vinculado a la relación y colaboración con otros actores externos, como proveedores o clientes.					

N° Pregunta	Variable	Dimensiones	Afirmación	1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
13	Gestión	Enfoque Holístico	El enfoque holístico ha contribuido a que su negocio se adapte mejor a los cambios inesperados en el mercado o en las tendencias de consumo.					
14	Gestión	Enfoque Holístico	La cooperación entre las diferentes áreas de la empresa, como la gestión, la cocina y el marketing, promueve la innovación de su negocio.					
15	Gestión	Enfoque Holístico	Habitualmente, en la organización se examina el efecto que las decisiones en un área tienen sobre las otras, incentivando un enfoque integral para maximizar el rendimiento total.					
16	Innovación	Tecnología	El uso de tecnología ha mejorado los procesos operativos en su establecimiento gastronómico.					
17	Innovación	Tecnología	El uso de herramientas tecnológicas ayuda a fomentar la innovación en los productos o servicios que ofrece su negocio de gastronomía.					
18	Innovación	Tecnología	Las plataformas digitales, como las redes sociales o las aplicaciones de entrega, han potenciado la relación con los clientes.					
19	Innovación	Tecnología	La compañía emplea tecnologías para la administración de inventarios, lo que permite optimizar el funcionamiento del negocio.					
20	Innovación	Tecnología	El costo relacionado con la adopción de nuevas tecnologías representa un obstáculo para la innovación en su empresa.					
21	Innovación	Transformación	La implementación de nuevas tecnologías ha potenciado la competitividad de su negocio en el sector gastronómico.					

N° Pregunta	Variable	Dimensiones	Afirmación	1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
22	Innovación	Transformación	En su establecimiento gastronómico hay una cultura de innovación continua que busca mejorar la atención al cliente.					
23	Innovación	Transformación	La adopción de un modelo de gestión organizado en su empresa facilita la generación de decisiones innovadoras.					
24	Innovación	Transformación	Las alianzas estratégicas con otros negocios del sector gastronómico favorecen la innovación en su empresa.					
25	Innovación	Transformación	Los procesos de innovación han sido fundamentales para el éxito del negocio en el sector gastronómico.					
26	Innovación	Interconexión y sinergia	La cooperación entre los distintos departamentos, como cocina, atención al cliente y logística, potencia la innovación en su empresa.					
27	Innovación	Interconexión y sinergia	La interacción entre la empresa y sus proveedores favorece la adopción de innovaciones que permiten mejorar los procesos operativos.					
28	Innovación	Interconexión y sinergia	La creación de redes colaborativas con otras empresas del sector gastronómico contribuye al fortalecimiento de la innovación en su negocio.					
29	Innovación	Interconexión y sinergia	La colaboración con instituciones educativas o centros de investigación potencian la capacidad de innovación de su empresa.					
30	Innovación	Interconexión y sinergia	El intercambio de conocimientos y experiencias positivas con otras MiPymes del sector gastronómico en Suba fomenta la innovación.					

**Fuente:** Creación propia de acuerdo con la estructura que se definió para el instrumento - encuesta

### 3.4.2 Análisis de información

La medición permite cuantificar los datos y/o resultados obtenidos a través del instrumento, dicha información se vuelve relevante para la documentación y sustento del estudio, pues a través de esta se espera conocer la realidad más cercana de las características del problema que se está investigando, existen diferentes instrumentos para la medición de un estudio, sin embargo de acuerdo con lo que plantea Hernández y Mendoza (2018) “el procedimiento general para construirlos y aplicarlos es relativamente semejante”, razón por la cual para el presente estudio se tendrán en cuenta las siguientes etapas descritas:

1.- Fase 1 Redefiniciones fundamentales: en esta fase se detallan aspectos generales de la investigación, el lugar donde se desarrollará, las variables que se utilizarán, el propósito de dicha investigación y los actores participantes de la misma. Para esta fase se contempla un tiempo máximo de tres semanas.

2.- Fase 2 la Revisión enfocada de la literatura: Se verifica la literatura, estudios e investigaciones ya realizadas sobre la presente investigación que permitan documentar y soportar la misma. Esta fase se contempla realizarla en un tiempo máximo de cuatro semanas.

3.- Fase 3 Identificación del dominio de las variables a medir y sus indicadores: de acuerdo con el problema planteado se establecen las variables que se van a medir, así como los indicadores que se utilizaran en el desarrollo de la investigación. Esta fase se realizará en un periodo máximo de una semana.

4.- Fase 4 Toma de decisiones claves: determinar los aspectos claves que deben ser tenidos en cuenta para el desarrollo y documentación de la investigación. Esta fase se realizará en un periodo máximo de una semana.

5.- Fase 5 Construcción del instrumento: analizar y establecer el tipo de instrumento acorde a la investigación, para el desarrollo de la presente investigación se determinó que la encuesta es el instrumento que proporcionara la información necesaria para obtener los resultados, de igual manera se establecieron los planteamientos de las afirmaciones a utilizar en la encuesta, la cual se aplicara de manera virtual a través de un formulario de Google, y se remitirá vía correo electrónico a las MiPymes seleccionadas. Esta fase se realizará en un periodo máximo de una semana.

6.- Fase 6 Obtener autorización para aplicar el instrumento: Plantear el consentimiento en la encuesta a fin de que los participantes puedan autorizar su tratamiento de datos y de la información que registren. Esta fase se realizará en un periodo máximo de tres semanas, incluyendo los ajustes que se generen de acuerdo con los comentarios recibidos por los jurados.

7.- Fase 7 Administración del instrumento: Aplicar la encuesta a la totalidad de la muestra de la población objetivo del estudio y obtener la información para el análisis e interpretación de esta. Esta fase se realizará en un periodo máximo de ocho semanas.

8.- Fase 8 Preparación de los datos obtenidos para el análisis: Consolidar la información recopilada para poder efectuar el análisis de los datos. Esta fase se realizará en un periodo máximo de dos semanas.

9.- Fase 9 Análisis de datos: Interpretar los datos recopilados, a fin de poder concluir los resultados de la investigación. Esta fase se realizará en un periodo máximo de una semana.

### **3.5 Consideraciones éticas**

Consentimiento informado directivos y colaboradores MiPymes.

Acepto participar en el estudio de investigación " Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá D.C.", que se desarrollará con la participación de los directivos y colaboradores de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.

El propósito de este estudio es conocer la percepción que tiene estas empresas sobre como los modelos de gestión contribuyen en la innovación de las MiPymes. La recolección de esta información se utilizará únicamente con fines estadísticos y educativos para soportar dicha investigación.

En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, le informamos que los datos personales recolectados a través de esta encuesta serán tratados conforme a los principios de legalidad, finalidad, libertad, veracidad, transparencia y confidencialidad. Estos datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos y el análisis del objeto de la investigación y no serán compartidos con terceros sin su consentimiento previo. Usted tiene derecho a conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales, así como a revocar el consentimiento otorgado para su tratamiento.

Cualquier inquietud sobre la presente investigación o ejercer mi derecho a revocar mi participación; puedo comunicarme mediante correo electrónico [jei1987@hotmail.com](mailto:jei1987@hotmail.com) o [yullypatriciag@gmail.com](mailto:yullypatriciag@gmail.com)

<p><b>Tesis de investigación "</b>  <b>Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá".</b></p>	<p>Acepto participar en el estudio de investigación " Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá D.C.", que se desarrollará con la participación de los directivos y/o colaboradores de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C.</p> <p><input type="radio"/> Si  <input type="radio"/> No</p>	<p>El propósito de este estudio es conocer la percepción que tiene estas empresas sobre como los modelos de gestión contribuyen en la innovación de las MiPymes. La recolección de esta información se utilizará únicamente con fines estadísticos y educativos para soportar dicha investigación.</p>
	<p>Estimado directivo o colaborador te agradecemos el tiempo empleado para brindar tus apreciaciones sobre las afirmaciones que contribuirán al desarrollo de la investigación.</p> <p>Por favor ten en cuenta las siguientes recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lee detenidamente todas las preguntas.</li> <li>• Las preguntas son de selección múltiple con única respuesta.</li> </ul> <p>* Cuando hayas terminado de diligenciar, pulsa el botón "Enviar" que aparece al final.</p>	<p>En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, le informamos que los datos personales recolectados a través de esta encuesta serán tratados conforme a los principios de legalidad, finalidad, libertad, veracidad, transparencia y confidencialidad. Estos datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos y el análisis del objeto de la investigación y no serán compartidos con terceros sin su consentimiento previo. Usted tiene derecho a conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales, así como a revocar el consentimiento otorgado para su tratamiento.</p>
		<p>Cualquier inquietud sobre la presente investigación o ejercer mi derecho a revocar mi participación; puedo comunicarme mediante correo electrónico <a href="mailto:jei1987@hotmail.com">jei1987@hotmail.com</a> o <a href="mailto:yupagogo82@gmail.com">yupagogo82@gmail.com</a></p>

Durante el desarrollo de este capítulo, se ha recopilado y elaborado, información en detalle que permite el desarrollo de la investigación, para ello se determinó el instrumento que se debe aplicar, de igual manera se estableció las afirmaciones que se utilizarán en el cuestionario a fin de poder recopilar las evidencias necesarias para dar respuesta al interrogante planteado en el problema; finalmente se establece el procedimiento para el análisis de los datos recopilados y su interpretación.

### **3.5.1 Análisis de consideraciones éticas**

En la aplicación del instrumento se indicó la aplicación de lo establecido en la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios en cuanto a la información de las MiPymes que participaron en la encuesta las consideraciones éticas se centraron en:

- La información se trató con la más estricta confidencialidad. No se divulgó información de las MiPymes participantes.
- Se respetó la autonomía de la MiPymes para decidir si participaba o no en el estudio, a través de una pregunta al inicio del formulario.
- Los datos recolectados de las MiPymes participantes se utilizaron exclusivamente para los fines de la investigación declarados y no para otros propósitos.
- Se mantuvo la transparencia en todas las interacciones con las MiPymes participantes, desde la presentación del proyecto hasta la divulgación de los resultados.

### **3.6 Instrumentos de aceptación y autorización**

La validez del instrumento se da a partir de tres aspectos de acuerdo a lo planteado por Hernández y Mendoza, (2018), el primero se enfoca en el análisis del contenido, que se genera con base en estudios previos y del análisis de las variables que se van a establecer en la

investigación, el segundo es la validez del criterio donde se evalúa la correlación entre la medición y el criterio externo, derivado de este se genera el coeficiente de validez y por último se encuentra la validez del constructo los cuales pueden establecerse por medio de procedimientos de análisis estadístico.

Ahora bien, para validar el instrumento se hace necesario contar con una validación de este por parte de expertos que de acuerdo con su experiencia y conocimiento brinde sus observaciones y comentarios sobre el grado en que este mide las variables de interés a desarrollar en la investigación. Para la revisión del instrumento de la presente investigación se invitó a los siguientes profesionales:

1. Jurado: Esperanza Rincón Castiblanco: Administradora de Empresas, Doctora en Educación, Directora Administración de empresas- Distancia Universidad Minuto de Dios
2. Jurado: Neicy Yadira Valbuena Vivas: Trabajadora Social – Magister
3. Jorge Andrés Sosa: Doctor en Educación e Innovación (UIIX). Magister en Educación e Investigación (USTA). Licenciado en Filosofía (USTA). Licenciado en Teología (USTA). Bachiller en Sagrada Teología (UPB).

Los jurados brindaron su aprobación vía correo electrónico previa validación y ajustes de las observaciones que estos remitieron sobre el instrumento seleccionado que fue una encuesta.

### **3.6.1 Codificación de Instrumento**

La codificación de acuerdo con lo que plantea Niño, (2019), “consiste en asignar símbolos a unidades o grupos de datos de tipo cualitativo para poder operar con ellos como si fueran datos

cuantitativos”. De acuerdo con lo planteado por este autor para el instrumento aplicado en la presente investigación la cual está compuesta por afirmaciones que serán valoradas por los encuestados de acuerdo la escala de Likert, se asignara una codificación a dichas afirmaciones a fin de poder procesar dichos datos a través del procedimiento estadístico seleccionado para analizar las hipótesis planteadas.

La escala se creó a partir de diversas afirmaciones que están alienadas con las dimensiones seleccionadas para el desarrollo de la investigación, y para el mismo se utilizará cinco niveles clasificados de la siguiente manera:

*Tabla 4 Escala de Likert*

<b>Nivel de acuerdo</b>	<b>Descripción</b>
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente en de acuerdo

**Fuente:** Creación propia de acuerdo con según Hernández Sampieri y otros (2006, p. 341)

Con el objetivo de facilitar el análisis de los resultados que se presentan en los siguientes capítulos, se ha establecido la siguiente escala para agrupar los puntajes.

*Tabla 5 Escala Agrupada*

<b>Nivel de acuerdo</b>	<b>Descripción</b>
1.0 - 2.4	Bajo
2.5 - 3.4	Medio
3.5 - 5	Alto

**Fuente:** Creación propia, con el fin de facilitar el análisis por nivel de acuerdo

### 3.6.2 Procedimiento

En lo que se refiere al procedimiento que se estará aplicando en esta investigación para recolectar los datos, se diseñara un formulario de Google donde se crearan las afirmaciones, una vez se tenga el mismo se remitirá vía correo electrónico a los contactos de las empresas a fin de que estos puedan diligenciar la encuesta, seguidamente se procederá a consolidar la información y poder codificar la misma para poder aplicar el procedimiento estadístico seleccionado a fin de poder obtener los resultados que brindaran la información necesaria para dar respuesta al planteamiento del problema.

## 4 Diseño del método

### 4.1 Diseño:

El diseño de acuerdo a lo que plantea Hernández y Mendoza, (2018) es el “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información (datos) requerida en una investigación con el fin último de responder satisfactoriamente el planteamiento del problema”, para la presente investigación se aplicara un diseño cualitativo no experimental con el que se observara y analizara la situación planteada, buscando con ello dar sustento a las hipótesis establecidas a fin de determinar si estas se cumple o no y evaluar los resultados obtenidos los cuales no son provocados intencionalmente y tampoco se tiene manipulación sobre los mismos.

#### 4.1.1 Momento de estudio Transversal o Longitudinales

De acuerdo a lo planteado por Hernández y Mendoza (2018), los diseños cuantitativos no experimentales pueden clasificarse en diseños aplicables que a su vez puede tener un alcance exploratorio, descriptivo o correlacional – causal, y longitudinales que se clasifican en tres Dimensiones, de tendencia, de evolución del grupo y de diseños del panel; de acuerdo a lo anterior y para la presente investigación se aplicara el diseño trasversal el cual se caracteriza por la recopilación de datos única, es decir que esta se realizara en un periodo y lugar específico.

#### 4.1.2 Alcance del estudio:

Al revisar la literatura sobre los alcances que pueden tener los estudios, diversos autores han coincidido en las características que estos tienen; de acuerdo a lo planteado Hernández y Mendoza (2018) los estudios pueden tener cuatro alcances, el exploratorio, el descriptivo, el

correlacional y el explicativo; de acuerdo al tipo de investigación se podrá seleccionar el alcance que más se ajuste para el desarrollo del mismo, de igual manera, se debe tener en cuenta que se pueden incluir varios tipos de alcance que pueden ser usados para el desarrollo de la investigación. Así las cosas, la presente investigación tendrá un alcance de tipo correlacional - explicativa, con el que se cuantificaran las relaciones de las variables y se buscara un entendimiento de sus dimensiones.

#### **4.1.3 Análisis de datos**

De acuerdo con lo que plantea Hernández y Mendoza, (2018) “El análisis cuantitativo de los datos lo efectúa sobre la matriz que los contiene y utilizando un programa computacional”. Con base en lo anterior se ha determinado emplear el programa Statistical Package for the Social Sciences o Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS), programa con el que se clasificaran y agruparan los datos y con los que se espera poder analizar los datos y obtener los resultados de dichos datos por variable generando los gráficos y tablas necesarias que permitan dar soporte a la investigación. Así mismo, se empleara el uso de análisis estadístico inferencial a fin de poder determinar el método y procedimiento a emplear para las propiedades de la población de estudio, de igual manera se empleara el uso del análisis de estadística descriptivo con el fin de ordenar la información recolectada y poder establecer los parámetros básicos para obtener los gráficos necesarios que darán partida a las conclusiones de la investigación, lo que dará partida a poder comprobar la hipótesis planteada en el presente estudio.

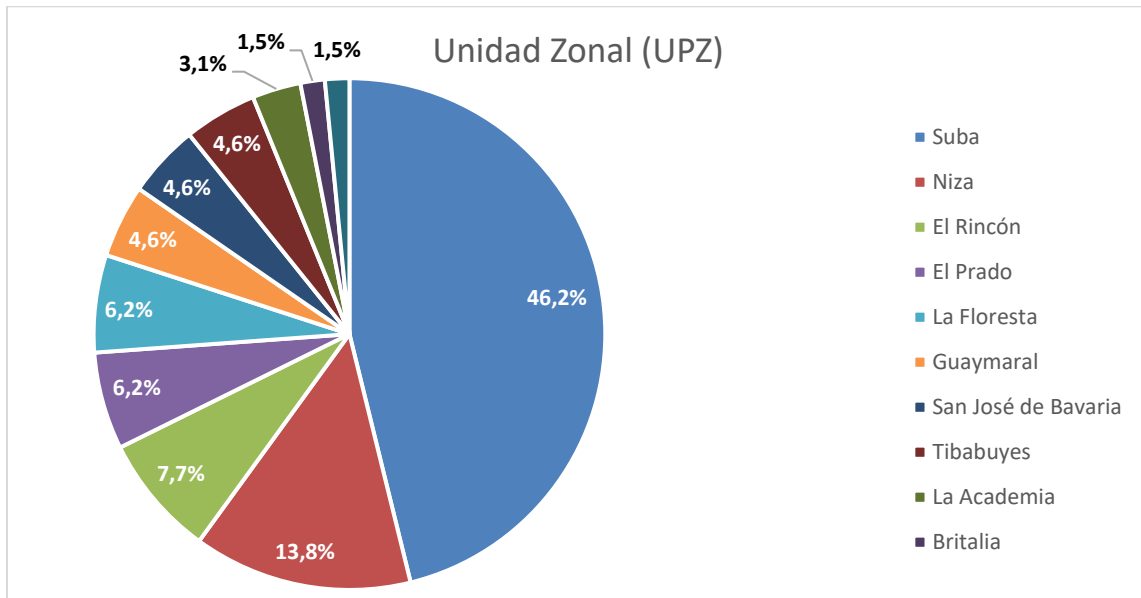
## 5 Resultados

El presente capítulo presenta los principales hallazgos a partir de la caracterización de la gestión de la innovación y del establecimiento del nivel de innovación en estas empresas, se recopilaron datos clave que permiten comprender el estado actual del sector frente a los desafíos de competitividad, cambio tecnológico y sostenibilidad. Asimismo, se identificaron los componentes esenciales que deben integrar un modelo de gestión de innovación ajustado a las particularidades del entorno gastronómico local. Los resultados aquí expuestos responden a la pregunta de investigación sobre cómo fortalecer la gestión de la innovación en estas MiPymes, y constituyen la base para la formulación de una propuesta pertinente, viable y contextualizada.

### 5.1 Análisis datos sociodemográficos

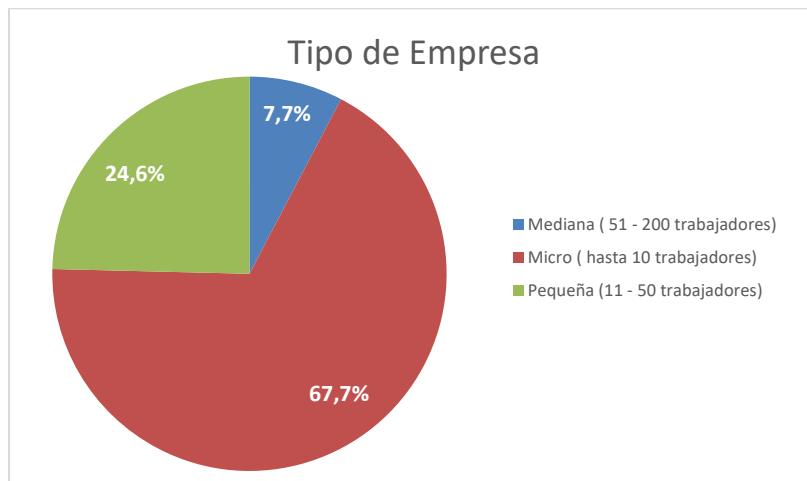
El instrumento de recolección de datos fue aplicado a un total de 65 personas vinculadas laboralmente a MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá. Los participantes desempeñan distintos roles dentro de los establecimientos, tales como propietarios, administradores, cajeros y personal de apoyo en diversas funciones. A continuación, se presentan los resultados del análisis sociodemográfico, los cuales contemplan variables como la ubicación dentro de la localidad, el tamaño de la empresa, el género, el rango de edad y el cargo desempeñado. Estos datos permiten contextualizar el perfil de los encuestados y sirven de base para la interpretación de los resultados posteriores relacionados con la gestión de la innovación.

Gráfica 1 Unidad de Planificación Zonal (UPZ) del comercio



Fuente: Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

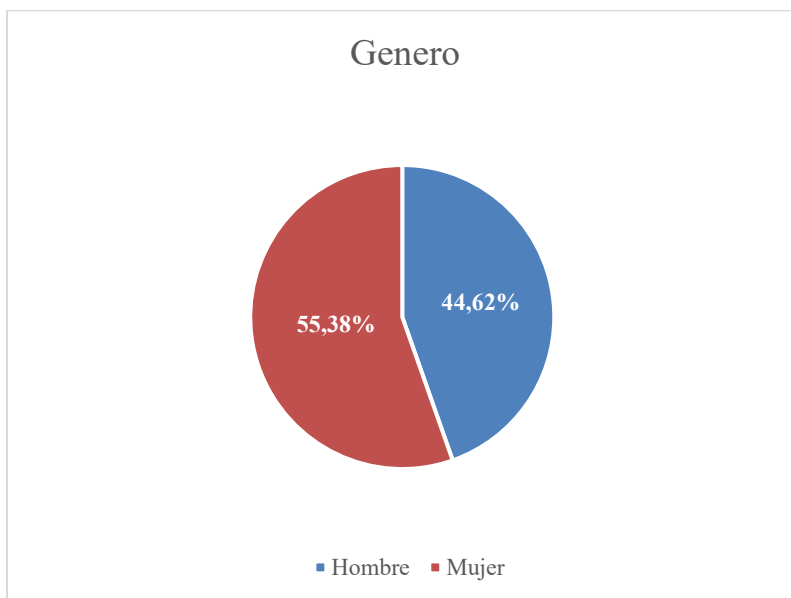
De acuerdo con la información de la gráfica de Unidad de Planificación Zonal (UPZ) del comercio se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados se encuentra en la UPZ Suba con un porcentaje del 46,2%, representado en un total de 30 encuestados, la siguiente UPZ con mayor porcentaje es Niza con un 13,8%, representado en 9 encuestados, la UPZ del Rincón obtuvo un porcentaje del 7,7% con una representación de 5 encuestados, las UPZ de la floresta y el Prado tienen un porcentaje del 6,2%, representados con 4 encuestados, las UPZ de las Tibabuyes, San José de Bavaria y Guaymaral obtuvieron un porcentaje del 4,6% con una representación de 3 encuestados, la UPZ de La Academia tuvo dos encuestados con un porcentaje del 3,1%, y finalmente las UPZ de Britalia y La Alambra obtuvieron un porcentaje de 1,5% con un encuestado en cada UPZ.

**Gráfica 2 Tipo de Empresa**

**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

Los datos obtenidos en relación con el tipo de empresa revelan que la mayoría de los encuestados (67,7%), equivalente a 44 personas, están vinculados a microempresas, caracterizadas por contar con menos de 10 empleados. En segundo lugar, se encuentran las pequeñas empresas, con un 24,6% de participación, correspondiente a 16 encuestados, las cuales tienen entre 11 y 50 trabajadores. Finalmente, el 7,7% restante, equivalente a 5 personas, está relacionado con medianas empresas que emplean entre 51 y 200 trabajadores. Esta distribución permite observar que el entorno gastronómico de la localidad de Suba está compuesto principalmente por unidades productivas de pequeña escala, lo cual tiene implicaciones significativas para la gestión de la innovación en el sector.

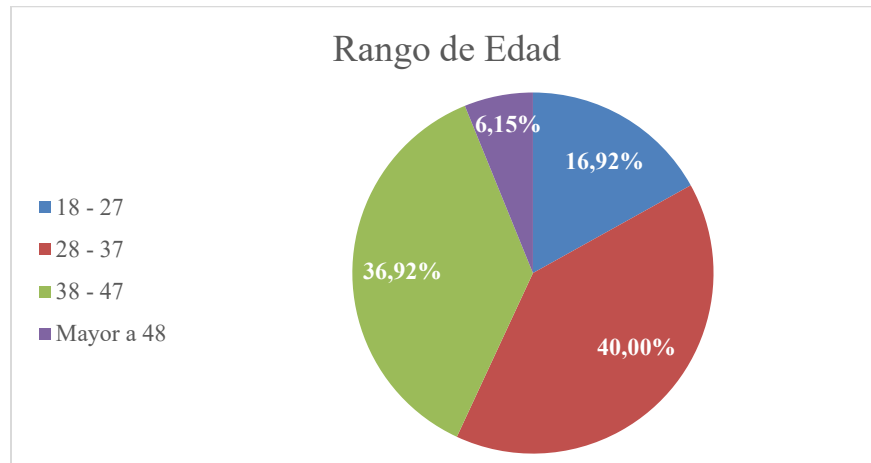
Gráfica 3 Genero



**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

El análisis de la caracterización de género indica que la mayoría de los encuestados corresponde al género masculino, con una participación del 55,4%, lo que equivale a 36 personas. Por su parte, el 44,6% restante, representado por 29 encuestadas, corresponde al género femenino. Esta distribución refleja una ligera predominancia de hombres en los roles vinculados a las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, lo cual puede ser un aspecto relevante al momento de considerar enfoques diferenciales en la implementación de estrategias de gestión e innovación.

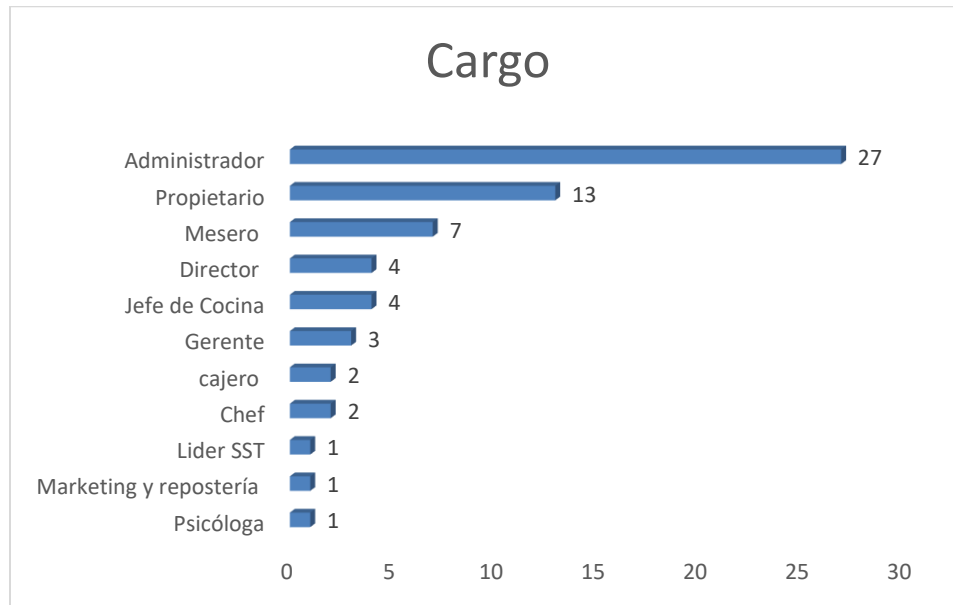
Gráfica 4 Rango de edad



**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

Según los datos obtenidos, la mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 28 a 37 años, lo que representa una participación del 40%, equivalente a 26 personas. Le sigue el grupo etario de 38 a 47 años, que representa el 36,9% de la muestra, con un total de 24 encuestados. El 16,9% corresponde al rango de 18 a 27 años, con un total de 11 personas, mientras que el grupo de mayores de 48 años representa el porcentaje más bajo, con un 6,2%, correspondiente a 4 encuestados. Esta distribución etaria sugiere una predominancia de adultos jóvenes y de mediana edad en la gestión y operación de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba.

Gráfica 5 Cargo



**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

El análisis de los cargos desempeñados por los encuestados refleja una marcada concentración del 41,5% de los participantes, es decir, 27 personas, que ocupa el cargo de administrador, lo cual indica una participación significativa de quienes tienen responsabilidad directa en la toma de decisiones y en la gestión del negocio. Le sigue el cargo de propietario, con un 20% de representación (13 personas). Otros cargos identificados incluyen meseros (7), directores (4), jefes de cocina (4), gerentes (3) y cajeros (2), lo que refleja también la participación de personal operativo y de apoyo en la gestión diaria del establecimiento. Asimismo, se evidencian cargos más específicos con una sola mención cada uno, como líder de SST (Seguridad y Salud en el Trabajo), marketing y repostería, chef y psicóloga, lo cual resalta la diversidad funcional dentro de las empresas encuestadas, aunque con menor representación. Esta distribución permite inferir que la mayoría de las respuestas provienen de individuos con capacidad de decisión o influencia directa en los procesos administrativos y operativos, lo cual

fortalece la validez del estudio en cuanto a la identificación de oportunidades para mejorar la gestión de la innovación en estas organizaciones.

## 5.2 Caracterizar la gestión de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

El análisis de resultados se organiza a partir de dos variables y seis dimensiones establecidas previamente en el marco metodológico. Para dar respuesta de la caracterización de la gestión, con esta información se comparte la percepción de los encuestados frente a la gestión que tienen las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba.

Adicionalmente, en la siguiente tabla se presenta un análisis FODA

*Tabla 6 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Disposición de las MiPymes para incorporar tecnologías y prácticas innovadoras.	Crecimiento del sector gastronómico, acompañado de una tendencia creciente hacia experiencias culinarias.
Relación favorable entre la planificación estratégica y la innovación, lo que revela áreas con potencial de desarrollo.	Facilidades para incorporar soluciones digitales como redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas virtuales.
Capacidad de optimizar la eficiencia operativa y elevar la satisfacción del cliente mediante la implementación de soluciones innovadoras.	Acceso a herramientas tecnológicas que ofrecen escalabilidad y costos moderados.
Mayor capacidad de adaptación de las MiPymes frente a los cambios, en comparación con empresas de gran tamaño.	Auge en la demanda de productos sostenibles y con propuestas de valor distintivas.
Reconocimiento de la importancia de la innovación como un componente clave de la estrategia empresarial.	Existencia de iniciativas estatales y redes de apoyo que fomentan la innovación en el ámbito empresarial.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Prevalencia de esquemas administrativos tradicionales, que limitan la adopción de nuevas prácticas.	Alta competencia tanto a nivel local como internacional dentro del mercado gastronómico.
Bajo acceso a recursos financieros y tecnológicos para impulsar la innovación.	Evolución constante en las preferencias del consumidor, que exige respuestas ágiles.

Deficiencias en formación relacionada con liderazgo, gestión del cambio y procesos innovadores.	Exposición a factores externos, como crisis sanitarias o económicas, que afectan la estabilidad empresarial.
Ausencia de una cultura organizacional orientada a la innovación continua.	Riesgo de obsolescencia tecnológica si no se actualizan los sistemas y procesos.
Falta de sistematización en los procesos internos que obstaculiza su mejora.	Aumento constante en los costos de operación e insumos.
Poca articulación e intercambio entre empresas del sector gastronómico.	Presiones regulatorias relacionadas con sostenibilidad y cumplimiento de estándares ambientales.

Fuente: Creación propia con base en los resultados de la encuesta

De acuerdo con el análisis FODA presentado en la tabla anterior, se puede evidenciar que las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá, se caracterizan por ser organizaciones que operan bajo esquemas de gestión tradicionales y enfrentan restricciones en el acceso a recursos tecnológicos, financieros y formativos en materia de innovación, pero también se identifica que existe la disposición de estas para incorporar tecnologías emergentes y procesos innovadores. Esta situación permite inferir que la implementación de prácticas de gestión estratégica por parte de las MiPymes contribuye de manera efectiva a mejorar su productividad, posicionamiento competitivo y niveles de satisfacción del cliente. Adicionalmente, la flexibilidad inherente a estas empresas les permite responder con mayor agilidad a los cambios del entorno, lo que representa una ventaja relevante frente a organizaciones de mayor tamaño.

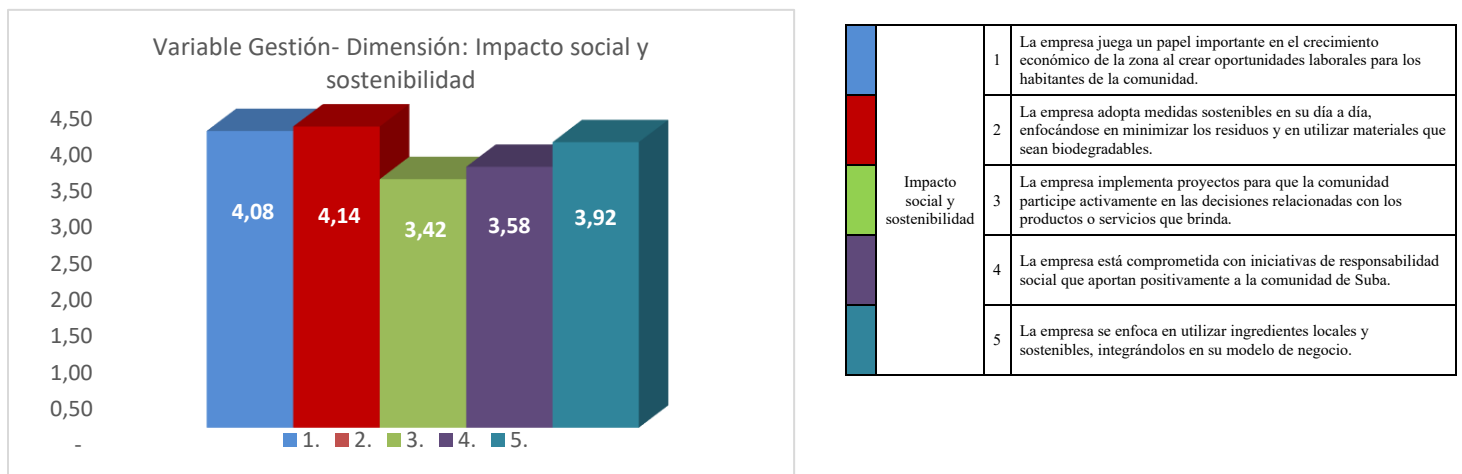
Asimismo, se reconocen oportunidades importantes para el fortalecimiento de estas empresas, tales como el crecimiento sostenido del mercado gastronómico, la disponibilidad de herramientas tecnológicas de bajo costo y la creciente valoración de criterios de sostenibilidad y experiencias personalizadas por parte de los consumidores. No obstante, estas organizaciones también enfrentan amenazas significativas, como la elevada competitividad del sector, la continua evolución en las preferencias del consumidor y el riesgo de rezago tecnológico ante una

falta de actualización constante. Estos elementos evidencian la necesidad crítica de formular e implementar modelos de gestión innovadores que fortalezcan las capacidades internas de las MiPymes, habilitándolas para aprovechar las oportunidades del entorno y garantizar su sostenibilidad y competitividad en el mercado.

### 5.3 Nivel de percepción en la innovación de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

A continuación, se presentan los resultados del nivel de percepción en la innovación dentro de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá. Este análisis es fundamental para comprender cómo estas empresas perciben y abordan la innovación en un mercado en constante evolución, de igual manera se identifican tendencias asociadas a las variables de Gestión e Innovación y las dimensiones asociadas a las mismas; en la siguiente gráfica se muestra el resultado asociado a la percepción en cuanto a la dimensión de Impacto Social y Sostenibilidad.

*Gráfica 6 Dimensión Impacto Social y Sostenibilidad*



Impacto social y sostenibilidad	1	La empresa juega un papel importante en el crecimiento económico de la zona al crear oportunidades laborales para los habitantes de la comunidad.
	2	La empresa adopta medidas sostenibles en su día a día, enfocándose en minimizar los residuos y en utilizar materiales que sean biodegradables.
	3	La empresa implementa proyectos para que la comunidad participe activamente en las decisiones relacionadas con los productos o servicios que brinda.
	4	La empresa está comprometida con iniciativas de responsabilidad social que aportan positivamente a la comunidad de Suba.
	5	La empresa se enfoca en utilizar ingredientes locales y sostenibles, integrándolos en su modelo de negocio.

Fuente: Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

De acuerdo con la percepción de los 65 encuestados, en cuanto al impacto social y sostenibilidad, los promedios obtenidos de las respuestas permiten evaluar la percepción del nivel de implementación de cada dimensión en las MiPymes del sector gastronómico en Suba. Al profundizar en cada afirmación se evidencia que, en el primer ítem evaluado, el cual corresponde al papel que desempeñan las empresas en el crecimiento económico de la zona, obtuvo una calificación promedio de 4.08, lo que evidencia un nivel alto de percepción respecto al aporte de las MiPymes gastronómicas al desarrollo local. Este resultado sugiere que los empresarios reconocen su rol como actores económicos activos en su entorno, posiblemente debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar la economía barrial y contribuir al tejido productivo de la localidad de Suba.

Para el segundo ítem relacionado con la adopción de medidas sostenibles para reducir residuos y utilizar materiales biodegradables alcanzó un nivel alto, con un promedio de 4.14. esta respuesta refleja una marcada conciencia ambiental entre los actores del sector gastronómico, quienes parecen estar integrando prácticas responsables en sus operaciones diarias. Esta inclinación hacia la sostenibilidad operativa representa un componente fundamental que debe ser considerado en el diseño del modelo de gestión propuesto, ya que fortalece la innovación desde un enfoque ecológico.

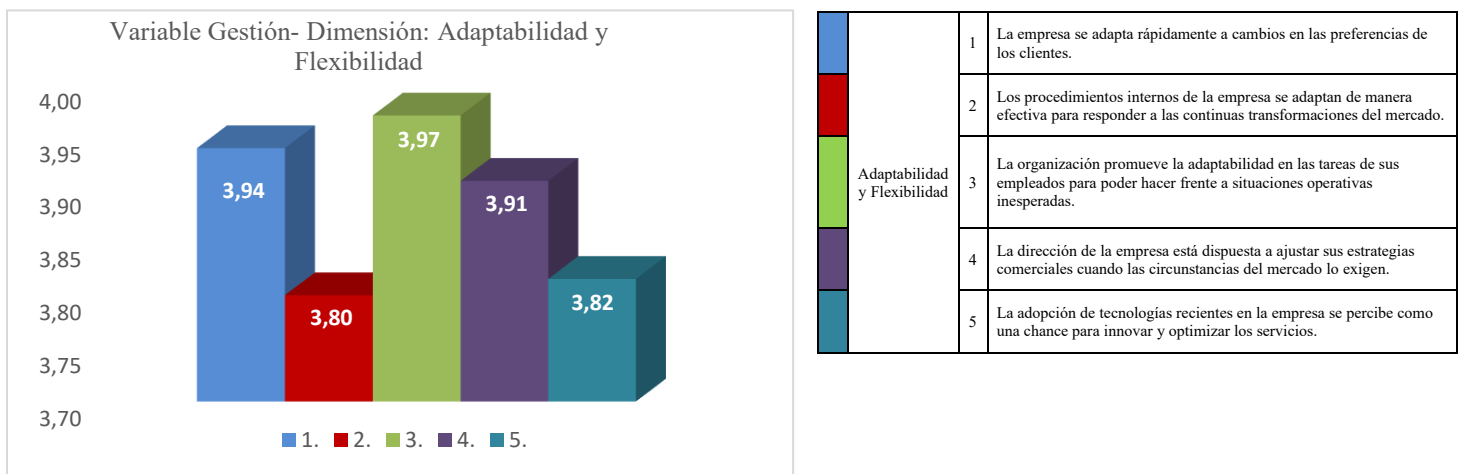
Seguidamente, el tercer ítem que evalúa la implementación de proyectos con participación de la comunidad obtuvo un nivel medio, con un promedio de 3.42. Este resultado indica que se debe fortalecer la vinculación directa entre las empresas y la comunidad en cuanto a la toma de decisiones relacionadas con los productos o servicios que ofrecen. A pesar de tener un impacto económico y ambiental significativo, las MiPymes aún presentan una interacción limitada con su entorno social inmediato. Esta situación representa una oportunidad de mejora

clave dentro del modelo de gestión, abriendo la posibilidad de incluir estrategias de participación, colaboración e innovación con la comunidad de Suba.

Respecto al cuarto ítem que analizo el compromiso con iniciativas de responsabilidad social, el promedio alcanzado fue de 3.58, lo que refleja una implementación en un nivel alto en este tipo de acciones. Lo que evidencia que las empresas están comprometidas con iniciativas de responsabilidad social que aportan positivamente a la comunidad de Suba.

Finalmente, el quinto ítem evaluó el uso de ingredientes locales y sostenibles en el modelo de negocio con un nivel de promedio alto del 3.92, lo cual indica que muchas empresas ya están incorporando prácticas sostenibles en su cadena de suministro. Este enfoque no solo fortalece la sostenibilidad del negocio, sino que también promueve la economía local y la identidad gastronómica del territorio, por lo que debe ser potenciado como una línea estratégica en el modelo de gestión para la innovación.

**Gráfica 7 Dimensión Adaptabilidad y Flexibilidad**



**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

Con base en la percepción de los 65 encuestados, en relación con la dimensión de Adaptabilidad y Flexibilidad los promedios de respuesta permiten evaluar la percepción del nivel de implementación de cada dimensión en las MiPymes del sector gastronómico en Suba. En la primera opción enfocada en indagar sí, la empresa se adapta rápidamente a cambios en las preferencias de los clientes se identifica un nivel de percepción promedio alto representado con el 3,94 lo que denota que, la empresa tiene la capacidad de enfrentar situaciones adversas y cambios que surjan en las preferencias del consumidor, lo cual es clave para innovar en productos, menús y atención.

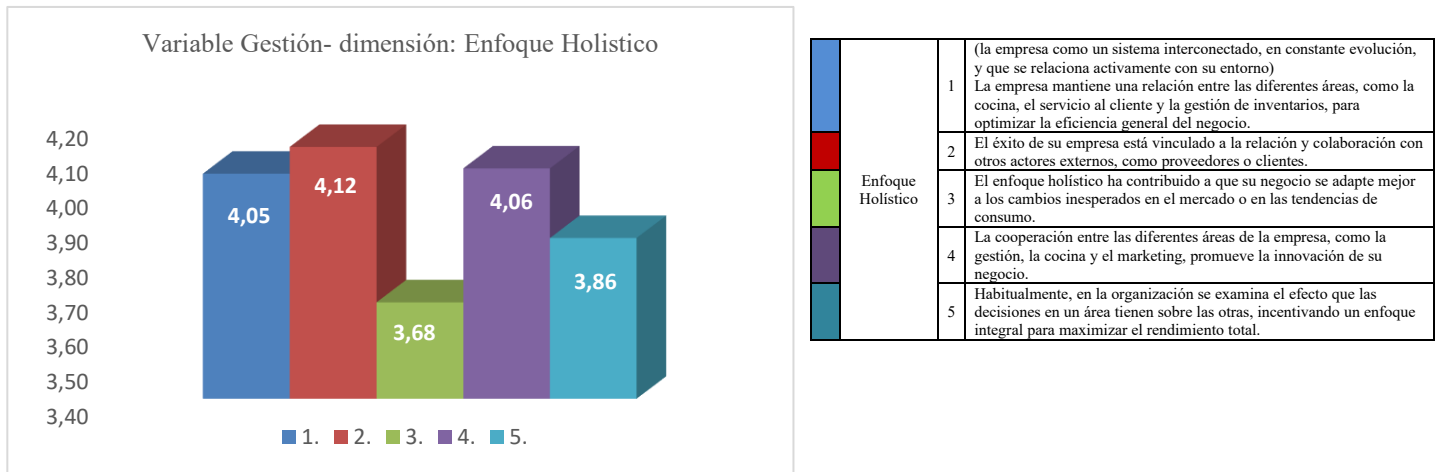
En relación con el segundo ítem enfocado en analizar los procedimientos internos de la empresa y si los mismos se adaptan de manera efectiva para responder a las continuas transformaciones del mercado, de acuerdo con el resultado se evidencia un nivel de percepción promedio alto del 3,8, lo que evidencia que las empresas revisan periódicamente los procesos internos con el fin de identificar mejoras que contribuyan a la eficiencia de las actividades y así dar respuestas efectivas a los clientes y a los cambios del entorno.

De acuerdo con el tercer ítem que indaga en sí, la organización promueve la adaptabilidad en las tareas de sus empleados para poder hacer frente a situaciones operativas inesperadas; este aspecto arroja el mayor porcentaje del 3,97 lo que indica un nivel alto promedio de percepción; revelando que las MiPymes fomentan activamente la flexibilidad operativa del personal, lo cual es un gran activo para implementar innovaciones rápidas y quizás con la revisión de los procesos y desarrollando capacitaciones para contribuir en un mejor desempeño de los colaboradores y aumentar éxito de la empresa.

En cuanto al cuatro ítem analizado, se identifica un nivel promedio de percepción alto representado con un 3,91, evidenciando que la dirección de la empresa está dispuesta a ajustar sus estrategias comerciales cuando las circunstancias del mercado lo exigen, esto contribuyen en la adaptación a los cambios, genera transformación del modelo de negocio cuando sea necesario, mejora la gestión e incluso puede generar ideas para innovar.

En el quinto ítem se indago sobre sí, la empresa ha adoptado tecnologías recientes y sí, se percibe como una oportunidad para innovar y optimizar los servicios de acuerdo con los resultados se evidencia un nivel promedio alto de percepción representado en un 3,82, lo que indica que, hay apertura a la innovación tecnológica e implementar acciones que permitan optimizar éstas en las empresas.

**Gráfica 8 Dimensión Enfoque Holístico**



**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

De acuerdo con la percepción de los encuestados para esta dimensión, el primer aspecto está enfocado en indagar sí la empresa mantiene una relación entre las diferentes áreas, como la cocina, el servicio al cliente y la gestión de inventarios, con base en los resultados se identifica

un nivel promedio de percepción alto representado con el 4,05 evidenciando que las empresas ejecutan estrategias para trabajar de forma coordinada, a la vez preparar a los colaboradores en el desarrollo de sus funciones y el uso de las diferentes herramientas les ha sido funcionales en el éxito de su negocio.

En cuanto al segundo ítem enfocado en identificar sí, el éxito de su empresa está vinculado a la relación y colaboración con otros actores externos, como proveedores o clientes, se identifica un nivel de percepción promedio alto representado con un 4,12 lo cual resalta que las empresas trabajan mancomunadamente con los diferentes actores que contribuyen al buen funcionamiento, atención al cliente, el mejoramiento continuo y el fortaleciendo las alianzas y convenios.

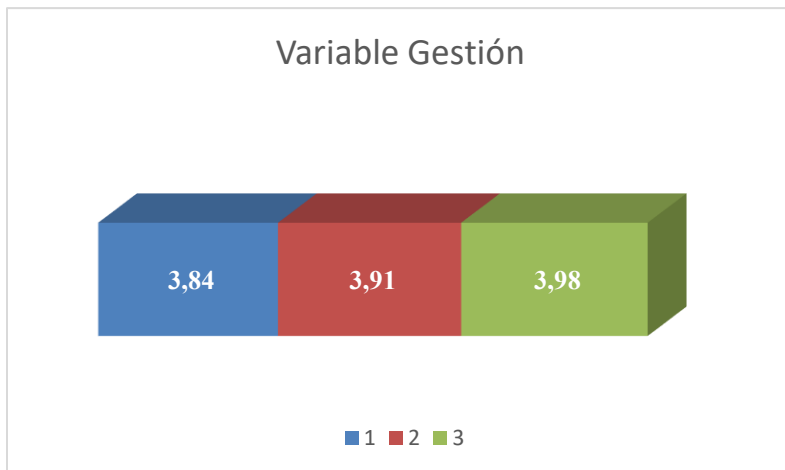
En el tercer aspecto a evaluar, se identifica un nivel promedio alto de percepción con el 3,68 lo que evidencia que el enfoque holístico ha contribuido a que los negocios se adapten mejor a los cambios inesperados en el mercado o en las tendencias de consumo. Lo anterior, deja en evidencia que las organizaciones realizan un trabajo articulado a nivel interno y externo, éstas funcionan como un sistema interconectado, en constante evolución, y se relaciona activamente con su entorno lo que le ha permitido obtener buenos resultados y adaptarse mejor a los cambios.

En relación con el cuarto ítem enfocado en identificar sí la cooperación entre las diferentes áreas de la empresa, como la administración, la cocina y el marketing, promueve la innovación de su negocio, a lo cual se identifica un nivel promedio de percepción alto representado en un 4,06, esto denota que las empresas implementan nuevas estrategias, ideas o recursos que permiten optimizar tiempo, recursos y alcanzar mejores resultados o enfrentarse a nuevos retos.

El último aspecto analizado muestra un nivel promedio alto de percepción representado con el 3,86, lo que indica que habitualmente en las organizaciones se examina el efecto que generan las decisiones de un área sobre las otras, incentivando un enfoque integral para maximizar el rendimiento de los colaboradores, la cualificación de estos y los resultados obtenidos en el tiempo.

### 5.3.1 Característica de la gestión de la innovación

Gráfica 9 Variable Gestión



Gestión	1	Impacto social y sostenibilidad
	2	Adaptabilidad y Flexibilidad
	3	Enfoque Holístico

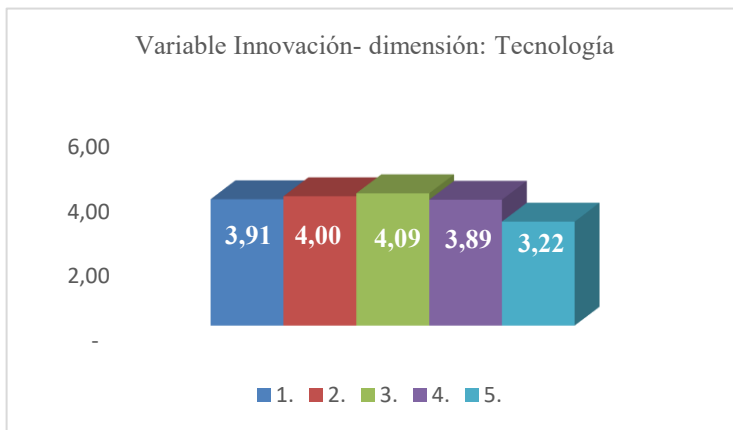
**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

En conclusión, de acuerdo con la percepción de las empresas del sector gastronómico de la localidad de Suba se identifica que a través de la gestión que realizan día a día para desarrollar su actividad económica, buscan generar impacto en la sociedad porque buscan satisfacer la necesidad del cliente, contribuir en el crecimiento económico de la zona; a la vez se han incorporado elementos que contribuyen en la sostenibilidad esto, implementando proyectos para que la comunidad participe activamente en las decisiones relacionadas con los productos o servicios.

Lo anterior, ha contribuido a que los integrantes de las empresas hayan desarrollado habilidades para adaptarse a los cambios del entorno implementación de nuevas estrategias, sin embargo, surge la necesidad de definir procesos y procedimientos que permitan mayor eficiencia en la respuesta a las continuas transformaciones del mercado y así haya mayor flexibilidad para desempeñarse en la empresa, la atención y la satisfacción del cliente. Otras fortalezas que se identifican son: el trabajo mancomunado a través de alianzas con actores externos (proveedores o clientes); esto ha contribuido en una buena gestión y que, a la vez a promueve la innovación del negocio e integrar el trabajo en equipo y así maximizar el rendimiento general.

El análisis de resultados se organiza a partir de la variable de innovación y sus Dimensiones que corresponden a Tecnología, transformación e interconexión y sinergia, a partir de esta información se busca dar respuesta al Nivel de innovación de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, donde se incluye el promedio de las respuestas obtenidas para cada afirmación; con esta información se comparte la percepción de los encuestados frente al nivel de innovación que tienen las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

**Gráfica 10 Dimensión Tecnología**



Tecnología	1	El uso de tecnología ha mejorado los procesos operativos en su establecimiento gastronómico.
	2	El uso de herramientas tecnológicas ayuda a fomentar la innovación en los productos o servicios que ofrece su negocio de gastronomía.
	3	Las plataformas digitales, como las redes sociales o las aplicaciones de entrega, han potenciado la relación con los clientes.
	4	La compañía emplea tecnologías para la administración de inventarios, lo que permite optimizar el funcionamiento del negocio.
	5	El costo relacionado con la adopción de nuevas tecnologías representa un obstáculo para la innovación en su empresa.

**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

Con base en los resultados de la percepción de los 65 encuestados, a continuación, se presentan los resultados de la dimensión de tecnología, la primera afirmación enfocada en evaluar la percepción del uso de la tecnología y si esta ha mejorado los procesos operativos en su establecimiento gastronómico, el resultado muestra un nivel promedio alto de percepción con un 3,9.

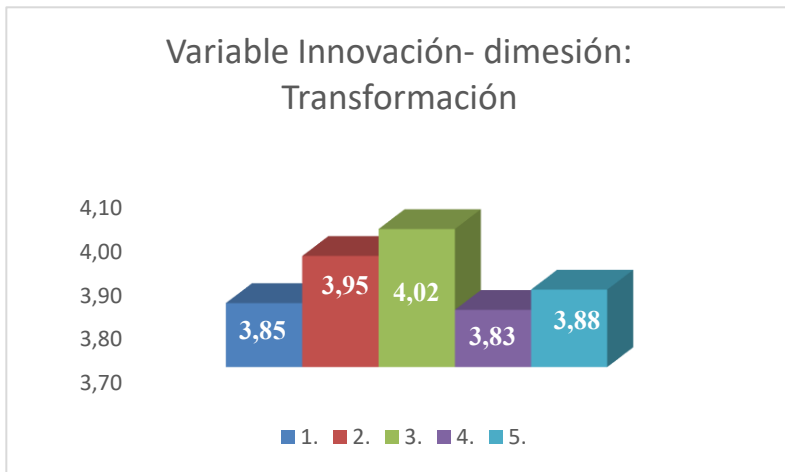
En cuanto al segundo ítem se identifica que la mayoría de los encuestado indican que están de acuerdo con que, el uso de herramientas tecnológicas ayuda a fomentar la innovación en los productos o servicios que ofrecen en el negocio; esto se representa en un nivel promedio alto de percepción del 4,0; con esto se evidencian el uso adecuado de la tecnología y el uso de otras herramientas.

En relación con el tercer aspecto, es el ítem con mayor nivel promedio alto de percepción del 4,0 los encuestados manifiestan estar de acuerdo en que las plataformas digitales, como las redes sociales o las aplicaciones de entrega, han potenciado la relación con los clientes, lo cual se consolido con mayor fuerza en pandemia; también han contribuido a cambiar paradigmas, generar nuevas estrategias, establecer alianzas que han contribuido en el éxito del negocio.

En el cuarto ítem los resultados indican un nivel promedio alto de percepción del 3,89 evidenciando que las compañías emplean tecnologías para la administración de inventarios, lo que permite optimizar el funcionamiento del negocio; esto genera la oportunidad de revisar los medios que se tienen para el desarrollo de las actividades, los procesos y procedimientos que se tienen establecidos o en su defecto las actividades que se realizan para el desarrollo operativo; con el fin de identificar mejoras, necesidades y formas de optimizar lo que existe.

En el quinto aspecto se indagó con el fin de conocer la percepción en cuanto a sí, el costo relacionado con la adopción de nuevas tecnologías representa un obstáculo para la innovación en su empresa; para este caso se identifica un nivel medio de percepción promedio con un 3,22; los encuestados perciben que el costo puede influir a la hora de tomar la decisión de implementar medios que contribuyan en el éxito del negocio y que en algún momento sí puede llegar a ser una desventaja.

**Gráfica 11 Dimensión Transformación**



Transformación	1	La implementación de nuevas tecnologías ha potenciado la competitividad de su negocio en el sector gastronómico.
	2	En su establecimiento gastronómico hay una cultura de innovación continua que busca mejorar la atención al cliente.
	3	La adopción de un modelo de gestión organizado en su empresa facilita la generación de decisiones innovadoras.
	4	Las alianzas estratégicas con otros negocios del sector gastronómico favorecen la innovación en su empresa.
	5	Los procesos de innovación han sido fundamentales para el éxito del negocio en el sector gastronómico.

**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

De acuerdo con los resultados de percepción de los 65 encuestados, se presentan los resultados asociados a la dimensión de transformación en las MiPymes del sector gastronómico en Suba. En el primer ítem de esta dimensión se identifica un nivel alto de percepción promedio con un 3,85 evidenciando que la implementación de nuevas tecnologías contribuye en la competitividad en el sector gastronómico; sin embargo, el costo es un elemento que influye. Esto no quiere decir que no sea una oportunidad de validar diferentes escenarios que le permitan a la empresa contar con los recursos necesarios y optimizar el desarrollo de las diferentes actividades para ser más competitivos en el mercado.

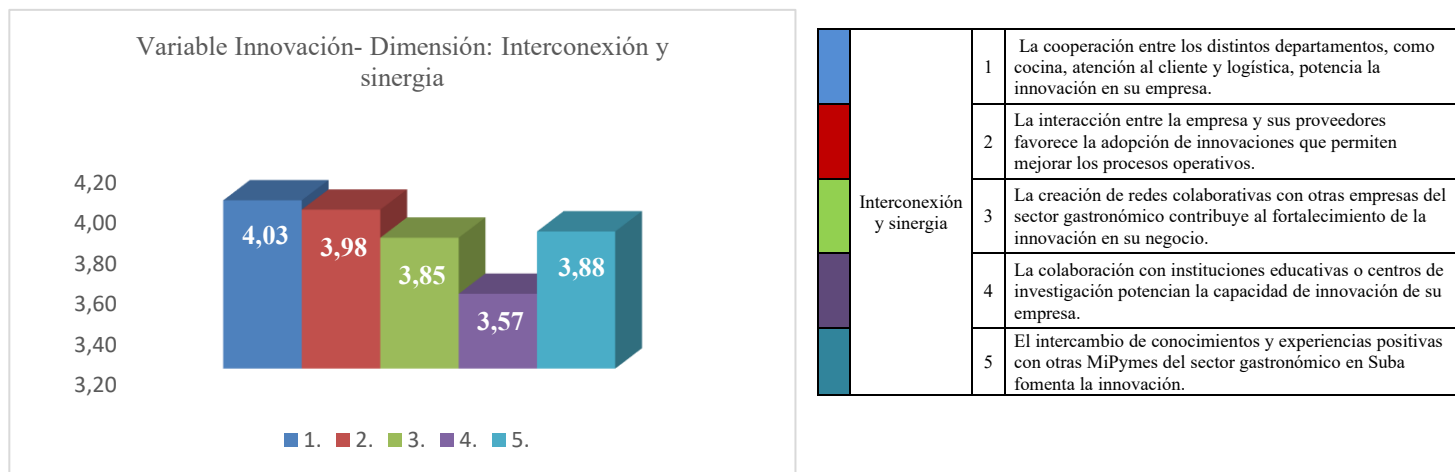
El segundo elemento en el que se indago fue sí, en el establecimiento gastronómico hay una cultura de innovación continua que busca mejorar la atención al cliente; se identificó un nivel de percepción promedio alto representado con el 3,95, evidenciando que las empresas han desarrollado estrategias y acciones enfocadas a generar una mejor experiencia al cliente; a la vez es una oportunidad para que en la propuesta del modelo de gestión se fortalezcan las acciones que contribuyan a esa estrategia.

En el tercer elemento que se analizó es sí, la empresa ha adoptado un modelo de gestión organizado y de ser así, si dicho modelo facilita la generación de decisiones innovadoras a lo que la percepción de los 65 encuestados representa un nivel promedio alto representado con el 4.02, lo que evidencia que en las empresas han procurado establecer esquemas funcionales para el desarrollo de sus actividades, el rol de los colaboradores y todo en pro de la satisfacción del cliente y el posicionamiento en el mercado.

El cuarto aspecto se indago está relacionado en sí, existen alianzas estratégicas con otros negocios del sector gastronómico y de ser así, si las mismas favorecen la innovación en su empresa; a lo cual la percepción de los encuestados representa un nivel promedio alto del 3,83, evidenciando que se tienen alianzas.

Por último, en esta dimensión se consultó sí, los procesos de innovación han sido fundamentales para el éxito del negocio en el sector gastronómico, de acuerdo con los resultados, se identifica un nivel de percepción promedio alto representado con un 3,88; evidenciando que los procesos de innovación que han implementado las empresas han sido fundamentales para el éxito del negocio en el sector gastronómico.

Gráfica 12 Dimensión Interconexión y sinergia



Interconexión y sinergia	1	La cooperación entre los distintos departamentos, como cocina, atención al cliente y logística, potencia la innovación en su empresa.
	2	La interacción entre la empresa y sus proveedores favorece la adopción de innovaciones que permiten mejorar los procesos operativos.
	3	La creación de redes colaborativas con otras empresas del sector gastronómico contribuye al fortalecimiento de la innovación en su negocio.
	4	La colaboración con instituciones educativas o centros de investigación potencian la capacidad de innovación de su empresa.
	5	El intercambio de conocimientos y experiencias positivas con otras MiPymes del sector gastronómico en Suba fomenta la innovación.

**Fuente:** Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección - encuesta

A continuación, se presentan los resultados de la dimensión de Interconexión y sinergia, lo que permiten identificar la percepción en las MiPymes del sector gastronómico en Suba. En cuanto a la primera opción se indaga sí, la cooperación entre los distintos departamentos, como cocina, atención al cliente y logística, potencia la innovación en su empresa, identificando un nivel de percepción alto representado en un promedio del 4.03, evidencian que las estrategias y acciones que se desarrollan en las empresas generan la articulación entre las diferentes áreas y se han obtenido buenos resultados. Por ende, es importante que se mantengan este tipo de acciones e incorporen elementos que fortalezcan estos aspectos.

El segundo elemento que se analizó es la interacción entre la empresa y sus proveedores indagando sí, esta favorece la adopción de innovaciones que permiten mejorar los procesos operativos, en los resultados se obtuvo un nivel de percepción promedio alto representado en 1 3,98 de los encuestados indican estar de acuerdo, lo cual es muy positivo debido a que el relacionamiento con los proveedores y las condiciones que se manejen para la recepción del

producto o servicio y periodicidad de pago es fundamental en las estrategias de liquidez de la empresa. Por ende, es algo que se debe mantener e implementar acciones que fortalezcan el relacionamiento.

En cuanto a un tercer elemento a indagar estuvo enfocado en identificar sí, la creación de redes colaborativas con otras empresas del sector gastronómico contribuye al fortalecimiento de la innovación en su negocio; la percepción representada en un 3,8 muestra tendencia a estar de acuerdo, sin embargo, este elemento debe evaluarse de manera continua, debido a que los cambios son constantes, lo que genera la necesidad de implementar estrategias diferentes, evaluar los resultados constantemente, hacer análisis del sector, la competencia, el comportamiento económico de tal forma que se identifiquen nuevas oportunidades y se mitiguen riesgos que surjan.

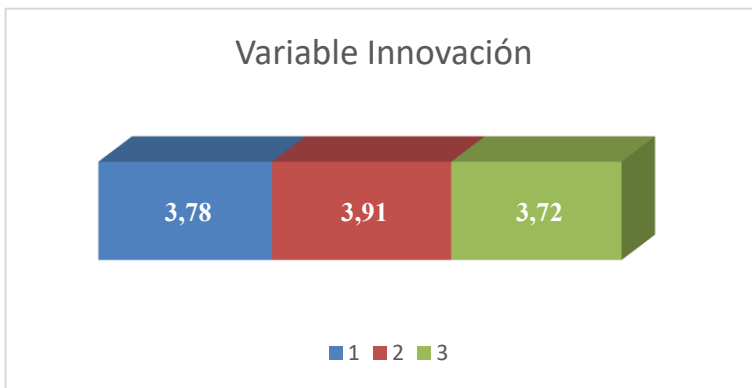
El cuarto aspecto que se revisó en esta dimensión está enfocado en identificar sí, la colaboración con instituciones educativas o centros de investigación potencian la capacidad de innovación de su empresa, se obtuvo un nivel de percepción promedio alto representado con el 3,57; lo que confirma que las empresas al aliarse con este tipo de instituciones pueden generar beneficios mutuos.

Por último, se indago sí, en la organización se ha generado intercambio de conocimientos y experiencias positivas con otras MiPymes del sector gastronómico en Suba que fomenten la innovación, identificando una percepción promedio de nivel alto representada en el 3,88, evidenciando que el intercambio de conocimientos y experiencias positivas con otras MiPymes del sector gastronómico fomenta la innovación y las posibilidades de anudar esfuerzos que contribuyan en el medio, la economía del sector y de las entidades que participen.

### 5.3.2 Nivel de percepción de Innovación

El análisis del nivel de innovación en cada variable permite identificar aspectos específicos de la innovación empresarial. Este análisis busca comprender el grado de adopción de prácticas innovadoras y su impacto en el desarrollo de estas empresas. Los resultados se presentan de forma clara.

Gráfica 13 Variable Innovación



Innovación	1	Tecnología
	2	Transformación
	3	Interconexión y sinergia

Fuente: Creación propia con base en los resultados del instrumento de recolección – encuesta

En cuanto a innovación se tiene la percepción que la tecnología ha contribuido en la misma porque con el uso de plataformas digitales, las redes sociales o diferentes aplicaciones han potenciado la relación con los clientes, la comercialización de los productos y ha contribuido en el mejoramiento de los procesos. A la vez todo esto contribuye a la transformación en el tiempo al punto de crear modelos de gestión organizado, generando un trabajo articulado entre los distintos departamentos, como cocina, atención al cliente, logística y a nivel externo la importancia del trabajo mancomunado con los proveedores y redes colaborativas con otras empresas del sector gastronómico. Se resalta que la secretaria de Desarrollo Económico ha implementado estrategias para contribuir en estos aspectos en la labor de las empresas.

#### **5.4 Componentes de un modelo de gestión de innovación para las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá**

En esta sección se presentan los hallazgos que permiten identificar componentes clave de un modelo de gestión de innovación, agrupados en seis subsistemas: tecnológico, impacto social y sostenibilidad, adaptabilidad y flexibilidad, enfoque holístico, transformación, e interconexión y sinergia. Cada componente fue analizado con base en cinco dimensiones: entradas, procesos, salidas, retroalimentación y variables relacionadas. Los resultados reflejan el nivel de apropiación de prácticas innovadoras en estas organizaciones, así como los factores que potencian o limitan su desarrollo competitivo en el mercado local.

Tabla 7 Componentes del modelo de gestión de innovación

Dimensión	Variable Relacionada	Entradas	Procesos (Transformación)	Salidas	Retroalimentación
<b>Tecnológico</b>	Tecnología, digitalización, sistemas de información, analítica, Marketing	Herramientas digitales, redes sociales, internet, Sistemas de monitoreo, datos de consumo de clientes y datos de redes sociales.	Automatización de pedidos, gestión en línea, pagos digitales, gestión integrada de compras, inventario y ventas, análisis de patrones de consumo, segmentación de clientes.	Mejora en eficiencia operativa y atención al cliente, mejora en campañas de marketing, mejora en la experiencia del cliente y reducción del tiempo de espera	Métricas digitales, reseñas en línea, KPIs digitales del sistema, alertas de stock o consumo, métricas de interacción y tasa de apertura / conversión.
<b>Impacto Social y Sostenibilidad</b>	Gestión ambiental, vinculación comunitaria	Alianzas con proveedores locales, programas de reciclaje, alianzas institucionales y participación en eventos culturales.	Implementación de prácticas sostenibles e inclusión social, integración con comunidad local y promoción de cultura gastronómica.	Reducción de residuos, reputación positiva, fidelización, aumento de visibilidad y valor compartido.	Encuestas de satisfacción, informes de sostenibilidad, indicadores de impacto social y percepción comunitaria.
<b>Adaptabilidad y Flexibilidad</b>	Capacidad de respuesta al cambio, flexibilidad operativa.	Información del entorno y cambios en el comportamiento del consumidor.	Ajuste de menús, nuevos canales (domicilios, apps), horarios y nuevas líneas de negocio.	Agilidad para enfrentar crisis y cambios de mercado, diversificación de ingresos y mayor penetración en el mercado.	Evaluación de resultados, Retroalimentaciones del cliente, indicadores de rentabilidad.
<b>Enfoque Holístico</b>	Gestión integral, visión sistémica, cultura organizacional, gestión de procesos.	Información interáreas, datos internos de la organización, procesos estandarizados y manuales de calidad.	Coordinación entre áreas, planificación estratégica, optimización de flujos de trabajo y auditorías internas.	Coherencia en procesos y toma de decisiones, mejora en la eficiencia general, mejor control operativo y reducción de inconsistencias.	Reuniones de evaluación, reportes de gestión, análisis de procesos y revisiones periódicas.
<b>Transformación</b>	Innovación en procesos, rediseño organizacional.	Recursos humanos, datos operativos, equipamiento, diagnóstico organizacional y retroalimentación de los colaboradores.	Rediseño de procesos internos y experiencia del cliente, implementación de metodologías ágiles y mejora continua.	Mejoramiento en la percepción del cliente, optimización de procesos y recursos, reducción de rotación de personal.	Indicadores de productividad, KPIs, encuestas internas y evaluaciones de desempeño.
<b>Interconexión y Sinergia</b>	Comunicación interna y externa, alianzas estratégicas y redes.	Trabajo colaborativo, redes de apoyo sectorial, canales de comunicación y reuniones multidisciplinares.	Integración con actores clave (clientes, proveedores, gremios), programas de capacitación, fortalecimiento de redes.	Fortalecimiento del ecosistema gastronómico local, mejora en la coordinación interna e innovación.	Participación en redes, evaluación de alianzas, indicadores de comunicación y medición de clima organizacional.

**Fuente:** Creación propia de acuerdo con los componentes definidos para proponer el modelo de gestión de innovación para las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá.

El modelo de gestión propuesto se estructura a partir de los seis componentes propuestos para esta investigación, que surgen como respuesta directa a los objetivos específicos planteados que buscan: caracterizar la gestión de la innovación, establecer el nivel de innovación actual y, finalmente, identificar los componentes clave que deben integrar un modelo de gestión ajustado a las realidades de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá. A partir de lo anterior, el modelo busca articular de manera coherente los distintos componentes de la organización, promoviendo una innovación integral, escalable y contextualizada.

El componente tecnológico, responde directamente a las carencias identificadas en el uso de tecnologías digitales, automatización de procesos y gestión de datos. Al integrar herramientas digitales, sistemas de monitoreo y marketing digital, se fomenta una transformación operativa orientada a la eficiencia, personalización del servicio y toma de decisiones basada en datos, aspectos críticos para elevar el nivel de innovación en estas empresas.

Para el componente de impacto social y sostenibilidad, se identificó una limitada integración de criterios de sostenibilidad y vinculación comunitaria. Este componente plantea una transformación hacia prácticas más responsables y sostenibles, generando no solo beneficios ambientales, sino también una mayor reputación y posicionamiento social, lo cual representa una oportunidad de diferenciación para el sector.

Así mismo, el componente de adaptabilidad y flexibilidad plantea que las MiPymes analizadas presentan dificultades para adaptarse a cambios del mercado y nuevas formas de consumo. Este componente propone una estructura flexible capaz de ajustar menús, horarios y canales de venta de manera ágil, lo cual se traduce en mayor competitividad y resiliencia empresarial.

El componente de enfoque holístico deja en evidencia que dichas organizaciones tienen una gestión fragmentada, sin una visión integral que conecte procesos, talento humano y estrategia. Este componente busca articular los distintos frentes organizacionales, promoviendo una planificación estratégica coherente, mayor control interno y una toma de decisiones fundamentada en datos integrales.

De igual manera, el componente de transformación refleja la necesidad de rediseñar procesos clave e innovar en la experiencia del cliente, este componente articula elementos como la mejora continua, la implementación de metodologías ágiles y la redefinición de roles organizacionales. La transformación no solo apunta a eficiencia, sino también a la generación de valor y diferenciación.

Finalmente, el componente de interconexión y sinergia muestra una baja colaboración entre actores del ecosistema gastronómico. Este componente propone fortalecer las redes internas y externas, establecer alianzas estratégicas y fomentar la innovación colaborativa, contribuyendo así a la consolidación del tejido empresarial del sector en Suba.

Lo anterior, permite establecer que estos componentes forman un modelo con enfoque sistémico, adaptable y contextualizado, que permite a las MiPymes gastronómicas de Suba evolucionar hacia una gestión de la innovación estructurada, participativa y alineada con las exigencias actuales del entorno competitivo.

A continuación, se presenta un ejemplo de la aplicación del modelo de acuerdo con las MiPymes

Tabla 8 Ejemplo de la aplicación del modelo de acuerdo con las MiPymes

Tipo de empresa	Dimensión	Procesos	Diagnostico	Socialización	Áreas Responsables	Recursos	Evaluar Resultados
Micro (Hasta 10 trabajadores)	Transformación	Rediseño de procesos internos y experiencia del cliente, implementación de metodologías ágiles y mejora continua	Identificar los procesos que desarrollan y si los tienen sistematizados, ¿integrantes de la organización los tiene claros? ¿se aplican de forma correcta? ¿son funcionales. A partir de las mejoras que se identifiquen, establecer un plan de mejoras	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definen se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar responsables y tiempos	Propietario Administrador o responsable de las ventas	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos que se necesitan	A partir de las mejoras que se implementan, medir los resultados a través de Indicadores de productividad, KPIs, encuestas internas y evaluaciones de desempeño.
	Impacto Social y Sostenibilidad	Implementación de prácticas sostenibles e inclusión social, integración con comunidad local y promoción de cultura gastronómica.	Identificar que actividades o acciones desarrollan y contribuyen en la sostenibilidad y el impacto que generan en el medio.  Definir las acciones que se pueden desarrollar para avanzar en esa cultura	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definen se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar responsables y tiempos	Todas	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros y tecnológicos que se necesitan	Aplicar Encuestas de satisfacción, realizar informes de las acciones que contribuyen en la sostenibilidad y aplicar indicadores de impacto social y percepción comunitaria.

Pequeña (De 11 a 50 trabajadores)	Enfoque Holístico	Coordinación entre áreas, planificación estratégica, optimización de flujos de trabajo y auditorías internas.	Identificar el esquema establecido como estructura organizacional, procesos establecidos, eficiencia en el desarrollo de los procesos y si evalúan o supervisan los resultados, periodicidad y acciones de mejora.	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definan se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar responsables y tiempos	Propietario Administrador or Producción Ventas Experiencia del cliente	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos que se necesitan	Contar con reportes de gestión, análisis de procesos y revisiones periódicas.
	Impacto Social y Sostenibilidad	Implementación de prácticas sostenibles e inclusión social, integración con comunidad local y promoción de cultura gastronómica.	Identificar que actividades o acciones desarrollan y contribuyen en la sostenibilidad y el impacto que generan en el medio.  Definir las acciones que se pueden desarrollar para avanzar en esa cultura	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definan se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar responsables y tiempos	Todas	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos que se necesitan	A nivel interno y externo aplicar Encuestas de satisfacción, realizar informes de las acciones que contribuyen en la sostenibilidad y aplicar indicadores de impacto social y percepción comunitaria.
Mediana (De 151 a 200 trabajadores)	Tecnológico	Automatización de pedidos, gestión en línea, pagos digitales, gestión integrada de compras, inventario y ventas, análisis de patrones de consumo, segmentación de clientes.	Identificar procesos asociados a las ventas, manejo de inventarios y atención al cliente	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definan se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar	Propietario Administrador or Producción Ventas Experiencia del cliente	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos que se necesitan	Métricas digitales, reseñas en línea, KPIs digitales del sistema, alertas de stock o consumo, métricas de interacción y tasa de apertura / conversión.

			responsables y tiempos			
Impacto Social y Sostenibilidad	Implementación de prácticas sostenibles e inclusión social, integración con comunidad local y promoción de cultura gastronómica.	Identificar que actividades o acciones desarrollan y contribuyen en la sostenibilidad y el impacto que generan en el medio.  Definir las acciones que se pueden desarrollar para avanzar en esa cultura	De acuerdo con las acciones (plan, proyecto, estrategia) que se definen se debe realizar una campaña de socialización a los integrantes de la organización e indicar responsables y tiempos	Todas	Definir tiempo estimado y los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos que se necesitan	A nivel interno y externo aplicar Encuestas de satisfacción, realizar informes de las acciones que contribuyen en la sostenibilidad y aplicar indicadores de impacto social y percepción comunitaria.

Fuente: Creación propia con base en el tipo de empresa y los componentes definidos para proponer el modelo de gestión.

## 5.5 Relación Estadística

Tabla 9 Análisis de Correlación Bivariada

### Correlaciones

		Gestión	Innovación
Gestión	Correlación de Pearson	1	,819**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	65	65
Innovación	Correlación de Pearson	,819**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	65	65

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultado con base en el análisis de correlación bivariada realizado a través de SPSS

De acuerdo con los resultados generados en la correlación de Bivariada, se obtuvo un coeficiente de 0,819 que señala una correlación positiva alta entre las variables. Esto quiere decir que, a medida que aumentan los niveles de gestión, también tienden a aumentar los niveles de innovación, y viceversa. La significancia ( $p = 0,000$ ) confirma que la probabilidad de que esta correlación ocurra por azar es prácticamente nula.

Conforme a lo anterior, se puede afirmar que existe una relación positiva fuerte y significativa entre la Gestión y la Innovación en la muestra analizada. Este resultado sugiere que un buen desempeño en la gestión organizacional se asocia estrechamente con mayores niveles de innovación.

*Tabla 10 Análisis de Correlación Bivariada*

			Gestión	Innovacion
Rho de Spearman	Gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,651**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Innovacion	Coefficiente de correlación	,651**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultado con base en el análisis de correlación bivariada realizado a través de SPSS

De acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman se evalúa la relación entre las variables de Gestión e Innovación, obteniendo un coeficiente de 0,651 que sugiere una correlación positiva moderada a alta entre las dos variables. Esto implica que, en general, a mayores niveles de gestión, también se presentan mayores niveles de innovación, y viceversa.

Dado que la significancia es muy baja ( $p < 0,01$ ), podemos afirmar que esta relación no es producto del azar.

Lo anterior, permite confirmar que existe una relación positiva significativa entre la Gestión y la Innovación en el grupo analizado. Este resultado sugiere que mejoras en los procesos de gestión podrían estar asociadas con un incremento en los niveles de innovación.

## 6 Conclusiones

Este capítulo presenta las conclusiones derivadas del proceso investigativo desarrollado con el fin de proponer un modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá. A partir de los objetivos planteados, se realizó una caracterización detallada de la gestión de innovación en este tipo de empresas, se identificó su nivel actual de implementación y se estructuró un modelo basado en componentes sistémicos. Las conclusiones aquí presentadas responden a la pregunta de investigación, validan la hipótesis formulada y contrastan los hallazgos con estudios previos relevantes.

Al analizar los resultados de la investigación frente al objetivo de caracterización de la gestión de la innovación, a partir del análisis FODA en el cual se identificaron diferentes elementos se concluye que las MiPymes del sector gastronómico en Suba presentan una gestión de la innovación limitada por el uso de modelos tradicionales, acceso reducido a recursos tecnológicos y financieros, así como por la ausencia de estrategias formales de innovación, sin embargo también se evidencia que estas empresas cuentan con fortalezas asociadas al uso de redes sociales y medios digitales para promoción, una disposición a la incorporación de tecnologías y prácticas innovadoras, adicionalmente cuentan con una capacidad de adaptación frente a los cambios en comparación con empresas de gran tamaño y reconocen la importancia de la innovación como un elemento clave en su estrategia empresarial; así mismo, persisten debilidades en sostenibilidad, procesos, cultura organizacional y gestión del conocimiento.

Ahora bien, al evaluar el objetivo que buscaba establecer el nivel percepción de innovación de las MiPymes, si bien existe una conciencia creciente sobre la importancia de

innovar, las percepciones varían según el tamaño y el cargo; algunos aún ven la innovación como un valor agregado y no como una estrategia. La investigación evidenció que la innovación no debe entenderse únicamente como adopción tecnológica, sino como una transformación cultural y de procesos que involucra todos los niveles de la organización, lo cual es esencial para mantener la competitividad.

Para evaluar el objetivo que planteaba la identificación de los componentes de un modelo de gestión, se identificaron seis dimensiones interconectadas: tecnológico, impacto social y sostenibilidad, adaptabilidad y flexibilidad, enfoque holístico, transformación, e interconexión y sinergia. Estos componentes se basan en la teoría general de sistemas, y se diseñaron de forma coherente con las necesidades reales del sector. Su implementación práctica permitiría fortalecer la innovación desde una perspectiva integral y contextualizada, superando la visión fragmentada evidenciada en el diagnóstico.

En relación con la pregunta de investigación, de ¿Qué características debe contener un modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico?, Se concluye que un modelo de gestión debe caracterizarse por un enfoque sistémico e integral que articule de manera coherente sus diferentes dimensiones, ser flexible y adaptable a los cambios del entorno, incorporar estratégicamente tecnologías tanto operativas como de marketing digital, y estar orientado hacia la sostenibilidad ambiental y social; además, debe promover la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional, contar con liderazgo innovador capaz de impulsar procesos de cambio, mantener una orientación constante hacia el cliente y la experiencia de servicio, e incluir mecanismos de medición y evaluación continua que permitan ajustar las estrategias y asegurar la competitividad y sostenibilidad de estas empresas en un mercado altamente dinámico y exigente.

Al analizar la hipótesis planteada, se valida que un modelo de gestión de la innovación con enfoque sistémico permite mejorar significativamente la capacidad de las MiPymes gastronómicas para adaptarse, diferenciarse y mantenerse competitivas. Los resultados muestran que aquellas empresas con mayor nivel de integración de componentes como la tecnología o la flexibilidad presentan mejores indicadores de eficiencia y percepción de valor por parte del cliente.

Al contrastar los resultados con estudios similares, se ratifica la importancia de la innovación como factor determinante en la sostenibilidad de las MiPymes (Blacio, 2022; Herrera, 2022). El modelo propuesto ofrece un aporte diferencial al incluir de manera explícita aspectos de impacto social y cultural, altamente relevantes para el sector gastronómico, tal como lo destacan investigaciones como las de Márquez (2023) y Rueda y López (2020).

Finalmente, se concluye que la aplicación del modelo propuesto debe ir acompañada de estrategias de sensibilización, formación y acompañamiento técnico, especialmente dirigidas a los propietarios y administradores de las MiPymes, quienes frecuentemente carecen de conocimientos formales en innovación y gestión estratégica. Adicionalmente La ejecución del modelo deben incluir acciones que contribuyan en una gestión ambiental responsable y la vinculación de la comunidad. Solo así se podrá garantizar su adopción efectiva y sostenida.

## 7 Recomendaciones

A partir de los resultados y las conclusiones obtenidas en la presente investigación, a continuación, se plantean una serie de recomendaciones orientadas a fortalecer la gestión de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá. Estas recomendaciones buscan facilitar la aplicación práctica del modelo de gestión propuesto, promover la sostenibilidad del sector, fomentar la innovación como un eje estratégico y contribuir al desarrollo competitivo de estas organizaciones desde un enfoque sistémico. Su implementación debe ser progresiva, adaptada al contexto específico de cada empresa y acompañada por acciones de apoyo institucional y sectorial.

Implementar progresivamente el modelo de gestión de innovación con enfoque sistémico propuesto en esta investigación, adaptando las seis dimensiones (tecnológico, impacto social y sostenibilidad, adaptabilidad y flexibilidad, enfoque holístico, transformación, e interconexión y sinergia) según las capacidades, necesidades y prioridades de cada organización.

Fortalecer la cultura de innovación dentro de las MiPymes gastronómicas, promoviendo la participación de todos los colaboradores en la identificación de oportunidades de mejora, la generación de ideas y la optimización de procesos. Esto puede lograrse mediante talleres internos, grupos primarios, iniciativas innovadoras y en la medida que la empresa tenga las capacidades puede generar un programa de incentivos o reconocimientos que incentiven a los colaboradores.

Mejorar la adopción tecnológica y digital, no solo en canales de venta y promoción, sino también en la gestión operativa, administrativa y de servicio al cliente. Se recomienda la

inversión gradual en herramientas como sistemas de puntos de venta (POS), software de inventario, plataformas de reservas y analítica de datos.

Fomentar la sostenibilidad y el impacto social como elementos diferenciadores del modelo de negocio, a través de alianzas con proveedores locales, gestión de residuos, inclusión laboral y participación en redes comunitarias. Estas prácticas no solo fortalecen la imagen empresarial, sino que pueden mejorar la fidelización del cliente y abrir nuevas oportunidades de mercado.

Desarrollar capacidades organizacionales para la toma de decisiones estratégicas basadas en datos, mediante la implementación de indicadores clave de gestión (KPIs) y el seguimiento de métricas de desempeño, atención al cliente, rentabilidad y eficiencia operativa.

Promover espacios de articulación y colaboración entre las MiPymes del sector gastronómico, facilitando el intercambio de buenas prácticas, la creación de redes de apoyo y la generación de proyectos conjuntos de innovación. Las cámaras de comercio, gremios y universidades pueden jugar un rol clave en este proceso.

Incluir en la formación de propietarios, administradores y personal clave contenidos relacionados con gestión de innovación, transformación digital, sostenibilidad y liderazgo organizacional, mediante alianzas con entidades de educación y programas de apoyo institucional.

Solicitar el apoyo de entidades públicas y privadas para la financiación de proyectos de innovación, desarrollo tecnológico y transformación organizacional, considerando que muchas MiPymes carecen de los recursos necesarios para emprender estos procesos por sí solas.

Establecer mecanismos internos de retroalimentación periódica, tales como encuestas a clientes, reuniones de evaluación de procesos y análisis de indicadores, que permitan ajustar el modelo de forma continua y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Documentar y difundir los casos exitosos de aplicación del modelo propuesto, como estrategia para motivar a otras empresas del sector a adoptar prácticas similares y generar un efecto multiplicador en la localidad.

## 8 Referencias

- Aronson, R. (2013). *La complejidad en la ciencia social*. Editores de Ciencias Sociales.
- Becerra, A., & Amozurrutia, J. (2015). *Teoría de sistemas complejos*. Editorial Universitaria.
- Becerra, A., & Castorina, J. (2018). El análisis sistémico y la interdisciplinariedad en la complejidad social. *SciELO*. <https://www.scielo.org.mx/>
- Bennett, M. (2019). Systemic innovation and strategic management. *Journal of Business Innovation*, 13(3), 205–223.
- Bertalanffy, L. (2020). *Teoría general de sistemas: Fundamentos, desarrollo y aplicaciones*. Siglo XXI.
- Checkland, P. (2019). *Systems thinking, systems practice*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Departamento Nacional de Planeación. (s.f.). *Acción por el clima. Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS Colombia*. <https://ods.dnp.gov.co/es/objetivos/accion-por-el-clima>
- Díaz Ortiz, N. P. (2016). Responsabilidad social empresarial desde una perspectiva sistémica. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 9(16), 121–131.
- Espinosa, A., & Walker, J. (2021). *A complexity approach to sustainability: Theory and application*. Routledge.
- Gagnon, M. A. (2020). *Quantitative research methods in social sciences*. Routledge.
- García, R. (2006). Teoría de los sistemas complejos en las ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, (12), 45–60.
- García-Sánchez, E., & Rodríguez-Serrano, M. (2020). *La innovación en las MiPymes: Un análisis de competitividad en economías emergentes*. Editorial Universitaria.
- Gharajedaghi, J. (2020). *Systems thinking: Managing chaos and complexity: A platform for designing business architecture* (3rd ed.). Elsevier.
- Gómez, P., & López, M. (2021a). *Gestión sostenible en las MiPymes del sector servicios: Casos en Bogotá*. Editorial Uandes.
- Gómez, P., & López, M. (2021b). *Innovación en MiPymes: Casos de estudio en Bogotá*. Editorial Uandes.

González, R., & Méndez, L. (2020). *Gestión sistémica y desarrollo empresarial en MiPymes*. Editorial Académica Española.

Hernández, L., & Vargas, R. (2022). *Impacto social y económico de las MiPymes en Colombia*. Editorial EAN.

Hernández, P., & Ruiz, C. (2021). *Teoría de sistemas aplicada a la gestión empresarial*. Editorial Alfaomega.

Jackson, M. C. (2022). *Critical systems thinking and the management of complexity*. Wiley.

López, A., & Hernández, R. (2020). *Teoría de sistemas aplicada a la gestión empresarial*. Editorial EAN.

López, D., & Sánchez, M. (2022). *Innovación y transformación en MiPymes: Un enfoque sistémico*. Editorial Universidad Nacional.

López, J., & Martínez, S. (2021). *Innovación y sostenibilidad en MiPymes: Una aproximación teórica*. Editorial EAFIT.

López, R., & Torres, C. (2023). *Gestión empresarial y sostenibilidad en las MiPymes colombianas*. Editorial Unilibros.

López, S., & Martínez, P. (2022). *Sinergias y competitividad en empresas del sector gastronómico*. Ediciones Eco.

Maldonado, J., & Rodríguez, A. (2021). *Teoría de sistemas aplicada a la gestión empresarial*. Editorial Ucolibros.

Martínez, L., & Sánchez, J. (2020). *La innovación en el sector gastronómico: Retos y oportunidades*. Editorial EAN.

Mejía, C., & Gómez, D. (2021). *Organizaciones como sistemas dinámicos: Una aproximación teórica*. Editorial Unilibros.

Mikulecky, D. C. (2007). La interconexión de los sistemas y la complejidad en la teoría de sistemas. *Journal of Complex Systems*, 18(2), 75–92.

Moreno, A., & Díaz, C. (2020). *Teoría de sistemas y gestión organizacional*. Editorial Uniandes.

Moreno Rubio, M. E. (2020). La teoría de sistemas y su relación con la historia. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 40(159), 171–200.

Mulej, M., et al. (2020). Systems thinking for innovation. *Journal of Applied Systems Innovation*, 4(1), 145–160. <https://doi.org/10.3390/systems4010145>

- Natera, J. M. (2018). *Capacidades nacionales en los procesos de innovación*. Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
- Nowotny, H. (2005). *La complejidad y el conocimiento científico en el siglo XXI*. Ediciones Global.
- Pérez, C. (2020). *Revoluciones tecnológicas y paradigmas tecnoeconómicos*. Fundación CEPS.
- Pérez, D., & Ramírez, S. (2021). *Modelos de gestión para la innovación en sectores competitivos*. Editorial EAFIT.
- Pérez, J., & Gómez, R. (2020). *Gestión de procesos en el sector gastronómico*. Editorial EAN.
- Pérez, M., & Gómez, H. (2023). *Innovación y sostenibilidad en MiPymes colombianas*. Editorial Empresarial Bogotá.
- Quintero Campos, L. J. (2015). *La innovación como sistema*. Editorial UIS.
- Ramírez, S., & Torres, L. (2023). *Estrategias innovadoras para MiPymes en Bogotá: Un enfoque sistémico*. Editorial Unilibros.
- Ramos, A., & Fleury, A. (2020). Innovation in complex systems: An analytical approach. *International Journal of Complexity*, 7(2), 87–100.
- Roberts, D. (2022). *Applied statistics for business and economics* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Rodríguez, A., & Vargas, F. (2022). *Gestión y competitividad en las MiPymes colombianas*. Editorial Unilibros.
- Rodríguez, M., & Torres, F. (2023). *Sistemas abiertos y sostenibilidad en las empresas colombianas*. Editorial Unilibros.
- Saiz-Álvarez, J. M. (2021a). *Gestión e innovación en pequeñas empresas de América Latina*. Springer.
- Saiz-Álvarez, J. M. (2021b). *Innovation and entrepreneurship in emerging economies*. Springer.
- Sánchez-Torres, J., López-García, A., & Quintero-Ramírez, G. (2021). *Estrategias de innovación para pequeñas empresas en Colombia*. Editorial Académica.
- Senge, P. (2020). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.
- Senge, P. (2022). *Las organizaciones como sistemas vivientes*. Editorial Business Innovation.

Smith, C., & Lewis, M. (2021). Strategic synergy: Enhancing innovation through systemic boundaries. *Management Studies Quarterly*, 35(4), 330–342.

Von Bertalanffy, L. (2018). *General system theory: Foundations, development, applications*. Braziller.

## 9 Anexos

*Figura 2 Consentimiento e instrumento*

### Tesis de investigación " Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá".

El propósito de este estudio es conocer la percepción que tiene estas empresas sobre como los modelos de gestión contribuyen en la innovación de las MiPymes. La recolección de esta información se utilizará únicamente con fines estadísticos y educativos para soportar dicha investigación.

En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, le informamos que los datos personales recolectados a través de esta encuesta serán tratados conforme a los principios de legalidad, finalidad, libertad, veracidad, transparencia y confidencialidad. Estos datos serán utilizados exclusivamente para fines académicos y el análisis del objeto de la investigación y no serán compartidos con terceros sin su consentimiento previo. Usted tiene derecho a conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales, así como a revocar el consentimiento otorgado para su tratamiento.

Cualquier inquietud sobre la presente investigación o ejercer mi derecho a revocar mi participación; puedo comunicarme mediante correo electrónico [jei1987@hotmail.com](mailto:jei1987@hotmail.com) o [yupagogo82@gmail.com](mailto:yupagogo82@gmail.com)

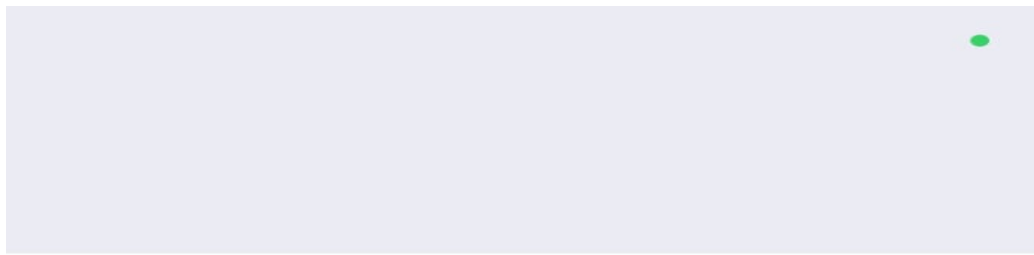
2. Acepto participar en el estudio de investigación " Propuesta de modelo de gestión que contribuya al mejoramiento de la innovación en las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, Bogotá D.C.", que se desarrollará con la participación de los directivos y/o colaboradores de las MiPymes del sector gastronómico en la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá D.C. \*

*Mark only one oval.*

Si

No

*Figura 3 Reporte de Similitud*



 Página 2 of 111 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trncoid::12

## 10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

**Filtrado desde el informe**

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

**Exclusiones**

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

---

**Fuentes principales**

- 4%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

---

**Marcas de integridad**

**N.º de alertas de integridad para revisión**

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

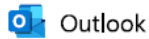
Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisa...  
Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin em...  
recomendamos que preste atención y la revise.



Figura 4 Aval profesor Jorge Sosa

30/6/25, 21:51

RE: Solicitud - Validación Instrumento - Tesis Maestría en Gerencia en la Innovación de Proyectos: YULLY PATRICIA GOMEZ G...




---

**RE: Solicitud - Validación Instrumento - Tesis Maestría en Gerencia en la Innovación de Proyectos**


---

**Desde** JORGE ANDRES SOSA COL <jorgesosaprofesor@hotmail.com>

**Fecha** Mar 11/02/2025 20:14

**Para** YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ <ygomezgomez@uniminuto.edu.co>

**CC** JEISSON ALIRIO VILLALOBOS VILLALOBOS <jvilla76@uniminuto.edu.co>; yupagogo82@gmail.com <yupagogo82@gmail.com>; JORGE ANDRES SOSA COL <jorgesosaprofesor@hotmail.com>

Cordial saludo apreciada Yully Patricia y Jeisson

El Documento quedó perfecto con las recomendaciones hechas.

Queda validado el instrumento y listo para seguir el proceso.

Saludos.

**Profesor Jorge Andrés Sosa Ch.**

**Doctor en Educación e Innovación (UIIX).**

Magister en Educación e Investigación (USTA).

Licenciado en Filosofía (USTA).

Licenciado en Teología (USTA).

Bachiller en Sagrada Teología (UPB).

**Cel: 3223077820.**

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000070800](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000070800)

<https://orcid.org/0000-0003-0182-3597>

<https://scholar.google.com/citations?user=cBF-2xgAAAAJ&hl=es&authuser=1>

---

**De:** YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ <ygomezgomez@uniminuto.edu.co>


**Enviado:** miércoles, 29 de enero de 2025 10:16 a. m.

**Para:** JORGE ANDRES SOSA COL <jorgesosaprofesor@hotmail.com>

**Cc:** JEISSON ALIRIO VILLALOBOS VILLALOBOS <jvilla76@uniminuto.edu.co>; yupagogo82@gmail.com <yupagogo82@gmail.com>

Figura 5 Aval Esperanza Rincón

30/6/25, 21:51 RE: Validación Instrumento Tesis Versión 2: YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ – Outlook

 Outlook


---

**RE: Validación Instrumento Tesis Versión 2**

---


Desde ESPERANZA RINCON CASTIBLANCO <esperanza.rincon@uniminuto.edu>  
 Fecha Mié 29/01/2025 18:52  
 Para YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ <ygomezgomez@uniminuto.edu.co>  
 CC JEISSON ALIRIO VILLALOBOS VILLALOBOS <jvilla76@uniminuto.edu.co>

*Estimados, buena tarde.  
 Me alegra mucho que hayan aceptado realizar los cambios sugeridos.  
 De mi parte, y en calidad de par, apruebo el documento.  
 Con un cordial saludo y mis felicitaciones por el avance,*



**UNIMINUTO**  
 Corporación Universitaria Minuto de Dios  
 Educación de calidad al alcance de todos  
 Vigilado MinEduación

**Esperanza Rincón Castiblanco**  
 Coordinadora Administración de Empresas – Distancia  
 Rectoría UNIMINUTO Bogotá  
 57+ (601) 2916520 Ext: 6395  
 Carrera 73 A # 81 B-70  
 Bogotá, Colombia  
[www.uniminuto.edu](http://www.uniminuto.edu)



ALTA CALIDAD

**Estimado Sr(a). estudiante de AEMD. Si requieres acompañamiento académico, ingresa a nuestra sala de atención desde tu correo institucional - vía Teams, dando clic en el siguiente enlace:**

<https://tinyurl.com/SALA-ATENCION-AFMD>  
**Horario: lunes a Sábado de 1:00p.m. a 5:00 p.m.**

---


**De:** YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ <ygomezgomez@uniminuto.edu.co>  
**Enviado:** miércoles, 29 de enero de 2025 10:15  
**Para:** ESPERANZA RINCON CASTIBLANCO <esperanza.rincon@uniminuto.edu>  
**Cc:** JEISSON ALIRIO VILLALOBOS VILLALOBOS <jvilla76@uniminuto.edu.co>  
**Asunto:** RE: Validación Instrumento Tesis Versión 2

Reciba un cordial saludo

*Figura 6 Aval Neicy Valbuena*

30/6/25, 21:53

Re: Solicitud Validación Propuesta de Instrumento: YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ - Outlook

 Outlook

---

**Re: Solicitud Validación Propuesta de Instrumento**

---

**Desde** Neicy Valbuena <neicy.valbuena@gmail.com>**Fecha** Vie 31/01/2025 21:47**Para** YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ <ygomezgomez@uniminuto.edu.co>; JEISSON ALIRIO VILLALOBOS VILLALOBOS <jvilla76@uniminuto.edu.co>

Muy buenas noches apreciados Yully Patricia y Jeisson.  
disculpen por favor la hora de mi respuesta.  
Agradezco mucho el mensaje y la adopción de las aportaciones suministradas.  
Estaré presta de los requerimientos que puedan darse en adelante.

Feliz noche.

Neicy Yadira Valbuena Vivas

El mié, 29 ene 2025 a las 10:18, YULLY PATRICIA GOMEZ GOMEZ (<[ygomezgomez@uniminuto.edu.co](mailto:ygomezgomez@uniminuto.edu.co)>) escribió:

Reciba un cordial saludo

Apreciada Neicy

De ante mano agradecemos sus valiosos aportes, de acuerdo con los comentarios recibidos por parte de todos los que participaron en esta etapa de validación del instrumento, a continuación, se relacionan los ajustes realizados.

1. En el segundo párrafo se especificó que la metodología de la investigación es cuantitativa. utilizando para el instrumento la escala de likert.