



# Revista Venezolana de Gerencia





# Patrones de financiamiento del sector de restaurantes en la ciudad de Ibagué - Colombia

**Jiménez López, Johanna Andrea\***  
**Vera Calderón, José Alejandro\*\***  
**Arciniegas Pradilla, Camilo Andrés\*\*\***

## Resumen

Las Mipymes en Colombia son fuente principal de empleo y desarrollo económico. En el caso de Ibagué, se aprecia que las Mipymes del sector de restaurantes contribuyen de forma importante en la actividad empresarial. Por esta razón, el objetivo de esta investigación se centra en evaluar las estrategias de financiamiento que utilizan las empresas del sector de restaurantes y cómo han impactado su fortalecimiento. La metodología utilizada es de tipo cuantitativo, con un alcance exploratorio y descriptivo. Para la recolección de información se aplicó una encuesta a 317 empresas del sector de los 1781 restaurantes inscritos ante la Cámara de Comercio de Ibagué. Los resultados fueron analizados por medio de estadística descriptiva. Los principales hallazgos identifican una preferencia en el uso de financiación interna y agiotistas, sumado a un desconocimiento de los beneficios de la estrategia de financiamiento. Por lo tanto, el acceso y adecuado uso de la financiación por parte de los restaurantes permitirá una mayor rentabilidad.

**Palabras clave:** patrones financiamiento; sector restaurante; Mipymes; estrategias de financiamiento.

---

**Recibido:** 26.09.22

**Aceptado:** 06.12.22

\* Magister en Administración, Funcionaria, Banco Popular, Colombia. Email: johanandrea23@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6713-5645>.

\*\* Magister en Administración, Profesor Auxiliar, Universidad del Tolima. (Tolima, Colombia). Email: javerac@ut.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0752-6446>

\*\*\* PhD en Negocios y Administración, Profesor Asistente, Universidad del Tolima. (Tolima, Colombia). Email: caarciniegasp@ut.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7382-5263>

# Financing patterns in the restaurant sector of Ibagué - Colombia

## Abstract

The Smes in Colombia are the main source of employment and economic development. In the case of Ibagué, Smes in the restaurant sector contribute significantly to business activity. The objective of this research focuses on evaluating the financing strategies used by companies in this sector and its relationship with further development. The methodology used is quantitative, with an exploratory and descriptive scope. For the collection of information, a survey was applied to 317 companies in the sector of the 1,781 restaurants registered with the Ibagué Chamber of Commerce. The results were analyzed through descriptive statistics. Main findings identify a preference in the use of internal financing and moneylenders, in conjunction with a lack of knowledge of the benefits of the financing strategy. Additionally, it is evident that these companies tend to disappear relatively easily due to financial factors. Result of these analyses we propose strategies focusing on training activities and improving rates of formalization.

**Keywords:** financing patterns; restaurant sector; MSMEs; financing strategies.

## 1. Introducción

Las Micros, Pequeñas y Medianas empresas “Mipymes” en los países latinoamericanos son agentes primordiales para el crecimiento económico y la generación de empleo. Siendo responsables de crear el 67% de la ocupación formal a nivel regional y conformar alrededor del 99% del tejido empresarial (Ibarra et al, 2021). De igual forma, se estima que los sectores como el comercio y las actividades sociales es donde se concentra su mayor cantidad

(CEPAL, 2020). Sin embargo, estas empresas se ven altamente afectadas en términos de competitividad y desarrollo empresarial (CEPAL, 2020), aunado a brechas significativas de productividad (OCDE, 2019).

En Colombia los criterios de clasificación de las micros, pequeñas y medianas empresas “Mipymes” según sector de la economía se realizan mediante el decreto 957 del 5 de junio del año 2019, dichos valores son para las microempresas desde inferiores a 23.563 UVT<sup>1</sup> hasta 44.769 UVT, en las

1 UVT: unidad utilizada para efectos tributarios en Colombia creada con el fin de representar los valores tributarios que en su momento se encontraban expresados en pesos, para el año 2022 su valor es de 38.004 COP.

pequeñas desde 204.995 UVT hasta 431.196 UVT y en las medianas desde 1'736.565 UVT hasta 2'160.692 UVT.

En congruencia, Álvarez, López & Toledo (2021:6) afirman que las principales problemáticas de las Mipymes se basan en su financiamiento, el cual limita sus procesos de innovación, exportación y producción. Para el caso colombiano, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2017), reitera esta condición, indicando que el acceso de financiamiento es un factor determinante para el crecimiento económico sostenible. En este sentido, Vera et al, (2019), afirman que la posibilidad de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas garantiza en buena medida la supervivencia de estas.

Pese a lo importante que es un buen manejo de la estrategia de financiamiento para las empresas, el Banco Mundial (2017), determinó que en el momento de crear las empresas al 24,6% de los emprendedores no les fue posible obtener acceso a financiación. Así mismo, se estima que la financiación está enfocada a créditos de consumo, préstamos a grandes organizaciones, Mipymes con una alta rentabilidad y particulares.

Por lo tanto, se evidencia que dichas empresas acceden a productos no especializados y desalineados con sus necesidades, como las tarjetas de créditos o prestamistas progresivamente (Vera, Reinoso y González, 2019).

Es importante mencionar, que estas organizaciones se financian principalmente “con recursos propios, pasivos de corto plazo y en menor proporción con deuda de largo plazo”, mostrando una tendencia a evitar la financiación de entidades externas (Bujato-Gómez & Barrera-Cabarcas,

2019). Esto se debe a que los emprendedores no pueden acceder fácilmente a fuentes de financiación tradicionales y novedosas como: créditos bancarios especializados, subsidios, ángeles inversionistas, capital de riesgo, oferta pública de venta o crowdfunding. Para Colombia el estudio del Global Entrepreneurship Monitor, que mide la actividad empresarial denominado GEM años (2021-2022), muestra un preocupante resultado, ya que, el país obtiene una calificación de 2,02 sobre 5 puntos en el tema de financiación (Pereira et al, 2022).

Realizando un acercamiento a la ciudad de Ibagué (Tolima), se encuentra que la ausencia de empleo, la dependencia de actividades relacionadas con el comercio y los servicios y la ausencia de políticas públicas para disminuir el desempleo han tenido como consecuencia el aumento de la tasa de desocupación (Cabrera, 2020). La situación anterior se puede explicar cómo la manifestación de un problema estructural desde la pobre dinámica empresarial y económica, que afecta su demanda laboral e incrementa la desigualdad social (Hernández, 2020).

Resultado de este fenómeno, el DANE (2022) mostró para el trimestre móvil, de julio a septiembre de 2022, una tasa de desempleo del 18,1%, ocupando el segundo lugar de desempleo en el país. Estas tasas sostenidas de desempleo en la ciudad de Ibagué y su problema estructural promueven cambios en los sistemas de producción y prestación de servicios, llevando al surgimiento de nuevas dinámicas laborales, caracterizadas por la informalidad y la aparición de pequeños establecimientos, muchos de estos en el sector de los restaurantes de manera informal.

Pese a que se ha identificado que el sector de restaurantes formales e informales es uno de los que más empleos generan en la ciudad, también se encuentra que es el más golpeado por la desaceleración de la economía. Para el año 2019, se perdieron 4.261 puestos de trabajo por la desaparición de restaurantes (Observatorio Regional de Mercado de Trabajo, 2019). Por esta razón, es necesario indagar los problemas asociados a la financiación y de esta forma, formular algunas estrategias que permitan la supervivencia de dichas empresas.

El objeto de estudio de la investigación fue un enfoque cuantitativo que, según Hernández et al, (2016:4) es cuando se “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Su alcance es exploratorio y descriptivo donde es necesario realizar una investigación inicial identificando generalidades sobre las estrategias de financiación y la situación de los restaurantes en Ibagué. Una vez, surtido el proceso de identificación se describen, para así comprender las estrategias y fuentes de financiación más utilizadas por las empresas del sector restaurantes.

En términos de muestreo, para el año 2019 existían 1781 restaurantes registrados ante la Cámara de Comercio de Ibagué [código CIU 5611], razón por la cual se utilizó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS) bajo los parámetros de un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, resultando una muestra de 317 empresas. Para recolectar información, se utilizó una encuesta, la cual fue validada con una muestra piloto del 10% de la muestra y el cálculo del Alfa de Cronbach de 0.83.

## 2. Patrones de financiamiento: perspectiva teórica

El financiamiento consiste en la obtención de fondos para la puesta en marcha, mantenimiento, ampliación de una empresa, o para la introducción de nuevos proyectos, esto con el fin de lograr adquirir el dinero que la empresa necesita invertir para dar alcance a sus metas, Oncebay (2019) y las estrategias de financiamiento, según Boscán y Sandra (2006) indican que estas son actividades de planeación que deben analizar variables diversas como lo son: las fuentes (oferentes) lo que implica identificar el origen de los recursos, plazo (corto o largo), instrumentos, costo (tasa de interés más comisiones) y garantías, lo cual pudiera constituir una mezcla de financiamiento.

### 2.1 Financiamiento

La investigación acerca del financiamiento de las Mipymes ha incrementado sustancialmente en los últimos años (Ang et al, 2010; Wright, 2015). En su estricto sentido, la actividad de financiamiento consiste en la obtención de fondos para la puesta en marcha, mantenimiento, ampliación de una empresa o para la introducción de nuevos proyectos (Masiak et al, 2019). De esta forma se logra adquirir el recurso que la empresa necesita invertir para dar alcance a sus metas. Por lo general, estos recursos provienen de los propietarios o fuentes externas mediante la adquisición de una obligación bajo unas condiciones pactadas (Cabrera, 2020).

En cuanto a las estrategias de financiamiento, Moritz, Block & Heinz (2016); Varela y Arango (2022), indican que estas son actividades de planeación

estratégica que deben analizar principalmente variables como: el tiempo (corto o largo) y las fuentes (oferentes) que influirán en un mejor entendimiento de los costos y garantías.

Para el caso de la variable tiempo, Mora-Torres (2017:5) comenta que las deudas de corto plazo “están constituidas por aquellos pasivos que se han programado para liquidarse durante un periodo inferior a un año”, este tipo de financiamiento se utiliza para financiar necesidades de fondos estacionales y temporales (Van Horne, 1993). Para el caso del largo plazo, Rangel et al, (2008), las definen como aquella deuda que es pagable en un plazo superior a un año, desde el momento en que es concebida. Este tipo de deuda busca apalancar expansiones, mejoras de tecnología o equipamiento, procesos de investigación y desarrollo que tienen horizontes estratégicos superiores a un año (Varela y Arango, 2022).

En este sentido, Moritz et al, (2016) encontraron en las Mipymes europeas que estas empresas huyen de las deudas de largo plazo. De forma similar, Mora-Torres (2017) afirma que dichas empresas se ven forzadas a usar financiamiento en periodos cortos porque no es posible conocer que tanto influirán los ambientes internos y externos en el futuro de la empresa.

Finalmente, Garrido y Granados (2004), reafirman esta concepción discutiendo que la financiación de las empresas cambia según sea la fase de su ciclo de vida. Por ejemplo, en el ciclo inicial, la empresa se financia con ahorros y deuda de corto plazo, mientras que en una fase de crecimiento-innovación se busca tener un flujo de efectivo constante y un aumento progresivo en el ciclo de inversión.

Frente al tema de fuentes; además, de los recursos propios en el mercado, se pueden encontrar instituciones o intermediarios formales e informales. En el caso de los intermediarios formales, Asobancaria (2016), afirma que estos operan bajo la supervisión de organismos legales y cuentan con mecanismos de protección al consumidor. En el segundo grupo se encuentran los intermediarios informales, comprendido por agiotistas o instituciones no legales, entre otros; quienes realizan préstamos de dinero con tasas de interés más altas, con garantías problemáticas, que mantienen sus actividades sin la intervención de entes de control (Vera et al, 2019).

En su estudio de Chavis, Klapper and Love (2011) encontraron que dichas empresas tienden a usar mayoritariamente canales informales afectando su futuro. De igual manera, para el caso europeo, Moritz et al, (2016) hallaron que estas empresas están menos dispuestas a incurrir en deuda de largo plazo o a ser subsidiadas por el Estado.

## **2.2 Financiamiento óptimo y planificación financiera**

Las primeras teorías relacionadas con decisiones de financiación se centraron en la evaluación del efecto del endeudamiento en el costo de capital y el valor de la empresa. En este sentido, surgen las teorías del pecking order (jerarquía de preferencias) (Donaldson, 1961; Myers y Majluf, 1984; Myers, 1984) y de mercados imperfectos, las cuales se extienden y tienen en cuenta variables como lo son los impuestos de las personas físicas, los costos que acarrearán las dificultades financieras, los

de la agencia y la información asimétrica (Rivera, 2007).

También, la teoría de la jerarquía de preferencia sostiene que las empresas siguen una secuencia de preferencias en sus decisiones de financiación. Además, de indicar que los dueños de las empresas prefieren mantener cierta información privada (Ghisetti y Montresor, 2020). La preferencia inicia con la utilización de fondos internos (autofinanciación), lo que les asegura el control de su información y una menor exposición de información a terceros. En segundo lugar, se encuentra el endeudamiento bancario, seguido por la emisión de títulos de renta fija y finalmente la emisión de acciones propias (Corredor, 2013). Esta teoría ha sido estudiada en diferentes países (Gregory et al, 2005), donde se halló que dependiendo el tamaño (según número de empleados), se generan diferencias entre las empresas. Por ejemplo, las empresas pequeñas accederán primero a financiación interna y a medida que crecen buscarán financiación de más largo plazo.

Para el caso colombiano, Rivera (2007), determinó que las Pymes del sector de confecciones localizadas en Valle del Cauca, se endeudan menos. Así mismo, lo hacen a corto plazo acudiendo a terceros no formales; mientras que solo prefieren la financiación con entidades financieras cuando es a largo plazo. Autores como Mondragón (2011), explica que las empresas dan prioridad en la elección de la obtención de recursos, dependiendo de la asimetría de información y de los costos que significan la financiación. Para esto se prefiere en primer lugar la financiación con recursos propios, en segunda instancia, está la obtención de deuda que pueda involucrar intereses y el

riesgo de embargo y finalmente cuando las necesidades de recursos superen la disponibilidad de ellos, las empresas elegirán la emisión de acciones.

Es importante resaltar que Masiak et al, (2019) confirman la importancia de las estrategias de financiamiento luego de analizar múltiples estudios y teorías. En estos se aprecia que el financiamiento debería surgir a partir de un proceso de planificación financiera articulado a la estrategia organizacional. Para el caso de esta investigación, se identifica como estrategia de financiación óptima a aquella que tenga intenciones de creación de valor para la empresa, aumento de la productividad, sostenimiento, crecimiento o fortalecimiento, controlando el sobreendeudamiento y la capacidad de pago.

### **2.3 Sistema financiero en Colombia y productos financieros**

El sistema financiero colombiano está conformado por los establecimientos de crédito (EC), Sociedades de servicios financieros (SSF), Inversiones institucionales (II) y otras entidades financieras (Lozano, 2017), todas estas entidades se encuentran bajo la supervisión de la Superintendencia Financiera.

Para la investigación se abordó los establecimientos de crédito, entidades que responden principalmente a la financiación óptima de las Mipymes. Esto se explica desde su función, la cual es “canalizar recursos de los agentes superavitarios de la economía hacia los deficitarios, mediante la captación de fondos del público en moneda legal, para su posterior colocación por medio

de préstamos y otras operaciones activas” (Uribe, 2013: 5). Por lo tanto, las Mipymes tienen diferentes formas de obtener recursos de financiación, como son las bancas de segundo piso, resaltando a Bancoldex y Fidenter, por otro lado, las fuentes formales de primer piso y no formales, como: financiamiento bancario, crowdfunding - inversores privados, venta de activos propios, financiamiento de institución no bancarias, crédito de proveedores, ayuda de amigos o familiares, financiamiento propio - ahorros personales y subvención pública - incentivos o programas del Estado (Anif, 2020).

En Colombia, de los 26 bancos comerciales que realizaron actividades de crédito para el año 2019, se evidenció que algunos de ellos tienen gran parte del mercado y son reconocidos tanto nacional como internacionalmente por su posicionamiento, entre estos se encuentran Bancolombia, BBVA, Davivienda y el Banco de Bogotá, el cual hace parte del Grupo Aval (Castro y Polanco, 2021).

Esta gran concentración se puede observar nuevamente en el año 2021, donde solo tres de los bancos de categoría nacional (Bancolombia, Banco de Bogotá y Davivienda) obtuvieron cerca del 84% de las ganancias y para la dimensión internacional (BBVA) ocupa el primer lugar con más del 48% de la utilidad de todo el sector bancario colombiano.

En el caso de los productos ofertados para Mipymes por el sistema financiero de primer piso, se determinó que la demanda del servicio para el microcrédito fue de tan solo 7,4 mil empresas, mostrando una disminución del 36% respecto al mismo periodo del 2020, el crédito comercial con 215 mil empresas, presentando una caída desde

el año 2019 y el crédito de consumo con 76 mil empresas está en descenso desde el año 2018, (Asobancaría, 2021). Lo anterior, exhorta a la reflexión sobre la importancia de examinar la conveniencia de los créditos, la localidad objetiva, las situaciones y las necesidades de las empresas.

Al revisar de forma específica al Departamento del Tolima se encuentra que tiene una modalidad de participación de cartera en donde el crédito de consumo es el más demandado correspondiente al 44%, el microcrédito tiene el nivel más bajo con un 3%, seguido por el crédito comercial con un 29% y se finaliza con el de vivienda equivalente al 24% (Asobancaría, 2021).

Lo anterior, presenta un desafío frente a la moda de este tipo de productos, por lo tanto, es necesario fortalecer los proyectos y estrategias enfocadas a penetrar su acceso y uso, además de crear productos orientados a las necesidades de las Mipymes.

Por consiguiente, los establecimientos bancarios y entidades financieras de Colombia, están desarrollando nuevas herramientas, como la banca móvil, la inteligencia artificial, el big data, y el blockchain, entre las más relevantes, esto busca cambiar positivamente el sistema financiero para los años venideros, estas herramientas y una baja tasa de interés en los créditos serán soporte fundamental para la sostenibilidad y la creación de nuevas empresas.

Concluyendo con la argumentación teórica, esta investigación permitió analizar dimensiones como las fuentes de financiación y frecuencia de uso, hábitos de uso y planificación financiera.

### 3. Aspectos metodológicos de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, enfocado al estudio de la realidad de los restaurantes en su dinámica natural, sin alterar la naturaleza de las variables observables, buscando describir y explicar las estrategias de financiamiento (Hernández et al, 2016). Para poder explicar la realidad de los restaurantes se consideró un alcance exploratorio-descriptivo que permita identificar las principales características de financiamiento de estas empresas. Una vez identificadas, se procedió a describir el impacto de las estrategias frente a su crecimiento, dando paso a la proposición de estrategias más efectivas. Para la descripción, se tuvo en cuenta la articulación con diferentes respuestas, explicando el fenómeno con mayor profundidad.

Para la presente investigación se analizó una población de 1.781 restaurantes registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Ibagué, según reporte facilitado desde la entidad. En esta se toman las nuevas matrículas y renovaciones del registro mercantil de personas naturales, personas jurídicas y establecimientos de comercio a corte 30 de abril de 2019, según código CIIU 5611 para la ciudad de Ibagué (empresas activas con último año de renovación 2019). Teniendo en cuenta el tamaño de la población, se hace necesario hacer muestreo aleatorio simple, utilizando un nivel de confianza (Z) del 95% y el 5% de error para un total de 317 empresas.

Para la obtención de información en estas empresas se utilizó la encuesta. Esta cumplió con el fin de reconocer la forma en que los restaurantes financian sus actividades, el uso que

le dan a los servicios financieros y si se ha presentado crecimiento en infraestructura, maquinaria, número de empleados, posicionamiento, entre otros aspectos que permitan reconocer su fortalecimiento. Para la validación se calculó el Alfa de Cronbach con valor de 0.83, al igual que se aplicó una prueba piloto al 10% del total de la muestra.

En términos de análisis de la información, se utilizó estadística descriptiva, haciendo especial énfasis en el uso de frecuencias e histogramas. De esta forma, se realizan mediciones y comparaciones entre encuestados y respuestas de la misma encuesta. Es importante señalar que el análisis de la información no presentó valores atípicos y que los datos pueden distribuirse normalmente.

### 4. Percepción de los administradores de restaurantes frente a sus productos financieros y sus resultados obtenidos

A continuación, se presentan los análisis de la encuesta aplicada a los dueños o administradores de los restaurantes en la ciudad de Ibagué. Las primeras variables analizadas pertenecen a la dimensión de financiación, inicialmente se identifica el tipo de crédito que más usan según su plazo (corto plazo o largo plazo). Además, se busca establecer la frecuencia de uso de las fuentes de financiación externa e interna en los restaurantes estudiados.

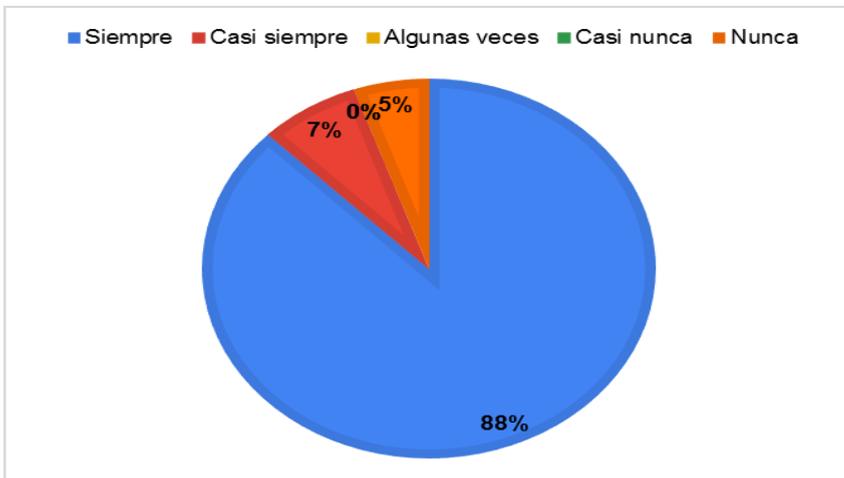
Posteriormente, se discuten los hábitos de manejo en productos financieros como lo son conocimiento de la tasa de interés, el uso de productos especializados o el reconocimiento del nivel de endeudamiento de su empresa.

Finalmente, se analizan las percepciones que tienen los administradores sobre los resultados de sus estrategias de financiamiento. También, se revisaron los procesos de planificación financiera a largo plazo o planes operativos, en los que se muestra la dirección o el empleo de los recursos que permitan lograr objetivos en las condiciones más ventajosas posibles.

#### 4.1. Financiamiento: tiempos y fuentes

En el gráfico 1, muestra que una gran proporción de los encuestados (88%) indica siempre solicitar créditos a corto plazo. Estos resultados son equiparables a los hallados por Masiak et al, (2019) en Europa, quienes argumentan que las empresas prefieren financiamiento privado a corto plazo.

**Gráfico 1**  
**Acceso a financiación de corto plazo**



Fuente: elaboración propia.

La situación se explica desde dos perspectivas para el caso colombiano, inicialmente la dificultad de estas empresas para obtener préstamos en el mercado formal y la baja existencia de opciones de microcrédito. En segundo lugar, Quiroz (2018) afirma que, entre más pequeña sea la empresa, más limitadas son sus opciones de financiamiento, lo que llevaría a pensar

que las empresas hacen uso de créditos a corto plazo no por preferencia, sino porque solo a estos tienen acceso.

Frente al origen de las fuentes de financiación que utilizan los dueños de restaurantes de la ciudad de Ibagué, estas provienen de manera externa como son: agiotistas, terceros, proveedores y bancos e interna. Además, se evidencia una prevalencia de financiación con

agentes no legales, donde el 29% prefiere usarlos casi siempre, el 12% algunas veces, el 7% casi nunca y 6% siempre.

De otra parte, los dueños de restaurantes suelen financiarse, en segundo lugar, con terceros (amigos o familiares), donde el 23% lo hace algunas veces, el 18% siempre y el 11% casi nunca. Aunque esta es la segunda opción más utilizada, se evidencia que estos intermediarios informales no manejan tasas de interés y plazos acordes a las necesidades de los dueños.

En tercer lugar, se encuentra la financiación con proveedores, donde el 16% menciona utilizarlos casi siempre, el 16% algunas veces y el 9% casi nunca. Aunque es la segunda opción de financiamiento, se evidencia un apalancamiento bajo. Esta situación puede ser explicada en gran medida por qué dichos proveedores provienen de mercados mayoristas y por lo general no comercian en plazos superiores al mes. Finalmente, resalta el resultado sobre el uso de financiación con agentes bancarios. En este sentido, el 66% de los encuestados indicó nunca hacer uso de esta fuente, al igual que el 18% menciona casi nunca accederlo.

Estos resultados pueden considerarse negativos si no se analiza el contexto en que suceden. Sin embargo,

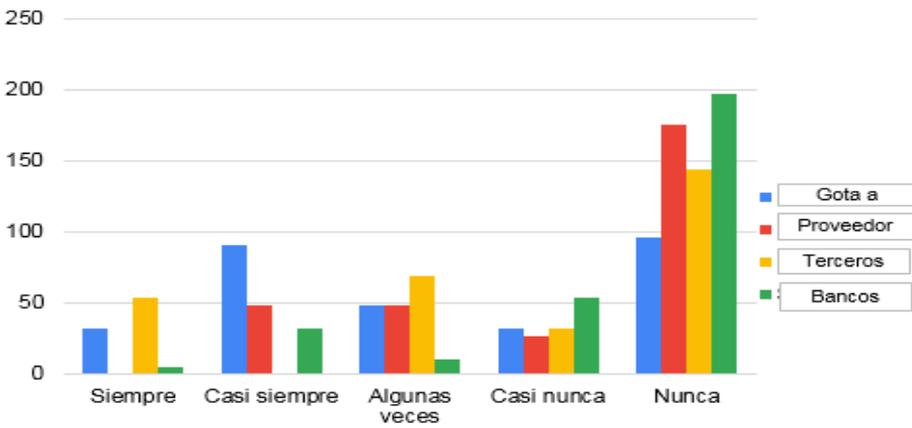
es necesario resaltar que existen bastantes procesos para la adquisición de préstamos por parte de estas empresas en el sector formalizado que desincentivan su uso (Kraemer y Lang, 2017). Sumado a esta problemática, se evidencia la relación beneficio-costos en el producto de microcréditos para los bancos, la cual por lo general no es beneficiosa ni en países desarrollados (Der Graaf et al, 2016).

## **4.2. Financiamiento: frecuencia de uso**

Si bien existe un problema frente a las fuentes y sus tiempos, donde se propende por buscar fuentes externas con periodos cortos de financiación, también se halló que un alto índice de encuestados no utiliza con frecuencia el mercado externo. Por el contrario, la frecuencia de uso de recursos propios es más elevada y se articula con resultados internacionales de Mipymes (McKenzie y Woodruff, 2017).

En general, estos resultados en su conjunto presentan un panorama desalentador en materia de sistemas que propendan por el desarrollo de las empresas, de hecho, se podría explicar parcialmente para el caso analizado las precarias tasas de supervivencia de estas empresas (Gráfico 2).

**Gráfico 2**  
**Fuentes de financiamiento comparadas con frecuencia de uso**



Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que los encuestados utilizan mayoritariamente financiación interna, se indagó con qué frecuencia lo hacían. De manera sorprendente, se evidenció que el 57% de los encuestados casi siempre la utilizan, el 14% algunas veces, el 9% siempre y el 2% casi siempre. Estos resultados tienen implicaciones prácticas en los programas que pueden realizarse tanto desde las instituciones públicas como privadas para fortalecer el sector. En este sentido, la capacitación puede centrarse en ahondar sobre la importancia de la reinversión de utilidades y la planificación financiera.

Adicionalmente, Ghisetti y Montesor (2020) proponen que la financiación normal debe repensarse para generar otros modelos de negocio en las Pymes y de esta forma incentivar nuevas dinámicas económicas.

Finalmente, la articulación de los resultados obtenidos frente a tiempos,

fuentes y frecuencias demuestran, como argumentan Vera-Colina, Melgarejo-Molina, y Mora-Riapira (2014), que la teoría de preferencias se mantiene vigente para el caso Ibaguerense. En otras palabras, a medida que las empresas van evolucionando también lo hace su estrategia financiera (Myers y Majluf, 1984; Myers, 1984).

### 4.3. Hábitos en el uso de productos financieros

En cuanto se refiere al conocimiento de las tasas de interés, se identifica que el 69% de los encuestados indican no conocer la tasa de interés efectiva de sus créditos, mientras que el 31% comunica tener algún entendimiento. Estos resultados presentan una realidad similar a la investigación de Moritz, et al, (2016) para Pymes europeas, donde entre más pequeña la empresa menos conocerá sobre productos financieros

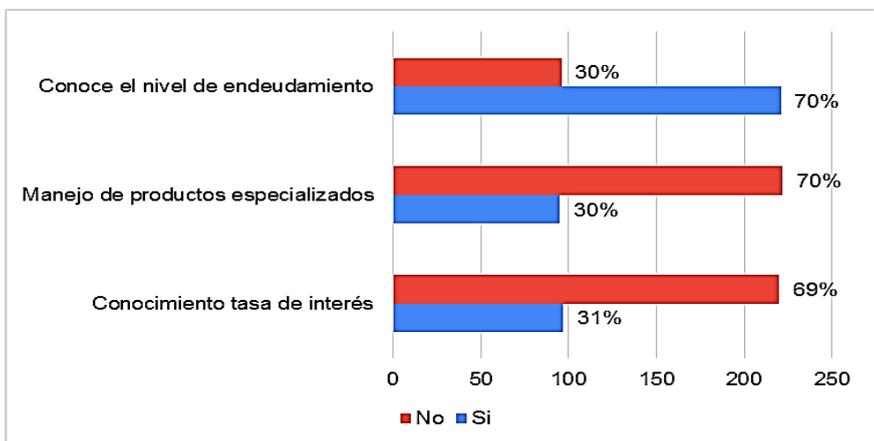
y sus implicaciones. Esta situación es preocupante, ya que no se entiende la profundidad del dinero a pagar en servicio de la deuda y podría explicar parcialmente resultados de la anterior sección donde muy pocas empresas eligen usar esta fuente de financiamiento.

A la pregunta sobre el manejo de productos especializados para empresas, el 70% de los encuestados indicaron no hacerlo por desconocimiento y por qué no es ofrecido por las entidades financieras. De esta forma, se reafirman los argumentos de Kraemer et al, (2017) sobre la dificultad de acceder a productos especializados en el mercado financiero formal. Es importante mencionar que una proporción del 90% de estos encuestados respondió usar financiamiento de corto

plazo influenciado en gran medida por las garantías solicitadas para el respaldo de la obligación.

En cuanto a la pregunta relacionada con el conocimiento del nivel de endeudamiento que presentaba el restaurante, el 70% indican conocerlo, mientras que el 30% no lo tienen claro. Aunque de los tres elementos de hábitos financieros saludables es el más alto, sigue siendo un indicador bajo en el momento de evaluar la eficacia de las estrategias de financiación que vienen manejando los restaurantes de la ciudad de Ibagué, pues se espera que la gran mayoría, si no todos, tengan conocimiento de esta variable; los anteriores resultados se presentan en el gráfico 3.

**Gráfico**  
**Hábitos en el uso de productos financieros**



Fuente: elaboración propia.

En resumen, los preocupantes resultados sobre hábitos financieros se explican según los encuestados por falta de educación financiera, en especial de aquellos que hacen referencia a

los temas de planeación, entendida esta como el uso de presupuestos, herramientas y simuladores financieros para toma de decisiones.

#### 4.4. Percepciones sobre la estrategia financiera

Uno de los objetivos más importantes en este tipo de negocios, es la generación de utilidades. Por ello, se espera que en el momento de solicitar financiación para el desarrollo de sus actividades se evalúe la opción que le permita generar un menor impacto financiero. Frente a este tema se evidencia que el 64% de los encuestados realizan este proceso, mientras que el 36% lo realiza con muy baja regularidad.

El porcentaje del 36% de encuestados que no evalúan es muy alto, pues como lo plantean Beltrán y Carvajal (2019), una de las principales causas que lleva a la desaparición de las micro y pequeñas empresas son los motivos financieros. Razón por la cual si no se está evaluando una deuda es

imposible conocer sus implicaciones en el ahorro, generación de utilidades o incluso de decisiones de mediano y largo plazo.

Frente a las percepciones que tienen los administradores sobre los resultados de sus estrategias de financiamiento comparadas con el nivel de crecimiento, en el gráfico 4 muestra cifras preocupantes. Se evidencia que el 39% de los empresarios muestran algún grado de satisfacción, mientras que el 47% se muestra en algún grado de desacuerdo y finalmente, el 14% no sabe o no responde. Estos resultados se articulan con la literatura de financiamiento de las Mipymes, donde factores como el tamaño, su dirección y su actividad económica son determinantes para explicar la relación entre financiación y crecimiento (Moritz et al, 2016).

**Gráfico 4**  
**Percepción estrategia de financiamiento comparada con resultados**



Fuente: elaboración propia.

Así mismo, al relacionar estas percepciones con el bajo porcentaje de propietarios que hacían uso de las fuentes de financiación bancarias, podremos entender por qué no se evidencia una ganancia de la planeación financiera. En este sentido, Si no se lleva a cabo el proceso, es probable que no se aprecien sus beneficios.

En un segundo lugar, cuando se revisa la percepción de la estrategia financiera en la facilidad de adquisición y mejora de equipos y maquinaria, las cifras vuelven a ser reveladoras. El 50% se muestra de alguna forma en desacuerdo, mientras que solo el 35% evidencia algún grado de satisfacción.

Estos resultados nuevamente confirman que la mayoría de los propietarios de restaurantes piensan que sus estrategias de financiación no han influido en el desarrollo empresarial de los restaurantes. En congruencia con la respuesta anterior, se podría explicar por qué muchos de estos negocios presentan cocinas con baja capacidad instalada y problemas en inspecciones sanitarias o más importantes aún porque no tienen tasas altas de supervivencia.

En tercer lugar, cuando se analiza la percepción de la estrategia de financiamiento frente a la contratación de personal, los resultados afianzan su baja aceptación, solo el 48% encuentra que tener planificación es necesario para entender la contratación de personal. Preocupa que 15% no sabe o responda sobre esta pregunta. En este sentido, los resultados obtenidos indican una baja percepción positiva frente a la generación de nuevos empleos. Por consiguiente, sus estrategias de financiación no aportan al incremento en la generación de empleo.

Finalmente, existe un dato alarmante en las anteriores

percepciones, el cual se relaciona con un porcentaje significativo de personas que indican no saber o no responder sobre temas importantes desde la gestión de una empresa. Para Molina-Ycaza y Sánchez-Riofrío (2016), existe una relación entre la planificación y el crecimiento empresarial. Por esta razón, el desconocimiento evidenciado le resta rigurosidad al cumplimiento de los procesos administrativos, al igual que impide visionar metas de largo plazo y la supervivencia del negocio (Moritz et al, 2016).

## **5. Orientaciones teóricas sobre la realidad que experimentan los restaurantes del sector en la ciudad de Ibagué: Propuesta y discusión**

Para la elaboración de la propuesta se tuvo en cuenta orientaciones teóricas ajustadas a la realidad que experimentan los restaurantes. De igual manera, se buscó articulación con los resultados de otras investigaciones (Moritz et al, 2016; Kraemer-Eis et al, 2017). Es importante resaltar que en el estudio la mayoría de los restaurantes son de tamaño micro y pequeño, con bajas tasas de formalización. Pereira et al, (2022)

En primer lugar, la propuesta se fundamenta en la necesidad de capacitar a los dueños de los restaurantes en temas financieros y de planeación. Esta actividad debe ser conjunta entre la academia, las cámaras de comercio, el sector financiero y los empresarios. Temas como la importancia de las metas organizacionales, el apalancamiento y las tasas de interés son vitales para el desarrollo empresarial. Solo así, se podrá avanzar y reconocer las alternativas de financiación más adecuadas y evaluar

la efectividad de estas en función de lo planificado.

En segundo lugar, se debe fortalecer la planeación y evaluación activa de las empresas. Es imperante que los administradores no solo planteen metas para su empresa, sino que se les realice seguimiento. Los resultados de la presente investigación demuestran desde las percepciones una ausencia puntal de medición y de esta forma se obscurecen las ventajas del proceso. Así mismo, una vez apropiada la planeación es necesario definir prioridades financieras. En este sentido, se debe identificar, separar y administrar las necesidades del negocio, ya sean de inversión o de gastos de funcionamiento.

En tercer lugar, luego de estar capacitados y definir prioridades, es necesario estudiar plazos y fuentes de financiamiento. Dependiendo de las necesidades del negocio, el plan de financiamiento puede hacerse con un horizonte de corto o largo plazo. En el corto plazo, se preferirán deudas de funcionamiento apalancadas por recursos propios o de proveedores. Mientras que a largo plazo se privilegiarán deudas con entidades financieras que refieran a decisiones sobre planes de crecimiento o de especialización. En este paso es sensato evaluar diferentes alternativas, al igual que no financiarse con préstamos de agiotistas.

En cuarto lugar, se resalta la importancia de realizar procesos contables; aunque, no es necesario tener un contador o un software contable (si no dispone de la capacidad para adquirirlo), sí es importante llevar registro de ingresos, gastos y utilidades de las actividades que se desarrollan en la empresa. Llevar los registros de manera ordenada y constante, le permitirá identificar si su actividad está

generando rentabilidad, si necesita financiación y hasta que tasa de interés puede permitirse pagar sin que afecte los ingresos de la empresa.

Finalmente, se sugiere formalizar los negocios, aunque la formalización trae consigo ciertos compromisos financieros y administrativos, esta abre puerta al sector bancario y posibles ayudas financieras. Esta formalización debe estar de la mano, conservar un buen reporte en las centrales de riesgo. Así podrán asegurar acceso a fuentes de financiación con tasas de interés más bajas y de manera más sencilla.

## **6. Conclusiones**

Los servicios ofertados por las entidades financieras están centrados en créditos de inversión y en un bajo porcentaje en la oferta de tarjetas de créditos empresariales; pero no se encuentra servicios financieros para nuevos emprendedores, ni en el sector restaurante ni en ningún otro.

En consecuencia, las estrategias de financiación no vienen generando resultados de crecimiento a las Mipymes, para muchos casos les permitirá simplemente mantenerse y en otros casos desaparecer por ausencia de apalancamiento, confirmando la influencia de la estrategia de financiación para el fortalecimiento de las empresas, únicamente aquellas organizaciones que van evolucionando financieramente identifican resultados positivos en uno o varios ítems de crecimiento, como lo son el de infraestructura, número de empleados, posicionamiento, entre otros.

Por lo tanto, los estudios sobre Mipymes son necesarios para la generación de estrategias públicas o privadas empresariales que promuevan



- Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/36203>
- Cacua Rincón, Z. Y. (2019). Caracterización de las fuentes de financiación a las que recurren los comerciantes que integran la casa de mercado de la ciudad de Pamplona. *Revista Colombiana De Contabilidad - ASFAOP*, 7(14), 57-76. <https://doi.org/10.56241/asfv7n14.152>
- Castro Arbeláez, A. S., & Polanco Zapata, K. S. (2021). *Concentración del sistema bancario colombiano y su influencia en la gestión financiera de las empresas manufactureras*. [Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Economía, Administración y Negocios. Internacionales Negocios Internacionales]. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8985/Concentraci%C3%B3n%20del%20sistema%20bancario%20colombiano.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Chavis, L. W., Klapper, L. F., & Love, I. (2011). *The Impact of the Business Environment on Young Firm Financing*. *The World Bank Economic Review*, 25(3), 486–507. <https://doi.org/10.1093/wber/lhr045>
- Corredor, S. M. (2013). *Teoría del Pecking Order versus teoría del Trade off para la empresa Coservicios S.A. E.S.P.* Apuntes del Cenes.
- De Graaf, M., van Beek, J., & Koopmans, M. P. G. (2016). *Human norovirus transmission and evolution in a changing world*. *Nature Reviews Microbiology*, 14(7), 421–433. <https://doi.org/10.1038/nrmicro.2016.48>
- Decreto 957 de 2019. Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. 5 de junio 2019. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d-8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE (2022). Boletín técnico. Comunicado de Prensa. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP\\_empleo\\_sep\\_22.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_sep_22.pdf)
- Donaldson, G. (1961). *Corporate Debt Capacity: A Study of Corporate Debt Policy and the Determination of Corporate Debt Capacity*. Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Garrido, C. y Granados, L. (2004). Innovación, financiamiento y organización financiera nacional. *Problemas del Desarrollo*, 35(139), 163-184. <https://www.jstor.org/stable/43838307>
- Ghisetti, C., & Montresor, S. (2020). On the adoption of circular economy practices by small and medium-size enterprises (SMEs): does “financing-as-usual” still matter? *Journal of Evolutionary Economics*, 30(2), 559-586. <https://doi.org/10.1007/s00191-019-00651-w>
- Gregory, B. T., Rutherford, M. W., Oswald, S., & Gardiner, L. (2005). An empirical investigation of the growth cycle theory of small firm financing. *Journal of small business management*, 43(4), 382-392. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2005.00143.x>
- Hernández Rodríguez, A. C. (2020). La relación migración y Trabajo Social en Honduras. *Trabajo Social UNAM*, (23-24), 85–100. <https://www>

- [revistas.unam.mx/index.php/ents/article/view/77470](http://revistas.unam.mx/index.php/ents/article/view/77470)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación. (6ta Ed). McGraw Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez.%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Ibarra, G., Vullinghs, S., y Burgos, F. J. (2021). Panorama Digital de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) de América Latina 2021. Santiago, GIA Consultores, 2021. <http://www.sela.org/media/3223266/panorama-digital-de-las-mipymes-america-latina-2021.pdf>
- Kraemer-Eis, H. and Lang, F. (2017). Access to Funds: How Could CMU Support SME Financing? *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 86(1), 95-110. <https://doi.org/10.3790/vjh.86.1.95>
- Lozano, M. (2017). *Sistema financiero colombiano*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1502/Sistema%20financiero%20colombiano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Masiak, C., Block, J. H., Moritz, A., Lang, F., & Kraemer-Eis, H. (2019). How do micro firms differ in their financing patterns from larger SMEs? *Venture Capital*, 21(4), 301-325. <https://doi.org/10.1080/13691066.2019.1569333>
- McKenzie, D., & Woodruff, C. (2017). Business practices in small firms in developing countries. *Management Science*, 63(9), 2967-2981. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_360368.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-ed_emp/documents/publication/wcms_360368.pdf)
- Molina-Ycaza, D., & Sánchez-Riofrío, A. (2017). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Pymes, Innovación Y Desarrollo*, 4(2), 21-36. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/17700>
- Mondragón, H. A., Cárdenas, S. M., y Barreto, O. M. (2013). Tecnologías de la información y comunicación en los procesos de formación de contadores públicos. *Actualidad Contable Faces*, 16(27), 69-86. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25728957005.pdf>
- Mora-Torres, C. J. (2017). Las fuentes de financiamiento a corto plazo como estrategia para el incremento de la productividad empresarial en las PYMES. *Dominio De Las Ciencias*, 3(1), 338-351. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i1.401>
- Moritz, A., Block, J. H., & Heinz, A. (2016). Financing patterns of European SMEs—an empirical taxonomy. *Venture Capital*, 18(2), 115-148. <https://doi.org/10.1080/13691066.2016.1145900>
- Myers, S. y Majluf, N. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)
- Observatorio Regional de Mercado de Trabajo (2019). *Análisis coyuntural del desempleo en Ibagué. Desempleo en Ibagué: Análisis no coyuntural de la coyuntura*. ORMET. <https://ibaguecomovamos.org/wp-content/uploads/2019/01/Bolet%C3%ADn-final-ICV-ORMET.pdf>
- Oncebay Sacsara, K. Y. (2019). Financiamiento, rentabilidad y tributación de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro plásticos “Inversiones Ikiu”

- S.R.L. [Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Facultad de Ciencias Contables. Financieras y Administrativas. Escuela Profesional de Contabilidad]. Ayacucho, 2019. <http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/handle/20.500.13032/14835>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (2019). Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2019.
- Pereira, L. F., Osorio, T. F., Pinzón, R. N., Moreno, B. J., Martínez, R. A., López, L. M., Gómez, A. E., et al, (2022). *Global Entrepreneurship Monitor*. GEM Colombia 2021-2022.
- Quiroz, K. (2018). Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, 2018. Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Pucallpa – Perú.
- Rangel, I., Graterol, Á., Alizo, M. A., & Socorro, C. (2008). Estrategias de financiamiento aplicadas en el sector panadero del estado Zulia. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(3), 528-545. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000300009&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000300009&lng=es&tlng=es).
- Rivera, J. A. (2007). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2000-2004. *Cuadernos de administración*, 20(34), 191-219. <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a09.pdf>
- Uribe Escobar, J. D. (2013). El sistema financiero colombiano: estructura y evolución reciente. *Revista Del Banco De La República*, 86(1023), 5–18. <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/banrep/article/view/8421>
- Van Horne, J. C. (1993). *Financijsko upravljanje i politika:(financijski menedžment)*. Mate.
- Varela, R., y Arango, C. (2022). *Actividad emprendedora: Colombia un país en reactivación: 2021-2022*. Editorial Universidad Icesi.
- Vera, J. A., Reinoso, J. F. y González, J. (2019). *La financiación como factor de desarrollo en un ecosistema emprendedor: Un estudio del sector empresarial hotelero en la ciudad de Ibagué*. Sello Editorial Universidad del Tolima
- Vera-Colina, M. A., Melgarejo-Molina, Z. A. y Mora-Riapira, E. H. (2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *Innovar*, 24(53), 149–160. <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n53.43922>
- Wright, E.O. (2015). *Construyendo utopías reales*. Ediciones Akal.