

Caracterización de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas

Orland Sosa

Asesor

Hugo Ocampo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de Empresas

2025

Resumen

Para este trabajo se caracterizaron los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en relación a los efectos que causó el COVID-19 a su situación comercial actual y a cada una de las áreas que la conforman, enfatizando tanto en los efectos positivos como negativos. Este estudio se basó en una metodología de campo y de la aplicación de una encuesta, en cuanto al tipo de encuesta a aplicar a los negocios se determinó realizar la muestra intencional, así que la metodología de investigación que se utilizó fue la mixta y que el tamaño de la muestra fue finito.

Se ha concluido de las 7 áreas estudiadas que son una de las variables de la investigación sobre las cuales están estructurado cada uno de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas, 3 de ellas fueron afectadas negativamente por el COVID-19 y que dicho efecto es la causal es que en el momento de la aparición de la pandemia dicha áreas eran débiles, las áreas en cuestión son: conocimiento del cliente, relaciones y apoyo externo y estudio de mercadeo, así mismo 4 de ellas fueron afectadas positivamente por el coronavirus y que dicho efecto es la causal de que en el momento de la aparición de la pandemia dichas áreas eran fuertes, es más con la aparición del COVID-19 se descubrió el estado e importancia de dichas áreas, las áreas en cuestión son: contabilidad producto y/o servicio, proveedores y competencia. Acorde a lo anterior se evidencia que el 42,8% de las áreas estudiadas de los micronegocios de la comuna 12 fueron afectadas negativamente por el COVID-19 y el 57,1% fueron impactados positivamente y esto afecta directamente el desarrollo de las actividades económicas de los micronegocios estudiados y por ende su situación comercial actual que es otra de las variables del estudio. La utilidad de la investigación se basa en la realización de un diagnóstico de los efectos del COVID-19 en el desarrollo comercial de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en cada una de las

áreas que lo conforman, para que ello sea un insumo para posteriormente diseñar estrategias para la generación de valor en las actividades económicas de los negocios estudiados.

Palabras clave: Micronegocios, situación comercial, COVID-19, áreas estudiadas, efectos positivos y negativos, diagnóstico, caracterización.

Abstract

For this work, the micro businesses of commune 12 of Dosquebradas were characterized in relation to the effects that COVID-19 caused on their current commercial situation and each of the areas that make up it, emphasizing both the positive and negative effects. This study was based on a field methodology and the application of a survey. Regarding the type of survey to be applied to businesses, it was determined to carry out an intentional sample, so the research methodology used was mixed and that the sample size was finite. It has been concluded from the 7 areas studied that they are one of the research variables on which each of the micro businesses in commune 12 of Dosquebradas are structured, 3 of them were negatively affected by COVID-19 and that said effect The reason is that at the time of the pandemic these areas were weak, the areas in question are: customer knowledge, relationships and external support and marketing study, likewise 4 of them were positively affected by the coronavirus and that this effect is the reason why at the time of the appearance of the pandemic these areas were strong, what's more, with the appearance of COVID-19, the status and importance of said areas was discovered, the areas in question are: product accounting and /or service, suppliers and competition. According to the above, it is evident that 42.8% of the studied areas of microbusinesses in commune 12 were negatively affected by COVID-19 and 57.1% were positively impacted and this directly affects the development of economic activities. of the micro businesses studied and therefore their current commercial situation, which is another of the variables of the study. The usefulness of the research is based on carrying out a diagnosis of the effects of COVID-19 on the commercial development of micro businesses in commune 12 of Dosquebradas in each of the areas that make it up, so that this is an input to subsequently design strategies for generating value in the economic activities of the businesses studied

Keywords: micro businesses, commercial situation, COVID-19, studied areas, positive and negative effects, diagnosis, characterization

Tabla de contenido

Introducción	9
Justificación	13
Objetivos	21
Planteamiento del problema	22
Marco teórico	29
Análisis de resultados	64
Conclusiones	98
Recomendaciones	100
Referencias bibliográficas	105

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Tipo de empresas y características</i>	37
Tabla 2 <i>Sectores productivos y características</i>	38
Tabla 3 <i>Cliente (conocimiento y servicio al cliente)</i>	71
Tabla 4 <i>Estudio de mercado</i>	75
Tabla 5 <i>Sistematización procesos contables</i>	78
Tabla 6 <i>Producto/Servicio</i>	83
Tabla 7 <i>Relaciones y apoyo externo</i>	88
Tabla 8 <i>Proveedores</i>	89
Tabla 9 <i>Áreas fuertes y débiles de los micronegocios</i>	93

Lista de figuras

Figura 1 <i>Cómo la COVID-19 afecta a las empresas en todo el mundo</i>	34
Figura 2 <i>Resultado encuesta efectos de la pandemia en los micronegocios de Chimborazo-Ecuador</i>	45
Figura 3 <i>Impactos negativos de la COVID-19</i>	53
Figura 4 <i>Impactos positivos de la COVID-19</i>	58
Figura 5 <i>Caracterización de los emprendedores</i>	69

Introducción

La COVID-19 se ha destacado como uno de los adversarios más diminutos pero agresivos que ha enfrentado la humanidad, impactando de manera significativa en dos esferas fundamentales: la salud y la economía. Desde el punto de vista de la salud, resulta impresionante la cantidad alarmante de muertes que ha ocasionado; según la ONU (2022), se estima que alrededor de 14,9 millones de personas perdieron la vida debido a la pandemia entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021. Pero no se limitó a la esfera de la salud, ya que la economía también experimentó un impacto considerable.

El Banco Mundial (2020b) en un comunicado de prensa emitido el 8 de junio de 2020, afirmó que las medidas de cierre adoptadas para contener la pandemia provocaron una contracción significativa en la economía global. Según el informe *Perspectivas económicas mundiales* del Banco Mundial (2020a), esto representó la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial y marcó la primera vez desde 1870 en que tantas economías experimentaron una disminución en su producto per cápita. Esto evidencia claramente que la pandemia dividió al mundo tanto en términos de salud como de economía. Para comprender la realidad actual en estas áreas, es esencial tener una visión global del funcionamiento del planeta antes y después de la pandemia.

Al analizar el impacto desolador que la COVID-19 dejó en la economía mundial, es crucial destacar que este también afectó a las economías a pequeña escala de los países, incluido Colombia. Esta nación, con un potencial económico significativo en América Latina, experimentó un impacto palpable y evidente en su desarrollo económico nacional. La afectación se hizo sentir tanto en la economía macro, que abarca multinacionales, almacenes de cadena y grandes empresas reconocidas, como en la economía micro, compuesta por microempresas y

micronegocios dispersos por todo el territorio nacional. Estas microempresas, que antes de la pandemia representaban el 89% del panorama empresarial nacional y proporcionaban empleo a aproximadamente 14.5 millones de personas, según datos del Centro de Estudio de Empresas Micro (CEM) citados por el periódico *El Tiempo* (4 de octubre del 2020), se convirtieron en un pilar fundamental en el desarrollo económico del país. Datos más recientes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023), informados el 21 de abril del presente año, indican que los micronegocios ahora constituyen el 95.3% de la estructura empresarial del país. Esta realidad demuestra que las microempresas no solo son esenciales para la economía nacional, sino que también desempeñan un papel crucial en el desarrollo empresarial y comercial de Colombia. Además de su contribución económica, las microempresas son el sustento y apoyo de los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas. Estas unidades productivas no solo constituyen la base del aprovisionamiento para los residentes locales, sino que también son la fuente principal de productos y servicios de primera y segunda necesidad en todo el sector.

Acorde con lo anterior es relevante destacar que por la importancia de los micronegocios tanto en la economía nacional como local es crucial ahondar en el impacto de la pandemia en su desarrollo comercial actual, así que la presente investigación se enfoca en conocer cuáles fueron los efectos que causó el COVID-19 en la situación comercial actual de los micronegocios del municipio de Dosquebradas en cada una de las áreas que los conforman, esto con el fin de realizar un diagnóstico profundo y efectivo de los efectos de la pandemia en el funcionamiento de estas unidades productivas, y una vez se obtenga el resultado, el anterior será el insumo para poder diseñar estrategias para la generación de valor en las actividades económicas y comerciales de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas y una vez se diseñen y desarrollen dichas estrategias se podrá observar un crecimiento y desarrollo sostenible y efectivo

en su situación comercial actual. En lo concerniente al objetivo de la investigación es importante resaltar que el estudio de los efectos de la pandemia se realizó desde la perspectiva del impacto positivo y negativo del coronavirus al desarrollo comercial actual de los micronegocios, esto para denotar la esencia, la novedad y la relevancia de la investigación. De lo mencionado anteriormente se deduce que la presente investigación es importante porque trae un beneficio integral y extenso, pues por un lado beneficia la economía nacional, departamental y local, en ello es importante resaltar que los mismos son una fuente potencial de generación de empleo, esto es lo que el periódico *El Tiempo* en un artículo publicado el 4 de octubre del 2020 puntualiza: que las microempresas antes de la pandemia proporcionaban empleo a 14,9 millones de personas según el centro de estudio de las empresas micro CEM; y por otro lado beneficia tanto a los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas pues si sus centros de aprovisionamiento que les surten de los productos y servicios más importantes (alimentación, vestido, comunicaciones, belleza, ocio, salud,, etc.), se desarrollan de manera saludable y segura pues su vida cotidiana se desarrolla de manera equilibrada. Otro de los beneficiados por su puesto son los microempresarios que con esmero y dedicación han invertido su tiempo, dinero y trabajo para obtener ganancias.

Una vez aclarado la importancia y relevancia de la investigación se procedió a ejecutarla en el campo que por su naturaleza el método que se utilizó fue el mixto que es una combinación de investigación cuantitativa y cualitativa. Así que como primera instancia se desarrolló un proceso de observación (investigación cualitativa) recorriendo la comuna 12 de Dosquebradas para identificar aspectos importantes como la cantidad de micronegocios existentes, el tipo, la afluencia de personas, la cantidad de visitas que tienen en horas claves del día, como es la relación emprendedor, cliente, en fin. Posteriormente se realiza una encuesta (método

cuantitativo) a los emprendedores según la muestra para conocer los efectos que causó el COVID-19 en la situación comercial actual de los micros negocios del municipio de Dosquebradas en cada una de las áreas que los conforman.

Los resultados obtenidos de dicha encuesta evidencian una radiografía clara de la situación comercial actual de los micros negocios estudiados como resultado del COVID-19, dicho resultado proviene del análisis puntual del efecto del coronavirus en cada una de las áreas que los componen. La lectura de dicha radiografía puntualiza que la raíz de la situación comercial actual de los negocios que a propósito no es la mejor, surge del análisis de cada una de las áreas que lo componen, en esto se destaca que la pandemia golpeó más fuerte a las áreas que se encontraban débiles en el momento de la llegada de la pandemia y que aún siguen en ese estado, en este orden las áreas cuyos efectos del COVID-19 fueron negativos son: el área de conocimiento y servicio al cliente, estudio de mercado, el área de relaciones y apoyo externo, por otro lado y esto es lo novedoso del proyecto se resaltan los efectos positivos del COVID-19 en el desarrollo de los micronegocios, resaltando que la pandemia se convirtió en una herramienta para descubrir las áreas fuertes de las microempresas de la comuna 12, así que en dichas áreas los efectos fueron positivos pues por un lado se conocieron los aspectos fuertes del negocio y por otro lado los emprendedores se enfocan en potencializarse, dicho lo anterior las áreas impactadas positivamente por el COVID-19 fueron: el área contable, producto y/o servicio, proveedores, y el área de conocimiento de la competencia.

Justificación

Los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas son parte fundamental en el desarrollo económico, empresarial y comercial del municipio y la localidad, dichas unidades productivas están en una crisis derivada del COVID-19, la crisis ha afectado su situación comercial actual, representada en disminución de ventas, de clientes por ende de rentabilidad, y si no hay rentabilidad el negocio desaparece y si esto sucede los actores perjudicados son múltiples aquí se incluye por ende el dueño del negocio, sus clientes que en este caso serían los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas, pues las microempresas son la fuente de su provisión en los productos y servicios que consumen diariamente para poder vivir, también es perjudicada, la economía municipal, departamental y nacional, sumado a esto se incrementa la crisis social por el desempleo que se genera, pues hay que recordar que los micronegocios son una fuente de empleo potencial, y al abundar el desempleo, se incrementa el desorden social y la pobreza. Frente a tal crisis es apremiante investigar los efectos puntuales ocasionados por el coronavirus en la situación comercial actual de los micronegocios de la comuna 12 en cada una de las áreas que lo componen, pues una vez se pueda realizar un diagnóstico el mismo se convertirá en la materia prima para el desarrollo de estrategias que generen valor en las actividades económicas de los establecimientos comerciales nombrados.

Según la problemática mencionada se exponen diversas razones que respaldan la utilidad actual proyecto de investigación, ofreciendo soluciones efectivas para abordar la situación planteada.

Debido a la importancia de los micronegocios en el desarrollo sustentable tanto de la economía nacional, municipal y familiar es importante conocer el efecto de la pandemia en los micronegocios para así poder realizar un plan de acción que genere soluciones asertivas para

transformar los efectos negativos en las fortalezas del negocio y para potenciar las áreas fuertes de ellos. Los micronegocios son importantes para el desarrollo de la economía nacional, municipal y local por lo tanto es importante conocer los efectos de la pandemia en su situación comercial actual.

Los micronegocios son los aliados estratégicos de los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas para el desarrollo de su vida cotidiana, pues ellos son la fuente de aprovisionamiento inmediata de donde adquieren los productos y servicios que consumen diariamente. Los mismos están en una crisis por el impacto del COVID-19, por tal razón hay que diagnosticar el tamaño del impacto en sus áreas más importantes y posterior a esto se puedan generar estrategias que generen valor a sus actividades económicas actuales.

Produce conocimiento (investigación básica). El COVID-19 y sus efectos en diversas áreas de la cotidianidad del ser humano como la salud, la economía, la empresa, etc., es un tema universal. Aunque es un tema universal, hasta el momento el abanico de investigaciones realizadas en dicho campo es mínimo. Es un desafío poder explorar los efectos que el coronavirus ha generado en el desarrollo de la economía a pequeña escala, lo que se conoce como las pequeñas unidades económicas productivas o los micronegocios, para ser más preciso en los efectos causados por la pandemia en su situación comercial actual que es el tema bandera de esta exploración. Es por ello que el proyecto de investigación en cuestión realiza un aporte significativo a la investigación básica ya que los estudios científicos que se han llevado a cabo en dicho tema es reducido, y pues esto se convierte en una debilidad potencial como primera medida para el mundo de la investigación y también para el campo económico y empresarial puesto que el objetivo de la existencia de conocimiento científico en el asunto nombrado es poder aportar a su desarrollo y avance en el campo operacional, pues no es sencillamente un

conocimiento teórico e inútil, es un conocimiento relevante, así que la necesidad de estudiar científicamente el tema expuesto, se convierte en la fuente de inspiración para el proyecto de investigación en cuestión. Resuelve problemas del entorno (investigación aplicada): Como se expresa en el marco teórico en cuanto a la importancia de los micronegocios en Colombia, *El Tiempo*, uno de los periódicos más reconocidos e importantes de nuestra nación publicó un artículo en octubre de 2020 señalando que el 89% del panorama empresarial colombiano está compuesto por micronegocios (Arbeláez, 2020). Estas cifras y la realidad muestran con claridad la importancia de los micronegocios en el desarrollo económico colombiano y en los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas, es por ello que estudiarlos desde la perspectiva de los efectos causados por el COVID-19 en cada una de sus áreas y el impacto generado en su situación comercial actual es imperativo. Puesto que al conocer con detalle los efectos de la pandemia en su desarrollo saludable, es el insumo perfecto para poder realizar estrategias que les ayuden a crecer y desarrollarse de manera saludable y duradera.

Comprender el funcionamiento, la estructura y la realidad actual de la economía local de la comuna 12 de Dosquebradas.

Desarrolla Características que la Hacen Única e Interesante

Novedosa

Caracteriza a los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas respecto al impacto del COVID-19 en cada una de las áreas que la componen y la repercusión de dichos efectos en su desarrollo comercial actual, enfatizando en el impacto tanto positivo como negativo. Este detalle estudia el impacto del coronavirus en cada una de las áreas que conforman el micronegocio tanto en sus efectos positivos como negativos es lo que hace que dicho proyecto de investigación sea

novedoso. (Pues el COVID-19 no solo trajo efectos negativos al funcionamiento comercial actual de los micronegocios, sino que también positivos).

Útil

Para elaborar teorías: El presente proyecto de investigación es una pieza fundamental y una matriz importante para la elaboración de teorías que se sumarán al conjunto de insumo bibliográfico en las ciencias de la economía y la empresa.

Solucionar problemáticas sociales: Caracterizar a los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas respecto al impacto del COVID-19 en cada una de las áreas que la componen y la repercusión de dichos efectos en su desarrollo comercial actual para luego diseñar estrategias para la generación de valor en la actividad económica de dichos micronegocios y así potencializar su situación comercial actual.

Relevante

La investigación se llevó a cabo por la afectación que estaban teniendo los micronegocios en su situación comercial actual por causa del COVID-19 en el mismo municipio donde se encuentra una de las sedes de la UNAD. Si los micronegocios están en crisis por la pandemia, también lo estarán las personas del sector, puesto que son estas unidades productivas las que surten de bienes y servicios a los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas. Como el ADN de la UNAD es poder impactar positivamente el entorno que le rodea, es menester poder diagnosticar la situación de los emprendedores en estudio para luego diseñar estrategias que les apoyen en el desarrollo saludable de sus microempresas.

Fomenta Nuevos Interrogantes

La presente investigación abre un panorama amplio para encontrar otras maneras de realizar una investigación de esta índole. Sería interesante que en futuras investigación de esta índole se explorara en las distintas formas que se pueden encontrar para caracterizar los micronegocios en lo referente a los efectos de la pandemia en las áreas que lo componen, ya que según el marco teórico dicho tema se ha estudiado así:

Desde los efectos positivos y negativos de la pandemia en el funcionamiento general de los micronegocios

Los efectos tanto en la demanda como en la oferta

Así que el impacto del coronavirus en el funcionamiento comercial de los micronegocios se puede estudiar desde otros frentes como:

Desde la perspectiva del cliente: es decir cómo fue afectado el cliente del micronegocio con el COVID-19. Efectos positivos y negativos

Desde la perspectiva del proveedor: Cómo fue afectado el proveedor del micronegocio con el impacto del COVID-19 en el desarrollo del micronegocio. Efectos positivos y negativo.

Desde la perspectiva del desarrollo económico y laboral de la comunidad: Esto es que tanto se vio afectada la comunidad en general por causa del impacto del COVID-19 En el desarrollo del micronegocio, puesto que el mismo genera empleo y junto a él han surgido otros micronegocios o subunidades productivos si se le puede llamar así. Un ejemplo claro es que, junto a una tienda de barrio, panadería, peluquería, etc. Otros pequeños negocios como venta de empanadas, arepas, hamburguesas, etc. Surgen pues como dicho sector es concurrido por la tienda de barrio, panadería, etc. pues ha sido una oportunidad que los habitantes del sector han visto para montar

sus pequeños negocios, entonces se podría decir que estas fuentes de ingreso de la comunidad de alimentan del desarrollo y existencia de los micronegocios que serían como su músculo comercial

En la presente investigación se estudiaron los efectos positivos y negativos del coronavirus en el funcionamiento en cada una de las áreas que lo componen. Esto lo hace novedoso. De acuerdo con lo anterior como se mencionó arriba encontrar más formas de estudiar los micronegocios respecto al impacto de la pandemia en su desarrollo sería el desafío. Tal vez se podría estudiar los efectos positivos y negativos desde la óptica de los clientes, o en un panorama conjunto micronegocio y clientes y como dicho impacto, afecta la cotidianidad de cada uno de los agentes nombrados, en fin.

Se Origina en Criterios Objetivos

Conveniencia: la presente investigación es útil para traer desarrollo integral tanto a los microempresarios como a la comunidad en general. porque al realizar un diagnóstico estricto de los efectos de la pandemia en el desarrollo de los micronegocios de la localidad, se podrá implementar un plan de acción efectivo que conlleve al desarrollo saludable y perdurable del micronegocio en cada una de las áreas que lo componen.

Relevancia social: las personas que se van a beneficiar son todos los microempresarios de la comuna 12 de Dosquebradas y por consiguiente la comunidad en general, puesto que si hay micronegocios saludables y en desarrollo habrá una comunidad que disfrute de calidad de vida, puesto que los productos y servicios que les sostienen son surtidos por los micronegocios existentes.

Implicaciones prácticas: es interesante que la investigación en cuestión se dedica a realizar un diagnóstico objetivo de los efectos del coronavirus en la situación comercial de los

negocios estudiados, para posteriormente implementar estrategias que conlleven a generar valor a las actividades económicas desarrolladas en él y así lograr un crecimiento saludable y perdurable.

Valor teórico: Como se ha mencionado anteriormente los estudios realizados de esta índole (caracterizar los micronegocios que fueron afectados por el COVID-19 en su situación comercial actual en cada una de las áreas que la componen y con esta población específica (micronegocios), han sido mínimos respecto a la importancia de este tipo de investigación, por dicha razón el presente proyecto de investigación llena este vacío, y por ende amplía y consolida el conocimiento en esta área específica.

Sumado a lo anterior es básico denotar que la investigación en cuestión es necesaria y pertinente.

Es necesaria porque permite conocer a profundidad los efectos causados por el COVID-19 en la situación comercial actual de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en cada una de las áreas que lo componen, y una vez sean conocidos dichos efectos se podrán diseñar estrategias para la generación de valor en las actividades económicas los micronegocios estudiados y allí la UNAD podrá llevar a cabo el impacto social que hace parte de su ADN y su razón de ser.

Es pertinente porque apunta a solucionar una problemática social notable, estudiando los impactos de un fenómeno de carácter mundial que llegó para destruir la salud y la economía del mundo, incluyendo los emprendedores de la comuna 12 de Dosquebradas y una vez se investiguen los impactos generados a los micronegocios de la localidad estudiada se podrá tener un insumo importante en búsqueda de alternativas de mejora. Por lo tanto, el proyecto de investigación en cuestión es la solución asertiva que necesita la comuna 12 de Dosquebradas en

la compleja situación comercial actual por las que están pasando los emprendedores de dicha localidad.

Objetivos

Objetivo General

Caracterizar los micronegocios de la comuna 12 del municipio de Dosquebradas .

Objetivos Específicos

Caracterizar los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas que permita establecer su situación comercial actual afectada por la crisis socioeconómica del COVID-19.

Analizar las características generales de los micronegocios, incluyendo tipo de actividad económica, antigüedad, tamaño, ubicación y la importancia y relevancia dentro de la comunidad donde funciona.

Redefinir los procesos comerciales, financieros y organizacionales de los micronegocios, tales como gestión de sus procesos, recursos y la generación de estrategias que agreguen valor a su actividad comercial.

Planteamiento del Problema

El COVID-19 ha sido de los enemigos más diminutos, pero más agresivos que ha tenido la humanidad en 2 áreas importantes en la vida y desarrollo del ser humano como son la salud y la economía, a nivel de salud es impresionante la cantidad alarmante de muertes que causó, según la ONU (2022) se estipula que unos 14,9 millones de personas fueron las víctimas mortales como consecuencia de la pandemia en el lapso del periodo del 1 de enero de 2020 al 31 de diciembre del 2021. No bastando con esto, la economía también fue significativamente afectada, lo asegura el Banco Mundial en un comunicado de prensa dado el 8 de junio del 2020 expresando que junto con las medidas de cierre adoptadas para contener la pandemia, provocando una importante contracción en la economía global, según el informe *Perspectivas económicas mundiales* (Banco Mundial, 2020b), esto marcaría la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial y sería la primera vez desde 1870 en que tantas economías experimentarían una disminución en su producto per cápita. Lo anterior es la radiografía clara que la pandemia partió el mundo en 2 tanto en la salud como en la economía, así que para entender la realidad actual en materia económica y de salud es necesario poder tener un panorama global del funcionamiento del planeta antes de la pandemia y después de ella.

Habiendo observado el panorama desolador que dejó el COVID-19 en la economía mundial es importante resaltar que dicho impacto también se trasladó a las economías de pequeña escala de los países del mundo dentro de ellos a Colombia, una nación con un potencial económico importante a nivel Latinoamérica. El impacto generado por el COVID-19 en el desarrollo económico nacional se dejó notar de manera palpable y evidente, penetrando tanto la economía macro multinacionales, almacenes de cadena, grandes y reconocidas empresas, así como en la economía micro que la componen las microempresas o micronegocios que están

esparcidas a lo largo y ancho del territorio nacional, las mismas han traído progreso y accesibilidad de productos y servicios desde las grandes ciudades hasta los alejados sectores rurales, dichas unidades productivas se han convertido en el motor económico que ha sostenido y desarrollado la economía nacional en los últimos años, las estadísticas muestran su importancia y su relevancia, el periódico *El Tiempo* (4 de octubre del 2020) señala con propiedad que el 89% del panorama empresarial nacional está compuesto por microempresas, además indica que antes de la pandemia estas unidades productivas proporcionaba empleo a 14,5 millones de personas aproximadamente según datos del Centro de Estudio de las Empresas Micro (CEM). Sumado a esto, el 21 de abril del 2023 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en un informe de ese mismo año muestra que los micronegocios representaron el 95,3 % de la estructura empresarial del país, estos datos y la realidad actual demuestra que dichas unidades productivas son parte fundamental en el desarrollo económico, empresarial y comercial de Colombia.

Aparte de ser una base importante en la economía nacional también son la mano amiga y el apoyo de los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas, puesto que los micronegocios son el centro de aprovisionamiento de los dosquebradenses, de los productos y servicios de primera y segunda necesidad son surtidos por estas unidades productivas a todo el sector. Es importante resaltar que los micronegocios están estructurados por áreas, esto también demuestra su importancia y organización, puesto que, por el hecho de no pertenecer a las élites económicas y empresariales del país están desorganizadas y sin rumbo, al contrario, su organización y estructura demuestran su carácter e importancia en el desarrollo de la economía del país. De acuerdo con lo anterior es fundamental denotar que la pandemia trajo un deterioro significativo a las unidades productivas más importantes en la economía nacional y local dentro de ellos a los

micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas, dicho impacto se sintetizó en la afectación de sus áreas importantes:

Clientes

Muchos de los clientes se fueron. El cierre de los locales comerciales al que se vieron expuestos los dueños de los negocios por causa del aislamiento obligatorio, trajo como resultado la pérdida de un número importante de clientes que nunca regresaron. Sumado a esto los emprendedores tenían deficiencias que se reflejan hoy en su situación comercial actual en aspectos importantes en esta área como lo es la no tener una caracterización de sus clientes, no tener una base de datos de los clientes y no anticiparse a las necesidades de los clientes y no haber identificado nuevas oportunidades de negocios con sus clientes. Ahora un negocio sin clientes es como un pez sin agua, no existe.

Estudio de Mercado

Los emprendedores nunca realizaron un estudio de mercado, por lo tanto, al no conocer su segmento de mercado, pues se tornó aún más difícil la situación, puesto que por un lado los clientes que tenían no volvieron, tampoco podían desplegar una estrategia para atraer más puesto que no habían realizado un estudio de mercado.

Implementación de Herramientas Digitales

El cierre de los locales comerciales fue una barrera que se levantó entre el cliente y el emprendedor. Esa barrera se pudo haber destruido si al cliente se hubiera contactado de otra manera como la implementación de una página web, un blog o ventas por WhatsApp, pero estos medios no habían sido implementados por los emprendedores, puesto que no se veía la necesidad ya que sus clientes acudían presencialmente a su negocio y pues esto era una costumbre por décadas. Así que el desconocimiento del manejo e implementación de estas herramientas en la

promoción del negocio se convirtió en un obstáculo para que el dueño del negocio se contactara con sus clientes de manera remota y sin exponer y perjudicar su cuidado personal como el de sus clientes. La pandemia fue el mejor escenario para desarrollar la creatividad e implementar el mercado online, pero muchos emprendedores no tenían ni la visión ni el conocimiento para implementarlo.

Producto

Los emprendedores no tenían definido un producto estrella o bandera. Y esto al llegar la pandemia no les permitió potencializar o focalizarlo para que sus clientes tuvieran acceso a él.

Relaciones y Apoyo Externo

Los dueños de los negocios no habían construido relaciones significativas con sus pares o con entidades o personas expertas en el desarrollo y potencialización de pequeñas empresas. La pandemia fue una situación atípica que tomó desprevenidos a los emprendedores de la comuna 12 de Dosquebradas, ahora en una situación como esta, pues se busca apoyo y soporte para poder resistir el impacto, pero como no se habían construido esas relaciones pues el apoyo no venía por arte de magia.

En síntesis las debilidades que tenían los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en sus diferentes áreas que los componen fueron agravados significativamente por la llegada de la pandemia, esto es similar como cuando una persona tiene una pequeña herida en su mano y por situaciones de la vida tiene un accidente que destruye parcialmente su brazo, entonces ya no es solo el dolor por la herida de su mano, ahora se suma el gran dolor de su brazo, esto no es todo, este impacto sigue afectando su situación comercial actual. Ahora es pertinente denotar que los efectos que trajo la pandemia en el desarrollo de los micronegocios de Dosquebradas también fueron positivos, y esto demuestra la capacidad y el espíritu resiliente,

emprendedor y creativo que desarrollan los dueños de los establecimientos comerciales frente a un gigante de ese tamaño y así como los efectos negativos perjudicaron el desarrollo normal de las microempresas en estudio, los efectos positivos potenciaron el desarrollo de las mismas. A continuación, las áreas de los micronegocios que fueron afectadas positivamente en aspectos puntuales:

Contabilidad

Es espectacular observar cómo a raíz de la pandemia el área contable de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas evidencia una fortaleza y crecimiento en aspectos como: la sistematización de los procesos contables, adecuado manejo del efectivo, claridad en el proceso y gestión de las cuentas por cobrar y manejo del crédito, claridad en el concepto de liquidez, conocimiento del margen de rentabilidad y en el conocimiento e implementación de fuentes de financiación. Lo anterior muestra la altura que los emprendedores le han dado a sus micronegocios evidenciando la importancia y relevancia de los mismos en el desarrollo económico de la comuna 12 de Dosquebradas.

Producto

El área de producto tenía unas debilidades, pero también unas fortalezas, en aspectos importantes que se simplifican en la existencia del portafolio de productos y/o servicios, claridad del valor agregado respecto a la competencia, desarrollo de estrategias empleadas para vender como la buena atención al público, pues una estrategia que utilizan al respecto es capacitar objetivamente a los empleados en cuanto a atención al cliente, esto es algo que poco se ve, también implementaron el desarrollo de competitividad en la fijación de precios.

Proveedores

Esta área se destaca similar a la contable puesto que el 99% de los efectos a causa de la pandemia a los aspectos que la componen son positivos pues hay un conocimiento de su trayectoria y su situación financiera de los proveedores, conocimiento de su tecnología e infraestructura, conocimiento de su servicio postventa, los proveedores son aliados estratégicos en el desarrollo del negocio.

Simplificando lo relacionado con los efectos positivos del COVID-19 en el desarrollo de los micronegocios en sus distintas áreas es importante precisar que similar al impacto negativo que la pandemia ejerció sobre las áreas débiles de los negocios, que perjudicó aquello que estaba endeble, el impacto positivo vino a potenciar y aún a descubrir áreas y aspectos de los mismos que son tan importante para el desarrollo de la microempresa y que esto solo se valoró y salió a relucir con la aparición del COVID-19 y posterior a él y esto es lo interesante de esta investigación y aquí ella cobra sentido, puesto que no es solo necesario que se evidenciaron los efectos negativos del COVID-19 en la situación comercial actual de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas, también es necesario mostrar los efectos positivos puesto que por un lado ya para buscar soluciones la idea es generar estrategias para convertir esos efectos negativos mencionados en áreas fuertes y los efectos positivos potencializarlos para que los negocios puedan avanzar y desarrollarse, de esto hay una gran enseñanza en la cotidianidad y es que las situaciones difíciles que suceden y que no se pueden manejar, siempre serán un escenario de crecimiento, avance y fortaleza, esta es la perspectiva que un emprendedor debe de tener frente a una crisis.

En consecuencia de lo anterior es imperante resaltar que las efectos negativos de la pandemia en la situación comercial actual de los micronegocios de la comuna 12 de

Dosquebradas trajo como consecuencia el deterioro de la economía local y nacional, puesto que como se mencionó al inicio, la existencia y desarrollo de los nombrados son parte fundamental en el crecimiento económico, empresarial y comercial de nuestra patria, esto sin haber resaltado la cantidad importante de empleo que los mismos han ofrecido, y siguen ofreciendo. Anexo a esto se suma el deterioro de la economía de cada una de las familias que habitan el sector, puesto que factores importantes, como la confianza y la seguridad de adquirir sus productos y servicios en un lugar conocido y que por practicidad su cercanía minimiza gastos de transporte, además el acceso a crédito es más asequible y favorable, protegiendo así su bolsillo e integridad así que es una pérdida en partida doble, por un lado se afecta la economía nacional y local y por otro lado la economía tanto del emprendedor como de cada uno de las familias del sector.

Expresado lo anterior, se evidencia que es la síntesis de la respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cuáles fueron los efectos que causó el COVID-19 en la situación comercial actual de los micronegocios del municipio de Dosquebradas en cada una de las áreas que los conforman y en su situación comercial actual?

Marco Teórico

El tema central de la presente investigación está enfocado en conocer los efectos de la pandemia en los micronegocios de la comuna 12 del municipio de Dosquebradas, para ello se hace necesario profundizar en investigaciones sistemáticas y objetivas del concepto de pandemia, como inicio, en qué lugar, cómo se propagó, los efectos sobre la salud y la economía del mundo, así mismo es necesario ahondar en el concepto de micronegocio, que es, como surgió tal concepto, que entidad o persona la acotó, dicho ente es reconocido y avalado para definir el concepto nombrado. Después de haber profundizado en los antecedentes sobre la pandemia y micronegocio con referentes e investigaciones sólidas y robustas, se escudriñan las investigaciones que se han realizado frente a los efectos de la pandemia en los micronegocios a nivel mundial, Latinoamérica y Colombia, esto con el fin de mostrar desde lo general a lo particular el impacto de la COVID-19 sobre los micronegocios

Que es el COVID-19

Teniendo en cuenta lo anterior iniciaremos socavando en lo que es pandemia.

Los coronavirus son una extensa variedad de virus que provocan desde síntomas leves como el resfriado común hasta enfermedades más severas. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) (5 de mayo del 2022) declaró el 30 de enero de 2020 que la epidemia de COVID-19 constituía una emergencia de salud pública de alcance global. El 11 de marzo de 2020, el director general de la OMS, el doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunció que la enfermedad causada por el coronavirus 2019 (COVID-19) podría ser catalogada como una pandemia. Esta designación implica que la epidemia se ha propagado en múltiples países, continentes o incluso a nivel mundial, afectando a una gran cantidad de personas (ONU, 5 de mayo del 2022). La OMS sostiene que la COVID-19 es una enfermedad infecciosa y que dicho virus es más agresivo en

personas mayores o que padecen enfermedades subyacentes como enfermedades respiratorias o cáncer, enfermedades crónicas pues dicha condición les hace vulnerables, así que cualquier ser humano, de cualquier edad puede infectarse de la COVID-19, y enfermar gravemente o morir. Otro detalle importante que resaltó la OMS (2024) en cuanto a la forma de propagarse es que se transmite desde la boca o nariz de una persona infectada en pequeñas partículas cuando tose, estornuda, habla, canta o respira. Estas partículas van desde gotículas respiratorias más grandes hasta aerosoles más pequeñas (OMS, 2024).

Efectos del COVID-19 en la Salud y en la Economía Mundial

Y hablando del impacto de la COVID-19 sobre la población mundial en materia de salud, la OMS redondea las cifras de las víctimas mortales que dejó tan agresivo virus. Pues estipula que unos 14,9 millones de personas murieron en todo el mundo a causa de la pandemia del COVID-19 entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021 (ONU, 5 de mayo del 2022). Esto es un número eminentemente mayúsculo, así que los rastros de pérdidas humanas, sumado el vacío y dolor que dejó en las familias es significativo, los estragos de la COVID-19 no pasarán jamás desapercibidos en la historia de la humanidad.

Renglones atrás se pudo observar en un corto esbozo de los estragos que dejó el COVID-19, en materia de salud, ahora observaremos el impacto causado por el virus en la economía mundial que el Banco Mundial en un comunicado de prensa el 8 de junio del 2020 desde la ciudad de Washington informa que el repentino y amplio impacto de la pandemia de COVID-19, junto con las medidas de cierre adoptadas para contenerla, ha provocado una significativa contracción de la economía global. Según las proyecciones del Banco Mundial (2020a), se espera que la economía mundial se contraiga en un 5,2 % este año. De acuerdo con el informe *Perspectivas económicas mundiales* (Banco Mundial, 2020a), esto marcaría la peor recesión

desde la Segunda Guerra Mundial y sería la primera vez desde 1870 en que tantas economías experimentarían una disminución en su producto per cápita.

Debido a las significativas alteraciones en la oferta, la demanda interna, el comercio y las finanzas, se anticipa que la actividad económica de las naciones avanzadas disminuirá en un 7 % durante el año 2020. Además, se proyecta que los mercados emergentes y las economías en desarrollo (MEED) experimentarán una contracción del 2,5 % este año, marcando la primera vez en al menos 60 años que este grupo experimenta una disminución en su actividad económica de conjunto. La reducción estimada en los ingresos por persona, que alcanza el 3,6 %, llevará a millones de individuos a caer en la pobreza extrema durante el presente año (Banco Mundial, 2020b).

Dicha declaración es la radiografía clara y objetiva del impacto del virus a nivel mundial, moviendo significativamente las bases de uno de los baluartes y un eje fundamental en el desarrollo del planeta como lo es la economía, así que este diminuto pero agresivo enemigo llegó al planeta tierra pisando fuerte y derribando todo lo que se cruzara por su paso. Según un análisis reciente realizado por el Banco Mundial (17 de febrero del 2021), que se basa en encuestas efectuadas a más de 120.000 empresas en más de 60 países, se reporta que, en promedio, las ventas de las compañías experimentaron una disminución del 27 % entre octubre de 2020 y enero de 2021 en comparación con los niveles previos a la pandemia. Esta caída representa una mejora en comparación con la drástica disminución del 45 % que se observó entre abril y septiembre del mismo año (Banco Mundial, 17 de febrero del 2021).

Los datos mostrados siguen evidenciando que, durante la pandemia, un porcentaje significativo de empresas alrededor del 20 % en los primeros meses y hasta un 34 % en los meses subsiguientes lograron mantener sus ventas estables o incluso las incrementaron.

Contrariamente, el 25 % de las empresas más afectadas experimentaron una disminución drástica en las ventas, con una caída del 72 % en los primeros meses de la pandemia y del 50 % en los meses siguientes (Banco Mundial, 17 de febrero del 2021).

Estas disparidades pueden atribuirse a múltiples factores. Las empresas ubicadas en países gravemente afectados por la COVID-19 y en sectores particularmente perjudicados, como la industria de la hostelería, presentaron un desempeño más débil. Además, se observa que las empresas de menor tamaño sufrieron un impacto más significativo. Sin embargo, incluso entre empresas de tamaño similar que operan en el mismo sector y país, las diferencias son notables. Por ejemplo, en Senegal, seis empresas minoristas con una plantilla de 10 empleados experimentaron caídas en las ventas que variaron desde el 10 % hasta el 100 % (Banco Mundial, 17 de febrero del 2021). En los datos y estadísticas mostradas anteriormente es evidente que el sector productivo más afectado por el COVID-19 fueron las pequeñas empresas que en nuestro tema de investigación son los micronegocios. Como la pandemia perjudicó la economía mundial de manera frontal, pues un factor que está directamente relacionado con la economía como lo es el empleo por defecto sufrió las consecuencias, pues según el *Informe sobre el desarrollo mundial 2022* (Banco Mundial, 2022), en el capítulo “Los efectos económicos de la pandemia y los nuevos desafíos en la recuperación”, se señala que, de acuerdo con las estadísticas recopiladas de diversas encuestas, en el año 2020 se registró un aumento del 70% en el desempleo temporal entre aquellos trabajadores que habían completado únicamente la educación primaria. Además, se observó que los jóvenes, las mujeres, los trabajadores autónomos y los empleados ocasionales con niveles educativos más bajos experimentaron una mayor disminución en sus ingresos. Especialmente las mujeres sufrieron considerablemente por la reducción de puestos de trabajo y de ingresos dado que tenían más posibilidades de trabajar en sectores que

fueron severamente afectados por los confinamientos y las medidas de distanciamiento social (Banco Mundial, 2022).

La crisis derivada de la COVID-19 ha tenido un impacto significativo en empresas y trabajadores a nivel global. Según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los ingresos laborales mundiales disminuyeron cerca del 11 % o aproximadamente USD 3,5 billones durante los primeros tres trimestres de 2020. Debido a esta pérdida de ingresos, aproximadamente 150 millones de personas podrían verse sumidas en la pobreza extrema para el año 2021, según cálculos de nuestros colegas del Banco Mundial. Sin intervenciones oportunas y la implementación rápida de políticas adecuadas, muchas empresas viables podrían verse obligadas a cerrar de forma permanente, prolongando así el sufrimiento de las personas afectadas (Freund, 2020).

De acuerdo con lo anterior la pandemia de COVID-19 resultó en una disminución generalizada y continua en las ventas, especialmente notoria entre las pequeñas empresas: cerca del 84 % de las empresas en países en desarrollo experimentaron una reducción en sus ventas comparado con el mismo período de 2019. En promedio, esta disminución fue del 49 % y ha demostrado ser persistentemente prolongada. A pesar de haber pasado cuatro meses desde el pico de la crisis, las ventas continúan siendo más de un 40 % inferiores; Las microempresas y las pequeñas empresas, aquellas con menos de 20 empleados, han sufrido de manera desproporcionada, con una caída de ventas del 50 % o más, mientras que las grandes empresas, con más de 100 empleados, vieron una reducción menor, de menos del 40 % (Freund, 2020).

Ahora, en lo que tiene que ver con las afectaciones que sufrieron las empresas a nivel mundial, en el artículo “Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el

mundo” el Banco Mundial (17 de febrero del 2021) presenta una infografía que lleva el mismo nombre y que muestra con claridad el impacto causado a las mismas (figura 1).

Figura 1

Cómo la COVID-19 Afecta a las Empresas en Todo el Mundo



Fuente. Banco Mundial 2021

La infografía muestra con estadísticas el impacto del COVID-19 sobre las empresas a nivel mundial, resaltando que una cuarta parte de las empresas las ventas cayeron un 50% y en promedio las ventas se redujeron un 27%, esto muestra que la pandemia no solo dejó víctimas humanas mortales sino también damnificados empresariales si se puede llamar así (Banco Mundial, 17 de febrero del 2021).

Frente a tan fría realidad el periódico *El País* de España en su artículo publicado el 3 de febrero del 2021, puntualiza que la COVID-19 ha provocado la desaparición de más de 207.000 empresas y ha obligado al cierre de 323.000 trabajadores autónomos, lo que representa alrededor del 10% del total en tan solo seis meses. Estos datos provienen del primer análisis de la

demografía empresarial realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Aunque estas cifras abarcan los primeros nueve meses de 2020, es importante señalar que la peor parte de esta crisis comenzó con el confinamiento implementado el 14 de marzo, lo que significa que durante poco más de medio año se registró una pérdida promedio de aproximadamente 1,150 empresas al día (*El País*, 3 de febrero del 2021).

El impacto económico de esta crisis fue particularmente severo en las empresas más pequeñas, lo que se refleja en los datos y contribuye a entender la dimensión de este golpe en una nación como España, donde predominan las pequeñas y medianas empresas (pymes). De esta manera, el 21,5% de las microempresas, definidas como aquellas que cuentan con una plantilla de uno a cinco empleados, cerraron sus puertas durante los primeros nueve meses del año (*El País*, 3 de febrero del 2021).

Qué es un Micronegocio

Ya se ha realizado un esbozo de lo que fue la pandemia, los impactos en el mundo en materia de salud y empresa, para poder avanzar con los referentes en el desarrollo del tema de investigación. Es importante adentrar un poco para facilitar la comprensión de otro elemento dentro de este marco teórico en lo referente al término micronegocio, qué es, quién acotó el término, que significa hoy, en fin.

Para adentrar un poco y facilitar la comprensión de los elementos del marco teórico, es necesario abordar en primer término el concepto teórico de micronegocio.

El Decreto 957 de 2019 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene por objeto reglamentar la clasificación de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, teniendo en cuenta para ello el criterio de ventas brutas, asimilado al de ingresos por actividades ordinarias

anuales, acorde con lo previsto en el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el 43 de la Ley 1450 de 2011.

Este Decreto 957, en su artículo 2.2.1.13.2.2, numeral 3, define microempresa para el sector comercio como: “aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a cuarenta y cuatro mil setecientos sesenta y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT)”. El mismo Decreto 957 en el parágrafo 4, determina que

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con el Departamento Nacional de Estadística -DANE-, a la fecha de la entrada en vigencia del presente Capítulo establecerá, mediante acto administrativo, el anexo técnico de correspondencia de los tres sectores, manufactura, comercio y servicios con la Clasificación de las Actividades Económicas - CIIU Revisión 4.

Según el artículo 2 de la ley 590 de 2000. “Se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana” que cumpla con los requisitos.

Las tres divisiones tienen que cumplir necesariamente con estos parámetros para ser reconocidos como pymes (tabla 1).

Tabla 1*Tipo de Empresas y Características*

Tipo	Número de trabajadores	Activos totales
Microempresa	Personal no superior a 10 trabajadores	Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos legales vigentes
Pequeña empresa	Personal entre 11 y 50 trabajadores	Activos totales mayores a 501 y menores a 5001 salarios mínimos mensuales legales vigentes
Mediana	Personal entre 51 y 200 trabajadores	Activos totales entre 5001 y 15.000 salarios mínimos legales vigentes

Posteriormente el Ministerio Comercio, Industria y Turismo en cabeza gobierno del presidente Iván Duque expidió el decreto 957 del 5 de junio de 2019 que reza que para efectos de la clasificación del tamaño empresarial se utilizarán, con base en el criterio previsto en dicho artículo los rangos que se muestran en la tabla 2, para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico de que se trate.

Tabla 2*Sectores Productivos y Características*

Sector manufacturero	Microempresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias sean inferiores o iguales a mil quinientos y tres Unidades Valor Tributario (23.563 UVT)
	Pequeña empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a veintitrés mil quinientos sesenta y Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT) e inferiores o iguales a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT)
	Mediana empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades Valor Tributario (204.995 UVT) e inferiores o iguales a un millón setecientos treinta y mil Quinientos sesenta y cinco Unidades Valor Tributario (1 UVT)
Sector de Servicios	Microempresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho de Valor Tributario (32.988 UVT)
	Pequeña empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a treinta y mil novecientos ochenta y ocho Unidades Valor Tributario (32.988 UVT) e inferiores o iguales a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y uno Unidades Valor Tributario (131.1 UVT)
	Mediana empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y un Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos ochenta y mil treinta y cuatro Unidades Valor Tributario (483.034 UVT)
Sector Comercio	Microempresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o a cuarenta y cuatro mil setecientos y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT)
	Pequeña empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias sean superiores a y cuatro mil setecientos y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos y un mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT)
	Mediana empresa	Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a cuatrocientos treinta y un mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT) e inferiores o iguales a dos millones ciento sesenta mil seiscientos noventa y dos Unidades de Valor Tributario (2'160.692 UVT)

Así como el tiempo avanza y hay cambios significativos en el desarrollo del entorno donde nos desenvolvemos, también hay cambios en cuanto a la estructuración de conceptos en lo que tiene que ver con las microempresas. Siendo así en el año 2022 en el primer semestre el

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) define a las unidades productivas como Micronegocios sintetizando de ellos que es una unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción (Dane, 2023).

Se hace énfasis en dicha clasificación, puesto que el objeto de estudio en la presente investigación serán los micronegocios, ahora es importante tener en cuenta que dicho término es relativamente nuevo y algunos estudios que se han realizado al respecto toman el nombre de microempresas, pequeñas empresas o MiPymes que a la postre su naturaleza y funcionamiento es el mismo, lo que cambia es la expresión semántica.

Ya habiendo profundizado en lo que es el COVID-19, los efectos del mismo en la salud y la economía mundial, además de haber conocido la historia y la definición del término micronegocio, idea que era importante aclarar, es el momento de ahondar en el tema central del proyecto de investigación efectos del COVID-19 en los micronegocios, y para ello se hará un estudio de lo general a lo particular es decir se investigará los estudios respecto a los efectos de la pandemia en los micronegocios, de América Latina y de Colombia.

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios de Latinoamérica

Al realizar una investigación objetiva de los micronegocios de Latinoamérica que fueron afectados por el COVID-19 en su actividad comercial, es necesario precisar que en dicha búsqueda no se encontró un estudio global es decir que reúna la caracterización todos los micronegocios de Latinoamérica afectados por la pandemia, lo que si se encontró fue investigaciones de algunos países latinoamericanos, Ecuador y Brasil y de dichos estudios que es lo que se va a profundizar

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios en Ecuador:

Sobre los efectos de la pandemia en los micronegocios en Ecuador se encontró mucha información, al respecto solo se obtuvo un proyecto de investigación realizado por el estudiante Jhon Jeremías Pucuna de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-Ecuador de la Facultad de Administración de Empresas. Según este autor los micronegocios son parte fundamental en el progreso de Ecuador pues ellos juegan un papel esencial en el desarrollo económico del vecino país, porque fomentan el engranaje comercial y productivo por la diversidad de bienes y servicios que ofrecen y por la propagación de empleo que generan sus actividades (Pucuna, 2022).

Es interesante como la existencia y desarrollo de los nombrados son el motor del tejido social, pues influyen directamente en la cotidianidad de las personas, son los micronegocios los amigos, vecinos y confidentes de los habitantes de cada rincón de Ecuador, pues de ellos se aprovisionan los ciudadanos en el desarrollo de su vida cotidiana (en alimentación, vestido, salud, belleza, etc.) Este interactuar y dependencia si lo podemos llamar así de los ciudadanos con los micronegocios ha hecho que la vida cotidiana de los ecuatorianos gire alrededor de ellos (Pucuna, 2022).

Con el surgimiento de la pandemia la vida y desarrollo normal de las microempresas se afectó significativamente puesto que la relación, dependencia y por ende los clientes de cada uno de los nombrados se vieron obligados a romper sus relaciones de cercanía incluyendo algo tan cotidiano como el saludo, pues lo más importante en ese momento era velar por el cuidado personal y el de las personas más cercanas (familia, vecinos, incluyendo el visitar los micronegocios). Al romperse dicha relación, por protección de la salud, se desenlazaron un sin número de efectos negativos a nivel comercial y económico en cada una de las pequeñas y

medianas empresas del vecino país, dichos efectos según el proyecto de investigación de Pucuna se sintetizan en:

Causas

Problema de Liquidez

Según algunas estimaciones, el sector microempresarial se detuvo de manera abrupta en aproximadamente un 70%, y esto causó un problema gravísimo de iliquidez, y un negocio al quedar en este estado está a pasos de morir y aquí es donde se puntualiza el impacto de la pandemia pues no solo dejó víctimas humanas sino también víctimas empresariales, económicas y comerciales, es tanto que hasta a los íconos de los billetes y monedas llegó la Pandemia, en materia de salud y economía el COVID-19 postró al mundo, lo paradójico es como un ser si lo podemos llamar así tan diminuto hizo un daño tan enorme en las economías más sólidas, con más trascendencia en el mundo hasta la economía de un barrio. Además, las empresas tuvieron que ser cerradas obligatoriamente, al realizar dicha acción pues no había ingresos, esto trajo afectó el pago a bancos, proveedores, empleados (Pucuna, 2022).

Enfrentar una Nueva Realidad

Dicha realidad pintaba el ambiente y el entorno en soledad, encierro que en el caso de los micros negocios fue cerrar la puerta, guardar toda la producción tanto de bienes como de servicios. De manera obligatoria todo quedó bajo llave, hasta nueva orden. Ahora para muchas microempresas que eran categoría 2 (convierten materia prima en producto terminado), dicha materia se dañó, otro era fiado y con el producto que se fabricaba se pagaba la materia prima, en cuanto a los tiendas de barrio o lugares donde se venden alimentos perecederos (frutas, verduras, carnes), se pueden imaginar las pérdidas tanto de dinero como de comida, pues recordemos que

no se podía tener contacto con las personas, en fin esta nueva realidad parecía una película de terror, incertidumbre y desolación, esto era como el fin del mundo peor que una pesadilla, pues la misma dura un poco tiempo pero esta pesadilla se extendió y era andar despierto pero como en un mundo irreconocible.

Ausencia de Demanda

La demanda en el mundo empresarial no es otra cosa que los clientes, pues conceptualmente es la cantidad de bienes y servicios que un mercado puede adquirir, esto se refiere a clientes. Este efecto está ligado al anterior, pues el COVID-19 obligó a cerrar los establecimientos comerciales y privar tajantemente el tener contacto con personas diferentes a las que vivieran en el mismo techo, fue tan severo dicha restricción que ni siquiera el estrechar las manos para saludar era permitido, todo con el fin de salvaguardar la vida, así que la ausencia de la demanda era significativamente notoria, ya que ni la oferta y la demanda se podían buscar que esto es lo esencia de un mercado, la relación y transacción que realizan los oferentes y demandantes.

Quiebra de Microempresas

Según un estudio de la Superintendencia de Compañías (citado en Pucuna, 2022) a nivel de Ecuador, en el año de la pandemia, un total de 775 microempresarios perdieron sus medios de subsistencia, y una situación similar afectó a 124 pequeños empresarios. En cuanto a empresas de mayor envergadura, se registraron pérdidas de 10 negocios grandes y 41 medianos. De la dimensión del daño causado por la pandemia en los micronegocios de Ecuador ni las cámaras de comercio ni la industria y comercio tiene datos exactos, lo que reporta la superintendencia de compañías de Ecuador es que 8 de cada 10 micronegocios fueron cerrados. Este dato es demasiado preocupante ya que el 80% de los micronegocios expiraron, esto trae un daño global

para el mercado y por ende para la economía del vecino país, pues tanto oferentes como demandantes entraron en crisis, además inicialmente comentamos que las microempresas son parte fundamental en el desarrollo económico de una nación y si dicho sector económico se debilita pues también la estructura económica de Ecuador tambalea (Pucuna, 2022).

Alto Índice de Desempleo

Cayó del 38,8 2019 al 30.8 % en el 2020. 10 cifras: En lo concerniente al desempleo las cifras son alarmantes y representativas pues en diciembre de 2019 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) dicho índice estaba en 30,8% y en diciembre de 2020 ascendió a 38,8 %, esto es una cifra elevada, ahora no es solo una cifra es una realidad el desempleo en Ecuador ascendió 8% en un año, esto se simplifica en despidos forzosos porque no hay liquidez en la empresa para mantener el personal. Ahora para poder sostener un poco algunos empleados muchos emprendedores tomaron la decisión de reducir la jornada laboral y realizar ajustes salariales, claro en acuerdo con los empleados, todo con el fin de sostener lo poco que había quedado y lo que se podía gestionar y esto, aunque era una solución en el momento por la crisis del virus, sí provocaría un hueco en cuanto a temas de empleo. Otro dato relevante relacionado con la tasa de desempleo a nivel nacional indica que alcanzaría el 5,0% de la Población Económicamente Activa (PEA), en comparación con el 3,8% registrado en diciembre de 2019 (Pucuna, 2022).

Sumado a los efectos anteriores provocados por la pandemia en el sector microempresarial de la economía ecuatoriana se anexa los bajos índices de consumo y producción que esto es como coloquialmente se dice un golpe bajo para la vida y desarrollo de un negocio ya que el mismo se mueve por el consumo y pues de él depende la producción y lógico si hay baja producción pues no hay utilidad suficiente y sin ello la empresa tiende a

desaparecer. No suficiente se suma la inestabilidad política, el conflicto social, la ineficiencia en la estructura de costos y la ausencia de políticas de acceso al crédito.

Ahora como en toda crisis hay personas y organizaciones resilientes que toman las situaciones difíciles como una oportunidad para crecer, es básico resaltar que según un reporte del proyecto de investigación de Pucuna (2022), si bien muchos micronegocios fallecieron o cerraron por la cuarentena (permítame utilizar esta expresión) otros optaron por adaptarse a la situación reinventándose a través de la adopción de ventas en línea y servicios de entrega a domicilio. Sin embargo, las empresas del ámbito turístico no tuvieron la misma fortuna, ya que, debido a la naturaleza de su negocio, experimentaron una drástica reducción de aproximadamente el 97% en sus ingresos.

Sumado a la información anterior respecto al tema en cuestión, es importante destacar que en la caracterización que se realizó a los micronegocios de Chimborazo, Ecuador en cuanto a los efectos de la pandemia en el funcionamiento de los mismos se llevó a cabo una encuesta cuyo análisis de la misma evidencia una radiografía clara, objetiva y asertiva que muestra la realidad de cada una de las microempresas de Chimborazo-Ecuador encuestadas en tiempos de pandemia.

Figura 2

Resultado Encuesta Efectos de la Pandemia en los Micronegocios de Chimborazo-Ecuador

7. ¿Cómo evaluaría la situación económica de la empresa antes de la pandemia?

Tabla 7-3: Evaluación económica del negocio antes del COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Muy buena	4	4	0,20	20
Buena	12	16	0,60	60
Regular	4	20	0,20	20
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

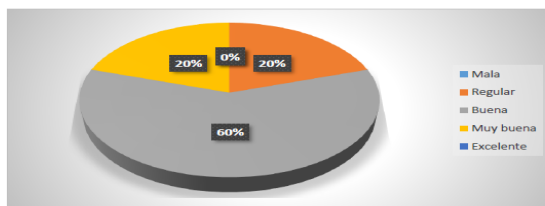


Gráfico 7-3: Evaluación económica del negocio antes del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

10. Valore la afectación del COVID-19 a las actividades su negocio

Tabla 10-3: Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Afectación leve	4	4	0,20	20
Afectación moderada	5	9	0,25	25
Afectación fuerte	11	20	0,55	55
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

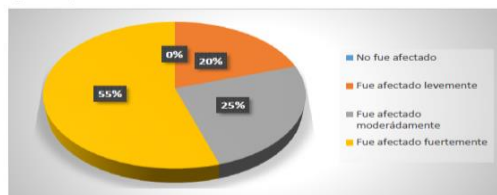


Gráfico 10-3: Nivel de afectación para el negocio a consecuencia del COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

8. ¿Cómo evalúa actualmente la situación económica de la empresa?

Tabla 8-3: Evaluación económica del negocio en el COVID-19

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Buena	5	5	0,25	25
Regular	7	12	0,35	35
Mala	8	20	0,40	40
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir, 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

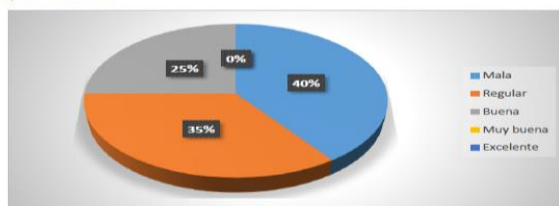


Gráfico 8-3: Evaluación económica del negocio en el COVID-19

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

11. ¿El COVID-19 afectó a su negocio en algunas de las siguientes maneras?

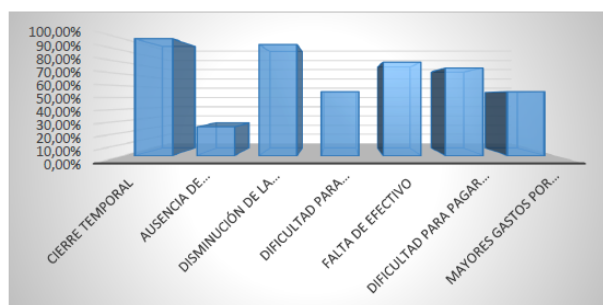


Gráfico 11-3: Principales afectaciones al negocio a causa del COVID-19
Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

12. ¿La pandemia del coronavirus afectó la capacidad de su negocio para proveerse de los productos que vende?

Tabla 11-3: El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería

	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Porcentaje
Sí	4	4	0,20	20
No	16	20	0,80	80
TOTAL	20		1	100

Fuente: Encuesta a comercializadoras de prendas de vestir. 2021

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

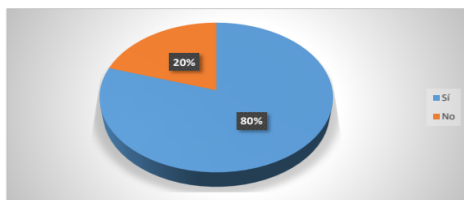


Gráfico 12-3: El COVID-19 causó problemas para proveerse de mercadería

Elaborado por: Pucuna, J. 2021.

Fuente. Pucuna (2022, pp. 40-45, 52).

De acuerdo con lo anterior se puede evidenciar una radiografía clara de los efectos del COVID-19 en los 20 micronegocios de Chimborazo-Ecuador que fueron encuestados, dicha radiografía muestra que:

Antes de la pandemia 16 micronegocios se encuentran en una situación económica buena y muy buena respectivamente.

La situación económica de las 20 empresas encuestadas durante la pandemia, están así:

Buena: 5

Regular: 7

Mala: 8

Esto evidencia que el 75 % de las empresas están en situación regular y mala respectivamente. Hay que reiterar que este resultado muestra la radiografía económica de dichos negocios en tiempos de pandemia.

El nivel de afectación para el negocio en tiempos de pandemia evidencia que el 55 % de los negocios fueron afectados fuertemente. Esto muestra el impacto significativo de la pandemia en el desarrollo de los negocios.

Las múltiples maneras como el COVID-19 afectó a los micronegocios se simplifica en. El cierre temporal, disminución de la demanda, falta de efectivo, dificultades para pagar nómina, arrendo y servicios del local, etc.

El 80 % de los negocios encuestados afirman que por la pandemia afectó potencialmente el aprovisionamiento de los productos que vendían, esto es algo similar como a la materia prima, pues, aunque muchos micronegocios no realizan el proceso industrial de los productos que ofrecen, si dependen de surtidores que le proveen.

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios de Colombia (Bogotá)

Importancia de los Micronegocios en Colombia

Un artículo publicado el 4 octubre del 2020 por el periódico *El Tiempo* señaló que el 89% del panorama empresarial colombiano está compuesto por microempresas. Antes de la pandemia, este tipo de negocios proporcionaba empleo a aproximadamente 14,5 millones de personas,

según datos del Centro de Estudio de las Empresas Micro (CEM). Adicionalmente, el artículo mencionó que el 10% de las microempresas en Colombia se declararon en quiebra debido a la pandemia, según una investigación realizada por la Corporación Interactuar de Medellín.

Además, una encuesta realizada por la misma corporación reveló que el 65,7% de estas unidades económicas se quedaron sin fondos para financiar sus operaciones, y el 53% experimentó una reducción en sus ventas que superó el 50%. Lo expuesto por el artículo nombrado en cuanto al porcentaje significativo que abarca los micronegocios en el tejido empresarial colombiano, evidencia la importancia y relevancia de las microempresas en el engranaje económico y la cotidianidad en el mercado en nuestro país.

Otro dato interesante en cuanto a la importancia de las microempresas en Colombia: según Acopi (citada en Villa Castaño y Perdomo-Ortiz, 2022, p. 784) en nuestro país “los micronegocios son más del 90% de la estructura empresarial colombiana”. Ahondando mucho más la importancia de las unidades económicas en estudio es importante puntualizar que en el “2019 el tejido empresarial colombiano lo conformaban 1.620.342 empresas de las cuales 1.504.329 eran micro. 109.220 PYMES, y 6.793 grandes empresas” (Acopi, 2021, citada en Villa Castaño y Perdomo-Ortiz, 2022, p. 784). Las micro y pequeñas empresas [MIPYMES] generan el 67.98% del total del empleo y aportan cerca del 41% del PIB (Ministerio de Trabajo, 2019, citado en Villa Castaño y Perdomo-Ortiz, 2022). Las cifras anteriores muestran lo significativo y relevante que son la existencia y desarrollo de los micronegocios del mercado en Colombia, pues los mismos se han estado posicionando potencialmente, y su extensión se deja notar desde los lugares más apartados en la hermosa zona rural de nuestra patria hasta las ciudades más actualizadas y desarrolladas, se puede decir que los micronegocios se han extendido a pasos agigantados como un virus, puesto que su utilidad y practicidad tanto de la oferta como de la

demanda es potencialmente benéfica, pues los nombrados son una fuente de emprendimiento importante en el desarrollo de la cotidianidad económica de los colombianos, reitero por su accesibilidad y practicidad. Sumado a esto y para consolidar lo acentuado anteriormente respecto a la importancia de los micros negocios en Colombia, en el mes de abril del presente año el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023), destaca que las microempresas desempeñan un papel fundamental en el entramado empresarial de Colombia. Según el informe publicado por la entidad, durante el primer trimestre de este año, estas empresas representaron el 95.3% de la estructura empresarial del país.

Esto evidencia una vez más el grado de importancia de los micros negocios para el desarrollo socioeconómico y empresarial de nuestra nación. No siendo suficiente lo anterior, respecto a la importancia de las microempresas en nuestro país la *Revista Semana* (13 de abril del 2016) publicó un artículo resaltando que Colombia ha experimentado una transformación económica durante un período de 25 años y ha logrado establecerse como un actor importante en el escenario internacional. Según datos proporcionados por el Banco Mundial, en 1990 ocupaba el puesto 40 en términos de PIB global, pero para 2014 había avanzado al puesto 26, con una economía que alcanza un valor de US\$377,739.6 millones, situándola como la cuarta economía más grande de América Latina y el Caribe (*Revista Semana*, 13 de abril del 2016). En dicho crecimiento significativo las microempresas, y medianas empresas han destacado como las protagonistas por su incidencia en el desarrollo macroeconómico de nuestro país, “según el DANE las mipymes generan alrededor del 67% de empleo, y aportan el 28% del PIB” (*Revista Semana*, 13 de abril del 2016). Con lo nombrado anteriormente es interesante como Julián Rodríguez, presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio expresa puntual y textualmente:

No cabe duda sobre la importancia de las Pymes en nuestro país. Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, según el Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas (*Revista Semana*, 13 de abril del 2016).

Y esto como coloquialmente se dice son palabras mayores, expresadas por personajes significativos e importantes del campo empresarial de Colombia, denotando así su relevancia.

Y hablando de la opinión de personajes importante sobre el tema en cuestión, en el contexto del primer congreso sobre Seguridad y Salud en el Trabajo para las Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes), celebrado en Bogotá el 26 de septiembre de 2019, la ministra de Trabajo Alicia Arango Olmos resaltó la significativa relevancia de las MiPymes en el país. Esto se debe a que, según estadísticas del Dane, estas empresas constituyen más del 90% del tejido productivo nacional y contribuyen con el 35% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 80% del empleo en Colombia (Ministerio del Trabajo, 2019).

Muchas son las fuentes y los personajes relevantes en la sociedad que expresan con significado la importancia de los micronegocios en Colombia, es así como un estudio que realizaron docentes reconocidos de la UNAD como lo son los educadores Rafael Fandiño y Luz Marina Dávila, docentes del programa administración de empresas, Vladimir Baquero, docente de contaduría pública en una investigación con docentes de Brasil de la localidad de Chapeco resaltaron que las microempresas desempeñan un papel fundamental en la revitalización económica y social de Colombia durante el período posterior a la crisis de COVID-19 (Fandiño Isaza *et al.*, 2022). Esto se debe a que aproximadamente el 65% de la población se emplea en negocios compuestos por menos de diez individuos, lo que demuestra que una parte significativa

de la mano de obra en Colombia se origina en el sector de las microempresas (Forbes, 2020, citada en).

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios de Bogotá

En Colombia, la situación causada por el Covid-19 en el año 2020 resultó extremadamente grave, con un elevado número de víctimas mortales, un incremento en la disparidad en el acceso a la tecnología, y la deserción escolar de alrededor de 100,000 niños. (Botero, 2021, citado en) Además de esto, según la Cepal (2020), se previó el cese de operaciones de más de 140,000 microempresas y pequeñas empresas, así como la eliminación de más de 5.000.000 de puestos de trabajo. La crisis en Colombia se acentuó debido a los persistentes problemas de corrupción arraigados en la historia del país, que no disminuyeron durante la pandemia (Gallego *et al.*, 2020; Poveda, 2015, citado en).

El panorama social, moral y económico del país frente al COVID-19 no era alentador como lo muestran las estadísticas anteriores, frente a tal realidad es interesante conocer a profundidad el impacto causado a los micronegocios en Colombia específicamente en la ciudad de Bogotá para ello empezaremos observando el estudio de Villa Castaño y Perdomo-Ortiz (2022) de la Universidad de Zulia y el Centro de Estudios de la Empresa a los micronegocios de la ciudad nombrada.

Es interesantes que Los impactos ocasionados por la COVID-19 en microempresas de Bogotá en la presente investigación se evaluaron tanto en lo negativo como en lo positivo, esto es lo interesante o el plus de este estudio, pues generalmente se observan con lupa los impactos negativos de la pandemia pero aquí se resaltan en la misma importancia los efectos positivos mostrando así que los emprendedores colombianos son resilientes, que en una época como la pandemia inundada de incertidumbre y soledad en el aspecto de la salud emocional y física,

también en el área comercial y económica, los dueños de los negocios percibieron dicha problemática en la óptica de que todo problema es una oportunidad para desarrollar un carácter creativo y resiliente.

Impactos Negativos de la Pandemia en los Micronegocios de Bogotá

Así que de acuerdo con la investigación realizada por Lida Esperanza Villa Castaño y Jesús Perdomo-Ortiz (2022), los impactos negativos acarreados por la pandemia en los micronegocios de Bogotá se sintetizan en:

Disminución significativa de ingresos debido a la pérdida de clientes esto conllevó al recortar gastos de áreas más flexibles (reducción de personal, aplazamiento de pago a proveedores y demora en pago de impuestos).

Disminución de las ventas porque no hay clientes (ausencia de demanda): Es interesante que en palabras textuales de los dueños señalaron “si las ventas disminuyen no tendré disponibilidad de efectivo ni ingresos, y por lo tanto no podré cumplir con mis responsabilidades”.

Recorte de personal: en dicha causa los dueños también expresan “en el proceso de reducción de personal, prescindí de un 40% de los empleados, es decir, 6 en total. No había suficiente dinero para mantener a todos los empleados”.

Retraso de pago de nómina.

Aminoración de los salarios.

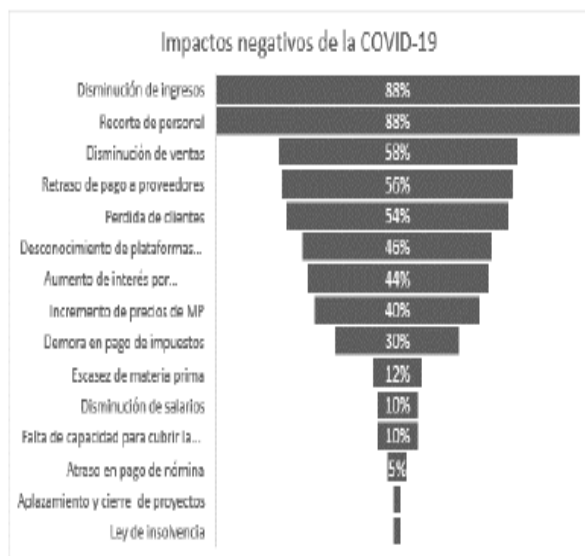
Una información importante que plantean los autores nombrados en dicha investigación es que sorprendentemente, el 46% de los pequeños empresarios percibió como perjudicial la falta de conocimiento en el ámbito de la economía digital. En realidad, se identificó una limitación tecnológica que exacerbó la crisis de ingresos;

[...] todas nuestras ventas se realizan de forma presencial, nunca sentimos la necesidad de adoptar otro método de interactuar con nuestros clientes. La incapacidad para promocionar nuestros productos en plataformas digitales se convirtió en un obstáculo durante la pandemia, son las palabras de los emprendedores. El empresario de pequeña escala no pudo establecer una conexión entre la economía digital y la competitividad, lo que agravó aún más el impacto negativo en su actividad económica (Hagsten y Ktonik, 2017, citados en).

Lo expresado anteriormente está representado de manera gráfica en la figura 3, esto facilita la comprensión de los datos obtenidos.

Figura 3

Impactos Negativos de la COVID-19



Fuente Villa Castaño y Perdomo-Ortiz (2022).

De acuerdo con lo anterior es básico asentar que el problema mayúsculo por el cual pasaron los micronegocios en la pandemia fue por la disminución significativa de las ventas, y esto afectó el desarrollo normal del micronegocio, pues si no hay ventas no hay rentabilidad, sin rentabilidad el negocio, disminuye o en su defecto desaparece, así que a los dueños de los micronegocios les correspondió tomar decisiones para que su emprendimiento permaneciera para ello les correspondió despedir personal, negociar con los empleados que quedaron de disminuir el sueldo eso implicaba cambiar de contrato laboral, otras soluciones que encontraron fue implementar su negocio de manera digital, situación a la que no estaban acostumbrados. Así que los emprendedores colombianos activaron su recursividad y carácter estratégico e implementaron un plan de acción que generará soluciones asertivas.

Impactos Positivos de la Pandemia en los Micronegocios de Bogotá

Como fue expresado anteriormente el plus de esta investigación es resaltar los efectos positivos de la pandemia en las pequeñas empresas que competen al presente estudio, puesto que en este tipo de investigación no es común profundizar en las ventajas de la pandemia, así que esto determina y deja por sentado que los emprendedores colombianos son estratégicos y han desarrollado pro actividad y creatividad en medio de la crisis y ven las mismas como una oportunidad para avanzar y madurar, dichos efectos se simplifican en:

Más del 50 % de las empresas se sumergieron en la realidad digital: esto confirma que dicha realidad potencializó el desarrollo comercial y económico de los pequeños negocios y por ende los mismos se convirtieron en un canal de comunicación, interacción y negociación con los clientes, mejor dicho esta fue otra forma de negociar con el cliente, un aspecto que llama la atención es como literalmente los dueños de las pequeñas empresas estudiadas comparten

que “Para mantener la empresa activa tuvimos que implementar las plataformas digitales”. “No todo ha sido malo. Una de las bondades que hemos podido lograr con la emergencia sanitaria es aprender a utilizar herramientas tecnológicas; pudiéndonos comunicar con nuestros clientes electrónicamente”.

Un 20% de los microempresarios diviso una transformación importante y de avance rumbo a un nuevo modelo de trabajo y forma de negocio.

Los pequeños empresarios valoran la lealtad de sus trabajadores, lo cual concuerda con la idea de reducir los sueldos y fortalecer la colaboración entre empleadores y empleados. Este es un punto a resaltar pues la idea de crear empresa es formar un equipo engranado que vaya a un mismo fin, para ello es necesario que las relaciones entre el dueño de la microempresa y los empleados de la misma sean sanas e inundadas de confianza, comprensión y sentido humano y precisamente esto fue el escenario en la difícil situación generada por el COVID-19, los trabajadores fueron leales a su lugar de trabajo y los patrones al ver dicha actitud, desarrollaron una estrategia de disminución de sueldos, claro en acuerdo con el empleado, todo para que los mismos tuvieran la oportunidad de continuar trabajando y por ende devengando un salario. Esta estrategia es de aplaudir y resaltar ya que como se ha nombrado anteriormente esto muestra el carácter creativo y resiliente de los emprendedores colombianos y su equipo de trabajo.

Sumado a los múltiples beneficios que trajo la pandemia en el desarrollo de los micronegocios estudiados es importante expresar que los microempresarios desarrollaron ajustes estratégicos reinventando una nueva manera de desarrollar sus negocios, dichas estrategias se simplifican en:

Reajuste en la contratación y salarios: los microempresarios al estudiar la situación presentada (pandemia), y con el ánimo de buscar un equilibrio en la búsqueda de sus beneficios,

el sostenimiento de la microempresa y sostener trabajo para sus empleados recurrieron a la medida de la flexibilización laboral, la misma se centra en la disminución salarios unilateral, respecto a esto se muestra que los micronegocios en estudio redujeron en un 32,8% la nómina, simultáneamente, con el objetivo de preservar puestos de trabajo, un 30% de las pequeñas empresas redujeron los sueldos y modificaron las condiciones de contratación. De dicha decisión esta es la radiografía mostrada por los emprendedores:

Nuestra estrategia consistió en mantener a los empleados con una remuneración inferior a la establecida en el contrato de trabajo, la necesidad de recortar gastos operativos nos llevó a pagar en función de los resultados y a emplear contratos por prestación de servicios, cancelamos contratos y comenzamos a remunerar por días mediante contratos por prestación de servicios Optamos por establecer contratos 'otro-sí' para reducir salarios y así poder contar con asesoría legal en caso de posibles sanciones, anteriormente, empleábamos contratos a término indefinido. En la actualidad, optamos por contratos de dos o tres meses e implementamos el contrato por obra laboral, como política, en un principio, tuvimos que reducir los honorarios y salarios de los empleados que decidimos retener.

Desarrollo del marketing digital: la pandemia trajo la inminente necesidad de los microempresarios se sumergieran en el marketing digital, pues era la forma más asequible, práctica y efectiva se sostener su microempresa. La realidad evidencia que previo a la pandemia los emprendedores tenían un bajo flujo de transacciones o negociaciones por internet (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, 2018, citado en) ya en la pandemia los microempresarios vieron la necesidad de conocer, explorar y usar las redes sociales como medio de ofrecer sus productos y servicios. Frente a ello es interesante conocer la opinión de ellos, respecto al mundo digital en el desarrollo de sus negocios.

Centramos nuestros recursos en preservar el volumen de ventas. Por ende, pusimos en marcha nuestras estrategias en las plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp. De esta forma, logramos comercializar nuestros productos y expandir nuestra base de clientes. Iniciamos la utilización de la internet para realizar ofertas, cotizaciones, negociaciones y cualquier tipo de comunicación con los clientes, sumado a ello apostaron por la creación de páginas web como el medio para sus clientes conocieran de manera detallada, creativa y asertiva su emprendimiento, es interesante que frente a tal idea sus negocios fueron más conocidos que antes de la Pandemia, esto fue un impulso emocional fuerte para que ellos se interesaran aún más en incursionar el universo digital como el medio para que sus sueños y su fuente de subsistencia no falleciera.

Implementaron la entrega a domicilio: en los micros negocios estudiados un 20% de los microempresarios afirmaron haber implementado el domicilio como estrategia para desarrollar su negocio en tiempos de pandemia. Esta estrategia dio un resultado óptimo puesto que un porcentaje significativo por no decir todos los clientes estaban encerrados en sus casas por causa del aislamiento obligatorio, así que para poder acceder a productos o servicios una manera eficiente de que ellos los obtuvieran era que dicho producto o servicio llegara hasta la puerta de su casa, en otras palabras llevar el negocio a la casa como el adagio popular si Mahoma no va a la montaña, la montaña va a Mahoma, así que si el cliente no va al negocio, el negocio va al cliente. Frente a tal estrategia los emprendedores describieron lo vivido:

Introdujimos el servicio de entrega a domicilio sin costos adicionales. Para hacerlo posible sin gastos extras, redistribuimos las responsabilidades, el vendedor que trabajaba en el punto de venta pasó a encargarse de llevar los pedidos directamente a la puerta de nuestros clientes, comprendimos que, sin la opción de entregas a domicilio, la caída en las ventas sería

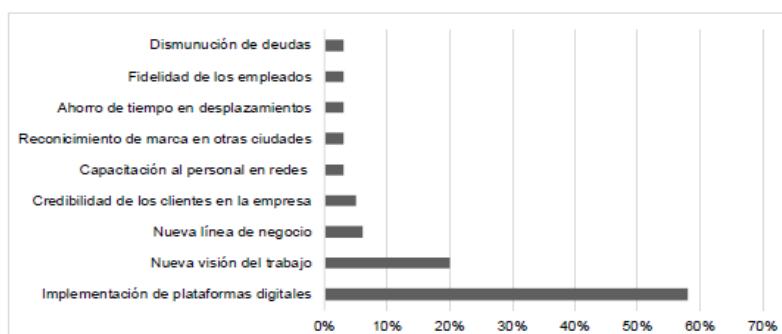
aún más significativa. Nos vimos obligados a implementar las entregas a domicilio utilizando a nuestros propios empleados, de lo contrario, nuestras ventas habrían sido nulas. No optamos por cambiar a ventas a través de plataformas en línea, dado que nuestros clientes no están familiarizados con su uso. En cambio, desarrollamos la estrategia de realizar entregas a domicilio en los lugares que nuestros clientes nos indicaran. Todos los pedidos se reciben mediante llamadas telefónicas, que resultan más sencillas para nuestros clientes.

Una información importante respecto al tema en cuestión es que el 38% de las microempresas estudiadas no realizó ningún ajuste, mientras el 62% optó por desarrollar alternativas de avance y reinención de su manera de negociar en la pandemia.

Para mayor claridad se evidencia gráficamente lo expuesto en la figura 4, anexando datos importantes que aclaran y describen los efectos positivos de la pandemia en los micronegocios de Bogotá estudiados.

Figura 4

Impactos Positivos de la COVID-19



Se ha estado recolectando información importante en cuanto a investigaciones que se han realizado en torno a los efectos de la pandemia en los micronegocios de Colombia, en dicho recorrido es interesante observar la diversidad y originalidad con que los distintos investigadores

han abordado este tema. En los datos anteriores fue significativo encontrar cómo Villa Castaño y Perdomo-Ortiz (2022) estudiaron los micronegocios de Bogotá enfatizando en los efectos de la pandemia tanto en el ámbito positivo como negativo y este detalle es poco usual en investigaciones de esta índole. Continuando con el recorrido se encontró otro estudio que se realizó ya en la parte Norte de Colombia precisamente en el departamento de Magdalena, la particularidad es que los investigadores son muy familiares pues son docentes Unadistas, que se tomaron esta tarea con mucha altura y objetividad. En dicha investigación se profundizó en los efectos de la pandemia en los micronegocios del departamento nombrado desde los actores del mercado como lo son la oferta y la demanda, esto es un aspecto importante a destacar pues el hecho de profundizar en las 2 caras de la moneda en lo concerniente al mercado, permite ver claridad y objetividad el impacto global del coronavirus y esto es lo fascinante del mundo de la investigación como la diversidad, la creatividad y la originalidad se fusionan para conocer a profundidad de los hechos en un tema de esta envergadura. Así que es hora de observar con detenimiento en que consistió dicha investigación.

Impactos del COVID-19 en los Micronegocios del Departamento de Magdalena, Colombia

Como estamos hablando del efecto que causó la pandemia en los micronegocios en Colombia, y estamos recolectando información que han realizado distintos entes educativos, gubernamentales y sociales, citamos a continuación la “Caracterización en la gestión de innovación de pymes por efecto del coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil” de Fandiño Isaza *et al.* (2022). En dicho estudio los autores realizaron una investigación tanto de las microempresas en Colombia como en Brasil, arrojando lo siguiente:

Los efectos de la pandemia en los micronegocios colombianos se enfocan en los entes de un mercado como lo son la oferta y la demanda, discriminando las consecuencias del coronavirus en

ellos, esto hace que dicha investigación se torne interesante, pues permite observar la realidad de las dos caras de la moneda respecto a los actores del mercado: oferta y demanda. Dicho esto se va a desglosar los efectos negativos en las dos esferas.

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios de Magdalena en la Demanda

Suscito una crisis en las ventas: los sectores más perjudicados fueron los hoteles y restaurantes debido al aislamiento obligatorio. Era de esperarse que los negocios cuya razón de ser depende de la aglomeración y contacto cercano por periodos prolongados de personas iban a ser los más afectados con la pandemia puesto que para la protección de la salud de cada persona y la de su entorno era necesario el distanciamiento social, pues dicha distancia era sinónimo de cuidado de la vida, y en ese orden de ideas es mejor cuidar la vida que acudir a lugares donde hay aglomeración de gente para adquirir un producto o servicio.

Disminución del consumo local y las exportaciones: Esto incide directamente en la demanda de productos y servicios de los micros empresas. El impacto del coronavirus fue tan agresivo sobre la humanidad, su desarrollo económico, empresarial y comercial que tuvo la capacidad y el poder para encerrar a la humanidad en sus casas, al suceder dicha situación pues hay una disminución significativa del consumo local de bienes y servicio, así mismo como los productos que se exportan.

Falta de liquidez y flujo de caja: Dicha situación fue muy notable ya que al disminuir la demanda por lo que se ha estado nombrando y con argumentos sólidos, pues disminuyen los ingresos y al disminuir los ingresos de manera abrupta pues no hay dinero para sostener el negocio su funcionamiento (la compra de materia prima, pago de arrendo, servicios e impuestos, pago de empleados, pago de créditos a proveedores y a entidades bancarias, en fin). Un factor

sumado a ello es la restricción de crédito que tiene esta unidad económica. En cuanto a flujo de caja el informe realizado afirma que el 93% de las empresas indicaron que disponen de suficiente flujo de efectivo para solamente dos meses, y en el último trimestre, los gastos más relevantes que tuvieron que afrontar fueron los relacionados con proveedores, arriendos, salarios y servicios públicos, representando un 72% del total de gastos (CCSM, 2020, citado en).

Efectos de la Pandemia en los Micronegocios del Departamento de Magdalena en la Oferta

Reducción de empleo: Esta causa está directamente asociada a la iliquidez de la empresa, a las medidas de confinamiento, las nuevas formas de trabajo en casa, las limitaciones de movilidad y la afectación en la salud a causa del virus. Esta situación es preocupante ya que la reducción de empleo implica disminución de ingresos para una familia y esto conlleva a la pobreza a la proliferación de vicios, ocio y el ocio desencadena una serie de problemáticas sociales y al interior de las familias. Un dato importante a destacar en cuanto al % de desempleo en el primer trimestre del año 2020 en el departamento de Magdalena es que la tasa de desempleo alcanzó un pico de 16,2%, la más alta en años recientes, con una pérdida de 11.092 empleos formales que se distribuyeron en varios sectores, incluyendo la construcción, la industria, el turismo, el comercio y otros servicios. La industria turística se vio afectada con la pérdida de 1.167 empleos y el cierre de 1.262 empresas, mientras que el sector del comercio registró 1.964 puestos de trabajo perdidos y el cierre de 1,858 empresas que tuvieron que suspender sus operaciones comerciales (Villa Castaño y Perdomo-Ortiz, 2022). Esta estadística muestra con claridad la realidad vivida en este sector del país. Ahora cuando fue avanzando el tiempo, en el trimestre de julio a septiembre la tasa de desempleo ascendió al 20,7 % siendo los sectores más afectados el comercio, hotelería, recreación y restaurantes.

Disminución de productividad: Esto se debe a la adopción de nuevas formas de trabajo, la implementación de nuevos procesos de producción y distribución, y la innovación en la consecución de suministros y materias primas (OIT, 2020, citada en Acopi, 2021).

Falta de conocimiento e interés de los emprendedores en el uso de herramientas digitales para promocionar sus negocios: el desconocimiento del mundo digital fue un agravante que incrementó la crisis en los microempresarios del departamento de Magdalena, pues un estudio realizado por la Asociación de Empresarios de Colombia (Andi) (2019, citada en) informa que la principal dificultad que las empresas enfrentan al iniciar un proceso de transformación digital es la carencia de una cultura tecnológica, con un 74.1% de casos. Le sigue la falta de comprensión sobre el uso y los beneficios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con un 61.6%, y en tercer lugar, las restricciones presupuestarias, que afectan al 56.3% de las empresas.

Como se está hablando de los efectos causados por la pandemia en los micronegocios del departamento de Magdalena estudiados, se evidencia que los sectores más golpeados incluyen al turismo, con 595 empresas que han tenido que cerrar y la pérdida de 884 puestos de trabajo, así como al comercio, que ha experimentado 560 cierres y una reducción de 774 empleos (CCSM, 2020, citada en).

En lo que va el recorrido sobre la forma como se han estudiado los efectos de la pandemia en los micronegocios en Colombia es importante destacar que por la forma que usaron los investigadores que caracterizaron los micronegocios de Bogotá resaltando los impactos positivos y negativos de la pandemia y este es un detalle relevante en proceso de investigación de esta índole, ahora en la caracterización de los micronegocios del departamento del departamento de Magdalena en Colombia, se destaca los efectos de la pandemia en las 2 esferas del mercado

como lo son la oferta y la demanda, y esta es otra forma única de realizar dicha investigación. Lo anterior con el ánimo de destacar la forma como cada investigación abordo dicho estudio, esto denota su originalidad, criterio y la diversidad para realizar una estudio tan importante como la que se ha venido desarrollando.

Análisis de resultados

Dosquebradas es un municipio, que está ubicado cerca de la capital Risaraldense, solo lo separa el viaducto que es el medio que lo conecta con la perla del Otún, en cuanto al número de habitantes según la estadística municipal y el Dane, Dosquebradas tiene 225.540 habitantes (Alcaldía de Dosquebradas, 2023), su superficie es de 70,58 km². Por su ubicación geográfica, y carácter emprendedor Dosquebradas se ha convertido en una potencia empresarial y comercial significativa en Risaralda y en Colombia, frente a su ubicación geográfica es importante resaltar que por un lado del municipio pasa una de las troncales más importante del país que conecta a los departamentos de Risaralda, Caldas y Antioquia y esto potencia su desarrollo comercial. Es tan relevante el impacto empresarial que ha ejercido Dosquebradas que es llamada la zona industrial del eje cafetero, y este es un detalle importante que el nombrado sea conocido por su desarrollo empresarial y comercial a nivel macro. Ahora como ya se ha visto que Dosquebradas es fuerte en su desarrollo macroeconómico por la existencia de empresas de renombre a nivel nacional y aún con el impacto socioeconómico que generó la pandemia en la economía local, nacional e internacional, Dosquebradas sigue destacándose en su liderazgo empresarial, frente a esto sería interesante poder investigar si esa misma fuerza la desarrolla a nivel micro, y esa fue una de las razones importantes por la que en la presente investigación, el enfoque fue estudiar las unidades económicas pequeñas del municipio en mención llamadas micronegocios pues los mismos también juegan un papel importante en el desarrollo de la economía de Dosquebradas y de nuestra patria como se mostró en el marco teórico donde se resalta su importancia y relevancia, ahora la presente investigación no trata de estudiar los micronegocios con situaciones aisladas de la realidad actual, los mismos se estudiarán basado en los impactos generados en su desarrollo comercial como consecuencia del impacto socioeconómico generado por el COVID-19 (la otra razón es porque una de las muchas sedes que hay a nivel nacional de la UNAD, está

ubicada en Dosquebradas, y el ADN de nuestra universidad es impactar el entorno que le rodea, para ello es necesario generar estrategias para apoyar a la comunidad en su desarrollo). De acuerdo con lo anterior y en concordancia con los objetivos de la investigación que se sintetizan en:

Caracterizar los micronegocios de la comuna 12 que permita establecer su situación comercial actual afectada por la crisis socioeconómica del COVID-19.

Estructurar y aplicar una encuesta sencilla, objetiva, robusta y eficaz que nos permita conocer con profundidad las áreas que componen los negocios y micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas y la situación comercial de cada uno de ellos.

Tabular y analizar los resultados arrojados en las encuestas enfatizando en los efectos causados a cada una de las áreas de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas que afectaron negativamente su desarrollo comercial por la crisis económica causada por el COVID-19.

Se realizó una encuesta, cuya esencia estaba encaminada a conocer los efectos tanto positivos como negativos causados por el COVID-19 en el desarrollo comercial de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en cada una de sus áreas importantes, dichas áreas se simplifican en la contabilidad, conocimiento y uso de herramientas digitales, la competencia, los proveedores, conocimiento del cliente, estudio de mercado, talento humano, documentación y estrategia y marketing.

Proceso de Selección de la Muestra

La selección de la muestra se logró después de excluir los negocios que no cumplían con los criterios de la población a estudiar, este proceso se realizó siguiendo los criterios que se detallan a continuación.

Que tuvieran la condición de micronegocio o pequeña empresa

No están interesados

Negocios que no son relevantes para la investigación

Que no fueran negocios de cadena o en casa matriz en Bogotá y otras ciudades como, por ejemplo, cadenas de farmacia, negocios de juegos o apuestas, filiales de ventas de motos, casa de empeño, otros similares

Negocios de abogados

Por percepción y actitud de desconfianza hacia el investigador

No aceptan compartir información privada de sus negocios

Otros descartados por no ser de utilidad para la investigación

Luego de análisis, socialización y consulta con personal experto de la UNAD, se determinó que el tipo de encuesta a aplicar a estos negocios era la muestra intencional. A continuación, un breve comentario de los barrios visitados y la totalidad de negocios

Barrio Guadalupe. 266 negocios

Barrio Buenos Aires. 26 negocios

Barrio San Fernando 31 negocios

El barrio San Nicolás es prácticamente un punto de referencia, es la mitad de la calle 34 que colinda con el barrio Guadalupe. En ese lado de la calle, no hay establecimientos

comerciales, a excepción de una tienda que se encuentra al final, descendiendo por la calle 34.

Después de la preselección nombrada y descrita anteriormente, esta es la población a estudiar.

Barrio Guadalupe: 181 negocios identificados

Barrio Buenos Aires: 16 negocios identificados

Barrio San Fernando: 23 negocios identificados

Barrio San Nicolás: 0

Total, negocios a estudiar comuna 12: 220

Tamaño de la Muestra

El tamaño muestral de la población, fue *finita*. Dado que se conoce el total de los elementos de la población. El muestreo fue intencional, el investigador acorde a la investigación realizó los ajustes pertinentes.

De acuerdo con el cálculo de la muestra los negocios a encuestar son 19.

Técnicas e Instrumentos para la Recolección de la Información

Se diseñaron los instrumentos para la recolección de datos

Técnicas e instrumentos para la recolección de datos cuantitativos

La entrevista estructurada

Cuestionario auto diligenciado

Observación sistemática regulada o controlada

Estadísticas, fuentes secundarias de datos

Técnicas e instrumentos para la recolección de datos cualitativos

Entrevista no estructurada y entrevista dirigida

Observación simple, no regulada y participante

Historias de vida

Características y Función del Cuestionario Utilizado

Cuestionario auto diligenciado

Es un formato resuelto en forma escrita por los propios sujetos de la investigación. Tiene la ventaja de que reduce los sesgos ocasionados por la presencia del entrevistador, es un formato simple que facilita el análisis y reduce los costos de aplicación. Entre sus desventajas cabe destacar que el encuestador pierde el control de la secuencia de las respuestas y presenta menor porcentaje de respuestas.

Ya habiendo dado una explicación objetiva sobre el proceso de selección de la muestra, ahora se procede a profundizar en los resultados.

Como el objetivo principal de la investigación es caracterizar los micronegocios de la comuna 12 que permita establecer su situación comercial actual afectada por la crisis socioeconómica del COVID-19, de acuerdo con esto los micronegocios fueron caracterizados en los efectos pospandemia en su desarrollo comercial actual. Lo interesante y diferencial de esta investigación es que dicha caracterización se realizó con una estructura sólida y objetiva. En primera medida el micronegocio se estudió desde las áreas más importantes que lo componen y en cada una de las áreas se acentuó en identificar tanto los efectos positivos como los negativos

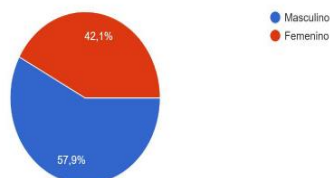
causados por la crisis socioeconómica generada por el COVID-19. Se expresa con sentido de causa que esta investigación tiene una diferencia, porque en lo que fue investigado respecto a estudios de esta índole, se encontraron otras formas de abordar dicha investigación como profundizar en los efectos positivos y negativos de manera general y los efectos causados tanto en la oferta como en la demanda.

Ahora se va a observar la caracterización de los emprendedores y posteriormente la caracterización de los micronegocios con la estructura nombrada anteriormente.

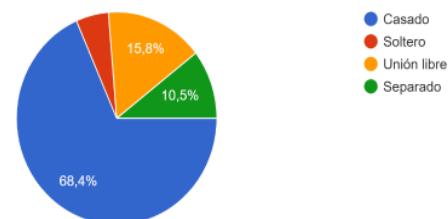
Figura 5

Caracterización de los Emprendedores

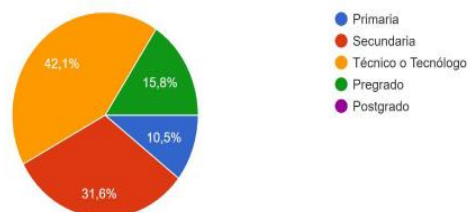
Sexo



Estado civil



Nivel de escolaridad



Discusión de Resultados

La caracterización muestra que no hay una diferencia notable en cuanto al desarrollo de emprendimiento entre hombres y mujeres la diferencia es de aproximadamente un 15%. Esto es un punto positivo ya que demuestra que las mujeres con su carácter y espíritu creativo y

emprendedor han sacado a flote su esencia visionaria y soñadora, demostrando así su capacidad para generar ingresos para su desarrollo personal y familiar.

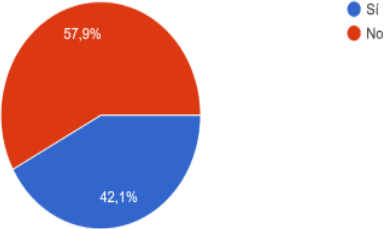
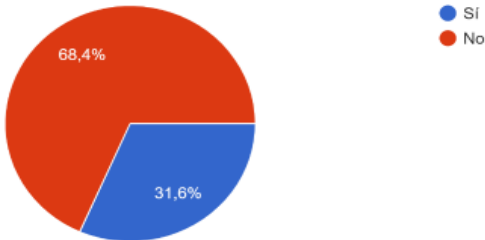
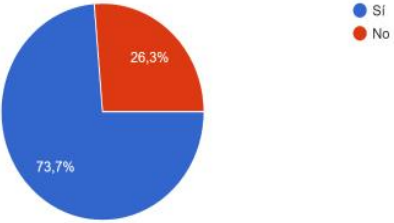
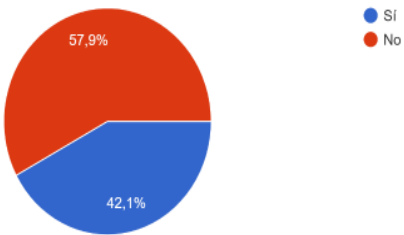
Más adelante se va a realizar un cruce de información con el fin de encontrar la relación entre variables, esto dará sentido a la información recogida.

Caracterización de los Micronegocios

En cuanto a la caracterización de los micronegocios es necesario acentuar lo que se expresó anteriormente en cuanto a lo diferencial de este proyecto de investigación, enfocándose en investigar los efectos tanto positivos como negativos post-covid en el desarrollo comercial de cada una las áreas más importantes que componen la estructura del micronegocio.

Información mencionada área del micronegocio a estudiar efectos positivos y negativos del COVID-19 en aspectos clave del área mencionada. Ahora también es importante acentuar que en cuanto a los efectos positivos en el desarrollo comercial de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas por la situación socioeconómica generada por el COVID-19 se resalta la habilidad y creatividad de los emprendedores, pues fue por su reacción ante tal situación que reevaluaron su gestión en la áreas mencionadas, y tomaron decisiones asertivas, ahora en cuanto a los efectos negativos es importante puntualizar que fueron áreas que por x o y circunstancia no se le ha prestado la debida atención. Así que posterior a esta investigación la idea es por un lado potencializar los efectos positivos y fortalecer las áreas que se encuentran débiles. Un aspecto que no se puede dejar pasar es nombrar que dentro de los tipos de los negocios estudiados hay panaderías, ferreterías, veterinarias, centros naturistas, venta de comida, fruver, venta de abarrotos, ventas de cerámica.

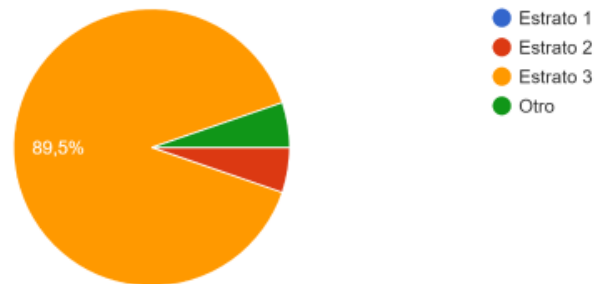
Tabla 3*Cliente (Conocimiento y Servicio al Cliente)*

Efectos positivos	Efectos Negativos												
Disposición de base de datos de los clientes:	Clasificación o caracterización de los clientes:												
9. ¿Dispone de una Base de Datos, de sus clientes? 19 respuestas	11. ¿Tiene clasificados o caracterizados sus clientes? 19 respuestas												
 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Si</td><td>42,1%</td></tr> <tr><td>No</td><td>57,9%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	42,1%	No	57,9%	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Si</td><td>31,6%</td></tr> <tr><td>No</td><td>68,4%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	31,6%	No	68,4%
Respuesta	Porcentaje												
Si	42,1%												
No	57,9%												
Respuesta	Porcentaje												
Si	31,6%												
No	68,4%												
Se tiene en cuenta las opiniones, motivaciones y necesidades del cliente:	Identificación de nuevas oportunidades de negocio con sus clientes actuales												
12. ¿Comprende, las motivaciones y las opiniones de sus clientes; para alinear su oferta de valor, con sus necesidades y expectativas? 19 respuestas	13. ¿Tiene identificadas nuevas oportunidades de negocio, con sus clientes actuales.? 19 respuestas												
 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Si</td><td>73,7%</td></tr> <tr><td>No</td><td>26,3%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	73,7%	No	26,3%	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Si</td><td>42,1%</td></tr> <tr><td>No</td><td>57,9%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	42,1%	No	57,9%
Respuesta	Porcentaje												
Si	73,7%												
No	26,3%												
Respuesta	Porcentaje												
Si	42,1%												
No	57,9%												

Conocimiento en cuanto a la concentración del nivel socioeconómico de sus clientes:

17. ¿Dónde está concentrado el nivel socio-económico de sus clientes?

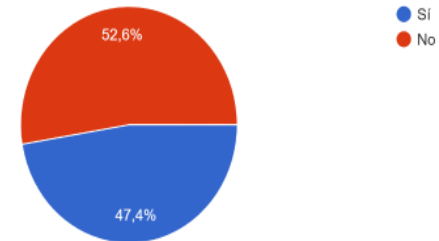
19 respuestas



Anticiparse a las necesidades de sus clientes

14. ¿Cómo conoce tendencias, para predecir posibles cambios del mercado, o para anticiparse a las necesidades del cliente.?

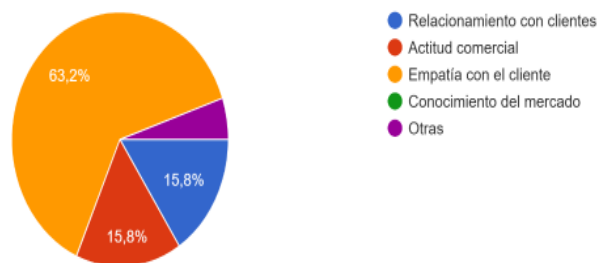
19 respuestas



Estrategia de fidelización de clientes

15. ¿Si usted posee una fuerte actitud positiva, que fortalece sus capacidades comerciales, para fidelizar sus clientes; con cuál de las siguientes opciones, se identifica.?

19 respuestas



Discusión de Resultados

Los aspectos estudiados en el área de cliente (conocimiento y servicio al cliente) fueron:

Disposición de base de dato de clientes

Las opiniones, motivaciones y necesidades del cliente son tenidas en cuenta

Conocimiento en cuanto a la concentración del nivel socioeconómico de los clientes

Estrategia de fidelización de clientes

Clasificación o caracterización de los clientes

Identificación de nuevas oportunidades de negocios con los clientes actuales

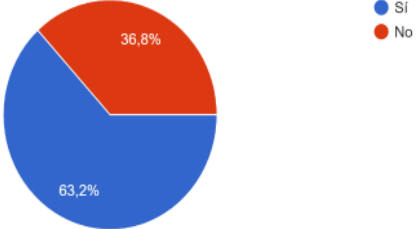
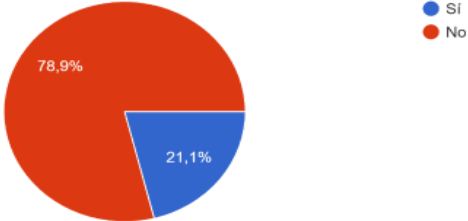
Anticipación a las necesidades del cliente

Expresado lo anterior es importante destacar que los 4 primeros aspectos se destacan por ser los efectos positivos en el área contable de los micronegocios estudiados y los 3 últimos son los efectos negativos. En cuanto a los efectos positivos cabe decir que el 57,9% de los emprendedores ha creado una base de datos de sus clientes, respecto al 42,1 que no ha creado dicha base de datos, la brecha que los separa no es significativa, ya que una cantidad cercana a la mitad de los emprendedores no cuentan con una base de datos de sus clientes, aspecto que es bien importante en el desarrollo del micronegocio. Así que, aunque es un efecto positivo cabe expresar que para efectos de una recomendación sería concientizar y capacitar a los emprendedores en la creación de una base de datos de sus clientes. Ahora el hecho de que los micronegocios en su desarrollo comercial actual sean fuertes en tener una base de dato de los clientes, tener en cuenta las opiniones, motivaciones y necesidades del cliente, conocer la concentración del nivel socioeconómico de sus clientes y desarrollar una estrategia potencial

para fidelizar sus clientes como lo es la empatía, les abre un panorama esperanzador y de proyección en el desarrollo de sus negocios, pues un aspecto importante como tener claro el nivel socioeconómico de sus clientes hará que los empresarios puedan enfocar sus productos a la calidad más que al precio, pues los clientes del estrato social nombrado ya se enfoca más en la calidad del producto o servicio que en el precio y tener en cuenta ese detalle potencializará la visión y proyección del dueño del negocio de la relación producto/servicio vs precio.

Ahora en lo concerniente a los efectos negativos es importante puntualizar que el no tener caracterizado los clientes, no tener identificadas las nuevas oportunidades de negocio con sus clientes actuales y no anticiparse a las necesidades del cliente son alarmas que se encienden fuertemente, expresando que el desconocimiento de los clientes en los aspectos nombrados es un detonante y una bomba de tiempo que si no se corrige a tiempo, en algún momento va a explotar y a destruir todo lo que se cruce por su camino.

Tabla 4*Estudio de Mercado*

Efectos positivos	Efectos Negativos						
Definió un nicho de mercado antes de abrir su negocio:	Conocimiento del Nicho de mercado						
<p>20. ¿Previo a la apertura de su negocio se definió un nicho o segmento de mercado? 19 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>63.2%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>36.8%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	63.2%	No	36.8%	<p>Nota: en esta pregunta no hay una imagen estadística ya que la pregunta fue abierta</p>
Respuesta	Porcentaje						
Si	63.2%						
No	36.8%						
Realización de estudio de mercado							
<p>27. ¿Ha realizado un estudio de mercado? 19 respuestas</p>							
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>21.1%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>78.9%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	Si	21.1%	No	78.9%
Respuesta	Porcentaje						
Si	21.1%						
No	78.9%						

Discusión de Resultados

Los aspectos estudiados en el área de estudio de mercado son:

Definición de nicho de mercado previo a la apertura del micronegocio

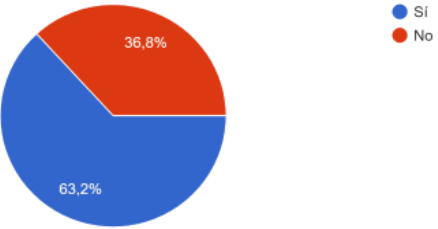
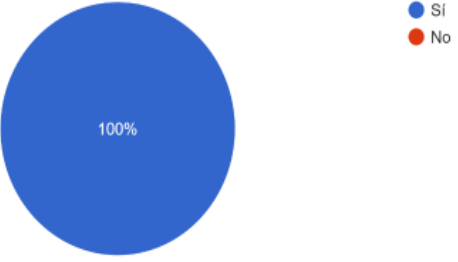
Conocimiento del nicho de mercado

Realización del estudio de mercado

Como se muestra en la tabla y en la información anterior se destaca porque el primer aspecto es un efecto positivo y los 2 últimos son efectos negativos. En cuanto al efecto positivo es importante denotar que los dueños de los negocios hicieron un trabajo responsable en cuanto a definir el nicho de mercado previo a la apertura de su negocio, esto ha permitido que ellos puedan focalizar sus estrategias y esfuerzos en el marketing de sus productos y servicios. Ahora en lo referente a los efectos negativos es incisivo puntualizar que los empresarios aunque hicieron un estudio de mercado previo a la apertura de sus negocios no conocen a profundidad el nicho de mercado, esto es una desventaja importante puesto que el desconocimiento del empresario de su nicho de mercado (rango de edad, sexo, preferencia, horas de compra, etc.), no tiene claridad del enfoque y proyección de su negocio, esto es similar a un francotirador que no sabe a qué apuntarle, por lo tanto su habilidad queda obsoleta pues desperdicia su munición, dando disparos sin sentido y dirección, así que un empresario que no conoce a su segmento de mercado es como el novio que no conoce a su novia, al no conocerla no sabe cómo sorprenderla, atraerla y conquistarla y lo más probable es que la pierda a no ser que se tome el tiempo y la dedicación para conocer todo de su vida, sus gustos en fin y esta es precisamente la tarea del emprendedor respecto a conocer su nicho de mercado, un aspecto importante para resaltar aquí es que los dueños de los micronegocios estudiados, respondieron que conocían su nicho de

mercado, pero sus respuestas fueron muy amplias, por ejemplo el dueño de una panadería, respondió que su nicho de mercado era toda la gente cercana a su negocio y respuesta por ese estilo dieron el resto de empresarios, y se sabe que eso no es así. Otro aspecto negativo es que un porcentaje significativo de los negocios no han realizado un estudio de mercado, y esto consolida con firmeza lo expresado anteriormente, ahora lo irónico de este asunto es que el empresario trabaja arduamente todos los días, abriendo muy temprano y cerrando muy tarde las puertas de su negocio para atender al público, pero como no ha hecho un estudio de mercado pues su esfuerzo no está siendo recompensado efectivamente.

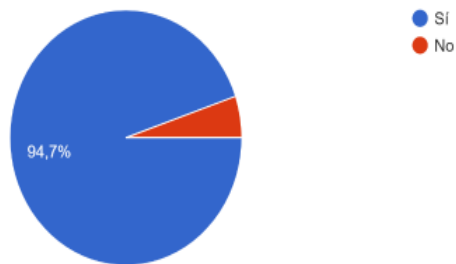
Tabla 5*Contabilidad: Sistematización Procesos Contables*

Efectos positivos	Efectos Negativos						
Sistematización de los procesos contables							
8. ¿Los procesos en su negocio están sistematizados/automatizados? 19 respuestas							
 <p>A pie chart with two segments: a blue segment representing 'Sí' at 63.2% and a red segment representing 'No' at 36.8%. A legend to the right shows a blue dot for 'Sí' and a red dot for 'No'.</p> <table border="1"><thead><tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Sí</td><td>63,2%</td></tr><tr><td>No</td><td>36,8%</td></tr></tbody></table>		Respuesta	Porcentaje	Sí	63,2%	No	36,8%
Respuesta	Porcentaje						
Sí	63,2%						
No	36,8%						
Adecuado manejo del efectivo:							
45. ¿Tiene un adecuado manejo del Flujo de Efectivo? Ó sea tiene control sobre sus ingresos y también sus gastos que recibe de manera permanente en su negocio. 19 respuestas							
 <p>A pie chart with a single blue segment representing 'Sí' at 100%. A legend to the right shows a blue dot for 'Sí' and a red dot for 'No'.</p> <table border="1"><thead><tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Sí</td><td>100%</td></tr><tr><td>No</td><td>0%</td></tr></tbody></table>		Respuesta	Porcentaje	Sí	100%	No	0%
Respuesta	Porcentaje						
Sí	100%						
No	0%						

Claridad en el concepto de liquidez en el micronegocio

49. ¿Tiene claro el concepto de Liquidez en su negocio? Consiste en tener activos que puede inmediatamente vender y tener dinero para soportar su operación comercial.

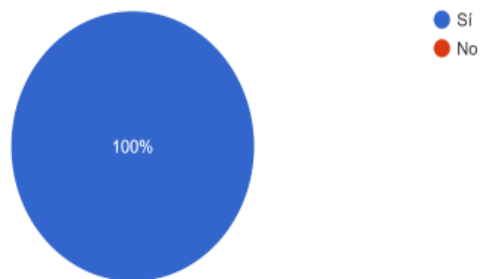
19 respuestas



Conocimiento del margen de rentabilidad

50. ¿Conoce cuál es su Margen de Rentabilidad? Es el valor en porcentaje que puedo ganar por producto, línea de producto o de manera general en el negocio.

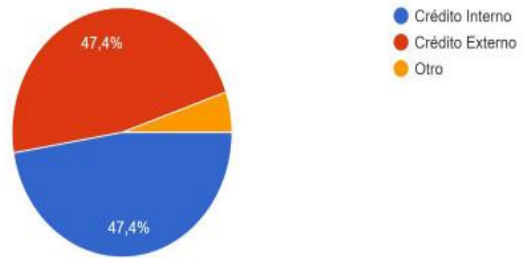
19 respuestas



Conocimiento e implementación de fuentes de financiación

46. ¿Cuáles son las fuentes de financiación de su negocio?

19 respuestas



Discusión de Resultados

Los aspectos estudiados en el área contable son:

Sistematización de los procesos contables

Adecuado manejo del efectivo

Claridad en el proceso y gestión de las cuentas por cobrar y el manejo de crédito

Claridad en el concepto de liquidez

Conocimiento del margen de rentabilidad

Conocimiento e implementación de fuentes de financiación

Es interesante destacar que según la información arrojada por la encuesta y plasmada en la tabla anterior el área más fuerte que tienen los micronegocios es la contable, puesto que los 6 aspectos estudiados son efectos positivos como consecuencia del impacto socioeconómico generado por el COVID-19 en su desarrollo comercial, esto deja leer de manera asertiva varios factores.

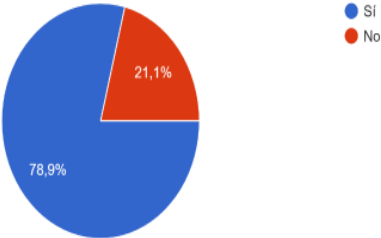
Los emprendedores tomaron muy en serio que el manejo adecuado y estratégico del área contable en el desarrollo comercial de sus negocios es la clave para su permanencia en el mercado y crecimiento saludable y duradero. Las ganancias son la recompensa del arduo trabajo, por lo tanto, hay que manejarlas adecuadamente, teniendo claro que solo un manejo adecuado de ellas, le permitirá a cada emprendedor avanzar y proyectarse, esto se convierte en una ventaja competitiva.

Sistematizar los procesos contables, le permite al emprendedor conocer con claridad y en cualquier momento el estado financiero de su negocio (cuentas por cobrar, cuentas por pagar, cartera, etc.) Solamente cuando se tiene este aspecto claro el dueño del negocio puede proyectarse objetivamente, y esto es la plataforma para que el negocio se sostenga y se desarrolle, es más esto es una herramienta de protección frente a los momentos difíciles que se presentan en su quehacer cotidiano.

En los 6 aspectos estudiados está integrado los factores más importantes en cuanto al conocimiento y manejo contable de un negocio para que el mismo se ancle en las bases de la solidez, la objetividad, seguridad, seriedad y proyección.

Por las razones nombradas, el área contable es el área más fuerte que tienen los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas, esto como consecuencia de que los emprendedores hayan entendido en la etapa postpandemia su importancia y relevancia en el desarrollo comercial de sus negocios y esta es una forma estratégica y óptima de haber hecho frente al impacto y por ende los estragos que dejó la pandemia. Ahora esto les abre un panorama amplio y esperanzador en su proyección y extensión.

Tabla 6*Producto/Servicio*

Efectos Positivos	Efectos Negativos						
Existencia del portafolio de productos o servicios ofrecidos	Tienen definido el producto estrella o bandera.						
<p>42. EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, están siendo tenidos en cuenta en la oferta en su negocio? 19 respuestas</p>  <table border="1"> <caption>Data for Question 42: Portafolio de productos y/o servicios</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>78,9%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>21,1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	78,9%	No	21,1%	<p>Nota: en esta pregunta no hay una imagen estadística ya que la pregunta fue abierta</p>
Respuesta	Porcentaje						
Si	78,9%						
No	21,1%						
Claridad del valor agregado del producto o servicio respecto a la competencia							
<ul style="list-style-type: none"> • Productos frescos y servicios actualizados • Calidad y servicio • Exclusividad • Experiencia • Conocimiento actualizado • Precios • Horario extendido • Permanencia 							

Estrategias empleadas para vender:

- Variedad y existencia permanente de producto y servicio
- Excelente atención al cliente:
 - El personal que atiende al cliente esta debidamente capacitado
 - Escuchar al cliente y dar soluciones a sus necesidades
- Volantes, redes sociales

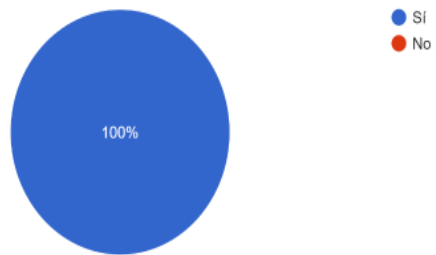
Existencia y desarrollo de fijación de precios

- Con base en la competencia
 - Con base en los precios que ofrecen los proveedores
 - Con base en el mercado
-

Desarrollo de competitividad en la fijación de precios

16. ¿Considera que la lista de precios que tiene su negocio de sus productos y/o servicios; son competitivos?

19 respuestas



Discusión de Resultados

Estos fueron los aspectos que se estudiaron en el área de producto/servicio

Existencia del portafolio de los productos y servicios ofrecidos

Claridad del valor agregado del producto o servicio respecto a la competencia

Estrategias empleadas para vender

Existencia y desarrollo de fijación de precios

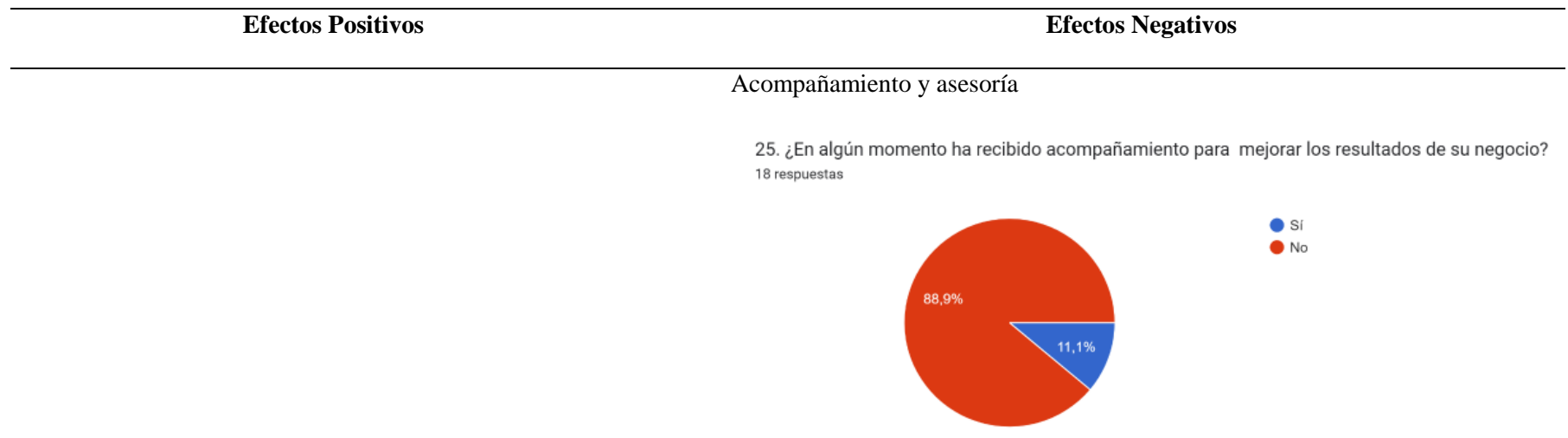
Desarrollo de competitividad en la fijación de precios

Conocimiento y definición del producto estrella

Es interesante poder observar que otra de las áreas fuertes que tienen los micronegocios de Dosquebradas en su desarrollo comercial actual es la de productos y/o servicios, dicha área consiste en el conocimiento y propiedad que los emprendedores tienen del producto o servicio que ofrecen esto se evidencia en la existencia de un portafolio organizado y creativo, la claridad del valor agregado respecto a la competencia, las estrategias que implementan para vender así mismo la estrategia en cuanto a fijación de precios y el desarrollo competente en la fijación de los precios. Lo anterior evidencia que los emprendedores tienen un conocimiento objetivo de lo que ofrecen además desarrollan estrategias asertivas para ofrecer y vender sus productos y/o servicios, y esto se convierte en una ventaja competitiva puesto que cuando el cliente percibe que el empresario tiene un conocimiento sólido y seguro de lo que se ofrece, y además utiliza estrategias eficaces para atraerlo, el mismo está convencido que lo que adquiere es de calidad y que el lugar donde lo adquiere es confiable. Ahora con todas las bondades que tiene esta área, es importante notar que tiene un aspecto negativo y es que los dueños de los negocios aunque

expresan tener definido su producto estrella, sus respuestas fueron muy generales, por ejemplo, se le pregunto al dueño de una panaderia cual era su producto bandera y su respuesta fue el pan.

Y similar a este respuesta fue de los demás empresarios indagados.

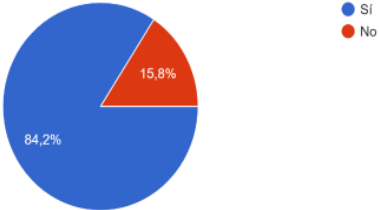
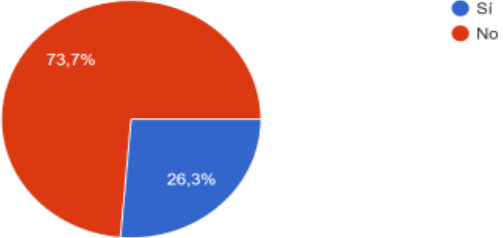
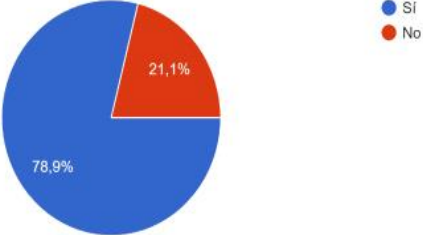
Tabla 7*Relaciones y Apoyo Externo*

Discusión de Resultados

El aspecto que se estudio en el area de relaciones y apoyo externo es del acompañamiento y asesoria.

Es interesante notar que los microempresarios de la comuna 12 de Dosquebradas en un porcentaje significativo 88,9% no han recibido apoyo y asesoría externa para desarrollar sus negocios, esto conlleva a acentuar que los emprendedores no han cultivado relaciones con personas, instituciones o entidades que les ofrezcan un acompañamiento o asesoría en cuanto al manejo y desarrollo de sus negocios en la integralidad de las áreas que lo componen. Esta es una situación que activa las alarmas, puesto que el diseño del ser humano y más en el area empresarial es el de ser acompañado, asesorado, puesto que como dice la expresión popular “uno no se las sabe todas”. Dicha carencia, es un sinónimo de estancamiento, pues el mundo avanza a pasos agigantados, esto por el aporte de personas expertas en el tema de avanzar, ahora en la realidad y cotidianidad de los micronegocios de Dosquebradas el cultivar relaciones para ser acompañado y asesorado es un tema de urgencia, solo aquel que esta rodeado de amigos de relaciones saludables y que aportan al crecimiento podrá crecer de manera saludable y firme. Ahora sería interesante profundizar cuál ha sido el motivo por el cual los dueños de los negocios no han construido relaciones y por ende no han recibido acompañamiento y asesoría, puede ser por que no le ven la importancia requerida, o porque en su intento de construir dichas relaciones no han acertado, en fin sea cual sea la causa es necesario poder conocerla, para poder tomar desiciones objetivas al respecto.

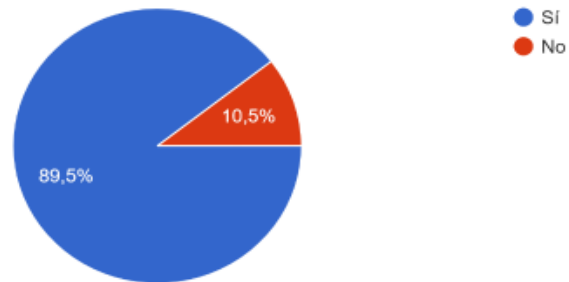
Tabla 8
Proveedores

Efectos Positivos	Efectos Negativos												
<p>Conocimiento de la trayectoria y la situación financiera de los proveedores</p> <p>28. ¿Conoce la trayectoria y la situación económico - financiera de sus proveedores? 19 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>84,2%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>15,8%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	84,2%	No	15,8%	<p>Conocimiento de la filosofía corporativa de los proveedores</p> <p>31. ¿Conoce la Filosofía corporativa, de sus proveedores? 19 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>26,3%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>73,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	26,3%	No	73,7%
Respuesta	Porcentaje												
Si	84,2%												
No	15,8%												
Respuesta	Porcentaje												
Si	26,3%												
No	73,7%												
<p>Conocimiento de la tecnología e infraestructura de los proveedores</p> <p>29. ¿Conoce la Tecnología e infraestructura de sus proveedores? 19 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>78,9%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>21,1%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	Si	78,9%	No	21,1%						
Respuesta	Porcentaje												
Si	78,9%												
No	21,1%												

Conocimiento del servicio postventa de los proveedores

30. ¿Conoce el Servicio Postventa, de sus proveedores?

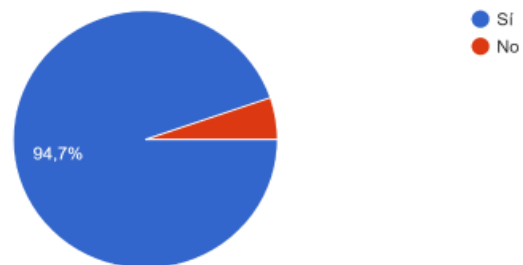
19 respuestas



Los proveedores son aliados estratégicos en el desarrollo del negocio

32. ¿Considera a sus proveedores aliados estratégicos de su negocio?

19 respuestas



Discusión de Resultados

Los aspectos que se estudiaron en el área de proveedores fueron: (Estos fueron los aspectos estudiados en el área de proveedores

Conocimiento de la trayectoria y la situación financiera de los proveedores

Conocimiento de la tecnología e infraestructura de los proveedores

Conocimiento del servicio postventa de los proveedores

Los proveedores son aliados estratégicos en el desarrollo del negocio

Conocimiento de la filosofía corporativa de los proveedores

Es interesante resaltar que el área nombrada se suma a las áreas fuertes que tienen los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas, dichos resultados como lo muestran la encuesta muestra la determinación de los emprendedores de la comuna 12, por conocer a profundidad sus proveedores, esta reacción saludable y asertiva respecto a los efectos causados por el impacto socioeconómico generado por el COVID-19 en el desarrollo comercial de sus negocios, evidencia que para los dueños de los negocios conocer sus proveedores es importante ya que de ellos proviene la materia prima o en su defecto los productos y servicios que ofrecen. El hecho de que uno de los efectos positivos de la pandemia en el desarrollo comercial de los micronegocios en estudio denota el avance y el espíritu creativo de los emprendedores. Ahora en lo que tiene que ver con el efecto negativo que está enfocado en que los dueños de los negocios no conocen la filosofía de los proveedores no es tema tan importante pues es una situación más de forma que de fondo, sin embargo, si es importante conocer este aspecto de los proveedores.

Síntesis de Resultados

Para sintetizar lo expuesto anteriormente en las diferentes tablas es básico resaltar que la caracterización de los negocios se centra en puntualizar y discriminar las áreas que los componen a sus vez los aspectos de cada área que fueron estudiados, paralelo a esto se investigaron los efectos positivos y negativos en cada área, esto con el fin de conocer con profundidad los efectos causados a cada una de las áreas de los micronegocios de la comuna 12 que fueron impactados por la crisis socioeconómica del COVID-19 que es el tercer objetivo específico del proyecto de investigación en cuestión. Para esto se discriminó cada una de las áreas que desarrollan actualmente los micronegocios y que efectos tanto positivos como negativos han impactado su desarrollo comercial en la etapa postpandemia, sumado a esto se realiza una discusión de resultados de acuerdo con lo arrojado en la encuesta y lo que se muestra en las diferentes tablas, resaltando los efectos positivos y negativos que sintetizados se convierten en puntos fuertes y débiles en los micronegocios en su desarrollo comercial actual.

Entonces para simplificar es importante resaltar que las áreas que cuyos efectos en la etapa post-covid fueron positivos y/o negativos respectivamente, y que esto hace que sean los puntos fuertes y débiles de los micronegocios en su desarrollo comercial actual en sus diversas áreas, en la siguiente tabla se describan dichos aspectos:

Tabla 7

Áreas Fuertes y Débiles de los Micronegocios

Áreas fuertes Variables positivas	Áreas débiles Variables negativas
Contabilidad	Estudio de mercado
Producto y/o servicio	Relaciones y apoyo externo
Proveedores	Cliente
Competencia	

Respecto a dicho resultado es importante aclarar que cada una de las áreas tenía aspectos positivos y negativos que las que se puntualizaron como áreas fuertes o débiles respectivamente era porque los aspectos que las integran eran más positivos que negativos y viceversa. Entonces la idea es focalizar la atención en los aspectos débiles de cada área.

Es importante resaltar que las variables de la presente investigación se sintetizan por un lado cada una de las áreas que componen los micronegocios estudio y el impacto del COVID-19 en dichas áreas, en ese orden de ideas hay variables positivas, las áreas que fueron impactadas positivamente por la pandemia y variables negativas, las áreas que fueron afectadas negativamente y como efecto de tal situación está la variable de situación comercial actual. De acuerdo con lo anterior es importante objetar que la segunda variable (situación comercial actual), es dependiente de la primera variable (cada una de las áreas que componen los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas), por ende, la situación comercial de las microempresas en estudio es el resultado del impacto del COVID-19 en las áreas que la conforman.

Relación de Variables

El nivel de escolaridad de los microempresarios es la causante del buen desarrollo del área contable y del manejo de herramientas digitales.

De acuerdo con los datos arrojados por la encuesta evidenciando en cuanto al nivel de escolaridad de los microempresarios estudiados que el 42,1% de ellos son técnicos o tecnólogos, el 31,6% tienen bachillerato y el 15,8% tienen un pregrado, deja en evidencia que los dueños de los negocios que tienen un nivel académico avanzado, conocen la importancia y relevancia del manejo e implementación de herramientas y estrategias que conllevan a un desarrollo saludable y

sostenible de áreas importantes en sus negocios. Así que los emprendedores preparados académicamente son fuertes en:

Contabilidad

Sistematización de sus procesos contables, pues el 63,2% de los micros negocios estudiados tienen sistematizados sus procesos.

Adecuado manejo del efectivo. El 100% maneja bien el flujo de efectivo

Conocimiento de las fuentes de financiación del negocio.

Crédito externo. 47,4%

Crédito Interno 47,4%

Claridad en el concepto de liquidez en el micronegocio

Si. 94,7%

Conocimiento del margen de rentabilidad

Si. 100%

Conocimiento de fuentes de financiación

Implementación de herramientas digitales:

Manejo e implementación de herramientas digitales para dar a conocer su negocio. El 78,9% se apoya en el internet en el manejo de su negocio. Aunque aquí hay un aspecto paradójico que aunque dichos emprendedores manejan el internet no han implementado las páginas web y los blog como medio para dar a conocer su negocio.

El que dueño del negocio tenga una familia conformada (sea casado) hay una posibilidad alta de que tenga hijos, le asegura un desarrollo efectivo el micronegocio en el área contable, en manejo y desarrollo de herramientas digitales y el conocimiento del cliente y la atención.

En cuanto a la vida y desarrollo familiar de los dueños de los micros negocios la encuesta muestra que el 68,4% de los empresarios son casados, es decir que tienen una familia constituida, con la gran posibilidad de que tengan hijos. Ahora el hecho de tener una familia constituida es contar con un equipo de trabajo sólido y permanente puesto que en la mayoría de casos las empresas cuyos integrantes dueño y trabajadores son familiares, se apoyan mutuamente, disminuyendo costos de nómina y contratación de personal externo. Además, esto favorece potencialmente el manejo del micronegocio en las diferentes áreas, pues la encuesta arroja que las áreas a nombrar son las más fuertes en los micronegocios actualmente y esto es producto de tener un equipo sólido y que caminen en la misma dirección, con el mismo propósito. Dichas áreas se describen a continuación.

Manejo de la contabilidad:

el 63,2 % de los micronegocios tienen sistematizados sus procesos contables

Manejo de herramientas digitales como las redes sociales

El 78,9 % de los emprendedores se apoyan en el internet para desarrollar y potencializar su negocio.

Conocimiento del cliente y cómo atenderlo:

El 57,9% de los micronegocios ha construido una base de datos de sus clientes

El 73,6 % Tienen en cuenta las opiniones, motivaciones, y necesidades del cliente

Un porcentaje significativo tiene conocimiento en cuanto a la concentración del nivel socioeconómico de sus clientes.

Estrato 3. 89,5% Esto solo lo puede hacer un emprendedor que cuenta con un equipo comprometido y en Colombia y Dosquebradas es característico que las empresas familiares se consoliden bajo el principio de sentido de pertenencia y trabajo en equipo. Un dato importante a resaltar aquí es que el emprendedor conociendo que el estrato socioeconómico de sus clientes podrá proyectar y visionar su negocio a ofrecer productos y servicios de mejor calidad, sin detenerse a pensar tanto en el precio, pues las personas de dicho nivel socioeconómico cuando se trata de adquirir productos o servicios se enfocan en la calidad del producto no en su precio, el precio es secundario frente a la calidad, este es algo que no se puede pasar desapercibido y un emprendedor que tenga este aspecto claro pues podrá proyectarse objetivamente.

Ahora es importante denotar que el impacto de la pandemia sobre cada uno de las áreas que conforman los micronegocios en estudio, afecta directamente su situación comercial, dicho esto es básico afirmar que las variables de investigación se sintetizan en cada una de las áreas que estructuran los micronegocios y en su situación comercial actual, y que la segunda variable es dependiente de la primera.

Conclusiones

Resultados

Los resultados obtenidos en la investigación evidencian que de las 7 áreas estudiadas que componen la estructura de los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas y que sobre esta realidad se conoce el estado de su situación comercial 3 de ellas fueron afectadas negativamente por el COVID-19 como consecuencia de que en la llegada de la pandemia dichas áreas eran vulnerables y que el 4 fueron impactadas positivamente (la pandemia puso en evidencia estas ventajas) como consecuencia de que en la llegada de la pandemia dichas áreas fuertes.

Importancia:

La importancia de la presente investigación trasciende a 2 aspectos importantes

El desarrollo de la ciencia, pues produce conocimiento científico (investigación básica) en las ciencias de la economía y la empresa, pues las investigaciones existentes en la actualidad de esta índole y de este calibre son reducidas, pese a que es un tema de tamaño universal

Resuelve problemas del entorno (investigación aplicada), porque estudiando los efectos de la pandemia en la situación comercial actual de los micronegocios, una de las bases importantes en el avance de la economía nacional y local por su aporte en el desarrollo económico, se podrá diagnosticar dicha situación y ese diagnóstico se convertirá en insumo para diseñar estrategias para la generación de valor en sus actividades económica esto facilitará su crecimiento y desarrollo beneficiando también a los habitantes de la comuna 12 de Dosquebradas puesto que los mismos son la fuente de provisión de los productos y servicios que ellos consumen diariamente y de los cuales depende su subsistencia

Hacia donde conduce la investigación

Al desarrollo saludable y perdurable de estas unidades productivas, puesto que conociendo los efectos de la pandemia sobre el funcionamiento de su situación comercial actual en cada una de las áreas que los componen, se podrán desarrollar estrategias que conlleven a su sanidad y crecimiento saludable

Recomendaciones

Es interesante poder observar que el objetivo de caracterizar los micronegocios de la comuna 12 de Dosquebradas en lo concerniente a los efectos en su desarrollo comercial por la crisis socioeconómica generada por la pandemia en su desarrollo comercial es conocer precisamente el impacto en cada una de las áreas que las integran es poder posteriormente brindar una asesoría y acompañamiento sistemático para que los mismos se desarrollen y se cumplan objetivos bidireccionales, por un lado el microempresario es apoyado para que su negocio surja y por ende su calidad de vida mejora y por otro lado la UNAD pueda desbordar su ADN de servir a la comunidad, de ser relevante en el medio donde se desenvuelve, aportando desarrollo y progreso a la comunidad. Según lo anterior hay unas recomendaciones para cada área de acuerdo con lo encontrado en la investigación.

Área: Cliente

Como la idea es apoyar a los empresarios en cuanto a sus áreas débiles, como consecuencia del impacto del COVID-19 en el desarrollo comercial de los micronegocios, la recomendación es implementar capacitaciones, campañas y un acompañamiento sistemático y permanente a los empresarios en temas como caracterización del cliente, identificación y creación de nuevas oportunidades de negocio con los clientes actuales, dichas oportunidades surgen a partir con lo que cada empresario cuenta, es decir que la idea es ampliar la gama de productos y servicios en la línea que viene trabajando con el fin de aprovechar los clientes actuales, y la anticipación de las necesidades del cliente, esto solo lo hará un empresario proactivo que entiende que el cliente es su prioridad, él es el centro del negocio.

Área: Estudio de Mercado

La idea es que la universidad despliegue capacitación y acompañamiento en esta área en aspectos importantes como en la construcción y realización objetiva, sencilla y útil de un estudio de mercado, aquí es importante capacitar en que es un estudio de mercado, para que sirva, quienes lo deben hacer, cuando deben hacerlo, que estrategias usar para realizarlo, etc.

Área: Contable

Es importante entender que en el argot empresarial el hecho de que un negocio tenga puntos fuertes en su desarrollo no quiere decir que se va a conformar la idea es fortalecer dichos puntos para continuar avanzando con paso firme. De acuerdo con lo anterior y aprovechando el empeño que la UNAD tiene de capacitar y acompañar a los emprendedores de la comuna 12 de Dosquebradas en el desarrollo comercial de sus negocios es necesario potencializar su área más fuerte la contabilidad. La manera óptima sería actualizar a los dueños de los negocios en los conocimientos actuales de la contabilidad a nivel de sus negocios, en cuanto a la sistematización del área contable sería interesante darles a conocer los nuevos software contables que hay en el mercado, su utilidad, ventajas, etc. Ahora también se les puede enseñar estrategias en cuanto a inversión, manejo de crédito, como hacer que su negocio sea más rentable en fin todo lo relacionado al manejo adecuado y estratégico de los recursos económicos con los que cuentan para desarrollar su negocio

Área: Producto y Servicio

Mediante la capacitación, asesoría y acompañamiento brindado por la Universidad, potenciando aquellos aspectos en los cuales el micronegocio es fuerte la manera como se podría hacer es ofreciendo herramientas que les ayude en dicho proceso, por ejemplo en cuanto al desarrollo de un portafolio de servicios que el mismo se pueda diseñar de manera creativa, actual y relevante. Ahora en cuanto al aspecto débil que es el desconocimiento del producto estrella, sería muy importante capacitar a los dueños de los negocios en la identificación de su producto estrella, esto conlleva a enseñar como identificar el producto, y como posicionarlo.

Área: Relaciones y Apoyo Externo

Capacitar y asesorar a los emprendedores en cuanto a la importancia y relevancia de construir relaciones significativas en cuanto al manejo y desarrollo integral de sus micronegocios

Brindar estrategias prácticas y asertivas en como desarrollar relaciones significativas en pro del avance de negocio.

Área: Proveedores

Realizar un acompañamiento y asesoría que potencie los aspectos fuertes de esta área tan importante en el desarrollo los micronegocios. Es importante recordar que el objetivo de conocer los efectos tanto positivos como negativos del impacto causado por el COVID-19 en el desarrollo comercial de los micronegocios de la comuna 13 de Dosquebradas es poder por un lado potencializar aquellos efectos positivos que sintetizándolos se convierten en los aspectos fuertes del negocio y por otro lado es diagnosticar por qué los efectos negativos e implementar canales de acción que conlleven a desarrollar dichas áreas con sus aspectos relacionados.

Sintetizando lo anterior las recomendaciones van encaminadas en 2 aspectos fundamentales

Investigación básica (producción de conocimiento): en cuanto a la producción de conocimiento sería interesante que en futuras investigaciones de esta índole se explorara en las distintas y múltiples formas que se pueden encontrar para caracterizar los micronegocios en lo referente a los efectos de la pandemia en las áreas que lo componen, ya que según el marco teórico dicho tema se ha estudiado así:

Desde los efectos positivos y negativos de la pandemia en el funcionamiento general de los micronegocios

Los efectos tanto en la demanda como en la oferta

En la presente investigación se estudiaron los efectos positivos y negativos del coronavirus en el funcionamiento en cada una de las áreas que lo componen. Esto lo hace novedoso. De acuerdo con lo anterior como se mencionó arriba encontrar más formas de estudiar los micronegocios respecto al impacto de la pandemia en su desarrollo sería el desafío. Se podría estudiar los efectos positivos y negativos de la pandemia en los micronegocios desde la óptica de los clientes, o en un panorama conjunto micronegocio y clientes y como dicho impacto, afecta la cotidianidad de cada uno de los agentes nombrados.

Investigación aplicada (resuelve problemas del entorno): En cuanto a la resolución de problemas del entorno la recomendación sería:

Desplegar esta investigación a escalas de economía macro multinacionales, almacenes de cadena.

Extender el estudio a otras zonas de Dosquebradas, sería interesante que el mismo estudio o en su defecto con la misma intención se extendiera a las 11 comunas de Dosquebradas y esto se convirtiera en una prueba piloto a nivel departamental.

Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Dosquebradas. (2023). Información estadística municipal.
https://planeacion.dosquebradas.gov.co/index_estadistica.html
- Banco Mundial (2020a). Informe Perspectivas económicas mundiales. Banco Mundial.
- Banco Mundial. (2020b, 8 de junio). La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial.
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Banco Mundial. (2021, 17 de febrero). Seguimiento de un año sin precedentes para los negocios, en todo el mundo. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2021/02/17/tracking-an-unprecedented-year-for-businesses-everywhere>
- Banco Mundial. (2022). Informe sobre el desarrollo mundial 2022.
<https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane). (2023, 31 de agosto). Boletín técnico. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-IITrim2023.pdf>
- El País. (2021, 3 de febrero). El COVID se lleva por delante a 207.000 empresas y 323.000 autónomos en apenas medio año.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/03/economia/1612367119_734627.html
- El Tiempo. (2020, 4 de octubre). Por covid-19, 10% de microempresas colombianas se declara en quiebra. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-impacto-de-la-pandemia-en-las-microempresas-de-colombia-541512>
- Fandiño Isaza, J. R., Dalmutt Kruger, S., Zanin, A., Baquero Márquez, V. J., Dávila Coa, L. M., Zanella, C. y Conte, A. (2022). Caracterización en la gestión de innovación de pymes por

- efecto del coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(1), 87-109.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019, 5 de junio). Decreto 957. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d-8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023, 21 de abril). Las microempresas fortalecen el tejido empresarial colombiano. <https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/microempresas-fortalecen-el-tejido-empresarial>
- Ministerio del Trabajo. (2019). “MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia”: ministra Alicia Arango. <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2022, 5 de mayo). Las muertes por COVID-19 sumarían 15 millones entre 2020 y 2021. <https://news.un.org/es/story/2022/05/1508172#:~:text=Unos%2014%2C9%20millones%20de,de%20la%20Salud%20>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2024). Coronavirus. https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Organización Panamericana de la Salud. (OPS). (s. f.). Enfermedad por el coronavirus (COVID-19). <https://www.paho.org/es/enfermedad-por-coronavirus-covid-19>
- Pucuna, J. J. (2022). *Efectos de la pandemia de la COVID-19 en las microempresas comercializadoras de prendas de vestir, que se localizan en la ciudad de Riobamba,*

provincia de Chimborazo, durante el año 2020 [Tesis de grado]. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18325/1/12T01641.pdf>

Revista Semana. (2016, 13 de abril). MiPymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. <https://www.semana.com/edicion-impresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395/>

Villa Castaño, L. y Perdomo-Ortiz, J. (2022). Covid-19 y microempresas: un estudio exploratorio en Bogotá-Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 781-800. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37847>