



Alianza de
Investigadores
Internacionales S.A.S
ALININ



Fondo Editorial
Alianza de Investigadores
Internacionales ALININ

Revista Temario Científico



Vol. 6 Nro. 2. Julio - Diciembre, 2026

ISSN 2805-850X

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

CARACTERIZACIÓN DE LAS DINÁMICAS PRODUCTIVAS Y LAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO EN CACHIPAY, CUNDINAMARCA

Yon Garzón Ávila, Luz Briyid Contreras Salamanca, Jonny Mauricio Valderrama Fernández y Alison Daiana Garzón Ávila

Garzón, Y.



Economista. Especialista en Gestión de Proyectos. Investigador del Semillero Manjuy, Grupo de Investigación Fénix. Perteneció a la red de Evaluación Externa de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Colombia.

Contreras, L



Contadora pública. Especialista en Educación Superior y a Distancia. Magíster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Líder del Semillero Manjuy, Grupo de investigación Fénix de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Colombia.

Valderrama, M.



Contadora pública. Especialista en Educación Superior y a Distancia. Magíster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Líder del Semillero Manjuy, Grupo de investigación Fénix de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Colombia.

Garzón, A.



Estudiante de Contaduría Pública. Investigadora Semillero Manjuy del Grupo de Investigación Fénix de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) Colombia.

Palabras clave

Desarrollo local, dinámicas productivas, ruralidad, competitividad territorial

Keywords

Local development, productive dynamics, rurality, territorial competitiveness.

<https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.4.226.8>

Recibido: : 10-07-2026

Aceptado: 08-10-2026

Publicado: 16-10-2026



Resumen

El presente artículo analiza las dinámicas productivas y las oportunidades de desarrollo en Cachipay, Cundinamarca, a partir de una caracterización económica territorial. Con enfoque mixto, la investigación combinó técnicas cuantitativas y cualitativas mediante la aplicación de encuestas estructuradas a unidades productivas urbanas y rurales, complementadas con entrevistas semiestructuradas a actores locales y revisión de fuentes secundarias. Los resultados evidencian una estructura económica predominantemente compuesta por microempresas y pequeños negocios familiares, con mayor concentración en los sectores de comercio, agricultura y servicios, aunque se identifican avances en formalización mercantil y tributaria, persisten debilidades en asociatividad, infraestructura, conectividad, apoyo institucional y escalamiento productivo. Asimismo, las entrevistas muestran que buena parte del emprendimiento local se encuentra estrechamente vinculado al arraigo territorial, la economía familiar y la atención de demandas del mercado local. En este contexto, se destacan como oportunidades estratégicas el fortalecimiento de la agroindustria, el turismo rural y de naturaleza, la digitalización comercial, la asociatividad productiva y la construcción de una marca territorial. Se concluye que Cachipay cuenta con capacidades productivas y socioterritoriales relevantes, pero su consolidación como territorio competitivo requiere una mayor articulación entre actores locales, institucionalidad, infraestructura y procesos de innovación

CHARACTERIZATION OF PRODUCTIVE DYNAMICS AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES IN CACHIPAY, CUNDINAMARCA

Abstract

This article analyzes the productive dynamics and development opportunities in Cachipay, Cundinamarca, through a territorial economic characterization based on a mixed- methods approach. The research combined quantitative and qualitative techniques, including 185 structured surveys administered to urban and rural productive units, complemented by semi-structured interviews with local stakeholders and a review of secondary sources. The findings reveal an economic structure predominantly composed of microenterprises and small family businesses, mainly concentrated in the commerce, agriculture, and service sectors. Although some progress has been made in commercial and tax formalization, important weaknesses remain in terms of associativity, infrastructure, connectivity, institutional support, and productive scaling. Likewise, the interviews show that much of the local entrepreneurship is closely linked to territorial rootedness, family- based economic practices, and the response to local market demands. In this context, strategic opportunities include strengthening agro-industry, rural and nature tourism, commercial digitalization, productive associativity, and the construction of a territorial brand. The study concludes that Cachipay has significant productive and socio-territorial capacities; however, its consolidation as a competitive territory requires stronger articulation among local actors, institutions, infrastructure, and innovation processes.

Introducción

La caracterización de las dinámicas productivas locales constituye un punto de partida fundamental para comprender cómo un territorio organiza su economía, cuáles son sus principales restricciones estructurales y qué capacidades puede movilizar para impulsar los procesos de desarrollo. En municipios de base rural, este análisis no puede reducirse al conteo de actividades económicas o establecimientos, sino que debe considerar la relación entre población, territorio, identidad local, infraestructura, cercanía a mercados e institucionalidad. Desde esta perspectiva, el desarrollo local no depende únicamente de la existencia de recursos productivos, sino de la posibilidad de articularlos con estrategias de transformación, comercialización y fortalecimiento territorial.

En ese marco, Cachipay representa un caso relevante de estudio, la propia institucionalidad territorial lo ubica en la provincia del Tequendama, a poco más de 50 kilómetros de Bogotá, y lo describe como un municipio con fuerte riqueza ecológica, diversidad paisajística y una identidad local estrechamente ligada a la ruralidad y al arraigo comunitario. Fuentes oficiales del departamento destacan, además, atributos ambientales como la presencia de áreas reforestadas, paisajes de montaña y el nacimiento del río Bahamón, mientras que la narrativa institucional del territorio resalta su consigna “Tierra de Ensueño, de Luz y de Amores”, expresión que sintetiza el vínculo entre memoria,

paisaje e identidad cultural (Alcaldía Municipal de Cachipay, 2020). A ello se suma que, según las estimaciones ajustadas por cobertura del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2018, Cachipay registró 9.972 habitantes, de los cuales 6.461 se ubicaban en centros poblados y rural disperso, frente a 3.511 en cabecera, lo que confirma una composición territorial mayoritariamente rural (Departamento Nacional de Estadística, DANE, 2020).

Sobre esa base territorial se ha configurado una economía local en la que confluyen actividades agropecuarias, comercio de pequeña escala y un turismo rural con posibilidades de consolidación. En el plano comercial, la Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca (2024) estimó un potencial de 289 comerciantes en Cachipay, dato que permite dimensionar la importancia del pequeño tejido mercantil en la economía municipal.

En el plano agroproductivo, la Gobernación de Cundinamarca ha identificado en Cachipay y otros municipios del Tequendama cadenas de follajes con posibilidades de inserción en mercados externos, destacando productos como ruscus, cocculus, brillantina y eucaliptus baby blue. Estos referentes locales sugieren que el municipio no solo conserva una vocación agrícola significativa, sino que cuenta con activos productivos capaces de conectarse con procesos de diversificación, valor agregado y proyección regional (Gobernación de Cundinamarca, 2025).

En este contexto, el presente artículo analiza las dinámicas productivas de Cachipay y las oportunidades de desarrollo que emergen de la interacción entre su estructura empresarial, su base rural y sus activos territoriales. Para ello, se retoman los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a actores económicos del municipio, con el propósito de examinar la composición sectorial, las trayectorias del emprendimiento local, las barreras de crecimiento y las posibilidades de articulación entre agro, comercio y turismo.

Más que describir actividades aisladas, el estudio busca interpretar de qué manera las capacidades ya existentes en el territorio pueden convertirse en una plataforma de desarrollo económico local con mayor valor agregado, asociatividad y proyección.

En este sentido, el impacto de la investigación radica en su capacidad para convertirse en una herramienta de orientación para la toma de decisiones territoriales, al aportar evidencia útil para priorizar acciones de fortalecimiento económico, institucional y comunitario en Cachipay.

Sus resultados pueden incidir en la formulación de estrategias de desarrollo local, al visibilizar necesidades reales del sector productivo y señalar rutas de intervención en capacitación, asociatividad, infraestructura, financiamiento, innovación y comercialización. Asimismo, la investigación contribuye a que emprendedores, instituciones públicas, academia y actores privados cuenten con una base común para diseñar programas, alianzas y

proyectos que fortalezcan la competitividad del municipio, promuevan el aprovechamiento de sus capacidades productivas y favorezcan el desarrollo.

La pregunta que orienta este análisis es cómo las condiciones productivas actuales de Cachipay pueden traducirse en una estrategia de desarrollo territorial más articulada, sostenible y competitiva.

Este interrogante resulta especialmente pertinente en un municipio de mayoría rural, donde el crecimiento económico no depende solo de producir más, sino de transformar mejor, comercializar con mayor alcance, fortalecer la cooperación entre actores y aprovechar de forma estratégica la cercanía con Bogotá y con los circuitos regionales del Tequendama. En esa medida, Cachipay puede leerse no como un territorio periférico de escala reducida, sino como un municipio con recursos naturales, productivos y socioculturales que, si se articulan adecuadamente, pueden sustentar oportunidades reales de desarrollo local.

Las variables del estudio se definieron como categorías empíricas para comprender el desarrollo productivo local. La variable dinámica productiva se entiende como el conjunto de características que describen la estructura económica de las unidades productivas de Cachipay, operacionalizada mediante indicadores como tamaño empresarial, actividad económica, formalización, forma jurídica, empleo, uso de tecnologías digitales, asociatividad, mercado y barreras de funcionamiento. Por su parte, la variable oportunidades de desarrollo se define como

las posibilidades de fortalecimiento económico, social e institucional del municipio, identificadas a partir de los sectores con mayor potencial, las necesidades de capacitación, la infraestructura, la articulación entre actores, la agroindustria, el turismo rural, la digitalización comercial y la marca territorial; estas variables permiten analizar el territorio desde una perspectiva aplicada, orientada a la generación de conocimiento útil para la toma de decisiones y la transformación local.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque mixto, al combinar procedimientos cuantitativos y cualitativos para caracterizar las dinámicas productivas de Cachipay y reconocer oportunidades de desarrollo.

Los métodos mixtos permiten integrar la amplitud descriptiva de los datos numéricos con la profundidad interpretativa de los testimonios y contextos locales, de modo que una base de datos puede complementar, explicar o enriquecer a la otra (Creswell & Creswell, 2023).

En este caso, las encuestas permitieron identificar patrones sobre estructura empresarial, formalización, empleo, tecnología, infraestructura y proyección de los negocios, mientras que las entrevistas aportaron comprensión sobre trayectorias emprendedoras, barreras de crecimiento, necesidades de formación, asociatividad y visión del desarrollo local.

Por ello, el estudio puede entenderse como un diseño mixto de integración complementaria con alcance descriptivo, apropiado para problemas territoriales complejos en los que no basta con medir frecuencias, sino que también se requiere interpretar significados y experiencias de los actores económicos.

La unidad de análisis no se restringió a economías formalmente matriculadas, sino a establecimientos y unidades productivas del municipio, tanto urbanas como rurales.

Esta precisión es metodológicamente importante porque, de acuerdo con el DANE, una unidad económica es toda persona natural o jurídica que realiza una actividad económica con o sin emplazamiento, y la economía popular incluye ocupaciones mercantiles y no mercantiles de baja escala en cualquier sector (DANE, 2024).

En coherencia con ello, el estudio cubrió los principales sectores productivos de Cachipay — agropecuario, comercio, turismo, servicios y emprendimiento local— dentro de las 185 encuestas se incluyeron actividades de comercio, agricultura, servicios, manufactura, turismo y construcción; además, no todas las unidades encuestadas estaban registradas ante la Cámara de Comercio, pues 169 sí lo estaban y 16 no, lo que confirma la inclusión de actores económicos no plenamente formalizados.

El componente cuantitativo se sustentó en la aplicación de 185 encuestas estructuradas mediante

técnica *Computer Assisted Personal Interviewing* - CAPI, realizadas durante las jornadas del 22 y 30 de mayo de 2025 en distintos puntos del municipio. El instrumento de recolección estuvo conformado por 45 preguntas organizadas en módulos de información general, datos de la empresa, formalización y cumplimiento legal, producción/servicios/tecnología, recursos humanos y empleabilidad, educación y capacitación, necesidades y obstáculos empresariales, y proyección y visión de futuro. Esta estructura permitió recoger información sobre tamaño empresarial, actividad económica, forma jurídica, registro mercantil, RUT, licencias, empleo, uso de tecnologías digitales, ventas en línea, conectividad, necesidades de capacitación, apoyo gubernamental, asociatividad, mercados, logística e intención de expansión.

La realización de las 185 encuestas se justifica en dos planos. En primer lugar, por su cobertura empírica amplia y heterogénea, ya que el estudio no se limitó al comercio formal, sino que incorporó unidades económicas de varios sectores y con distintos niveles de formalización.

En segundo lugar, puede apoyarse en un referente externo parcial: la Cámara de Comercio de Facatativá (2024) estimó un total de 289 comerciantes potenciales en Cachipay, a partir del cruce entre la base de Industria y Comercio y el registro mercantil; aunque esa cifra no representa el universo total de unidades económicas del municipio, sí constituye un marco útil para

dimensionar el subsistema comercial y la informalidad mercantil (Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca, 2024). Bajo ese referente parcial, las 185 encuestas equivalen aproximadamente al 64,0 % de dicho universo. Además, si se aplica la lógica de tamaño muestral para poblaciones finitas con 95 % de confianza, $p = 0,50$ y $d = 0,05$, el mínimo teórico sería cercano a 165 casos, por lo que 185 observaciones resultan suficientes para un análisis descriptivo de alta cobertura (Naing et al., 2022).

El componente cualitativo se apoyó en entrevistas semiestructuradas dirigidas a actores económicos de comercio, agricultura y servicios, además en el corpus documental entregado para el estudio se dispone de siete entrevistas a emprendedores y referentes locales. La selección de este tipo de participantes se realiza debido a que los estudios cualitativos alcanzan saturación con tamaños relativamente pequeños y en diseños comparables de entrevistas a pequeña escala con poblaciones relativamente homogéneas y objetivos acotados (Hennink & Kaiser, 2022).

En investigaciones cualitativas no probabilísticas, el tamaño de la muestra no responde a criterios de representatividad estadística, sino a pertinencia analítica y saturación temática; en esa línea, Guest et al. (2020) muestran que en estudios focalizados las categorías de mayor frecuencia empiezan a estabilizarse tempranamente en las primeras rondas de entrevistas. Las entrevistas no tuvieron como propósito generalizar estadísticamente, sino

complementar e interpretar los hallazgos de la encuesta, contrastando percepciones sobre mano de obra, conectividad, vías, capacitación, asociatividad, tecnificación, expansión y articulación sectorial, por lo que su número resulta coherente con un uso cualitativo de profundización contextual.

En cuanto al procedimiento analítico, la información cuantitativa fue procesada mediante estadística descriptiva, cuyos resultados se sistematizaron para examinar la estructura económica local, la distribución sectorial, el tamaño de las empresas, la formalización y los principales obstáculos para la competitividad.

Paralelamente, la información cualitativa fue procesada mediante análisis temático, orientado a identificar categorías recurrentes relacionadas con barreras productivas, necesidades de apoyo institucional, retos de comercialización, condiciones de infraestructura, acceso a talento humano y oportunidades de diversificación.

La integración de ambas fuentes permitió una triangulación interpretativa, en la que los patrones estadísticos fueron contrastados con los relatos de los actores locales para fortalecer la validez del diagnóstico territorial y la identificación de oportunidades de desarrollo.

Desde el punto de vista ético y procedimental, el instrumento incluyó autorización para el uso académico y confidencial de la información, y el trabajo de campo fue acompañado por estrategias de

legitimación comunitaria, como la presentación institucional del equipo, el uso de identificación visible y el respaldo de la Alcaldía y la Policía local.

Estas acciones buscaron disminuir la desconfianza y facilitar la participación de actores productivos que, por sus dinámicas laborales o por la sensibilidad de ciertos datos, podían mostrar reservas frente al proceso de caracterización.

Entre las limitaciones del estudio se reconocen precisamente la disponibilidad de tiempo de los encuestados y la cautela para compartir información sensible; sin embargo, la combinación de encuestas, entrevistas y revisión documental permitió compensar parcialmente tales restricciones y construir una lectura integral de la economía local.

Resultados y discusión

Predominio de microempresas locales

El primer hallazgo evidencia que la base económica de Cachipay se encuentra sostenida principalmente por microempresas y pequeños negocios, lo que configura una estructura productiva de baja escala, altamente atomizada y con fuerte arraigo territorial. La figura 1 muestra que, de las 185 unidades productivas encuestadas, 152 corresponden a microempresas (82 %), 31 a pequeñas empresas (17 %) y apenas 2 a medianas empresas (1 %), dato que confirma que la dinámica empresarial del municipio está marcada por emprendimientos de tamaño reducido y limitada capacidad de acumulación.

Figura 1

Tamaño de unidades productivas



Nota: La estructura productiva de Cachipay está conformada principalmente por microempresas, seguida de pequeñas empresas y las medianas representan un porcentaje muy bajo, lo que refleja un tejido empresarial predominantemente atomizado y de baja escala.

A la estructura de producción se suma que la mayor concentración de actividades económicas se ubica en comercio (78 casos), seguido de agricultura (41), servicios (34) y otros sectores (32);

representado en la Figura 2, que indica una economía local basada en la oferta cotidiana de bienes y servicios esenciales, complementada por actividades agroproductivas tradicionales.

Figura 2

Distribución sectorial de las unidades productivas



Nota: El comercio concentra la mayor proporción de unidades productivas, seguido por la agricultura y los servicios. Esto evidencia el predominio comercial en la estructura productiva de Cachipay, aunque con una participación relevante de otras actividades económicas.

Este patrón cuantitativo coincide con el hecho de que en la zona urbana el comercio constituye el sector predominante y está representado en su mayoría por establecimientos de pequeña escala con entre 1 y 3 empleados, además de presentar bajos niveles de transformación productiva y un funcionamiento frecuentemente ligado a esquemas informales. En otras palabras, no se trata solo de una economía compuesta por unidades pequeñas, sino de una organización productiva donde la escala del negocio condiciona la generación de empleo, la tecnificación, la innovación y las posibilidades de expansión.

Este hallazgo se complementa con las declaraciones de actores locales, que evidencian el carácter familiar y territorial de los emprendimientos. Parafraseando, el emprendimiento se define explícitamente como familiar, pues en él trabajan tres personas del núcleo doméstico, y su crecimiento ha dependido del esfuerzo conjunto y de la identificación de nuevas necesidades del mercado local, primero en celulares y luego en electrodomésticos y muebles (Toro, 2025). Esta experiencia muestra que, en Cachipay, la empresa no siempre surge como una unidad separada del hogar, sino como una extensión de la economía familiar. De manera complementaria, Ardila (2025) afirma que allí lo que se maneja son microempresas, subrayando además que muchas de estas iniciativas requieren orientación cercana en formalización, contabilidad y viabilidad económica para sostenerse en el tiempo.

En conjunto, este resultado permite interpretar que la economía cachipayuna no descansa en grandes firmas ni en procesos industriales consolidados, sino en un tejido de micronegocios flexibles, familiares y territorialmente vinculados, que responden a demandas locales inmediatas. Esta configuración constituye una fortaleza por su capacidad de adaptación y arraigo comunitario, pero también revela limitaciones estructurales en productividad, profesionalización y escalamiento. Por ello, el predominio de microempresas debe comprenderse no solo como una característica descriptiva del municipio, sino como un elemento central para diseñar estrategias de desarrollo orientadas a la formalización, el fortalecimiento empresarial y la consolidación de encadenamientos productivos locales.

El predominio de microempresas en Cachipay no constituye una anomalía aislada, sino que se inscribe en una tendencia más amplia de la economía colombiana y latinoamericana, donde las unidades productivas de menor escala concentran buena parte del tejido empresarial, pero también exhiben menores niveles de productividad, empleo formal y capacidad de expansión. En Colombia, la Encuesta de Micronegocios (DANE, 2025) reportó que en 2024 el 90,5 % de los propietarios de micronegocios era trabajador por cuenta propia y que el 82,3 % de estas unidades ocupaba solo a una persona, mientras que La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras, 2025) informó que el 72,3 % de las

empresas creadas en 2024 correspondió a personas naturales; en paralelo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2023) advierte que los salarios y la productividad de las micro y pequeñas firmas suelen ser inferiores a los de empresas de mayor tamaño. En ese marco, el caso de Cachipay confirma que la microempresa cumple una función central de subsistencia, abastecimiento y autoempleo, pero también que su peso estructural obliga a pensar el desarrollo local no solo en términos de creación de negocios, sino de escalamiento, productividad, gestión e inserción en encadenamientos más robustos.

Formalización alta, asociatividad baja

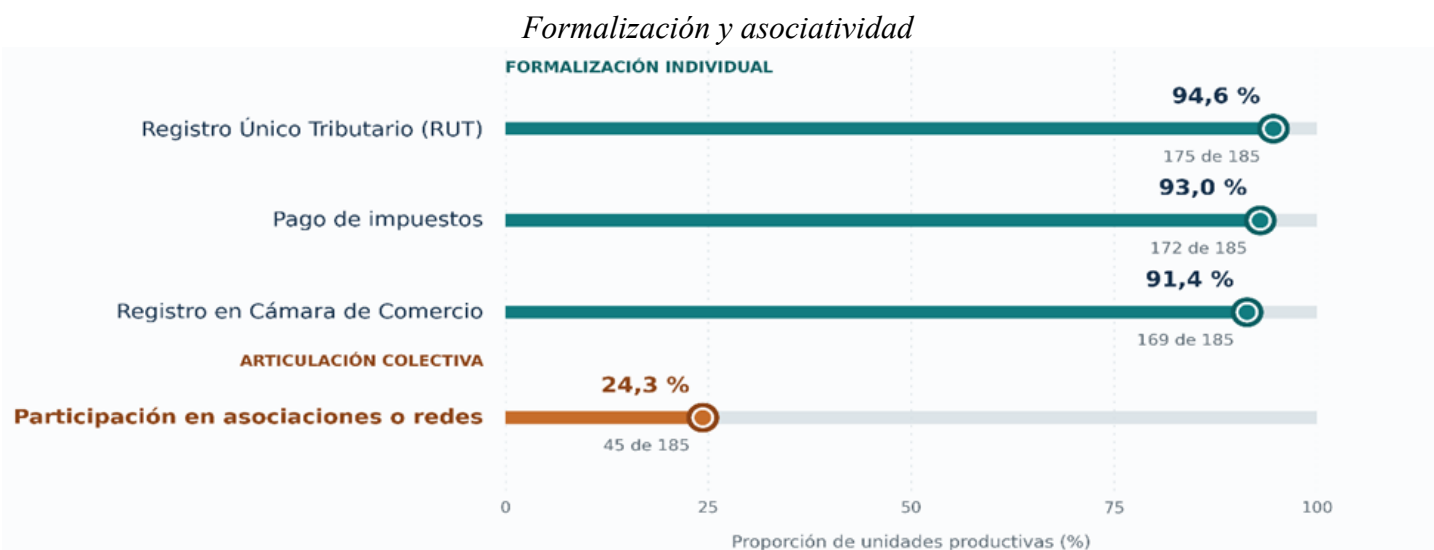
El segundo hallazgo muestra que en Cachipay existe una formalización administrativa y tributaria relativamente alta entre las unidades productivas

caracterizadas, aunque esta no se traduce en una organización colectiva sólida. La Figura 3 representa las 185 unidades encuestadas, 169 (91 %) reportaron estar registradas en la Cámara de Comercio, 175 manifestaron contar con Registro Único Tributario (RUT) y 172 (93 %) afirmaron pagar impuestos locales y/o nacionales.

Adicionalmente, la forma jurídica más frecuente corresponde a persona natural (47 %) y SAS (37 %), lo que sugiere que una parte importante del tejido empresarial ha realizado procesos básicos de institucionalización legal y fiscal.

No obstante, este avance convive con una baja articulación entre productores y emprendedores, dado que solo 45 unidades (24 %) señalaron estar vinculadas a asociaciones o redes empresariales, mientras 140 (76 %) indicaron no pertenecer a

Figura 3



Nota: Alta formalización administrativa y tributaria en las unidades productivas encuestadas. La principal debilidad está en la baja asociatividad y limitada articulación empresarial.

ningún esquema asociativo. Este resultado es importante porque permite matizar la idea de informalidad, aunque existen negocios de comercio que operan bajo esquemas informales y que persisten debilidades en la formalización laboral y empresarial, los datos de encuesta revelan que, al menos en términos de registro mercantil, RUT y obligaciones tributarias, existe un nivel significativo de inserción en marcos formales.

En consecuencia, la principal fragilidad no parece estar únicamente en la ausencia de registro, sino en la escasa capacidad de asociarse, coordinarse y actuar colectivamente para mejorar competitividad, acceder a nuevos mercados o negociar mejores condiciones.

Las entrevistas refuerzan esta interpretación, Ardila (2025) y Moreno (2025) explican que uno de los aportes de su oficina ha sido precisamente acercar a los emprendedores locales a trámites como el RUT y la contabilidad, evitando desplazamientos costosos a otras ciudades y facilitando que más personas se animen a emprender; sin embargo, también reconoce que el tema impositivo “es un poco duro contra las microempresas”, lo que indica que la formalización puede percibirse más como una carga que como una ventaja si no va acompañada de asistencia técnica y viabilidad económica.

Por su parte, Posada (2025) señala que entre los productores existe temor frente a la posibilidad de crear gremios o asociaciones, debido a dudas sobre liderazgo, legalización, riesgos financieros y

mayores obligaciones bancarias o tributarias. Ese testimonio evidencia que la baja asociatividad no responde solo a una falta de iniciativa, sino también a barreras culturales, institucionales y de confianza.

La coexistencia entre una formalización mercantil relativamente alta y una baja asociatividad sugiere que en Cachipay la formalización ha avanzado más como proceso individual-administrativo que como construcción de capacidades colectivas.

Este matiz coincide con la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2024), que en su estrategia FORLAC 2.0 sustenta que no puede haber una reducción sostenida de la informalidad sin aumentos sostenidos de productividad, y que la formalización requiere una combinación coordinada de políticas de desarrollo productivo, empleo y habilidades, protección social, incentivos y control; es decir, registrarse no basta si la unidad económica no mejora sus condiciones reales de sostenibilidad.

A su vez, la OCDE (2024) ha resaltado para América Latina y el Caribe que la economía social y solidaria y el emprendimiento colectivo permiten aprovechar activos locales, ampliar acceso a mercados y fortalecer el desarrollo territorial, ya que el impacto de este tipo de emprendimiento se refleja en el crecimiento económico y la reducción de la desigualdad social (Hernández, 2025). Desde esta perspectiva, el caso de Cachipay permite discutir que la debilidad principal ya no está únicamente en “entrar a la formalidad”, sino en

convertir esa formalidad en cooperación económica, representación y capacidad de negociación, especialmente entre microproductores y pequeños negocios.

Emprendimiento con arraigo territorial

El tercer hallazgo permite observar que buena parte de las dinámicas productivas de Cachipay no surge únicamente de una lógica empresarial convencional, sino de una relación estrecha entre arraigo territorial, trayectoria familiar y lectura práctica de las necesidades locales.

En términos cuantitativos, esta interpretación se apoya en que los principales sectores identificados en la caracterización corresponden a comercio, agricultura y servicios, y en que el mercado de venta más frecuente de los emprendimientos encuestados se concentra en el mismo municipio (87 casos), por encima de otros municipios del departamento y de Bogotá. Esto sugiere que una proporción importante de las unidades productivas se organiza para atender demandas cotidianas del propio territorio, antes que para insertarse desde el inicio en mercados externos.

Las entrevistas confirman esta lógica territorial del emprendimiento, en este sentido, Ardila (2025) y Trujillo (2025) explican que sus iniciativas nacen de la decisión de mantenerse en sus municipios al identificar la necesidad de ofrecer en el municipio servicios y de acompañamiento empresarial que antes obligaban a la población a desplazarse a otras ciudades. Su testimonio muestra que el emprendimiento local no solo responde a

motivaciones económicas, sino también a un compromiso con el territorio y con la reducción de brechas de acceso a servicios especializados.

Por su parte, Lemoine (2026) sostiene que, el emprendimiento supone la habilidad de asumir riesgos, tomar decisiones en medio de situaciones inciertas y convertir ideas en soluciones factibles que respondan a las verdaderas necesidades del entorno. esta idea se complementa con la de Pérez y Chirinos (2017) quienes sostienen que un emprendimiento se caracteriza por ser una forma de integración social, humana y económica con la finalidad de aprovechar las oportunidades.

Así, el emprendimiento no se restringe a la creación de empresas, sino que se transforma en una estrategia de desarrollo que fomenta la sostenibilidad, la inclusión social y el progreso constante en los entornos donde tiene lugar., pero además un territorio sostenible donde exista equidad entre los actores de la sociedad y su actividad económica (Barbera et al, 2021).

La opinión de Toro (2025) sobre el emprendimiento señala que, su negocio, de carácter familiar, amplió su portafolio de celulares hacia electrodomésticos y muebles porque en Cachipay “nos pedían nuevas cosas”.

Posteriormente, afirma que su emprendimiento ha beneficiado a la comunidad porque muchas personas antes debían desplazarse a Facatativá o Bogotá para adquirir esos productos, asumiendo mayores costos y tiempos de traslado. En este caso,

la expansión del negocio no obedece únicamente a una estrategia de diversificación comercial, sino a la identificación directa de vacíos en la oferta local y a la capacidad de la familia emprendedora para responder a ellos.

El caso de Castro (2025) refuerza aún más este patrón. Su tapicería se origina, por una parte, en una tradición familiar, pues el oficio fue enseñado por su padre y continuado por él y sus hermanos; y, por otra, en la detección de una necesidad puntual del municipio, dado que no existía un negocio de este tipo en Cachipay.

El entrevistado destaca que los clientes tenían que llevar muebles a otros municipios, lo que implicaba costos adicionales de transporte, razón por la cual decidió instalar su emprendimiento localmente. Además, señala que la consolidación de su clientela ha dependido del “voz a voz”, es decir, de redes comunitarias de confianza propias de economías locales de proximidad.

En conjunto, este resultado evidencia que la estructura productiva de Cachipay está anclada en un emprendimiento de proximidad, donde las iniciativas económicas se configuran a partir del conocimiento directo del entorno, de la pertenencia comunitaria y de saberes heredados o acumulados en el tiempo.

Por ello, más que una economía orientada exclusivamente por ventajas competitivas externas, Cachipay presenta una dinámica productiva que se construye desde la vida cotidiana del territorio.

El arraigo territorial observado en Cachipay dialoga con los enfoques contemporáneos de desarrollo territorial, que proponen dejar de ver los territorios rurales solo desde sus carencias y comenzar a leerlos desde sus activos específicos, sus identidades y sus redes sociales.

La OCDE (2025) plantea que las políticas basadas en el lugar (place-based policies) pueden movilizar los recursos y características únicas de cada territorio, mejorando competitividad, sostenibilidad e inclusión; además, ha señalado que las iniciativas económicas apoyadas en activos comunitarios y locales fortalecen la resiliencia y el crecimiento ajustado a necesidades concretas.

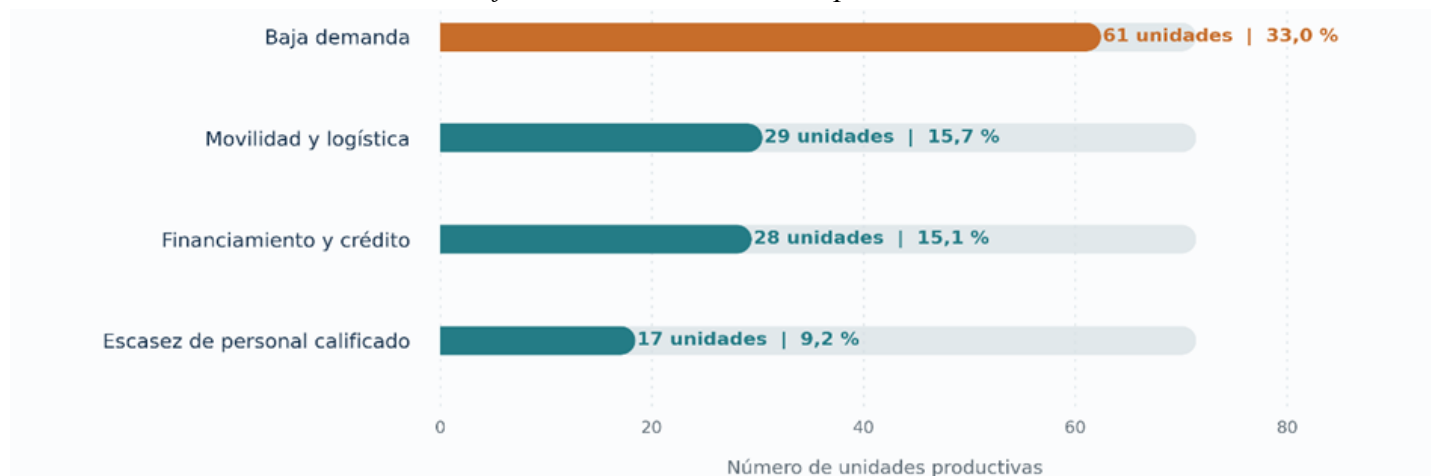
En esa línea, los emprendimientos de Cachipay nacidos del conocimiento del entorno, del retorno al municipio, del oficio heredado o de la respuesta a necesidades no cubiertas confirman que el emprendimiento local no debe interpretarse como una forma “menor” de empresariado, sino como una base relevante para estrategias de desarrollo de proximidad. La discusión, entonces, no pasa por reemplazar ese arraigo, sino por evitar que quede encerrado en mercados demasiado estrechos y por conectarlo con políticas de valor agregado, cooperación y apertura selectiva a mercados externos.

Barreras estructurales al crecimiento

El cuarto hallazgo evidencia que las principales limitaciones para el fortalecimiento del tejido productivo de Cachipay no se reducen a una

Figura 4

Dificultades en las unidades productivas



Nota: El gráfico muestra que la baja demanda es la dificultad más reportada. Le siguen los problemas de movilidad y logística, el acceso a financiamiento y crédito y la escasez de personal calificado, lo que evidencia la presencia de limitaciones comerciales, financieras, logísticas y laborales.

sola variable, sino que conforman un conjunto de restricciones estructurales que afectan la competitividad de las unidades económicas locales. La figura 4 representa las 185 unidades productivas caracterizadas: la dificultad más mencionada fue la baja demanda (61 casos), seguida de los problemas de movilidad y logística (29), el financiamiento y crédito (28) y la escasez de personal calificado (17).

A ello se suma que, frente a la pregunta sobre suficiencia de infraestructura en el municipio, 144 encuestados manifestaron que no existe una base adecuada de vías, conectividad y servicios, señalando especialmente el deterioro de las vías rurales y las fallas en servicios básicos. Estos datos muestran que las barreras al crecimiento no son únicamente internas a la empresa, sino que están asociadas a condiciones territoriales que limitan la operación cotidiana y la expansión de los negocios.

Se identifica que, entre las principales brechas del municipio, las vías terciarias con rezagos, la conectividad digital irregular en veredas, la ausencia de infraestructura de acopio y poscosecha y las dificultades de acceso a crédito formal, lo que repercute directamente sobre productores rurales, comerciantes y prestadores de servicios. En ese sentido, el problema no es solamente que los negocios sean pequeños, sino que operan en un entorno que incrementa costos logísticos, reduce posibilidades de articulación comercial y dificulta procesos de tecnificación y escalamiento.

Las entrevistas permiten comprender cómo estas limitaciones se expresan en la práctica. Toro (2025) afirma que, en su caso, “lo más complejo” ha sido el traslado de la mercancía, lo que evidencia que el abastecimiento representa un costo y un riesgo permanente para actividades comerciales que

dependen del ingreso de productos al municipio; al mismo tiempo, señala que los mecanismos de crédito han sido necesarios porque muchas familias no pueden comprar de contado, lo que revela cómo la restricción financiera también atraviesa la demanda local. Bulla (2025), por su parte, explica que uno de sus mayores retos ha sido posicionarse en un mercado “alejado” de Bogotá, donde los repuestos no se consiguen con la misma facilidad, y añade que para iniciar su negocio tuvo que recurrir a préstamos y apoyo familiar ante la falta de subsidios accesibles.

A estas dificultades se suma el problema de la mano de obra calificada, Castro (2025) sostiene que conseguir personal con experiencia en tapicería “es un reto” porque en el municipio no hay suficiente oferta de personas formadas en ese oficio ni programas técnicos orientados a esa actividad. En una línea similar, Bulla (2025) reconoce que gran parte del personal llega con conocimientos empíricos y que sería valioso contar con formación técnica certificada en el municipio para elevar la calidad del servicio. Así, la escasez de talento no solo limita el crecimiento de los emprendimientos, sino que obliga a procesos de formación interna que demandan tiempo y recursos adicionales.

Las barreras identificadas en Cachipay confirman que el desempeño de las micro y pequeñas unidades productivas depende fuertemente de las condiciones territoriales que las rodean. La OCDE (2025) muestra que la mejora de caminos rurales puede

eleva ingresos de los hogares al facilitar especialización agrícola, uso de nuevas tecnologías y contratación de mano de obra; complementariamente, las políticas de desarrollo local deben atacar obstáculos específicos del territorio, como la calidad de los sistemas de educación y formación, la capacidad de atraer capital y trabajadores, y la brecha urbano-rural en acceso a infraestructura digital. En consecuencia, los problemas de demanda, logística, crédito, conectividad y escasez de personal calificado observados en Cachipay no deberían leerse como fallas aisladas del empresario individual, sino como síntomas de un entorno productivo con restricciones sistémicas. Esto refuerza una discusión clave: en municipios rurales o semi-rurales, el fortalecimiento empresarial requiere intervenciones integrales sobre vías, conectividad, formación pertinente y financiamiento, porque sin esas condiciones el emprendimiento tiende a mantenerse en niveles de supervivencia.

Potencial de articulación productiva

El quinto hallazgo muestra que el potencial de desarrollo de Cachipay no depende de la expansión aislada de un solo sector, sino de la articulación estratégica entre su base agropecuaria, la oferta turística, el comercio local y los procesos de innovación comercial. Entre las oportunidades prioritarias está el fortalecimiento de la agroindustria y el valor agregado, el turismo sostenible y experiencial, la digitalización de

microempresas, la asociatividad productiva y la construcción de una marca territorial que integre café, follajes, turismo y productos agroindustriales. En ese sentido, el desarrollo local aparece menos como un proceso de sustitución de actividades tradicionales y más como una posibilidad de encadenar lo que el municipio ya produce con nuevas formas de transformar, promocionar y comercializar sus bienes y servicios.

En el componente agroproductivo, las oportunidades concretas están en productos como el café especial y sus derivados, en la transformación de frutas y hortalizas en productos como pulpas, mermeladas y deshidratados, y en la consolidación del sector de follajes ornamentales mediante estándares de calidad y vínculos más estables con el clúster floricultor.

Estas líneas son relevantes porque permiten pasar de una lógica de venta primaria a una de mayor valor agregado, reducción de pérdidas poscosecha y acceso a mercados más especializados. Además, se proponen encadenamientos muy claros: follajes hacia floricultura, café hacia turismo de experiencia y frutales hacia agroindustria y comercio turístico, lo que evidencia que la oportunidad no está solo en producir más, sino en integrar producción, transformación y consumo territorialmente.

De manera complementaria, el turismo aparece como uno de los sectores con mayor proyección debido a las ventajas naturales y territoriales de Cachipay. Se destaca la cercanía con Bogotá, la diversidad paisajística y la posibilidad de combinar

en un mismo destino turismo de naturaleza, agroturismo, bienestar, gastronomía y eventos culturales, lo que podría ser una buena oportunidad para su aprovechamiento, ya que como lo indican Tiburcio et al. (2026) “el turismo es un sector que debe entenderse, ya que ofrece altos ingresos y, por ende, rendimientos considerables” (p. 3).

Esta diversificación es especialmente significativa porque permite ampliar el gasto del visitante y distribuir beneficios entre fincas, restaurantes, alojamientos, comercios y productores locales. No se trata, entonces, de promover un turismo desvinculado de la economía rural, sino de consolidar un modelo donde la experiencia turística se apoye en el café, los frutales, los follajes, la cocina local y la identidad campesina del municipio.

Las entrevistas respaldan esta proyección, en este orden de ideas, Posada (2025), por ejemplo, plantea que Cachipay tiene un potencial turístico que aún no se ha aprovechado plenamente, especialmente por su clima y por su cercanía con Bogotá, y sugiere que el municipio podría atraer visitantes externos del mismo modo en que hoy muchos habitantes se movilizan hacia otros destinos. Su testimonio resulta valioso porque expresa, desde la percepción local, que el turismo no es una posibilidad abstracta, sino una alternativa ya identificada por actores del territorio como un campo real de expansión económica.

Ahora bien, estas oportunidades solo podrían consolidarse si van acompañadas de procesos de digitalización, promoción y fortalecimiento

empresarial. En ese marco, se propone la capacitación en ventas en línea, facturación electrónica y herramientas digitales, así como la creación de plataformas de promoción turística y comercial y una marca territorial de Cachipay.

Este punto es consistente con el análisis estadístico, donde la mayoría de encuestados manifestó interés en recibir formación para mejorar sus negocios, especialmente en temas digitales, financieros y de servicio al cliente. Por tanto, el desarrollo futuro del municipio no dependerá únicamente de sus recursos naturales o productivos, sino de su capacidad para convertir esos recursos en una oferta visible, articulada y competitiva.

Las oportunidades identificadas para Cachipay son consistentes con la literatura reciente que propone impulsar el desarrollo rural mediante la articulación entre cadenas agroalimentarias, turismo y digitalización, en lugar de promover sectores desconectados entre sí.

La OCDE (2024) ha señalado que el turismo sostenible e inclusivo genera mejores resultados cuando fortalece cadenas de valor locales, promueve el emprendimiento del territorio y permite que los beneficios lleguen efectivamente a negocios y poblaciones locales; al mismo tiempo, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2025) subraya que la digitalización es clave para la competitividad empresarial porque permite optimizar procesos, reducir costos, diversificar mercados y adoptar nuevos modelos de

negocio. Bajo esta mirada, el potencial de Cachipay en café, frutales, follajes, gastronomía y turismo de cercanía no debería traducirse en apuestas separadas, sino en una estrategia de encadenamiento territorial donde la agroindustria, la experiencia turística, la identidad local y los canales digitales se refuerzan mutuamente. La discusión de fondo es que el verdadero salto de desarrollo no provendría de producir más de lo mismo, sino de transformar, visibilizar y comercializar mejor lo que el territorio ya sabe hacer.

Conclusiones

La investigación permitió establecer que la estructura productiva de Cachipay se encuentra sostenida principalmente por microempresas y pequeños negocios de fuerte arraigo territorial, concentrados sobre todo en los sectores de comercio, agricultura y servicios. Esta configuración revela una economía local de baja escala, altamente atomizada y vinculada en gran medida a la satisfacción de necesidades cotidianas del propio municipio, más que a una inserción robusta en mercados externos. En ese sentido, la caracterización confirma que la dinámica económica cachipayuna no descansa en grandes unidades empresariales ni en procesos industriales consolidados, sino en emprendimientos familiares, flexibles y cercanos a la vida comunitaria.

Un segundo hallazgo relevante es que, aunque existe un nivel importante de formalización mercantil y tributaria entre las unidades productivas

caracterizadas, este avance no se traduce en una capacidad asociativa sólida. La evidencia muestra que buena parte de los emprendimientos cuenta con registro en Cámara de Comercio, RUT y pago de impuestos, pero la mayoría no participa en asociaciones o redes empresariales. Esto sugiere que en Cachipay la formalización ha operado más como un proceso individual- administrativo que como una construcción colectiva de capacidades para negociar, innovar, comercializar o escalar. Por tanto, una de las principales debilidades del tejido productivo local no es únicamente la informalidad, sino la limitada articulación entre actores económicos, lo que restringe las posibilidades de encadenamiento y fortalecimiento territorial.

Asimismo, el estudio permitió identificar que el emprendimiento local está profundamente relacionado con el arraigo territorial, la tradición familiar y la lectura práctica de necesidades no cubiertas dentro del municipio.

Las entrevistas muestran que muchos negocios surgen no solo por motivaciones de ingreso, sino también por el deseo de permanecer en el territorio, acercar servicios a la comunidad y responder a demandas que antes obligaban a la población a desplazarse a otros municipios o a Bogotá. Este rasgo constituye una fortaleza importante, porque expresa una economía de proximidad con capacidad de adaptación y legitimidad social; sin embargo, también evidencia que el crecimiento futuro de estas iniciativas requiere acompañamiento técnico,

fortalecimiento empresarial y mejores condiciones estructurales para superar lógicas de subsistencia.

En cuanto a las oportunidades de desarrollo, los resultados indican que el potencial de Cachipay no depende de la expansión aislada de un solo sector, sino de la articulación estratégica entre agropecuario, turismo, comercio local y procesos de innovación. El municipio presenta posibilidades concretas en la agroindustria de café, frutales y follajes; en el turismo rural, de naturaleza y de experiencia; en la digitalización comercial; y en la construcción de una marca territorial que integre producción, identidad y promoción. Bajo esta lógica, el principal horizonte de desarrollo para Cachipay no consiste en sustituir sus actividades tradicionales, sino en agregar valor, mejorar la comercialización, fortalecer la asociatividad y conectar sus recursos productivos con circuitos más amplios de consumo y visibilidad.

La investigación concluye que Cachipay cuenta con capacidades territoriales, productivas y socioculturales suficientes para avanzar hacia una estrategia de desarrollo local más competitiva y sostenible, pero dicha proyección exige intervenir brechas persistentes en infraestructura vial, conectividad digital, acceso a financiamiento, tecnificación, formación y apoyo institucional. Los datos de encuesta muestran, además, que la mayoría de los actores productivos percibe deficiencias en vías, servicios y conectividad, y manifiesta interés en procesos de capacitación, especialmente en temas

digitales, financieros y de servicio al cliente. En consecuencia, el fortalecimiento de Cachipay como territorio productivo dependerá de la capacidad para articular esfuerzos públicos, privados y comunitarios en torno a una visión compartida de desarrollo que transforme sus ventajas locales en oportunidades económicas sostenibles y territorialmente integradas.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Cachipay. (2020). *Guía turística Cachipay 2020–2023*. <http://www.cachipay-cundinamarca.gov.co/turismo/guia-turistica-cachipay-2020--2023>
- Ardila, L. (2025). *Entrevista Lina Ardila* [Video]. Orange Support Service, YouTube. <https://youtu.be/YA9VXTDJYWE>
- Barbera, N., Vega, A. y Hernández. (2021). Capital social y movilidad urbana como agentes dinamizadores del territorio sostenible. *Mundo FESC*, 11(S3), 19-33. <https://doi.org/10.61799/2216-0388.825>
- Bulla, C. (2025). *Entrevista Camilo Bulla* [Video]. Orange Support Services, YouTube. https://youtu.be/epstE_cQeFs
- Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca. (2024). *Estimación potencial de comerciantes vigencia 2024*. https://ccfacativá.org.co/media/nh5bc0rk/informe-potencial-de-comerciantes-2024_ccfacativá.pdf
- Castro, J. (2025). *Entrevista Julio Castro* [Video]. Orange Support Service, YouTube. <https://youtu.be/qgcAHO2XR9M>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, CAF - Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, & Comisión Europea. (2023). *Latin American Economic Outlook 2023: Investing in sustainable development*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/8c93ff6e-en>
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2025). *Dinámica de creación de empresas en Colombia 2024*. <https://confecamaras.org.co/wp-content/uploads/2025/01/dinamica-creacion-empresas-colombia-2025.pdf>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE, 2020). *Ajuste por cobertura CNPV 2018*. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/CNPV-2018-Poblacion-Ajustada-por-Cobertura.xls>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE, 2024). *Conceptos y definiciones: Censo Económico Nacional Urbano*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/censo-economico/info-metodologica/CE-documento-metodologico-censo-economico.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE, 2025). *Encuesta de Micronegocios (EMICRON) 2024* [Boletín técnico]. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-2024.pdf>
- Gobernación de Cundinamarca. (2025). *Floricultores de Cachipay y Anolaima se fortalecen para competir en el exterior*. <https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/Floricultores%20de%20Cachipay%20y%20Anolaima%20se%20fortalecen%20para%20competir%20en%20el%20exterior>

- Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2020). A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. *PLOS ONE*, 15(5), e0232076. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232076>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Hernández, A. (2025). *Emprendimiento rural en Sinaloa Desafíos, oportunidades y su impacto en el desarrollo económico y social. Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 22(22), 10–21. <https://doi.org/10.22463/24221783.4675>
- Lemoine, F. (2026). Vinculación universitaria como herramienta clave para el fortalecimiento de los emprendimientos locales. *Revista Temario Científico*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.47212/rtaAlinin.4.126.8>
- Moreno, D. (2025). *Entrevista Daniel Moreno* [Video]. Orange Support Service, YouTube. https://youtu.be/KF_PhZFy2Zo
- Naing, L., Nordin, R. B., Abdul Rahman, H., & Naing, Y. T. (2022). Sample size calculation for prevalence studies using Scalex and ScalaR calculators. *BMC Medical Research Methodology*, 22, Article 209. <https://doi.org/10.1186/s12874-022-01694-7>
- Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2024). *FORLAC 2.0: Strategy for the promotion of formalization in Latin America and the Caribbean 2024–2030*. https://www.ilo.org/sites/default/files/2024-07/FORLAC-English_web_0.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2023). *Creating economic prosperity through inclusive and sustainable tourism: G7/OECD policy priorities paper* (OECD Tourism Papers No. 2024/01). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/f0a49ca9-en>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2024). *Unlocking the potential of the social and solidarity economy for people, places and firms in Latin America and the Caribbean* (OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers No. 2024/12). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/11fbb636-en>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2025). *Place-based policies for the future* (OECD Regional Development Studies). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/e5ff6716-en>
- Pérez, C. y Chirinos, Y. (2017). El emprendimiento social sostenible como estrategia de paz en comunidades vulnerables. *Revista De Geografía Agrícola*, (59), 87–100. <https://doi.org/10.5154/r.rga.2017.59.003>
- Posada, F. (2025). *Entrevista Fernando Posada* [Video]. Orange Support Service, YouTube. <https://youtu.be/fpeKu056cx4>
- Tiburcio, M. de L., Espinosa, R., Godínez, R., & Navarro, F. (2026). Análisis estratégico de la industria turística en México. *Revista Temario Científico*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.47212/rtaAlinin.4.226.3>
- Toro, Y. (2025). *Entrevista Yenny Toro* [Video]. Orange Support Service, YouTube. <https://youtu.be/vjPrjjCTTQ>
- Trujillo, F. (2025). *Entrevista Fabián Trujillo* [Video]. Orange Support Service, YouTube. https://youtu.be/df8cgDuO_hU