

Emprendimientos para un entorno económico colombiano posterior a la pandemia

Carlos Mario Sánchez Cárdenas

Facultad de Ingeniería

Ingeniería Industrial

Ibagué, 2020

Emprendimientos para un entorno económico colombiano posterior a la pandemia

Carlos Mario Sánchez Cárdenas

Trabajo de grado que se presenta como requisito parcial para optar al título de:
Ingeniero Industrial

Director:

Ing. Jorge Enrique Núñez Díaz

Facultad de Ingeniería

Ingeniería Industrial

Ibagué, 2020

Resumen

La situación actual que vive la sociedad a causa de la pandemia por el covid-19 que ha llevado a los gobiernos a tomar medidas como el distanciamiento social, el autoaislamiento y las restricciones de viaje, han llevado a una fuerza laboral reducida en todos los sectores económicos y han causado la pérdida de muchos empleos. En este sentido, este proyecto pretende servir como una guía que estudia las ideas de negocio que se adaptan a las nuevas condiciones del mercado por medio de la redacción de un documento para la divulgación en la comunidad académica, de estudiantes y egresados. Esto se logró recurriendo a la investigación en la literatura en bases de datos especializadas e información recolectada en fuentes primarias, secundarias y terciarias que permitió hacer un análisis de la coyuntura económica colombiana como consecuencia de la pandemia y analizar los emprendimientos que pueden surgir como exitosos en esta época de coyuntura. Además, se describen los factores distintivos de emprendimiento que generan la posibilidad de éxito en los casos estudiados. A este respecto, el presente documento espera apoyar a empresarios que se deben adaptar a la situación actual y a futuros emprendedores que desean incurrir en el mundo empresarial.

Palabras clave: (Emprendimiento, Economía, Pandemia, Coyuntura)

Abstract

The current situation in society due to the covid-19 pandemic that has led governments to take measures such as social distancing, self-isolation and travel restrictions, have led to a reduced workforce in all sectors economic and have caused the loss of many jobs. In this sense, this project aims to design a guide that proposes business ideas that adapt to new market conditions by writing a document in monograph format for dissemination in the academic community, students and graduates. This under the investigation in the literature in specialized databases and information collected in primary secondary and tertiary sources to identify the economic conditions of Colombia as a consequence of the pandemic and the ventures that may emerge as successful in this time of juncture, in addition, They will describe the arguments that generate the possibility of success in the studied ventures, in order to support entrepreneurs who must adapt to the current situation and future entrepreneurs who are interested in this information to start in the business world.

Keywords: (Entrepreneurship, Economy, Pandemic)

Contenido

Lista de figuras	5
Lista de tablas.....	7
Introducción	8
Capítulo 1. Planteamiento y justificación del problema	9
1.1 Antecedentes y referentes del problema	9
1.2 Justificación del problema	11
Capítulo 2. Objetivos	15
2.1 Objetivo general.....	15
2.2 Objetivos específicos.....	15
Capítulo 3. Marco de referencia.....	16
3.1 Marco teórico	16
3.1.1 Desarrollo económico	16
3.1.2 Crecimiento económico	18
3.1.3 Ley de oferta y demanda	19
3.1.4 Sistemas de gobierno	20
3.1.5 Sistemas económicos	21
3.1.6 Clasificación de las empresas	22
3.1.8 Éxito empresarial	23
3.1.9 Recesión económica.....	25
3.2 Estado del arte.....	26
3.2.1 Filosofía de emprendimiento	26
3.2.2 Estructura guía para iniciar un plan de negocio	28
3.2.3 Crecimiento y desarrollo económico	33
3.2.4 El rol de las instituciones académicas.....	36
3.2.5 Coyuntura económica colombiana a causa de la pandemia	37
Capítulo 4. Metodología	43
Capítulo 5. Análisis y discusión de resultados.....	50
5.1 Contexto económico colombiano	50
5.2 Análisis de coyuntura económica colombiana	51
5.2.1 Acontecimientos:.....	51
5.2.2 Escenarios.....	73
5.2.3 Actores	74
5.2.4 Relación de fuerzas	76
5.2.5 Articulación.....	78
5.3 Emprendimientos exitosos en Colombia durante la pandemia	80
5.4 Factores distintivos de emprendimiento que generan la posibilidad de éxito	94
5.4.1 Información del emprendimiento	94
5.4.2 Perfil del emprendedor.....	96
5.4.3 Enfoque estratégico	100
Capítulo 6. Conclusiones y Recomendaciones	105
6.1 Conclusiones	105
6.2 Recomendaciones	106
Referencias Bibliográficas.....	109

Lista de figuras

Figura 1. Los sectores más afectados por el desempleo	13
Figura 2. Excedente de los consumidores y los productores en el punto de equilibrio para las curvas de oferta y demanda.....	20
Figura 3. Clasificación de las empresas.....	23
Figura 4. Tasa de variación del PIB en un periodo de tiempo trimestral	27
Figura 5. Conceptos de creatividad e innovación	30
Figura 6. Estrategias de creatividad.....	31
Figura 7. Actividad empresarial y crecimiento del PNB (Producto Nacional Bruto)	35
Figura 8. Percepción sobre oportunidades de emprendimiento en Colombia	36
Figura 9. Percepción de las capacidades y miedo al fracaso de los emprendedores en colombianos	37
Figura 10. Percepción sobre oportunidades de emprendimiento en Colombia	38
Figura 11. Tasa global de participación, ocupación y desempleo del 2020 con respecto al 2019.....	40
Figura 12. Comportamiento de indicadores de producción y ventas durante el segundo trimestre de 2020 en comparación con el segundo trimestre de 2019	41
Figura 13. Sectores económicos beneficiados y perjudicados a causa de la pandemia	42
Figura 14. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 (primer trimestre).....	50
Figura 15. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 (segundo trimestre)	51
Figura 16. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 (tercer trimestre)	52
Figura 17. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 (cuarto trimestre)	53
Figura 18. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional Enero - marzo (2011 - 2020)	55
Figura 19. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad	55
Figura 20. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional Mayo - Julio (2011 - 2020)	56
Figura 21. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad (segundo semestre)	57
Figura 22. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional Agosto - Octubre (2011 - 2020)	58
Figura 23. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad (tercer trimestre)	58
Figura 24. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional Agosto - Octubre (2011 - 2020)	59
Figura 25. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad	60

Figura 26. Recaudo del gobierno nacional por tipo de impuesto (Variación anual)	61
Figura 27. Recaudo del Gobierno Nacional por tipo de impuesto (Variación anual)	62
Figura 28. Balance Fiscal del GNC anual	63
Figura 29. Variación anual nominal de los ingresos tributarios de la DIAN.....	64
Figura 30. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto	65
Figura 31. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto	66
Figura 32. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto	67
Figura 33. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto	68
Figura 34. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) primer trimestre	69
Figura 35. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) primer trimestre	69
Figura 36. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) segundo trimestre	70
Figura 37. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) segundo trimestre	70
Figura 38. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) tercer trimestre	71
Figura 39. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) tercer trimestre	71
Figura 40. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) cuarto trimestre	72
Figura 41. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) cuarto trimestre	73
Figura 42. Tasa cambio vs petróleo Brent.....	74

Lista de tablas

Tabla 1. Las motivaciones y características de los emprendedores.....	48
Tabla 2. Información del emprendimiento (resultados de los casos analizados)	91
Tabla 3. Perfil del emprendedor (resultados de los casos analizados – parte 1).....	93
Tabla 4. Perfil del emprendedor (resultados de los casos analizados – parte 2).....	96
Tabla 5. Enfoque estratégico del emprendedor durante la pandemia (resultados de los casos analizados)	97

Introducción

La pandemia actual ha provocado una crisis mundial sin precedentes. Gobiernos, investigadores y ciudadanos de todo el mundo están luchando para responder a la propagación del SARS-CoV-2, el virus que causa la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19). Más allá de la tragedia humanitaria, el virus también está teniendo un impacto local y global en las economías de todo el mundo.

Los efectos, no sólo del confinamiento, sino de los temores y preocupaciones que rodean los efectos imprevisibles de la COVID-19 causaron una crisis que amenaza el funcionamiento y desempeño de las empresas. Los empresarios no siempre están preparados para afrontar periodos de crisis económicas, pero sin duda nadie se había preparado para los eventos de lo ocurrido en el año 2020. Esto ha producido una paralización de gran parte de la actividad debido a los cierres temporales o definitivos de la actividad y los descensos de la demanda, generando a su vez una alta incertidumbre y una gran pérdida de capital humano.

Este trabajo surge de la necesidad de conocer como esta singular situación, nunca vivida hasta el momento, afecta a los emprendedores en su actividad empresarial. Para ello, esta investigación parte del análisis de la literatura sobre emprendimiento y un análisis de coyuntura económica con la cual se analizó la situación económica colombiana durante el año 2020 tras los efectos de la pandemia y la importancia que tienen los emprendimientos en la economía de un país.

Tras la revisión en la literatura, se hace una selección de 30 emprendimientos que han logrado el “éxito empresarial” durante la coyuntura en Colombia, esto para conocer cuáles ideas de negocio son las que tienen mejores probabilidades de mantenerse en el mercado competitivo en este tipo de situaciones. Posteriormente, de los 30 emprendimientos seleccionados, se realiza un análisis cualitativo y cuantitativo de 10 empresarios ubicados geográficamente en la ciudad de Ibagué por medio de una encuesta estructurada. Este análisis pone de manifiesto los principales factores y características de emprendimiento que proporcionaron el éxito a los empresarios.

Finalmente, se espera que este trabajo sirva como guía para aquellos emprendedores que están interesados en crear empresa o que apenas cuentan con una idea negocio, así mismo, compartirlo con la comunidad académica y con los empresarios que ya cuentan con experiencia emprendedora que pretenden adaptarse al contexto social y económico actual.

Capítulo 1. Planteamiento y justificación del problema

1.1 Antecedentes y referentes del problema

A lo largo de la historia la humanidad se ha enfrentado a situaciones similares a la causada por la actual pandemia, bien sea, por otras enfermedades virales, o, bien sea por guerras civiles con consecuencias catastróficas en la economía mundial, aunque son épocas distintas, estas experiencias sirven como enseñanza para afrontar y superar la situación actual. Las pandemias han sido habituales durante toda la historia, pero las más cruentas por su mortalidad y consecuencias fueron la peste negra o peste bubónica de 1346 y la gripe española de 1918.

La peste negra que fue Importada desde Asia a Italia en una época de grandes contactos comerciales lo que al principio parecía una gripe fue capaz de acabar en apenas cinco años (1346-1351) con hasta el 60% de las poblaciones europeas, sin distinguir grupos ni clases sociales. Fue tal el shock que las ciudades se quedaron, literalmente, sin apenas trabajadores y los campos sin campesinos (El País, 2020), esta fue la principal razón por la cual se vio afectada la economía en aquella época.

En la investigación: “Enseñanzas de una pandemia: la peste negra”, Martínez (2020) revela que, debido a la morbilidad, curiosamente mucho más alta en zonas rurales y con menos densidad de población, supuso la despoblación de muchos núcleos rurales, la pérdida de rentas de señores y terratenientes y una inflación disparada de productos básicos, combatida con una subida de salarios.

En cuanto a la gripe española de 1918, catalogada como la mayor catástrofe sanitaria de la historia por los 50-100 millones de muertos. Los primeros casos registrados fueron en el estado de Kansas en EE. UU en el primer trimestre de 1918, donde se identificó el caso cero de la gripe y por lo cual se denominó a esta virosis como la "Gripe de Kansas". Así lo señala el monográfico: “La pandemia de Gripe de 1918: Mitos y realidades desde la literatura científica” (Mejías, Domínguez, & Blanco, 2018), además la investigación indica que el miedo se apoderó de la población, provocando situaciones dramáticas como el aislamiento social y la estigmatización de la enfermedad, La gente se ausentaba de sus trabajos ante el miedo a salir de casa, produciendo un efecto directo y desastroso sobre la economía.

Según un estudio de Mackenzie y Wiegand (2016), algunos indicadores muestran que tanto la producción industrial de EE.UU. como el índice de actividad empresarial sufrieron una caída en octubre de 1918, es decir, en el apogeo de la epidemia, pero luego se recuperó rápidamente. La revista ABC en su publicación sobre las catastróficas consecuencias económicas que dejó la gripe española de 1918, revela que un estudio reciente del Ministerio de Hacienda de Canadá estima que el impacto global sobre el PIB anual fue de solo un 0,4 %. Algunas zonas deprimidas concentraron la peor parte.

Pero la humanidad, de alguna u otra manera, siempre ha logrado superar las grandes crisis económicas sufridas a lo largo de la historia un ejemplo claro son los sectores económicos que se fortalecieron durante las guerras mundiales, según la revista digital

de historia y ciencias sociales en la primera guerra mundial la riqueza de los estados sufrió un dramático descenso: Francia perdió más del 30%, Alemania cerca del 25 %, el Reino Unido el 32%, Italia el 26%. Sin embargo, países como Estados Unidos se vio menos afectado y su economía se colocaría a la cabeza del mundo, salió económicamente fortalecido de la guerra. Sus exportaciones de alimentos se duplicaron a lo largo de la guerra y sus préstamos fueron fundamentales a la hora de financiar a los aliados (Revista digital de historia y ciencias sociales, 2018).

La guerra también afectó a las economías de los países neutrales, que pasaron a aprovisionar a las grandes potencias mundiales, la guerra provocó que las naciones más poderosas, que habían monopolizado los mercados internacionales, pasaran a necesitar los recursos y materias primas de otros estados de menor envergadura. En este sentido, merece señalar un ejemplo como el caso de España, que no participó en el conflicto. Sin embargo, se vio favorecida, pues sus exportaciones aumentaron y también mejoró su desarrollo industrial (Economipedia, 2017).

Durante la segunda guerra mundial, los sectores más favorecidos fueron el sector petrolero y el sector agrícola, países como Estados Unidos registraron un gran crecimiento económico, el conflicto supuso que millones de hombres dejaran sus trabajos en las fábricas para ir a la guerra, con lo que muchas mujeres ocuparon sus puestos. Mujeres a las que les había sido imposible encontrar un trabajo durante la Gran Depresión consiguieron un empleo en la industria norteamericana (Economipedia, 2017).

Según la enciclopedia económica en línea (Economipedia), las democracias occidentales: Francia, Gran Bretaña y Estados Unidos formaban parte de sistemas económicos de libre mercado, mientras que los países sometidos a regímenes dictatoriales como Japón, la Unión Soviética, Alemania e Italia dejaban la planificación de la economía en manos del estado. Un hecho común en muchos países fue que la industria resultó ser un elemento determinante y una vez comenzó el conflicto, la industria orientada a la producción de bienes de consumo fue sustituida por la industria pesada.

Algunas empresas surgieron o fortalecieron sus marcas y se dieron a conocer en tiempos de conflicto. Según el portal de noticias Actualidad RT, el portal Business Insider ha realizado una recopilación de estas empresas:

- Jeep: comenzaron a producirse en el año 1941 especialmente para los militares. Los Jeeps Willys MB se convirtieron en los vehículos habituales de cuatro ruedas motrices del Ejército estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial
- Ray-Ban: Las gafas que probablemente sean las más conocidas del mundo, las desarrollaron durante la guerra como un encargo del Cuerpo Aéreo estadounidense para reducir las náuseas y los dolores de cabeza que los pilotos estaban experimentando al volar a gran altitud.
- Kotex: sus productos comenzaron a utilizarse como gasa médica para el auxilio de los soldados durante la Guerra y fueron las enfermeras las que las adaptaron para la higiene personal femenina.

- Hugo Boss: era el nombre de un miembro del partido nazi que en el año 1928 se convirtió en el proveedor oficial de los uniformes de organizaciones dentro el partido Nacional Socialista.
- Super Glue: El resistente pegamento fue descubierto en 1942 cuando un equipo de científicos buscaban un material para fabricar mirillas de plástico transparente para las armas de guerra.
- Fanta: fue inventada a raíz de un embargo comercial sobre la importación de jarabe de Coca-Cola en la Alemania nazi durante la segunda guerra Mundial. Coca-Cola relanzó la Fanta en todo el mundo en el año 1955.
- Motorola: empresa estadounidense originalmente comenzó como fabricante de baterías con el nombre de Galvin Manufacturing Corporation, pero en el año 1940, un año después del comienzo de la Segunda Guerra Mundial, Motorola producía la radio Handie-Talkie AM.
- Duct Tape: La cinta americana fue creada por Johnson durante la segunda guerra mundial, cuando los soldados tenían la necesidad de una cinta fuerte, flexible y resistente al agua que pudiera reparar su maquinaria, equipo y municiones.
- Burger King: en 1953 nació todo un símbolo del modelo de vida norteamericano creado en la época del postconflicto.

Estas empresas son un gran ejemplo de superación para todos los empresarios y emprendedores que están atravesando una situación difícil a causa de la actual pandemia, que aprovecharon una oportunidad de crecimiento en medio de una situación adversa. La crisis es también una oportunidad de negocio, en una situación de crisis surgen muchas más necesidades y, por tanto, muchas más oportunidades de negocio.

1.2 Justificación del problema

La pandemia causada por el SARS COV-2 (Covid 19) a nivel mundial y con su llegada a Colombia en el 2020, fueron afectados todos los sectores económicos y sociales, las consecuencias se han visto en todas las finanzas personales y empresariales, además de la salud de los contagiados según lo manifiesta el DANE y las estadísticas del periódico financiero PORTAFOLIO, con lo que se calcula una recesión económica más fuerte inclusive que la vivida en 1999 para Colombia (Portafolio, 2020).

Según los informes de Corficolombiana, una entidad fundada en 1945 con el propósito de realizar inversiones en los sectores más influyentes en la generación de empleo del país, expresan que los sectores con mayor vulnerabilidad ante la presente pandemia, son: El hotelero, los restaurantes, el comercio minoritario y el entretenimiento. De la misma manera, se esperan fuertes vientos para el sector de la construcción, la industria (en especial la automotriz) y el sector inmobiliario. Estas afectaciones recaen directamente sobre las finanzas personales de quienes realizaban actividades profesionales en esos sectores (Portafolio, 2020). La siguiente grafica muestra con un índice ponderado de vulnerabilidad de 0 a 100, los sectores afectados por la cuarentena, cada una clasificada con un color, en donde el mayor riesgo de bancarrota se presenta en rojo (ver *Figura 1*).



Figura 1. Los sectores más afectados por el desempleo
Fuente: Portafolio (2020)

El hecho que sea necesaria una cuarentena y el comercio no pueda tener el mismo dinamismo, generó desempleo a niveles sin precedentes como lo informa la revista dinero con un valor del 21.4% para mayo de 2020, una cifra alarmante si se compara con el 10.5% que se presentó el mismo mes del año pasado.

El departamento del Tolima (y en especial Ibagué) no es ajeno a esta situación, pues para junio de 2020 en Ibagué ya se habían perdido 78.000 empleos por causa de la cuarentena causada por el Covid-19 posicionando a la ciudad como la segunda a nivel nacional con personas desocupadas, esto se traduce en que el 31.7 % de la población ibaguereña se encuentra sin trabajo para esa fecha (El olfato, 2020).

Si bien está claro que éste virus afectó la salud de las personas y que son más propensos a complicaciones quienes tienen preexistencias tales como la diabetes o ineeficiencias pulmonares como lo manifiesta OPS, análogamente, la desaceleración del mercado afectó más a las empresas con falencias en sus modelos de negocios, especialmente por la inadaptabilidad de tales modelos a las nuevas condiciones que impuso la cuarentena (Mayo clinic, 2020).

El Covid 19 retiró el velo de los ojos a los empresarios actuales para mostrarles cuales eran sus debilidades antes de la pandemia y que se enfatizaron durante ella, esa inadaptabilidad de sus modelos de negocios los obligó a despedir a todos o parte de sus empleados, muchos de ellos profesionales, por lo tanto, una situación que le compete a las universidades poner sobre la mesa.

Fue aquí donde cayó otro velo de los ojos, pero esta vez, de los ojos de los egresados. Esta situación de la pandemia enfatizó la siguiente problemática para ellos: La mayoría de los empleos actuales no son sostenibles en estas nuevas condiciones y las garantías de su empleador en raras ocasiones va más allá de contratos a término fijo, inevitablemente, en algún momento de su vida laboral, estos profesionales quedarán solos y a su suerte financiera cuando pierdan su empleo o acaben sus contratos, sea durante la pandemia o después de ella, y esto no es una problemática reciente causada por el COVID 19 sino reforzada por él, pues, ya para 2011 se verificaba por parte del

Ministerio de Trabajo que solo el 24% de los profesionales laboralmente activos vinculados a una empresa contaban con la garantía de un contrato a término indefinido (Portafolio, 2011).

Esta situación tiene como consecuencia que los profesionales que no hayan implementado previamente un emprendimiento con un modelo de negocio adaptable o a prueba de una pandemia, están destinados al fracaso financiero si el mundo sigue sin un tratamiento para el Covid-19 y/o una vacuna.

Ciertamente, sería muy útil que desde la universidad de Ibagué se divulgara una investigación relacionada a los emprendimientos que pueden surgir como exitosos en estos momentos de coyuntura, esto como una estrategia que ofrezca opciones laborales tanto a sus egresados como a los recién graduados, haciendo énfasis en ingeniería industrial a quien se dirige este proyecto.

Con base en los datos anteriores, se puede afirmar que actualmente se presentan tasas de crecientes de desocupación y se pone de manifiesto un problema de desempleo que el país entero deberá enfrentar al cual es pertinente buscar una solución en el menor tiempo posible, esto con el fin de mitigar el impacto y en especial para la región del Tolima y su capital.

De aquí que se argumente la necesidad de la redacción de una monografía, que, por su naturaleza investigativa, permita obtener desde diferentes fuentes de información (inclusive empíricas) y desde surtidos puntos de vista (no necesariamente con una rigurosidad científica), la solución de este problema tomando el emprendimiento como una opción, en vez de esperar a la ejecución de mecanismos de solución por parte del gobierno, los cuales, demorarían mucho más tiempo en surtir efecto sobre los casos particulares de los profesionales (de la Universidad de Ibagué y de otras), según lo manifiesta el periódico PORTAFOLIO.

La investigación por medio de una monografía y la divulgación de los resultados a través de un artículo escrito a través de una universidad conocida tiene como beneficiarios a todos los profesionales egresados de las universidades de Colombia y próximos graduandos, en especial, a los de la región Tolimense ya que el estudio se realiza como un documento nativo de la ciudad y Universidad de Ibagué. Los resultados de este estudio pueden impulsar la a la formación de empresas en el departamento ya que sirve como guía y como referente, al tiempo que es un gestor del ánimo para emprendedores tempranos.

Los resultados de esta monografía serían un punto de inicio para incubar ideas de negocios que generen empleo a mediano y largo plazo, como lo manifiesta la revista: FORBES. Un artículo final con resultados de investigación, se establecería como una guía para los nuevos emprendedores y para las empresas Tolimenses ya establecidas, pues a partir de ello, se podrán tomar las medidas necesarias para ser sostenibles en estas nuevas condiciones que impuso el mercado.

Esta investigación está justificada por causa de la necesidad imperativa de tener una guía que proponga ideas de negocio que se adapten a las nuevas condiciones del

mercado, ya que no se descarta la implementación de una o más cuarentenas en los meses venideros a la luz de la demora de una vacuna. De esta manera, resultaría beneficiada toda la comunidad regional y nacional por la reactivación de una economía que debe funcionar dentro del nuevo mundo (El tiempo, 2020).

Capítulo 2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Identificar ideas de negocios con probabilidad de éxito en el entorno económico ~~post~~ ~~pandémico~~ colombiano, que sirva como guía para los emprendedores.

2.2 Objetivos específicos

- Analizar la coyuntura económica Colombiana como consecuencia de la pandemia que causó el COVID-19 en 2020.
- Identificar emprendimientos actualmente exitosos en Colombia e ideas de negocios con probabilidad de éxito en el nuevo entorno económico que propone la pandemia para el país.
- Exponer los factores distintivos de emprendimiento que generan la posibilidad de éxito de los emprendimientos e ideas de negocios identificados a nivel local.

Capítulo 3. Marco de referencia

En el presente capítulo tanto para la construcción del marco teórico como la del estado del arte se recurrió a la investigación en la literatura sobre el tema en estudio, indagando en bases de datos especializadas como: Scopus, Scielo, ScienceDirect, Springer Link, enciclopedias en línea, medios de comunicación, entre otros recursos físicos y virtuales.

3.1 Marco teórico

El marco teórico debe abordar algunos conceptos que son necesarios para entender el contexto económico de Colombia y del emprendimiento, entre los seleccionados se encuentran: Desarrollo y crecimiento económico, ley de oferta y demanda, sistemas de gobierno, sistemas económicos y sociales, tipos de empresas que se pueden formar en Colombia desde el punto de vista legal, definición del concepto “éxito empresarial” y tanto el concepto como los índices que miden la entrada a una recesión económica.

3.1.1 Desarrollo económico

El desarrollo económico se define como el proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo período de tiempo. En otros términos, el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad (Castillo, 2011).

Según Castillo (2011) el desarrollo económico abarca cinco pasos posibles:

- Introducción de un producto nuevo o de calidad nueva.
- Introducción de un nuevo método de producción.
- Creación de un nuevo mercado.
- Conquista de una nueva fuente de oferta de materias primas o de bienes semielaborados.
- Nueva organización empresarial (por ejemplo, creación de monopolios o ruptura de monopolios existentes)

El desarrollo conjuga la capacidad de crecimiento con la capacidad de transformación de la base económica y con la capacidad de absorción social de los frutos del crecimiento. Además implica una elevación sostenida del ingreso real por habitante, un mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo, una composición equilibrada de la actividad económica, una difusión generalizada de los beneficios del progreso entre toda la población, una efectiva autonomía nacional de las decisiones que afectan fundamentalmente el curso y el nivel de la economía, una elevada capacidad de transformación de las condiciones determinantes, en lo institucional y lo material, de la vida económica, social y cultural del país, una aptitud de la sociedad para el disfrute pleno de los dones económicos y culturales, que en esencia constituyen la denominada calidad de vida (Castillo, 2011).

La enciclopedia económica en línea (Economipedia) presenta varios factores que influyen en la capacidad de un país para alcanzar el desarrollo. A continuación, se exponen.

- Recursos naturales: Acceso a materias primas y fuentes de energía.
- Estabilidad política: Existen pocas probabilidades de que las autoridades no cumplan el periodo de su mandato.
- Administración estatal eficiente: La gestión pública logra cumplir con sus objetivos.
- Control de la corrupción: Prevención y castigo de actos como los sobornos a funcionarios públicos a cambio de favores.
- Población participativa: Una comunidad interesada en participar en las decisiones políticas y económicas que se toman en el país.
- Acceso a la educación y necesidades básicas cubiertas. Este es el primer paso para lograr un buen nivel de capital humano.
- Inversión en innovación y desarrollo: El gobierno destina recursos a apoyar, por ejemplo, nuevas ideas de negocio.
- Apertura al comercio exterior: Acciones como la firma de acuerdos comerciales que permitan incrementar el intercambio de bienes y servicios con otros países.
- Cuidado del medio ambiente: El gobierno y el sector privado elaboran planes pensando en un desarrollo sostenible. Así, se prevé, por ejemplo, que los recursos naturales se exploten con prudencia, evitando su extinción.
- Seguridad jurídica: El gobierno asegura la protección de los derechos de los habitantes.

No existe una única fórmula para alcanzar y mantener el desarrollo. Pero, en general, los países que lo han logrado han tenido una visión de largo plazo. Por ende, han invertido principalmente en sus habitantes para luego potenciar su crecimiento económico y social.

Para medir el desarrollo de una economía, todos los bienes y servicios finales que se producen dentro del territorio de un país en un periodo determinado se valoran a precios de mercado. A esta medición se le conoce como Producto Interno Bruto (Ruiz, 2019). En términos muy sencillos, el PBI representa el valor de mercado de la producción final de bienes y servicios de un país, realizado por los residentes y no residentes en un periodo determinado (BBVA, 2019).

Según el grupo BBVA, esta definición incluye varios temas que es importante detallar. En primer término, el valor de mercado. Dado que en la medición se quiere abarcar muchos tipos de productos y servicios de los diferentes sectores de la economía, es necesario considerar los precios de mercado de cada uno de ellos. Esto debido a que los precios miden la cantidad de dinero que las personas están dispuestas a pagar por los bienes y, por ende, reflejan su valor.

En segundo término, está el foco en medir la producción final y no la de los bienes intermedios. Este ejercicio se hace con la finalidad de evitar la doble o múltiple contabilización de bienes.

En tercer término, está un tema no menos importante, que es que el PBI mide la producción realizada por los residentes y no residentes de un país. Es decir, el PBI representa el valor de la producción de la economía, independientemente de la nacionalidad de los factores de producción. Esto es importante, sobre todo, porque en una economía parte del capital es de propiedad extranjera.

El cuarto tema es que la medición responde a un periodo determinado. Esto se refiere a que el valor de la producción tiene un lugar dentro de un intervalo de tiempo. Por lo

general suele ser anual o trimestral. De ahí que se dice que el PBI es una variable flujo (BBVA, 2019).

3.1.2 Crecimiento económico

Uno de los problemas que afronta cualquier sociedad y que intenta estudiar la economía, es lograr el progreso o crecimiento económico. Sánchez (2015) define el crecimiento económico como la evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, habitualmente países, medidos en términos de la capacidad productiva de su economía y de su renta dentro de un periodo de tiempo concreto.

La definición más estricta de crecimiento económico es la que indica que se produce un aumento en términos de renta o de los bienes y servicios que la economía de un territorio produce en un tiempo determinado generalmente medido en años. El concepto de renta puede englobar dentro de esta definición otros muchos indicadores económicos de bienestar de un país o región cualquiera. Aspectos como el nivel de ahorro o de inversión de sus ciudadanos y su balanza comercial son algunos que comúnmente se tienen en cuenta a la hora de estudiar el crecimiento económico (Economipedia, 2015). Dicho lo cual, el medidor más utilizado para medir la evolución económica suele ser las fluctuaciones del PIB (Producto interior bruto) del país analizado.

En siglos de estudio de la economía se han desarrollado diferentes modelos sobre el crecimiento económico y sus causas. Estos son simplificaciones de la realidad útiles para buscar explicaciones sobre cómo las economías crecen y la razón de sus cambios (Castillo, 2011). La idea general que puede extraerse de ellos identifica ciertos factores como claves en el crecimiento económico:

- La inversión en capital: Clave para que los trabajadores realicen su labor productiva en mejores condiciones y con la ayuda de más herramientas.
- La educación: O lo que es lo mismo, la inversión en capital humano que dota a los participantes en el proceso productivo de una preparación que les ayuda a aumentar su producción con los mismos recursos y ser más efectivos.
- La tecnología: Importante en el sentido de que facilita la evolución en los modelos de trabajo, las herramientas y medios de producción y la investigación.

Sánchez (2015) indica que mediante el estudio del crecimiento económico son observados otros muchos aspectos de la vida productiva de una economía, poniendo el foco en su nivel productivo, la calidad de la educación impartida a sus ciudadanos, sus índices de mortalidad y natalidad o la esperanza de vida en su región. Por otro lado, habitualmente se suele identificar este tipo de crecimiento con éxito o no, como en el caso de las recesiones económicas (donde se produce un decrecimiento de la actividad económica durante un periodo de tiempo) y de las políticas económicas que practican los países del mundo, partiendo de la base de que si la renta de un país aumenta también lo hará el bienestar de sus ciudadanos.

No obstante, la distribución de la riqueza de un país o las características específicas de su sistema productivo pueden esconder aspectos que la medición en términos de renta no logra explicar con detalle. El empleo del PIB como medidor ayuda a simplificar la realidad a la hora de analizar el crecimiento, aunque no logre explicar con total claridad la verdadera mejora de las condiciones de vida (Economipedia, 2015).

3.1.3 Ley de oferta y demanda

Antes de referirse a la ley de oferta y demanda se deben conocer los conceptos de oferta y demanda. Cabañes, Lorca, & Massiá (2003) definen la oferta como la relación de las cantidades de un bien que los productores desean y pueden ofrecer en venta a distintos precios, en un período de tiempo dado, manteniendo constantes todas las demás circunstancias que pueden influir, o sea, la oferta relaciona el precio de un bien con la cantidad ofrecida del mismo. En cuanto a la demanda, es la que relaciona las cantidades de un bien que los consumidores desearían comprar a distintos precios en un período de tiempo dado y manteniendo constantes todos los demás elementos que pueden influir en esa decisión. Es decir, la demanda relaciona el precio de un bien, con la cantidad demandada.

A partir de estos conceptos, como lo refiere Florencia (2012), la ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la ley de la demanda indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandaran los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien.

A este respecto, es necesario incluir el concepto de punto de equilibrio del mercado, ya que este es el punto en que se cruzan las curvas de oferta y demanda. Cuando el precio del mercado coincide con el del punto de equilibrio, la cantidad ofrecida y la cantidad demandada del bien es la misma (Florencia, 2012). El precio correspondiente a ese punto es llamado precio de equilibrio. La cantidad que se ofrece y se demanda, en otras palabras, la cantidad del bien que se intercambia es llamada cantidad de equilibrio.

En la *Figura 2*, se puede observar cómo se expresa gráficamente la ley de oferta y demanda, cuando el precio del mercado aumenta o disminuye se observa el excedente de los consumidores (color rojo) y de los productores (color azul) con respecto al punto de equilibrio y las curvas de oferta y demanda.

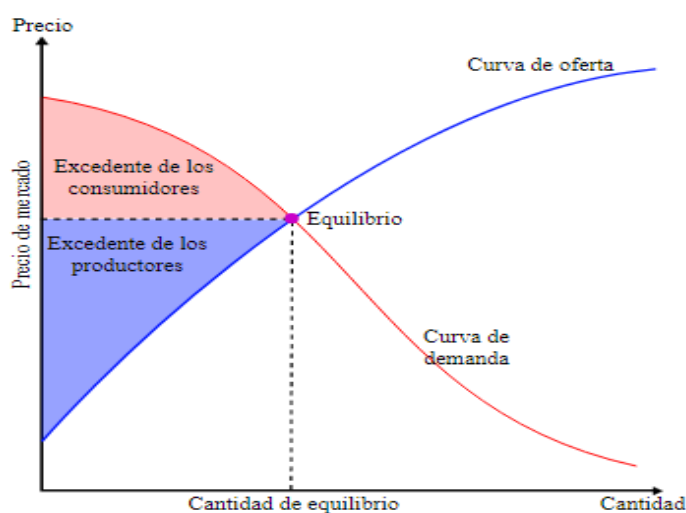


Figura 2. Excedente de los consumidores y los productores en el punto de equilibrio para las curvas de oferta y demanda.

Fuente: Florencia (2012)

Como lo refiere el autor, en ese punto todo lo que se produce se vende y todo lo que se demanda se puede adquirir. Cuando se desplaza alguna de las curvas por variaciones en los factores que determinan su posición, el punto de equilibrio se desplazará también, modificándose el precio y la cantidad de equilibrio. El precio de equilibrio aumenta como consecuencia de los desplazamientos a la derecha de la curva de demanda o los desplazamientos a la izquierda de la curva de oferta.

3.1.4 Sistemas de gobierno

Los sistemas de gobierno tienen la tarea de tomar decisiones, ejecutarlas y hacer que estas sean observadas por la sociedad y se clasifican en tres tipos, que son el sistema político totalitario, autoritario y la democracia (Argelaguet, 2006).

- Sistema de gobierno totalitario: Se le llama totalitario a todo régimen político en el que la vida cotidiana de sus ciudadanos es totalmente controlada por la autoridad única y exclusiva de un partido político. Es la forma más drástica de control estatal, y va mucho más allá de los mecanismos de control implementados por dictaduras, gobiernos militares, y gobiernos autoritarios, los mejores ejemplos de este sistema son el de Alemania durante el reino del Nazismo, y la Unión Soviética durante el reino Estalinista. En ambos casos, un solo partido político dominó, imponiendo su ideología política y excluyendo cualquier otra (Banrepcultural, 2015).
- Sistema de gobierno autoritario: Un régimen autoritario es aquel que recurre a la represión y otros métodos forzosos para ejercer su voluntad sobre la población civil. Por ende, es principalmente caracterizado por su carácter autocrático y su tendencia a limitar las libertades personales. Usualmente, un régimen autoritario es gobernado por un grupo o elite que recurre a la represión para mantenerse en el poder (Banrepcultural, 2015). Entre los sistemas de gobierno autoritario se encuentran:
 - Régimen comunista: Los regímenes comunistas son aquellos que se fundamentan en la aplicación de los principios ideológicos del marxismo-leninismo, el sistema político se encuentra dominado por un único partido que, a pesar de celebrar elecciones, no puede ser nunca vencido por que estas no son competitivas, no existe el concepto de separación de poderes y en consecuencia, la independencia del poder judicial queda limitada (Argelaguet, 2006).
 - Regímenes teocráticos: Se trata de regímenes surgidos de revoluciones o de crisis políticas de amplio alcance en los que el elemento religioso es básico para legitimar el sistema político, el mejor ejemplo de estos tipos de regímenes es el de los islámicos, como el de los “talibanes” en Afganistán o el de la república Islámica de Irán. (Argelaguet, 2006)
 - Regímenes militares: Son aquellos en los cuales el ejército es una pieza fundamental en el ejercicio del poder, muchos de estos regímenes surgen o bien después de acceder a la independencia, o bien después de un golpe de estado, actualmente la mayoría de los casos se encuentra en el continente africano. (Argelaguet, 2006)

- **Sistemas de gobierno democráticos:** La democracia es una forma de gobierno en la que se plantea que el poder político es ejercido por los individuos pertenecientes a una misma comunidad política, es decir a los ciudadanos de una nación. La preocupación central de una democracia auténtica consiste en garantizar que todos los miembros de la sociedad tengan una posibilidad real e igual de participar en las decisiones colectivas (Banrepcultural, 2015), La enciclopedia en línea Red cultural del Banco de la República de Colombia refiere que existen tres tipos de democracia:
 - Democracia directa: En la cual el pueblo participa a través de asambleas, referendos o iniciativas ciudadanas.
 - Democracia liberal: Interesada en la defensa de los derechos individuales y en la representación de los intereses ciudadanos por medio de agentes políticos participantes de las instituciones políticas.
 - Democracia representativa: En la cual los representantes del pueblo son escogidos por medio de elecciones libres, periódicas y organizadas por el propio Estado.

3.1.5 Sistemas económicos

Según Mascaraque y Romero (2010) un sistema económico tiene por base la estructura económica surgida de la existencia de necesidades humanas (biológicas, físicas, psíquicas, culturales) que plantean los problemas económicos básicos (qué, cuánto, cómo y para quién producir). Las estructuras económicas están delimitadas por la propiedad de los medios de producción los cuales se resuelven a través de las actividades económicas fundamentales (producción, cambio, distribución, consumo), realizadas gracias a la existencia de factores productivos (tierra, trabajo, capital, organización, tecnología, tiempo). Entre los tipos de sistemas económicos se encuentran los siguientes:

- **Sistema de mercado o capitalista:** Este sistema resuelve las decisiones sobre qué producir, cómo producir y para quien producir a través de las empresas y de los consumidores de manera privada. La intervención del Estado es mínima, limitándose a establecer el marco jurídico para que las empresas y consumidores puedan cumplir libremente sus funciones económicas. (Mascaraque & Romero, 2010)
- **Sistema socialista o de planificación centrada:** En este sistema el Estado asume el papel de coordinador de la economía, no existe el mercado, ni la propiedad privada de los medios de producción, ni los empresarios. Por tanto, las decisiones de qué, cómo y para quién producir las toma el Estado. Los agentes económicos carecían de libre iniciativa, limitándose a cumplir las directrices del Estado. (Mascaraque & Romero, 2010)
- **Sistema de economía mixta:** En este sistema las decisiones de qué producir, cómo producir y para quién producir son llevadas a cabo por las empresas y los consumidores de manera privada. Pero, al mismo tiempo, el papel del Estado es fundamental, interviniendo en las leyes del mercado y produciendo aquellos bienes y servicios que la iniciativa privada no realiza por no ser rentables o bien

para asegurar un reparto equitativo de las rentas. Es el sistema más común en la actualidad. (Mascaraque & Romero, 2010)

3.1.6 Clasificación de las empresas

Las empresas se clasifican en cuatro ramas de acuerdo a: su actividad económica, su tamaño, la procedencia del capital, al número de socios (ver *Figura 3*).

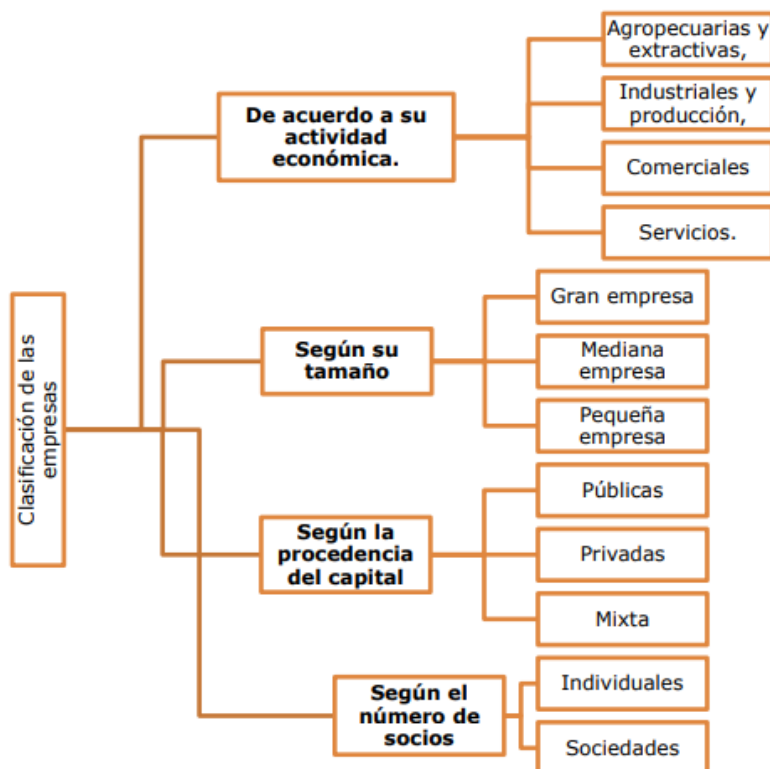


Figura 3. Clasificación de las empresas
Fuente: Politécnico de Colombia (2020)

Arroyo (2012) afirma que la figura de la quiebra en una empresa se puede definir como: “El estado de quiebra se refiere a la imposibilidad de una empresa de continuar funcionando en el mercado, por problemas de tipo financiero que le impiden solventar sus obligaciones y seguir operando en el mercado, o bien por incurrir en cualquiera de las causales establecidas en el ordenamiento jurídico costarricense como válidas para declararla.”

3.1.7 Clasificación de sociedades

Una sociedad se define como el acuerdo de voluntades entre dos o más personas que se obligan a realizar unos aportes en dinero, en trabajo en especie-bienes, para hacer empresa con el fin de obtener utilidades para distribuirlas entre los socios. Teniendo en cuenta la naturaleza jurídica de la sociedad, se constituye elevando el acuerdo a escritura pública con el protocolo Notarial y de registro de la Cámara de Comercio del domicilio de la sociedad, conformándose una persona jurídica diferente de los dueños

con capacidad para establecer relaciones jurídicas, comerciales y económicas con otras personas. (García, 2020), Las sociedades en Colombia se clasifican como se muestran a continuación:

- Sociedad de hecho: Es aquella empresa que no está constituida bajo ningún tipo en particular y no tiene escritura pública; se trata, por lo tanto, de una unión de entre dos o más personas para explotar de manera común una actividad comercial, no es persona jurídica. (García, 2020)
- Sociedad colectiva: Está formada por dos o más personas, los socios pueden aportar dinero o bienes, su responsabilidad es ilimitada y solidaria, la razón social se conforma con el nombre y apellidos de uno o varios socios seguido de la expresión: “& compañía, hermanos e hijos”. (García, 2020)
- Sociedad en comandita simple: Se forma por dos o más personas, las cuales tienen responsabilidad ilimitada, en la razón social debe figurar el nombre o apellidos de los socios, seguidos de la expresión: “& Cía. S. en C.” (Congreso de la República, 2008)
- Sociedad en comandita por acciones: Se constituye con uno o cinco socios con responsabilidad ilimitada y cinco o más socios con responsabilidad limitada. El capital está representado en títulos de igual valor, se distingue porque la razón social va acompañada de las iniciales “S.C.A.”. (García, 2020)
- Sociedad anónima: Se forma con un mínimo de cinco socios, el capital aportado está representado en acciones; y la razón social se forma con el nombre que caracteriza la empresa seguido de la expresión: “S.A.”. (García, 2020)
- Sociedad de responsabilidad limitada: Los socios pueden ser mínimo dos (2) máximo veinticinco (25), el capital está dividido en cuotas iguales y la razón social está seguida de la palabra “Limitada” o su abreviatura “Ltda.”. (García, 2020)
- Sociedades por acciones simplificadas: Es la clasificación más actual en la legislación colombiana, la cual podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes y la razón social está seguida de la abreviatura “S.A.S” (Congreso de la República, 2008)
- Sociedades sin ánimo de lucro (ESAL): Son entidades que realizan actividades que persiguen exclusivamente fines sociales, culturales, deportivos y de servicios sin ánimo de lucro; estas pueden ser: Corporaciones, fundaciones, asociaciones y cooperativas, las cuales reinvierten las utilidades obtenidas en el desarrollo de la función (Congreso de la República, 2008)

3.1.8 Éxito empresarial

El término de “éxito empresarial” es más complejo de lo que se cree, también engloba cuestiones relativas a la esencia del negocio y a la actitud con que sus responsables encaren los retos que eventualmente puedan presentarse (OBS, 2019).

A este respecto, el éxito empresarial se asocia a todo emprendedor que tiene unos sueños y ambiciones cuando empieza su negocio. De hecho, es muy probable que esos sueños y ambiciones sean algunos de los motores principales que le hagan emprender. Los beneficios económicos que se obtienen al poseer un negocio exitoso

son, por supuesto, de gran importancia para muchos emprendedores. Sin duda, el beneficio económico es un potente motivador para cualquiera que inicie un negocio, y será uno de los elementos que le empujen a la hora de asumir grandes riesgos. Pero se puede definir el éxito como el sentimiento de satisfacción y realización que obtiene un emprendedor cuando termina su carrera en el mundo de los negocios, el éxito pasa a tener una dimensión que, para mucha gente, es superior a la económica (Workmeter, 2018).

A continuación, se definen los distintos tipos de éxito que se puede obtener con una idea de negocio y/o empresa según el blog en línea Workmeter.

- **Éxito personal:** Para los emprendedores, la satisfacción viene implícita en el proceso de creación. El desarrollo de una idea hasta que esta se transforma en un producto o servicio supone todo un éxito personal para cualquiera que decida emprender.
- **Éxito económico:** Un negocio exitoso es aquel que obtiene un retorno consistente de la inversión para aquellos que arriesgaron su capital en sacar la empresa adelante. Los fundadores de la empresa, que suelen ser también los inversores, consiguen así crear riqueza para sus familias y seguridad para su futuro.
- **Éxito social:** Las compañías también miden su éxito en función del bien que hacen por la sociedad. Algunas tienen objetivos específicos, como mejorar el entorno o proveer oportunidades escolares para niños a través de los productos y servicios que ofertan.
- **Longevidad:** La longevidad es un factor de éxito de gran importancia para cualquier negocio que se empiece hoy en día. La cantidad de empresas que empiezan con mucha fuerza, pero acaban siendo abatidas por el mercado unos pocos años después es enorme. Por ello, uno de los factores que marcan el éxito empresarial es la capacidad de sostener el éxito de la empresa a lo largo del tiempo, a pesar de los momentos difíciles y los cambios en el mercado que esta pueda atravesar.
- **Satisfacción del cliente:** Para los propietarios de un negocio, contemplar como su producto facilita y mejora la vida de las personas es un gran motivo de satisfacción. Es uno de los motores que los hacen seguir trabajando incansablemente para mejorar el producto día tras días.
- **Satisfacción del empleado:** Un gran factor de éxito para una empresa es la satisfacción de los trabajadores de la misma. Si los trabajadores cuenta con una flexibilidad horaria, y otros elementos que forman parte del salario emocional, eso contribuirá mucho a que se encuentren motivados en la empresa.

Existen numerosas claves, estrategias y manuales para garantizar el éxito empresarial. De hecho, éstos varían en función de factores como el sector comercial, las expectativas del negocio o la naturaleza del producto. Sin embargo, la diversidad de estos aspectos puede focalizarse en siete aspectos básicos (OBS, 2019). La Businnes School (2019) define las siguientes claves:

- **Pasión por lo que se hace:** Es el punto de arranque de cualquier proyecto o plan de empresa. Si no hay pasión, no habrá éxito. ¿Y cómo puede definirse la pasión? Pasión es, en este caso, una mixtura de elementos como el placer, el gusto, la satisfacción personal y el saber que lo que se hace colma todas las expectativas por el simple hecho de hacerlo.
- **Trabajo duro:** Si existe esa pasión, por consiguiente, habrá trabajo duro, disciplina y dedicación. Todo proyecto se consolida con las acciones diarias; cada día suma en aras de cumplir con los objetivos propuestos. Este trabajo

debe ser especialmente constante durante los meses de consolidación del negocio, cuando recién se apuesta por la apertura de campo en el mercado y la captación de clientes. Excelencia: La pasión y el trabajo duro serán, necesariamente, la antesala de un producto o servicio que se distinga del resto por su calidad y excelencia. No basta con imitar algo que hayan hecho otros. La idea es innovar y crear interés.

- Focalizar el producto: Es verdad que existen empresas multitarea o servicios que se ofrecen transversalmente en varios mercados. Pero, aun así, el objetivo primordial de un emprendedor es centrar la mirada sobre los nichos de consumidores que le interesen. Cuestión de foco.
- Conocer el mercado: Consecuencia directa del punto anterior, el emprendedor debe conocer a la perfección el campo comercial en el que aspira a desenvolverse, lo cual implica tener información sobre los precios, los competidores y los ciclos de producción.
- Innovación: Está demostrado que las ideas más exitosas son aquellas que innovan y se salen de los parámetros establecidos. Esto es lo que se conoce como valor añadido. Pero ojo: que la innovación no se convierta en mera experimentación. Existe un límite: si el producto es demasiado extravagante, generará el efecto contrario.
- Perseverancia: Son muchos los obstáculos que los novatos deberán sortear en su largo camino hacia el posicionamiento. De hecho, muchos proyectos de empresa sucumben ante los primeros desafíos con los que se topan. La clave está en no claudicar nunca.

3.1.9 Recesión económica

Como lo indica Ruiz (2019), la National Bureau of Economic Research (organización estadounidense privada de investigación económica), señala que una recesión es una disminución significativa en la propagación de la actividad económica en la economía, por algunos meses, midiéndola a través del PIB real, ingresos reales, empleo, producción industrial y ventas al por mayor, y al por menor. Se ubica en un período entre un pico y una depresión, y una expansión entre una depresión y un pico. Durante una recesión, una disminución significativa de la actividad económica se extiende por toda la economía y puede durar desde unos pocos meses hasta más de un año.

En el siguiente gráfico podemos ver un ejemplo de recesión (ver *Figura 4*), con dos trimestres de crecimiento (PIB) negativo. Si el crecimiento negativo continuase se trataría de una recesión económica más alargada en el tiempo.

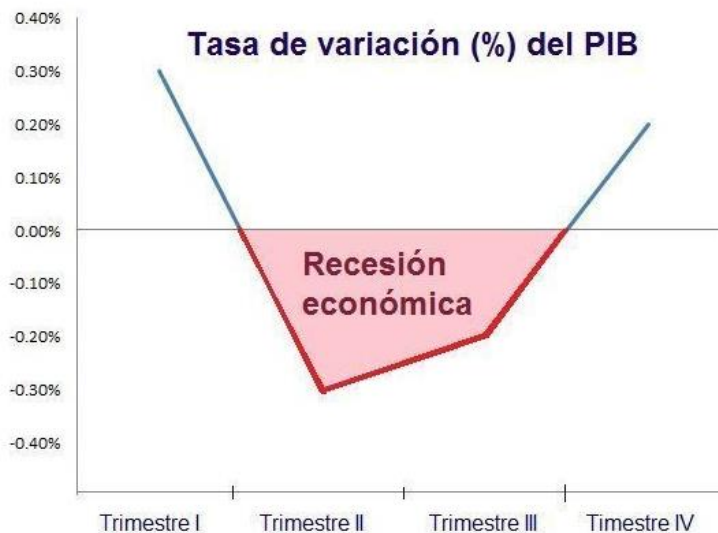


Figura 4. Tasa de variación del PIB en un periodo de tiempo trimestral
Fuente: Economipedia (2016)

Una de las principales causas de la recesión suele ser la superproducción acontecida los años anteriores cuando hay crecimiento económico y el aumento de los precios. El aumento de precios se da, principalmente, en las materias primas, los índices bursátiles y las viviendas. Este aumento de precios lleva a mucha gente a endeudarse aprovechando esa bonanza económica, provocando así que, más tarde, la ralentización de la economía sea más fuerte y la economía caiga en recesión (Economipedia, 2016).

3.2 Estado del arte

El estado del arte se abordó desde los siguientes aspectos: filosofía de emprendimiento, guía para iniciar un emprendimiento, crecimiento y desarrollo económico bajo la perspectiva del emprendimiento, el rol de las instituciones académicas para incentivar el emprendimiento, la coyuntura económica colombiana a raíz de la pandemia y los modelos de negocio exitosos durante la pandemia. A continuación, se exponen.

3.2.1 Filosofía de emprendimiento

El concepto de emprendimiento ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad debido a la necesidad de las personas de superar los constantes y crecientes problemas que se presentan. A lo largo de los años, el término emprendimiento ha obtenido una gran cantidad de definiciones provenientes de diversos autores. En primer lugar, la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que se refiere a “capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo”. En cuanto a su definición, desde la perspectiva de la economía, se asume generalmente el emprendimiento como aquella labor que refina una idea creativa y la adapta a una oportunidad de mercado, se reúnen recursos para proporcionar potencialmente el autoempleo y / o el beneficio, se asume el riesgo en esta nueva tarea; dirigiendo su estrategia hacia un crecimiento rápido y significativo por medio de la innovación (Gartner, 1990) en la creación de un bien o servicio.

En este sentido, el concepto de filosofía de emprendimiento se entiende como la integración de los asuntos éticos en los negocios, el compromiso con la comunidad, la responsabilidad social y el desarrollo económico (Hockerts y Wüstenhagen, 2010, citados por Hörisch, 2016). Así mismo el reto del emprendedor “sostenible” es desarrollar los negocios con el apoyo de sus “stake holders” tanto internos como externos, con la preocupación de mantener un medio ambiente seguro para el negocio que emprenden (Mathew, 2009).

Así mismo, la importancia que tiene el crecimiento organizacional y empresarial para cada país en la contribución de las nuevas y pequeñas empresas a la generación de empleos, el pensamiento innovador, las estrategias organizacionales, el desarrollo industrial y económico, entre otros, son algunos de los motivos que justifican el interés de instituciones, académicos, empresarios y población en general hacia el tema del emprendimiento (Bustamante, 2014).

Dentro del campo del emprendimiento ha venido tomando fuerza el denominado emprendimiento social que según Lan, Zhu, Ness, Xing y Schneider (2014), en los últimos años ha conducido a cambios importantes en las recién creadas cooperativas rurales de China, las cuales son administradas por los líderes de la comunidad y demás personas con iniciativa empresarial y valores básicos compartidos que llevan el mensaje de la prosperidad a los habitantes del pueblo, pero no necesariamente en función de obtener beneficios económicos, sino de liderar procesos sociales que permitan satisfacer las demandas y necesidades de una parte de la población. Estas personas dirigen las comunidades rurales con una clara misión social a través del desarrollo de cooperativas como empresas de propiedad colectiva de los aldeanos. El emprendimiento social juega un rol fundamental en los procesos de desarrollo comunitario, así como contribuyendo a la construcción de nación y una prosperidad común (Parra, Rubio y López, 2017)

Por otra parte, Ren y Jackson 2020 en su estudio “Emprendimiento institucional para organizaciones empresariales sostenibles” introducen el concepto de emprendimiento institucional el cual indica la manera de estudiar las paradojas y las oportunidades emergentes asociadas con la necesidad urgente de enfoques más sostenibles para la gestión de organizaciones empresariales, con el fin de crear una guía que sirva para el trabajo futuro en las organizaciones. Así mismo, describen cómo las acciones de los académicos y profesionales pueden estimular la evolución desde una filosofía de emprendimiento que se basa en estudiar indicadores financieros para evaluar la efectividad que promueve una organización que se enfoca en tres aspectos que son: la sostenibilidad, mostrando igual preocupación por la economía, el desempeño ambiental y social.

En cuanto a la clasificación económica, el emprendimiento se puede clasificar en dos vertientes, de alto impacto, y aquel de subsistencia, el primero es el caso más paradigmático y a la vez a la que la mayoría de emprendedores quisiera lograr, en esta clasificación, el emprendimiento de alto impacto reinvierte los retornos de su creación en la consolidación de un capital sólido para posicionar la empresa, fomenta el empleo y crea la especialización de actividades. Este tipo de empresa de alto impacto tiene historias de éxito como Apple, Facebook, Amazon, Coca-Cola, Huawei, etc. (Tiabudiza y calderón, 2020)

Sin embargo, hay casos de emprendimiento llamados "subsistencia"; corresponde a aquellos individuos que forman empresas luego de no poder ser absorbidos por el mercado laboral. En este caso, las personas que enfrentan una restricción de ingresos buscan alternativas para suavizar su presupuesto bajo diferentes modalidades, lo que se puede traducir en empleo informal, subcontratación, o creación de pequeños negocios con lo que los retornos de la inversión no se reinvierten en la empresa plenamente y se destinan principalmente al consumo de subsistencia personal y familiar. Este tipo de emprendimiento es la forma más abundante, especialmente en los países en desarrollo. (Banerjee & Duflo, 2011)

Dada esta clasificación de emprendimiento de alto impacto y de subsistencia, también se encuentra las motivaciones del emprendimiento que se pueden relacionar con las vertientes anteriormente nombradas. El emprendimiento por necesidad que es el resultado de la incapacidad de encontrar un empleo y su única fuente de ingresos es recurrir a iniciar un negocio; por otro lado, el emprendimiento por oportunidad es aquel que surge tras una posibilidad para empezar la idea de negocio. (Tiabudiza y calderón, 2020)

Desde la perspectiva de las características del emprendedor Castellanos, Chávez y Jiménez, citados por Rodríguez y Gómez (2014), argumentan que el emprendimiento requiere de competencias, es decir, las personas que promueven una idea de negocio deben poseer determinados rasgos, entre ellos habilidades, destrezas, aptitudes y capacidades. Estudios relacionados como la investigación: "emprendimiento y desarrollo humano: una mirada desde los jóvenes" (Gómez, Baquero, & Zapata, 2019), permiten comprender que los jóvenes en sus representaciones sociales vinculan el emprendimiento con asuntos humanos referidos a la dignidad, la ética, el bienestar, el buen vivir, la educación y un proceso que se da a lo largo de la vida como expresión de la libertad. Este estudio genera nuevas perspectivas de investigación y abordaje del emprendimiento fundamentado en la voluntad, el sujeto ético, la natalidad y el desarrollo humano.

3.2.2 Estructura guía para iniciar un plan de negocio

Dos aspectos importantes en el momento de iniciar un emprendimiento son la creatividad y la innovación, ya que son las que despiertan la iniciativa de llevar a cabo un proyecto a partir de las ideas interesantes que puedan surgir en cierto momento o tras reconocer acertadamente una necesidad que se desea solventar en un determinado momento.

Según diversas lecturas, entre las cuales en la obra de Ponti y Ferras (2008) citado por Murcia (2010), se conoce que "creatividad es la capacidad humana para generar ideas o conexiones imaginativas en un determinado campo, con cierto nivel de originalidad y aportación de valor", mientras que "innovación se refiere a la capacidad organizativa para convertir una buena idea en un producto, servicio, proceso, etc., valorado con éxito".

Descrito en palabras del común y como lo ha aplicado el autor en su obra, la creatividad se relaciona con la posibilidad de formular nuevas iniciativas de acción que se pueden concretar en las llamadas “ideas creativas”, mientras que la innovación se observa cuando se pasa del pensamiento a la ejecución, transformando esas ideas creativas en realizaciones materiales que se pueden ver frente al mercado y mercadeo (ver Figura 5).



Figura 5. Conceptos de creatividad e innovación
Fuente: Murcia (2010)

A partir de estos conceptos, el autor sugiere que el primer paso antes de iniciar un emprendimiento es concretar una idea de negocio, los empresarios deben pensar muy bien en su idea de negocio y cómo esa idea le generará valor a las personas. Por ello, deben asegurarse de que el producto o servicio que van a ofrecer responde a alguna necesidad del mercado.

Existen múltiples métodos y herramientas para definir una idea creativa, como por ejemplo las estrategias de creatividad propuestas por Ponti y Ferrás (2008) donde definen siete estrategias mentales para analizar las creencias mentales sobre creatividad y, además, para ponerlas en práctica (ver *Figura 6*). Se sugiere estudiar si se aplican estas estrategias en el caso de cada persona que se capacita en estos temas, con el objetivo de saber si como persona cuenta con la motivación y las cualidades para crear una idea creativa e innovadora.

ESTRATEGIAS DE CREATIVIDAD
1. Think ZEN (Pensar ZEN). Dispone del tiempo necesario para ser creativo
2. Think PO (Pensar y razonar provocativamente). Rompe paradigmas.
3. Think OPEN (Abrir la mente). Observa el contexto y otras realidades.
4. Think FLOW (Pensar fluidamente). Cambia de perspectivas
5. Think & DRAW (Pensar y dibujar). Hace visibles sus ideas.
6. Think HAPPY (Pensar FELIZ) Disfruta aprendiendo
7. Think TEAM (Pensar EN EQUIPO). Comparte iniciativas en grupo

Figura 6. Estrategias de creatividad

Fuente: Murcia (2010)

Así mismo, El académico y empresario Thomas Emerson, director del centro Donald Jones de emprendimiento en la Universidad Carnegie Mellon, explica un método de cómo generan nuevas ideas, para ello propone los siguientes pasos:

- Haga una lista de las cosas que están cambiando rápidamente en el mundo. Por ejemplo, el genoma humano, la seguridad, la tecnología, la biotecnología. En general, hay oportunidades en las cosas más mundanas.
- Haga una lista de sus temas de interés, hobbies y habilidades especiales.
- Cruce estas dos variables, es decir, donde se encuentran sus intereses con los cambios de la sociedad.
- Proyecte un posible futuro de estas intersecciones que le interesan.
- Finalmente, vaya hacia donde el futuro va a llegar.

Una vez se ha confirmado la importancia de usar técnicas de creatividad y mostrar métodos que sirven para utilizarlas hacia la definición de ideas creativas. El siguiente paso como así lo sugiere la cámara de comercio de Bogotá en el programa “Bogotá emprende” es el estudio de mercado, puesto que conocer muy bien al cliente, es una de las claves para emprender sin fracasar en el intento. El emprendedor debe preocuparse por entender las necesidades de sus clientes. Además, debe saber muy bien las fortalezas y debilidades de su producto o servicio y reconocer los canales de comunicaciones a través de los cuales se promoverán los productos de la empresa.

Así mismo la gerente agencia de empleo y emprendimiento Compensar, María Isabel Carrascal recomienda que es imperativo que “los empresarios no solo estén seguros de que un grupo numeroso de personas estén dispuestas a comprar sus productos, sino también de que el precio al que piensan vender estos, es competitivo frente a las otras ofertas que existen en el mercado” (Revista compensar, 2017). A continuación, se presenta un esquema- guía que permite la elaboración de un estudio de mercado.

- Productos y/o servicios:
 - *Descripción del producto y/o servicio:* Describir cuáles son los distintos grupos de productos y/o servicios que ofrece la empresa, destacando las características o factores comunes.

- *Necesidades*: Definir qué problemas resuelve el producto y/o servicio o qué necesidad satisface.
- *Aspectos diferenciales*: Resaltar en qué se diferencia el producto y/o servicio del de la competencia o qué necesidades cubre de manera exclusiva.
- **Mercado**:
 - *Ámbito geográfico*: Identificar qué características tiene el alcance comercial de tu empresa (barrio, región, ciudad, en todo el país, por internet, en todo el mundo, etcétera).
 - *Público objetivo*: establecer un segmento de mercado y las variables a utilizar.
 - *Cliente y consumidor*: Identificar qué personas intervienen (comprador, consumidor, influenciador) en el proceso de compra del producto y/o servicio y qué papeles desempeña cada una de ellas.
 - *Situación del mercado*: Definir cuál va a ser la tendencia del mercado, si es un mercado en crecimiento, si es estable o si se prevé un retroceso.
- **Competencia**:
 - *Descripción de la competencia*: Estudiar cuáles son los principales competidores directos e indirectos más importantes.
 - *Comparación con la competencia*: Realizar un análisis de comparación (ventajas y desventajas) con los competidores a partir de la información recopilada.
- **Precio**:
 - *Variables para la fijación del precio*: Relacionar las variables (costo de producción; precios de la competencia; capacidad adquisitiva del cliente) para fijar el precio del producto y/o servicio.
 - *Determinación del precio*: Establecer una estrategia (acciones) más adecuada para incorporar el producto y/o servicio en el mercado en el que se va trabajar y la lista correspondiente de precios.
- **Distribución**:
 - *Canales de distribución*: Diseñar una estrategia (acciones) de distribución para el producto y/o servicio.
- **Promoción**:
 - *Medios de publicidad*: Definir una estrategia (acciones) de promoción (comunicación) y establecer un presupuesto para la inversión en publicidad, demostraciones comerciales, y cualquier otro medio de promoción que se utilizará para llegar a los potenciales clientes.

Una vez se tenga un estudio basado en el mercado objetivo, es necesario conocer aspectos importantes para el desarrollo adecuado del plan de negocio, como lo son la producción y la calidad, puesto que cada empresario debe tener claro cuáles son los procesos requeridos del producto y/o servicio y todo lo relativo a los medios empleados (materias primas necesarias, herramientas, maquinaria, infraestructura locativa), especialización y tiempos requeridos, cantidad que podrá ofrecerse con los recursos iniciales, la gestión de la calidad, y las medidas de protección en el trabajo. Además, se debe tener una adecuada organización y gestión, para ello se deberán fijar los objetivos que puede asumir el negocio a lo largo de los tres primeros años. Es necesario saber que la planificación de la organización ha de estar en relación con otras áreas de la actividad empresarial, como el capital con el que cuenta la empresa, la situación del mercado y de la competencia, entre otros (Cámara de comercio de Bogotá, 2012).

Los empresarios deben entender que es un deber con el Estado y con el país, constituir legalmente sus emprendimientos. De igual manera, es fundamental que vean esta formalización como un derecho y un requisito para poder entablar un diálogo con las instituciones, y así poder plantear dudas, sugerencias, propuestas e incluso exigencias

en favor del desarrollo de la empresa (Revista compensar, 2017), por tal motivo es necesario conocer todos los trámites administrativos y legales para la constitución de la empresa, así como el régimen fiscal aplicable. Como se mencionó anteriormente es muy importante tener en cuenta las diferentes posibilidades legales existentes al escoger la forma jurídica más adecuada para la empresa. También, averiguar los trámites necesarios para la puesta en marcha y sus costos.

Al momento de tener claro cuáles son los aspectos jurídicos y tributarios, el paso a seguir es realizar un análisis económico-financiero del proyecto empresarial, el cual permite al emprendedor examinar la viabilidad del proyecto y tomar conciencia de la inversión necesaria para convertir la idea de negocio en una empresa rentable.

La información recogida en el plan financiero será decisiva a la hora de necesitar un financiamiento, pues allí se expresarán los datos a través de los cuales se puede evaluar si el rendimiento esperado es interesante y se sostiene coherentemente con los datos aportados por el resto del plan de negocio. El programa “Bogotá emprende” propone un esquema- guía que permite la elaboración de un análisis financiero básico para una empresa, a continuación se presenta.

- Plan financiero:
 - *Inversión total inicial*: Definir cómo es la composición y cuál es la cuantía de la inversión total inicial requerida para poner en marcha la empresa.
 - *Estructura de financiamiento*: Establecer cómo es la composición de la estructura de financiamiento del proyecto, identificando las fuentes de fondos (aportes de los socios, préstamos, etcétera) y cómo se utilizarán estos para cubrir las inversiones iniciales (inversión en activos fijos o en capital de trabajo).
 - *Presupuesto de ingresos*: Determinar el presupuesto de ingresos y gastos de la empresa para un periodo de tiempo determinado.
 - *Costos indirectos*: Identificar los costos fijos de la actividad, es decir, los gastos de la empresa que no están relacionados de manera directa al producto y/o servicio.
 - *Utilidades y política de su distribución*: Proyectar la utilidad bruta y neta que tendrá tu empresa y definir los criterios de distribución de utilidades.
 - *Impuestos*: Qué impuestos y su cuantía tendrá que pagar la empresa o el empresario.
- Sistema de cobros y pagos:
 - *Sistema de cobros*: Establecer cómo será el sistema o estructura de gestión de cobros a los clientes.
 - *Sistema de pagos*: Establecer cómo será el sistema o estructura de gestión de pagos a los proveedores.

Crear empresa es la oportunidad perfecta para asumir nuevos retos, generar empleo y dar soluciones a diversos problemas del mercado. Por eso, es importante contar con asesores que brinden información necesaria y oportuna para saber cómo iniciar un emprendimiento. Así mismo, Trabajar en conjunto con otros empresarios le permitirá a los emprendedores conocer más acerca del mercado en que se mueven y aprender sobre los errores y aciertos que han marcado a otras empresas.

Un empresario que quiera tener un negocio exitoso debe aprender de sus propios errores. En ocasiones, la terquedad o actuar de manera instintiva, hace que los emprendedores no crezcan y por lo tanto terminen fracasando. Por ello, “resistirse al cambio o creer que a lo que al emprendedor le gusta satisface a todos, son los errores más comunes. Lo importante es identificar qué se está haciendo mal y a partir de ese

reconocimiento tomar las acciones necesarias para corregirlas” afirma María Isabel Carrascal. (Revista compensar, 2017)

3.2.3 Crecimiento y desarrollo económico

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, por ello es necesario determinar cuál es su contribución a estos objetivos. El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico. De esta manera los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía. (Zamora, 2017)

En este sentido, la cultura empresarial juega un papel fundamental para el desarrollo económico de una nación, así lo sugiere Varela (2008) en la publicación: “la cultura empresarial como estrategia de desarrollo para américa latina”, en el cual recogen una serie de indicadores socioeconómicos, con el propósito de demostrar que el desarrollo de América Latina ha sido muy inferior al de una serie de países que han utilizado, a diferencia de América latina, procesos de desarrollo de cultura empresarial. Basados en estudios como el de GEM (Global Entrepreneurship Monitor) se muestra que existe una correlación entre los indicadores de desarrollo y el nivel de actividad empresarial, y de allí se infiere la importancia que tendría para América Latina, el establecimiento de una política de desarrollo de una Cultura Empresarial.

Así mismo, el autor plantea un modelo de desarrollo en el cual formula que el crecimiento de la economía de una región/nación es una función de 2 actividades interrelacionadas: Aquellas asociadas con las empresas que han estado operando por un tiempo largo y aquellas asociadas con las nuevas empresas que están naciendo y desarrollándose (ver *Figura 7.*)

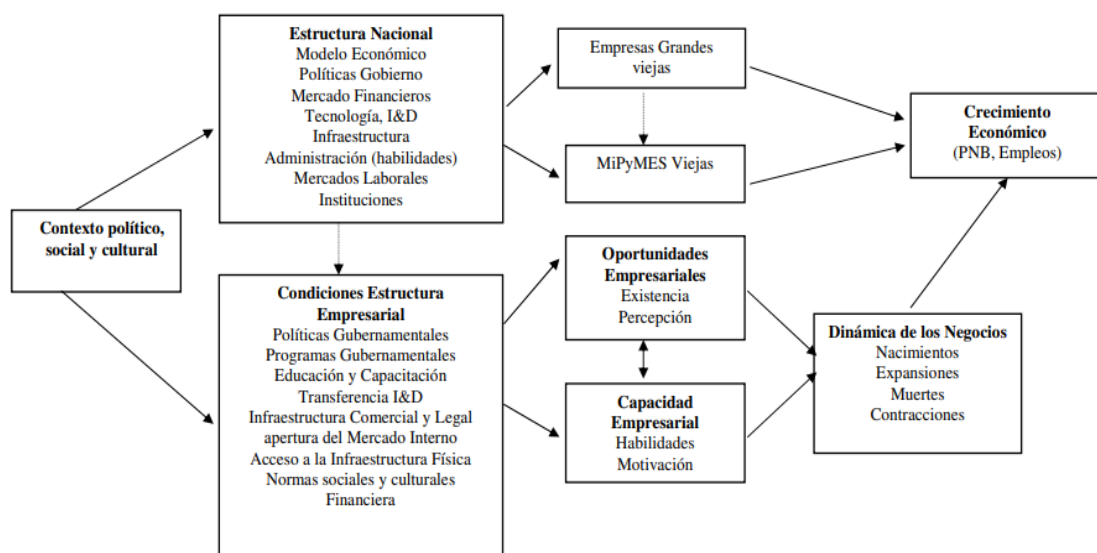


Figura 7. Actividad empresarial y crecimiento del PNB (Producto Nacional Bruto)

Fuente: Varela (2008)

En este sentido, Van Steel et al. (2005), encuentran que el efecto del emprendimiento en el crecimiento económico depende del nivel de renta per cápita, es decir, el emprendimiento juega un rol diferente en los países de acuerdo con las diferentes etapas de desarrollo económico en que se encuentran, así, los países con niveles de ingresos más bajos desarrollan una mayor actividad emprendedora que los países con rentas altas, al igual que los países más ricos (Minniti, 2012). Es decir que América Latina a pesar de tener una cultura empresarial menos desarrollada que otros países se registra una mayor actividad emprendedora.

Según el Banco interamericano de desarrollo (BID) en el estudio: “las claves para hacer negocio en américa latina”, indica que para facilitar y promover la empresarialidad en Latinoamérica, se deben implementar las siguientes políticas y programas a nivel global:

- Aumentar la base y extracción social de los empresarios que tienen acceso a crear nuevas empresas. La incorporación de las mujeres y de los indígenas a la actividad empresarial es un ejemplo de estrategia de este tipo. Así también se contribuiría a mejorar la posibilidad de movilidad social en la población.
- Debe haber una estrategia integral de apoyo conformada por un paquete coordinado de programas para atender los distintos factores que inciden en cada una de las etapas del proceso emprendedor.
- Estas iniciativas de apoyo deben contar con un horizonte y compromiso político, económico y social de largo plazo, debido a que el proceso de identificar una oportunidad empresarial y poner en marcha un negocio toma varios años.
- Las políticas de fomento a la empresarialidad deben considerar la importancia de la experiencia laboral y de las redes de contactos del empresario como factores críticos para el éxito del proceso emprendedor

A nivel nacional, en el informe publicado por Tibaduiza y Calderón (2020), indica el panorama del emprendimiento en Colombia en los próximos años. En este informe, se da a conocer con datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) los principales hallazgos de las dinámicas del emprendimiento en Colombia, centrando especial atención en el emprendimiento juvenil.

De esta forma, cerca del 62.4% en el 2018 ve favorable los nuevos emprendimientos en el Colombia, así mismo, cerca del 68.7% considera la opción emprendedora como una carrera profesional deseable. Además, que posibilita un alto nivel de estatus dentro de los encuestados; donde cerca del 84% denota este reconocimiento. Cerca del 90% de los encuestados manifestó estar dispuesto a sacrificar tiempo libre para dedicarse a desarrollar alguna idea de negocio, una cifra de 32 puntos por encima de la media global. (GEM, 2019)

Según el estudio realizado por GEM, en la *Figura 8*, se detalla los puntos porcentuales desde el año 2006 hasta el 2018 sobre la percepción de oportunidades de emprendimiento en Colombia en la intención de emprender un negocio con vida útil de al menos 6 meses frente a la intención de emprender un nuevo negocio con vigencia de 3 años en adelante.

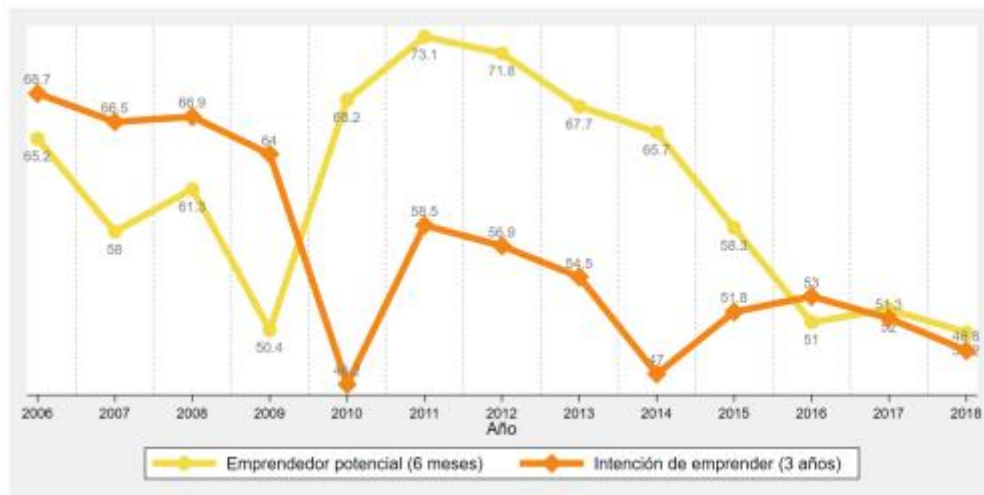


Figura 8. Percepción sobre oportunidades de emprendimiento en Colombia
Fuente: GEM (2019)

En la *Figura 9* se observa la variación en puntos porcentuales entre la percepción de las capacidades de los colombianos a la hora de llevar a cabo un emprendimiento frente al miedo al fracaso del mismo durante un periodo de tiempo desde el año 2006 hasta el año 2018.

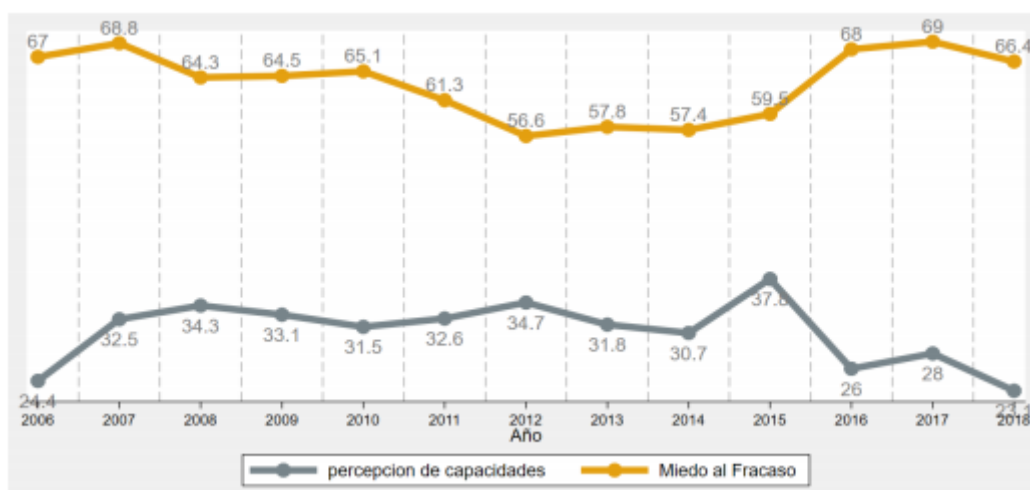


Figura 9. Percepción de las capacidades y miedo al fracaso de los emprendedores en colombianos
Fuente: GEM (2019)

En cuanto al establecimiento de los emprendimientos entendida esta como los propietarios y administradores de una empresa que han pagado salarios y retribuciones

por más de 3.5 años, se encuentra para Colombia que este valor oscila entre el 4 % y el 14 %. Para el 2018 ésta se ubicó en el 6.5 %; un valor inferior al promedio latinoamericano, ocupando el sexto lugar, y a nivel mundial el puesto 27 (ver *Figura 10*).

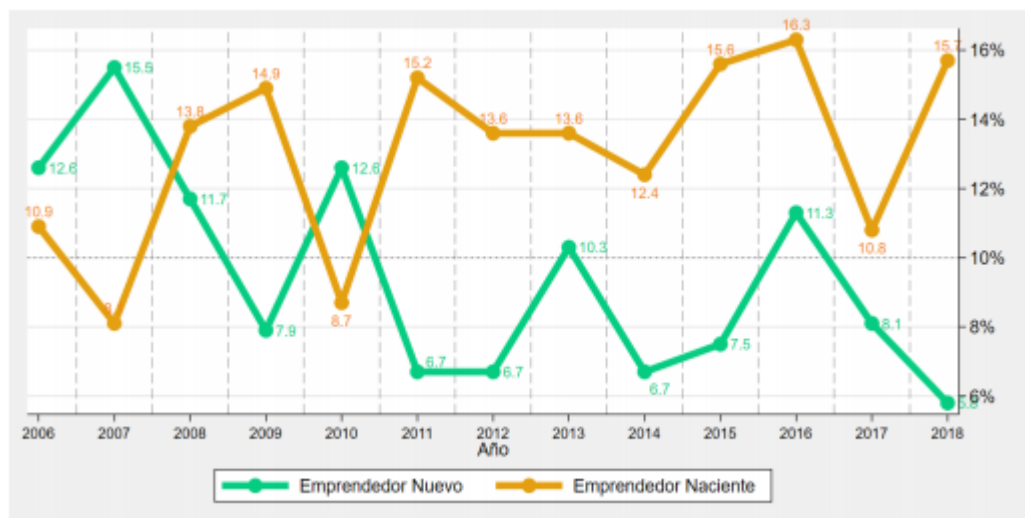


Figura 10. Percepción sobre oportunidades de emprendimiento en Colombia
Fuente: GEM (2019)

A este respecto, en el campo de la economía bajo la perspectiva del emprendimiento, muchos estudios recalcan la importancia de fortalecer el emprendimiento como motor de desarrollo social al posibilitar crecimiento económico, desarrollo y movilidad social. La política del emprendimiento en el país está en construcción, se requiere de la inercia del sector público como privado para el incentivo de los nuevos emprendimientos con el fin de seguir manteniendo una fuerte atracción hacia el sector del servicio y consumo. (Tibaduiza y Calderón, 2020)

3.2.4 El rol de las instituciones académicas

El rol de las instituciones académicas es de suma importancia para incentivar a los estudiantes hacia una filosofía de emprendimiento enfatizando en la educación empresarial, así lo refiere Horng, Liub, Sheng y Yung (2020) en la investigación: “los roles de la educación universitaria en la promoción de la pasión de los estudiantes por el aprendizaje, la gestión del conocimiento y el espíritu empresarial”, la cual revela que la transferencia de conocimiento de las universidades debe llevar un proceso metodológico siendo más consciente desde la perspectiva de los estudiantes, fortaleciendo la relación entre la promoción empresarial y la iniciativa empresarial.

Algunos estudios científicos como por ejemplo la investigación de Bazan et al. (2020) en la revisión sistemática de la literatura sobre la influencia del entorno y el sistema de apoyo de las universidades en la intención social empresarial de los estudiantes, propone una metodología basada en la teoría, que puede ayudar a las universidades a diseñar sus intervenciones educativas y de otro tipo destinadas a alentar a más estudiantes a considerar el emprendimiento como una opción profesional viable después de la graduación.

En Colombia las instituciones educativas han realizado diferentes estudios acerca del emprendimiento, una de ellas es la Universidad Piloto de Colombia en su investigación hacia un modelo educativo para el emprendimiento, donde el enfoque metodológico da

cuenta de triangulación de información cuantitativa y cualitativa, que inició con una revisión documental sobre la normatividad vigente acerca del potencial que la educación y la investigación tienen para el emprendimiento, creando un modelo piloto de emprendimiento dinámico e innovador el cual se presenta a partir de un eje articulador denominado: Centro de Emprendimiento para la Universidad Piloto de Colombia (Segura, Novoa, & Burbano, 2019).

En la ciudad de Ibagué, la universidad del Tolima realizó una investigación sobre los factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito. Parra, Rubio, y López (2017) estudiaron 10 casos de emprendedores de Ibagué, bajo dos enfoques: un análisis cualitativo soportado en entrevistas estructuradas a empresarios, y el cuantitativo sustentado en los resultados de la encuesta a empleados y clientes, la investigación revela los rasgos de mayor trascendencia que tienen los empresarios y que les han permitido posicionar sus organizaciones en la región, los cuales son: El nivel de formación, el liderazgo que han impartido, el amor por el trabajo, inversión tanto en infraestructura como en personal y, finalmente, la atención al cliente.

A raíz de la situación actual causada por la pandemia, el mundo de la educación se renueva por lo cual las personas y emprendedores que quieren iniciar en la educación superior se están enfocando en escoger carreras que satisfagan las necesidades de la cuarta revolución industrial (industrias 4.0), la directora de educación para Microsoft Colombia, asegura que “las tendencias en tecnología, las nuevas condiciones de la población como el aumento en la longevidad, y las transformaciones en los hábitos de trabajo en las organizaciones están transformando la demanda de habilidades. En este sentido, esta crecerá en carreras como matemáticas, ingeniería, computación, investigación científica, liderazgo y entrenamiento dada la transformación del sector productivo” (Semana, 2018).

Los investigadores Moreno y Rodríguez (2020) en un estudio prospectivo de la tecnología en la educación superior en Colombia al 2050, mediante el método del análisis de una encuesta a expertos Delphi, y un taller con expertos, plantean la necesidad de nuevos modelos de gestión de las universidades hacia una mayor profesionalización de las carreras universitarias, en donde se incluyan estas nuevas tecnologías. Se puede resaltar que las tecnologías de la información y comunicación evidentemente pueden llegar a afectar en su conjunto la educación superior, pero también pueden potenciar y facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje para que sea más incluyente la filosofía del emprendimiento.

3.2.5 Coyuntura económica colombiana a causa de la pandemia

La situación actual que vive la sociedad a causa de la pandemia por el covid-19 que ha llevado a los gobiernos a tomar medidas como el distanciamiento social, el autoaislamiento y las restricciones de viaje, han llevado a una fuerza laboral reducida en todos los sectores económicos y han causado la pérdida de muchos empleos, las instituciones educativas han cerrado y la necesidad de productos y productos manufacturados ha disminuido (Universidad El Bosque, 2020).

Así lo reflejan las cifras publicadas por el Departamento nacional DANE en la gran encuesta integrada de hogares (GEIH) que, para el mes de junio de 2020, la tasa de desempleo del total nacional fue 19,8 %, lo que significó un aumento de 10,4 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (9,4 %) (ver *Figura 11*).

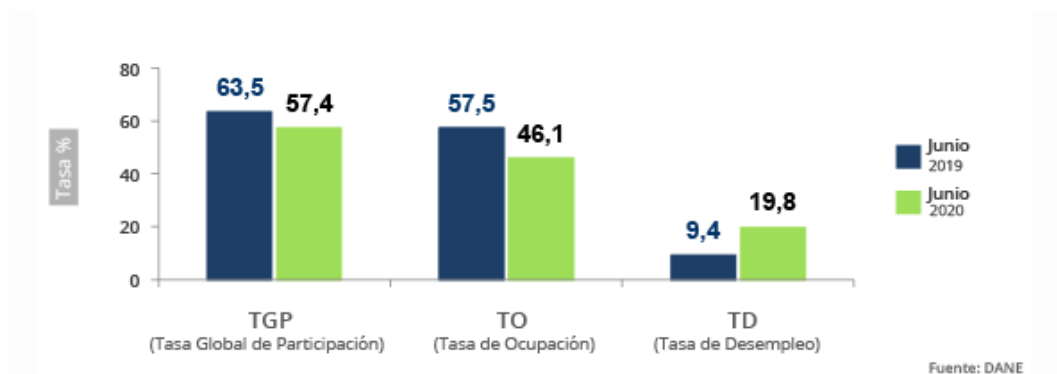


Figura 11. Tasa global de participación, ocupación y desempleo del 2020 con respecto al 2019
Fuente: DANE (2020)

La tasa global de participación se ubicó en 57,4 %, lo que representó una reducción de 6,1 puntos porcentuales frente a junio del 2019 (63,5 %). Finalmente, la tasa de ocupación fue 46,1 %, presentando una disminución de 11,4 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (57,5 %).

A nivel regional, la ciudad de Ibagué se muestra como una de las ciudades más afectadas por el desempleo, así se observa en los indicadores del mercado laboral de las 23 ciudades y áreas metropolitanas en el trimestre abril-junio 2020 obtenidos en la (GEIH) publicadas por el DANE. En el último trimestre de 2020 Ibagué tiene una tasa de desempleo de 37,6 %; tasa global de participación 54,3 % y tasa de ocupación 33,9 %, en el periodo de referencia se ubica en la segunda posición de las ciudades que registraron las mayores tasas de desempleo, solo por detrás de Neiva.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son las más afectadas por la pandemia, según la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) en los resultados obtenidos en la encuesta de desempeño empresarial del segundo trimestre de 2020, las MiPymes tuvieron una fuerte contracción con respecto al mismo período del año anterior. En lo que respecta a producción, el 88,8 % de las empresas encuestadas manifestó disminución; el 7,3 % la mantuvo y el 3,9 % la aumentó. En cuanto a ventas, el 89 % aseveró disminución, el 7,2 % las mantuvo y el 3,8 % las aumentó (ver *Figura 12*).

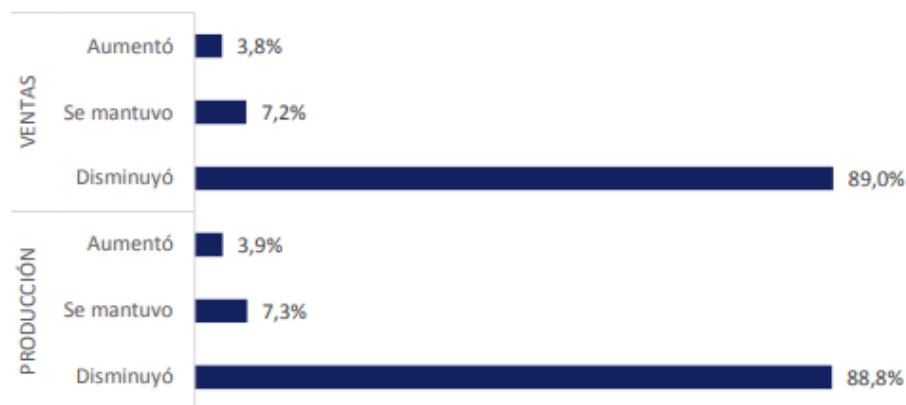


Figura 12. Comportamiento de indicadores de producción y ventas durante el segundo trimestre de 2020 en comparación con el segundo trimestre de 2019
Fuente: ACOPI (2020)

Diferentes sectores económicos se han visto afectados por la pandemia como lo muestra la investigación: “Efectos de COVID-19 en los negocios y la investigación”, en el cual se estudian 13 documentos que cubren diferentes sectores de la industria que se ven afectadas como el turismo, comercio minorista o la educación superior, esto debido a los cambios en el comportamiento del consumidor y las empresas, además estudian las cuestiones éticas y aspectos relacionados con los empleados y el liderazgo (Donthu & Gustafsoon, 2020).

De acuerdo con un análisis de Dcode Economic & Financial Consulting entre los sectores más afectados en el país de Egipto por el Covid-19 se encuentran los de turismo y ocio, aviación y marítimo, automotores, construcción y bienes inmuebles, fabricación (no esencial), servicios financieros y educación (La República, 2020). La **Figura 13** ilustra los sectores que se han visto más afectados por la pandemia de color naranja y los que se han visto beneficiados de color azul:

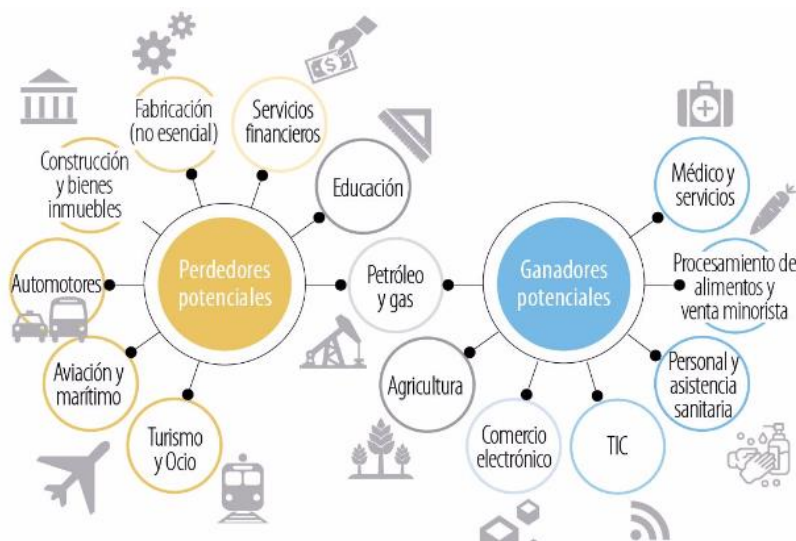


Figura 13. Sectores económicos beneficiados y perjudicados a causa de la pandemia
Fuente: La República (2020)

Pese a que el análisis de Dcode se centra en el contexto de Egipto, los analistas señalan que la repercusión en los sectores que resalta el estudio se puede ver de forma generalizada. La repercusión en los sectores anteriormente mencionados se debe principalmente a las medidas que han adoptado los gobiernos para contener la expansión del virus asegura el periódico LA REPÚBLICA.

En Colombia, según el DANE los sectores que más restaron a la variación de la población ocupada en el trimestre abril-junio de 2020 fueron comercio y reparación de vehículos; industrias manufactureras y actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios (DANE, 2020).

A este respecto, y para hacer frente a esta situación, Botero y Lora (2020) proponen una estrategia para la defensa del empleo y la estabilidad económica en Colombia, consiste en subsidiar totalmente el primer salario mínimo de todos los trabajadores de sectores inhabilitados por el aislamiento obligatorio, por la duración de este mismo. El subsidio se concederá a través de las empresas, siempre y cuando mantengan el empleo. Para financiarlo el Gobierno establecerá por decreto legislativo de emergencia económica un empréstito forzoso a cargo de los contribuyentes al impuesto sobre la renta que se reembolsaría con créditos para el pago de futuros impuestos.

3.2.6 Modelos de negocio exitosos durante la pandemia

A pesar de la situación actual que está atravesando toda la humanidad, como se mencionó anteriormente existen sectores económicos que se han mantenido y fortalecido, esto lo han sabido aprovechar diferentes empresas y nuevos negocios que supieron sacar una ventaja sobre la competencia y beneficiarse ante la actual crisis a causa de la pandemia.

En este sentido, en el ámbito internacional diferentes investigaciones abordan la problemática en busca de estrategias y soluciones para las empresas y emprendedores, por ejemplo el estudio sobre estrategias colaborativas de marketing entre empresas en una crisis pandémica (Crick & Crick, 2020), donde los autores examinan cómo las organizaciones han utilizado la cooperación para hacer frente a la nueva pandemia de coronavirus, los ejemplos clave incluyen minoristas que comparten información sobre los niveles de existencias, organizaciones farmacéuticas que trabajan juntas para desarrollar una vacuna, gigantes tecnológicos que colaboran por el bien común y organizaciones benéficas que forman alianzas por una causa conjunta

Así mismo, la revista Dinero recomienda los emprendimientos con base tecnológica como los deliverys tipo Rappi, Merqueo o Domicilios.com ya que en medio de la situación actual están teniendo un gran protagonismo en el país pues han ayudado a los colombianos a facilitar el abastecimiento durante el aislamiento obligatorio que tiene como objetivo mitigar la propagación del coronavirus en el país. El Centro de Innovación y Emprendimiento, INCUBA y el Grupo de Estudios en Administración del CESA (GEA) analizaron 154 emprendimientos del país e identificaron que el 16% presentó un impacto positivo ante la crisis del coronavirus, entre este porcentaje la mayoría de las empresas funcionaban con una base tecnológica (Dinero, 2020).

Según la revista Dinero los datos evidencian que estos emprendimientos dieron algún tipo de viraje para digitalizar su modelo de negocio u ofrecer este servicio bajo entornos digitales para beneficiar a otras empresas. Dentro de las decisiones positivas se resalta el aumento en el número de colaboradores y en sus canales de venta

Las instituciones académicas también se han visto afectadas por esta situación y han recurrido a prestar sus servicios de manera remota, Krishnamurthy (2020) en la investigación: “El futuro de la educación empresarial: Un comentario a la sombra de la pandemia de Covid-19”, proporciona un estudio para comprender esta transformación a través del reconocimiento de los cambios que afrontan las universidades, los estudiantes y el mundo de los negocios, además analiza que esta situación conducirá a una nueva versión de la educación liderada por la tecnología en un futuro inmediato.

La revista Forbes asegura que las empresas grandes, pequeñas, medianas y micro, independientes y todo el que aspira a emprender, debe buscar la manera de cómo incluir tanto la tecnología como el marketing digital en sus procesos. Estas dos herramientas que no solamente son las más económicas para operar un negocio, sino que además ahora son las únicas que son factibles para muchos casos. Lindgren (2020) propone una innovación en los modelos de negocios en un mundo de ciudades inteligentes con tecnologías inalámbricas futuras, recomienda a las empresas conocer e integrar de manera gradual las futuras tecnologías inalámbricas, el documento aborda desde la investigación en la literatura como las empresas deben actuar ante este desafío de cambio para las organizaciones y el potencial que tiene la innovación en los múltiples modelos de negocios en las nuevas tecnologías.

Otro factor muy importante que deben tener en cuenta tanto las empresas como los emprendedores, para su buen funcionamiento y desempeño en el mercado actual son los aspectos relacionados con el sector logístico y de transporte de carga. A este respecto, según Itainnova (2017) la logística de aprovisionamiento es una actividad clave en la cadena de suministro, puede influir de manera decisiva en el funcionamiento de una empresa, dependiendo de cómo se gestione. El objetivo de la logística de aprovisionamiento es el control de los suministros con el fin de satisfacer las necesidades de los procesos operativos. Las cantidades a suministrar, la frecuencia de aprovisionamiento, el impacto sobre el inventario de la cadena de suministro, la previsión de la demanda, la calidad del servicio, selección de proveedores, las fechas de entrega y los tipos de unidades de embalaje y carga utilizados por los proveedores, son factores a tener en cuenta en la logística de aprovisionamiento. Dicho lo anterior se denota la importancia que tiene la logística en la en el área de la producción y la cadena de suministro.

Como se mencionó anteriormente, modelos de negocios exitosos se destacan por su gran labor logística, un claro ejemplo son las empresas como Rappi, Uber, Glovo, Tostao, Justo y Bueno, D1, Amazon, MercadoLibre, Linio, Alibaba, Wish, TCC, Servientrega, Deprisa, Coordinadora, Inter rapidísimo, entre otras. Que gran parte del éxito en su funcionamiento se debe al excelente manejo tanto de la base tecnológica como la logística de aprovisionamiento, aumentando su valor en el mercado del comercio electrónico. Así mismo, otro ejemplo de modelo de negocio es el del banco Finandina, que recientemente incursiona en el mundo tecnológico y ofrece servicios digitales gratis como estrategia para atraer a nuevos clientes. El banco Finandina también se sumó a las entidades financieras que adoptaron una serie de medidas para

reducir los impactos económicos de sus clientes ante la llegada de la pandemia del Covid-19 a Colombia (La República, 2020)

Este es un modelo de negocio que están siguiendo muchas empresas que deben buscar una forma de reinventarse para no quedarse atrás en el mercado, así lo sugiere (Seetharaman, 2020) en la investigación sobre los cambios en los modelos de negocio: impacto del Covid-19, donde refiere que las industrias que producen y entregan productos y servicios de información han seguido funcionando mientras que las que fabrican productos físicos, especialmente las empresas que requieren mucha mano de obra, se vieron obligadas a minimizar las operaciones o cerrar temporalmente, por tal motivo muestra evidencias sobre los intentos de alterar los modelos de negocio en estas circunstancias para abordar los desafíos que imponen ciertas características del producto, pero al mismo tiempo capitalizar las oportunidades de negocio que presenta la esencialidad de los productos.

Un reciente informe de la revista The Economist destaca que las empresas que logren sobrevivir en medio de esta pandemia mundial, deberán adoptar nuevas tecnologías, hacer ajustes drásticos en las cadenas de suministro y sobre todo, contar con la capacidad de asimilación a lo que será un nuevo mundo. Un ejemplo claro de empresas que han cambiado sus modelos de negocio son LVMH, dueño del perfume Dior, hoy destila desinfectante de manos; General Motors quiere entrar en el negocio de fabricación de ventiladores y en el de máscaras quirúrgicas; y el fundador de Alibaba, distribuye tapabocas por todo el mundo (El tiempo, 2020).

Capítulo 4. Metodología

Para lograr el primer objetivo, primero se hizo una revisión bibliográfica donde se investigaron, se entendieron y se expusieron los conceptos de economía utilizados para el análisis de la coyuntura económica colombiana a causa de la pandemia, los cuales, fueron consultados exclusivamente en fuentes primarias como el caso de libros físicos de biblioteca personal, biblioteca de la Universidad de Ibagué y biblioteca Darío Echandía de la ciudad de Ibagué. Además, se consultaron textos en plataformas virtuales desde la web, esta opción fue priorizada sobre la opción del desplazamiento físico del investigador hasta las bibliotecas, ya que permitió evitar al máximo las salidas de casa durante los periodos de confinamiento que se vivieron durante el proceso del desarrollo del trabajo.

La redacción de esta información fue literal como aparece en los libros o parafraseada en caso de ser necesario hacer más simple la explicación como se muestra en el marco de referencia, agregando las respectivas citaciones como propone las normas APA.

Una vez recopilada la información anterior, la metodología utilizada para alcanzar el primer objetivo fue planteada por De Sousa (2016) en el estudio “¿cómo hacer un análisis de coyuntura?” donde indica que para el análisis de coyuntura no solo es necesario un conocimiento detallado de todos los elementos importantes y disponibles de una situación determinada, sino que exige también un tipo de capacidad para percibir, comprender, descubrir sentidos, relaciones, tendencias, a partir de los datos y las informaciones. Con el fin de analizar la coyuntura económica colombiana como consecuencia de la pandemia son necesarias algunas herramientas apropiadas para eso. Las categorías con que se trabajó son las siguientes:

- Acontecimientos: Identificar los principales acontecimientos en un determinado momento o periodo de tiempo, es un paso fundamental para caracterizar y analizar una coyuntura.
- Escenarios: Las acciones de la trama social y política se desenvuelven en determinados espacios que pueden ser considerados como escenarios. Cada escenario presenta particularidades que influyen en el desarrollo y muchas veces el simple hecho de cambiar de escenario es ya una indicación importante de una variación en el proceso.
- Actores: Un determinado individuo es un actor social cuando él representa algo para la sociedad (para el grupo, la clase, el país), encarna una idea, una reivindicación, un proyecto. Pero la idea de “actor” no se limita solamente a personas o grupos sociales, las instituciones también pueden ser actores sociales, un sindicato, partidos políticos, periódicos, radios, emisoras de TV, Iglesias.
- Relación de fuerzas: Las clases sociales y los diferentes actores locales están en relación unos con otros. Esas relaciones pueden ser de enfrentamiento, de coexistencia, de cooperación y estarán siempre revelando una relación de fuerza, de dominio, de igualdad o de subordinación.

- Articulación (relación entre “estructura” y “coyuntura”): La cuestión aquí es que los acontecimientos, la acción desarrollada por los actores sociales, generando una situación, definiendo una coyuntura, no se dan en el vacío: ellos tienen relación con la historia, con el pasado, con relaciones sociales, económicas y políticas establecidas a lo largo de un proceso más prolongado.

Con las definiciones anteriores como punto de partida, se investigaron fuentes primarias, secundarias y terciarias que brindaron información relacionada a las condiciones actuales económicas de Colombia y los pronósticos de las consecuencias de la pandemia que causó el COVID-19. Para ello, se consultaron a través de la web, radio y televisión, las publicaciones en general incluyendo investigaciones recientes, artículos de periódico, blogs, vlogs, videos, audios, comentarios en redes sociales, simposios, conferencias y entrevistas en video a empresarios, que comenten el tema.

Gracias a la recopilación y el análisis de la información obtenida en fuentes secundarias y terciarias fue posible identificar la fuente primaria de donde provenía esta información que fue filtrada a la luz del marco teórico. Finalmente, se tomó como información útil las obtenidas a través fuentes primarias para hacer el análisis de la coyuntura económica en Colombia. De esta manera se alcanzó el primer objetivo.

Para el alcance del segundo objetivo, se consultaron en la web las publicaciones que constituyeron fuentes primarias, secundarias y terciarias incluyendo investigaciones recientes, artículos de periódico, blogs, vlogs, videos, audios, comentarios en redes sociales, simposios y conferencias, entrevistas en video a empresarios y noticias de televisión que nombren por lo menos 1 emprendimiento o idea de negocios que se haya convertido en tendencia a partir de marzo de 2020 o bien, ya se posicionaba como un emprendimiento emergente con un crecimiento destacable por los medios de información previo a la cuarentena. Se define “destacable” como todas aquellas empresas, ideas o modelos de negocios acerca de los que se esté o estaba opinando en la web u otros medios de comunicación antes y después de la cuarentena iniciada en marzo de 2020.

Se realizó un listado de 20 startups relacionadas directamente con el ámbito de la tecnología. Los startups son empresas emergentes que desarrollan ideas innovadoras, relacionadas con el mundo digital y tecnológico. A diferencia de una Pyme, una startup se caracteriza por ser un negocio escalable y crecer de una forma mucho más rápida y eficiente.

CRITERIOS DE SELECCIÓN EMPRENDIMIENTOS NACIONALES

1. Que en el emprendimiento se evidencie el Éxito empresarial, en donde sean evidentes los diferentes tipos de éxito descritos en el marco teórico.
2. Que el emprendimiento estuviera vigente aun después del tiempo de aislamiento.
3. Que el emprendimiento este constituido en Colombia.
4. Que tengan alto grado de innovación y monetización y una plataforma escalable que pueda mostrar un crecimiento explosivo.
5. Que la idea de negocio sea disruptiva.

1. Que en el emprendimiento se evidencie el Éxito empresarial, en donde sean evidentes los diferentes tipos de éxito descritos en el marco teórico.

A continuación, se definen los distintos tipos de éxito que se puede obtener con una idea de negocio y/o empresa según el blog en línea Workmeter.

- Éxito personal: Para los emprendedores, la satisfacción viene implícita en el proceso de creación. El desarrollo de una idea hasta que esta se transforma en un producto o servicio supone todo un éxito personal para cualquiera que decida emprender.
- Éxito económico: Un negocio exitoso es aquel que obtiene un retorno consistente de la inversión para aquellos que arriesgaron su capital en sacar la empresa adelante. Los fundadores de la empresa, que suelen ser también los inversores, consiguen así crear riqueza para sus familias y seguridad para su futuro.
- Éxito social: Las compañías también miden su éxito en función del bien que hacen por la sociedad. Algunas tienen objetivos específicos, como mejorar el entorno o proveer oportunidades escolares para niños a través de los productos y servicios que ofertan.
- Longevidad: La longevidad es un factor de éxito de gran importancia para cualquier negocio que se empiece hoy en día. La cantidad de empresas que empiezan con mucha fuerza, pero acaban siendo abatidas por el mercado unos pocos años después es enorme. Por ello, uno de los factores que marcan el éxito empresarial es la capacidad de sostener el éxito de la empresa a lo largo del tiempo, a pesar de los momentos difíciles y los cambios en el mercado que esta pueda atravesar.
- Satisfacción del cliente: Para los propietarios de un negocio, contemplar como su producto facilita y mejora la vida de las personas es un gran motivo de satisfacción. Es uno de los motores que los hacen seguir trabajando incansablemente para mejorar el producto día tras días.
- Satisfacción del empleado: Un gran factor de éxito para una empresa es la satisfacción de los trabajadores de la misma. Si los trabajadores cuentan con una flexibilidad horaria, y otros elementos que forman parte del salario emocional, eso contribuirá mucho a que se encuentren motivados en la empresa.

Existen numerosas claves, estrategias y manuales para garantizar el éxito empresarial. De hecho, éstos varían en función de factores como el sector comercial, las expectativas del negocio o la naturaleza del producto. Sin embargo, la diversidad de estos aspectos puede focalizarse en siete aspectos básicos (OBS, 2019). La Business School (2019) define las siguientes claves:

- Pasión por lo que se hace: Es el punto de arranque de cualquier proyecto o plan de empresa. Si no hay pasión, no habrá éxito. ¿Y cómo puede definirse la pasión? Pasión es, en este caso, una mixtura de elementos como el placer, el gusto, la satisfacción personal y el saber que lo que se hace colma todas las expectativas por el simple hecho de hacerlo.
- Trabajo duro: Si existe esa pasión, por consiguiente, habrá trabajo duro, disciplina y dedicación. Todo proyecto se consolida con las acciones diarias; cada día suma en aras de cumplir con los objetivos propuestos. Este trabajo debe ser especialmente constante durante los meses de consolidación del negocio, cuando recién se apuesta por la apertura de campo en el mercado y la captación de clientes. Excelencia: La pasión y el trabajo duro serán, necesariamente, la antesala de un producto o servicio que se distinga del resto

por su calidad y excelencia. No basta con imitar algo que hayan hecho otros. La idea es innovar y crear interés.

- Focalizar el producto: Es verdad que existen empresas multitarea o servicios que se ofrecen transversalmente en varios mercados. Pero, aun así, el objetivo primordial de un emprendedor es centrar la mirada sobre los nichos de consumidores que le interesen. Cuestión de foco.
- Conocer el mercado: Consecuencia directa del punto anterior, el emprendedor debe conocer a la perfección el campo comercial en el que aspira a desenvolverse, lo cual implica tener información sobre los precios, los competidores y los ciclos de producción.
- Innovación: Está demostrado que las ideas más exitosas son aquellas que innovan y se salen de los parámetros establecidos. Esto es lo que se conoce como valor añadido. Pero ojo: que la innovación no se convierta en mera experimentación. Existe un límite: si el producto es demasiado extravagante, generará el efecto contrario.
- Perseverancia: Son muchos los obstáculos que los novatos deberán sortear en su largo camino hacia el posicionamiento. De hecho, muchos proyectos de empresa sucumben ante los primeros desafíos con los que se topan. La clave está en no claudicar nunca.

2. Segundo, que el emprendimiento estuviera vigente aun después del tiempo de aislamiento (tiempo en el cual cerraron muchas empresas). Fue un gran reto empresarial tratar de generar estrategias direccionadas a garantizar la sustentabilidad de la empresa. Por lo tanto, continuar operando después de este momento crítico de aislamiento abre una oportunidad interesante de estudio.
3. Tercero, que el emprendimiento fuera creado y se encuentre localizado en Colombia, es importante mencionar que los emprendimientos seleccionados fueron creados en el país ya sea por personas nacidas en Colombia o extranjeras que decidieron crear empresa en Colombia.
4. A través del uso de la tecnología estamos enfrentando nuevos paradigmas en cuanto al emprendimiento. Los startups son el nuevo paradigma y el emprendimiento va en esta dirección.
5. Las ideas de negocio disruptivas transforman los paradigmas en una industria. Un emprendimiento debe ser disruptivo para generar nuevas oportunidades en el mercado.

Cabe resaltar que los criterios 4 y 5 son usados por las aceleradoras de alto nivel como Rockstart, la red Endeavor, los fondos Inqlab, Simma Capital, EWA Capital y Velum Inverlink, la family office Ventura e INNpuls Colombia, para seleccionar emprendimientos e invertir en estos.

Para complementar la investigación con datos a nivel local, se seleccionaron 10 emprendimientos que operen en la ciudad de Ibagué, los cuales fueron seleccionados teniendo en cuenta los criterios mencionados anteriormente. Además, se adicionaron los siguientes criterios de selección:

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS 10 EMPRENDIMIENTOS DE IBAGUE

1. Que estén localizados en Ibagué.
 2. Seleccionar empresas con trayectoria y recientemente constituidas y vigentes.
 3. Que en el emprendimiento se logre dilucidar los diferentes criterios en cuanto al éxito empresarial se refiere.
 4. Que en los nuevos emprendimientos se evidencie la novedad en la idea de negocio.
 5. Que en los emprendimientos con trayectoria se evidente la experiencia y el uso de estrategias que han permitido la vigencia de la empresa en el mercado.
-
1. Primero, que los emprendimientos estuvieran localizados en Ibagué. Es completamente indispensable hacer el estudio con empresas localizadas en la ciudad de Ibagué ya que finalmente es interés de este documento dejar evidencia del emprendimiento en la ciudad.
 2. Segundo, hacer una mezcla entre empresas con reconocimiento regional y otras más recientes y novedosas. Se consideró necesario, seleccionar empresarios con trayectoria en la ciudad y también nuevos, con el propósito de analizar a cabalidad el escenario empresarial y contrastar las características que poseen nuevos emprendimientos versus emprendimiento exitosos con mayor trayectoria.

A este respecto, se diseñó una encuesta estructurada en tres secciones: 1. Información del emprendimiento, 2. Perfil del emprendedor, 3. El enfoque estratégico que el emprendedor llevo a cabo durante la pandemia. Se aplicaron tales encuestas de forma telefónica a 10 empresarios (previamente seleccionados) de la ciudad de Ibagué, que se encuentran implementando estrategias para superar la crisis económica que abraza al país, preguntas dentro de las cuales se obtuvo información acerca de la experiencia de los emprendedores para hacer sostenible su empresa en las condiciones del mercado actual. En este punto de la investigación, se identificaron y expusieron una lista de 30 emprendimientos que fueron sometidos a un análisis posterior como lo demanda el objetivo 3. Y de esta manera, se alcanzó el segundo objetivo.

Para el desarrollo del tercer objetivo se abordó la metodología planteada por Morales y Pineda (2015), dado que la investigación es muy similar a la planteada en la presente investigación. Coherentes con el referente teórico esbozado, se utilizaron dos enfoques complementarios: un análisis cualitativo y cuantitativo soportado en la encuesta estructurada a los empresarios seleccionados en la ciudad de Ibagué. Esta decisión de juntar la información entre cualitativa y cuantitativa permite conocer en detalle de los empresarios los rasgos distintivos que les ha permitido la supervivencia empresarial antes y durante la pandemia.

La encuesta fue estructurada desde la perspectiva de las características (rasgos distintivos) del emprendedor. Por ejemplo, Castellanos, Chávez y Jiménez, citados por Rodríguez y Gómez (2014), argumentan que el emprendimiento requiere de competencias, es decir, las personas que promueven una idea de negocio deben poseer determinados rasgos, entre ellos habilidades, destrezas, aptitudes y capacidades. Según Parra, Rubio, & López (2017), entre las competencias se destacan la conformación de redes, competencia para la resolución de problemas, orientación al

logro, competencia para asumir riesgos, trabajo en equipo, creatividad, autonomía e iniciativa, generar ideas y convertirlas en algo novedoso para transformar su vida y su entorno. Así mismo, Sepúlveda y Reina (2016), definen la edad, la experiencia y la formación como las habilidades y rasgos de un emprendedor que generalmente ayudan a la sostenibilidad de una empresa en el tiempo. A continuación, se muestran las principales características que definen un emprendedor (ver *Tabla 1*).

Tabla 1. Las motivaciones y características de los emprendedores
Fuente: (Parra, Rubio, & López, 2017)

Características específicas	Autores
Competencias y habilidades	Schumpeter, 1934; Castellanos, Chávez y Jiménez, 2003, citados por Rodríguez y Gómez, 2014.
Capacidad para conformar redes	Ruiz-Arroyo, et al., 2015; Kadam y Ayarekar, 2014.
Capacidad para resolver problemas	Alcaraz, 2006, citado por Silva, 2008.
Disposición para asumir riesgos	Galindo y Echavarría, 2011; Hisrich et al., 2005; Amaru, 2008; Chan y Balam, 2011
Poseer destrezas, aptitudes y capacidades	Alcaraz, 2006, citado por Silva, 2008
Orientación al logro	Alcaraz, 2006, citado por Silva, 2008.
Cultura de trabajo en equipo	Santín, 2012.
Creatividad	Chan y Balam, 2011; Duarte y Ruiz, 2009; Galindo y Echavarría, 2011
Autonomía e iniciativa	Timmons y Spinelli, 2007, citados por Gómez y Satizábal, 2011
Innovador y generador de ideas	Santín, 2012; Hisrich, et al., 2005; Duarte y Ruiz, 2009; Marco, 2015
La edad	Abdesselam et al., 2004
La experiencia y formación	Sepúlveda y Reina, 2016; García de León, 2014.
Liderazgo efectivo	González y Parra, 2008.
Relaciones interpersonales	Cholsta et al., 2012; García de León, 2014
Visión	Santín, 2012
Establecer contacto con otros emprendedores	Marco, 2015.
La tradición familiar	Wong y Chirinos, 2016
La independencia	Hisrich et al., 2005, García de León, 2014

De esta manera, con la información obtenida a través de las encuestas estructuradas, en lo referente a la información del emprendimiento, se analizaron variables relacionadas con el nombre de la empresa, año de creación, número de empleados y el sector económico. En lo concerniente al perfil del emprendedor, se estudiaron variables como ciudad de nacimiento, edad, sexo, nivel educativo, experiencia laboral, experiencia emprendedora, motivo para emprender, fracasos empresariales, retos empresariales y las cualidades que definen a cada uno de los emprendedores seleccionados.

Con respecto al enfoque estratégico, se indagaron aspectos que permitieron definir cuáles fueron las principales fuentes de presión financiera que enfrentaron las empresas durante la pandemia de COVID-19 y analizar si entre las estrategias implementadas por los emprendedores se llevó a cabo alguna transformación digital en las empresas para enfrentar las adversidades causadas por la pandemia. Finalmente, por medio de la información recopilada en las encuestas se identificaron los factores distintivos de los emprendedores en la ciudad de Ibagué que generaron la posibilidad de éxito en sus ideas de negocio, cumpliendo así el tercer objetivo.

Capítulo 5. Análisis y discusión de resultados

5.1 Contexto económico colombiano

El presidente Iván Duque Márquez, comenzó su mandato presidencial el 7 de agosto de 2018, el cual terminará el 7 de agosto de 2022. Duque, del partido Centro Democrático, ganó las elecciones al lograr el 53,95% de la votación (10.351.304 votos), mientras su rival Gustavo Petro alcanzó el 41,83% (8.024.697 votos). Los principales pilares de su gobierno son la legalidad, el emprendimiento, y la equidad, con ejes transversales en materia de: infraestructura, sostenibilidad ambiental e innovación. (Banco Mundial, 2020)

Según las investigaciones realizadas por el Banco Mundial, Colombia ha recibido un flujo masivo y acelerado de migrantes desde Venezuela. Según Migración Colombia, hasta diciembre de 2019, cerca de 1.8 millones de migrantes venezolanos han llegado al país. Colombia ha asumido un papel de liderazgo en la adopción de una política de fronteras abiertas y en la implementación de buenas prácticas en la respuesta a áreas receptoras y la prestación de servicios a la población venezolana y colombiana retornada, en áreas como educación hasta salud, servicios de empleo y ayuda humanitaria (Banco mundial, 2020).

Colombia tiene un historial de manejo fiscal y macroeconómico prudente, anclado en un régimen de metas de inflación, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en reglas, que permitió que la economía creciera ininterrumpidamente desde el año 2000. Además, Colombia redujo la pobreza a la mitad durante los últimos diez años (CIEF, 2020) .

Sin embargo, el crecimiento de la productividad es bajo y ha sido un obstáculo para el crecimiento económico. Una gran brecha de infraestructura, baja productividad laboral e integración comercial, y barreras a la competencia doméstica son algunos de los factores que limitan el crecimiento de la productividad total de los factores. Las exportaciones están altamente concentradas en materias primas no renovables (petróleo en particular), lo que aumenta la exposición de la economía a los choques de precios. Además, Colombia es uno de los países de América Latina con mayor desigualdad en ingresos e informalidad del mercado laboral. (Banco Mundial, 2020)

Después de desacelerarse al 1,4% en 2017, el crecimiento económico se incrementó hasta 3,3% en 2019, impulsado por un sólido consumo privado y una mayor inversión. El crecimiento estaba en camino a acelerarse aún más en 2020, pero la pandemia de COVID-19 golpeó significativamente la economía y provocó una recesión muy profunda. Bajo esta perspectiva y siguiendo la metodología planteada por De Sousa (2016) se presenta el análisis de la coyuntura económica colombiana del año 2020.

5.2 Análisis de coyuntura económica colombiana

5.2.1 Acontecimientos:

Las cuentas nacionales trimestrales constituyen una síntesis de la información de coyuntura económica, mediante la cual se articulan los indicadores de estadísticas básicas en los principales agregados macroeconómicos. Para tal efecto, las cuentas trimestrales se soportan en los estándares internacionales de medición económica definidos por la Organización de Naciones Unidas y el Fondo Monetario Internacional. Para ello se recurrió a los boletines técnicos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) con el propósito de presentar los principales cambios de corto plazo del Producto Interno Bruto (PIB), la coyuntura laboral (empleo y desempleo), las cuentas fiscales, la inflación, balanza comercial (importación y exportación), la tasa de cambio y el precio del petróleo.

Estas cifras son utilizadas ampliamente por analistas, políticos, prensa, la comunidad empresarial y el público en general, para la toma de decisiones. A continuación, se presentan:

Producto interno bruto (PIB)

- **Primer trimestre de 2020:** La economía de Colombia durante el primer trimestre de 2020 creció 1,1 % (ver *Figura 14*).

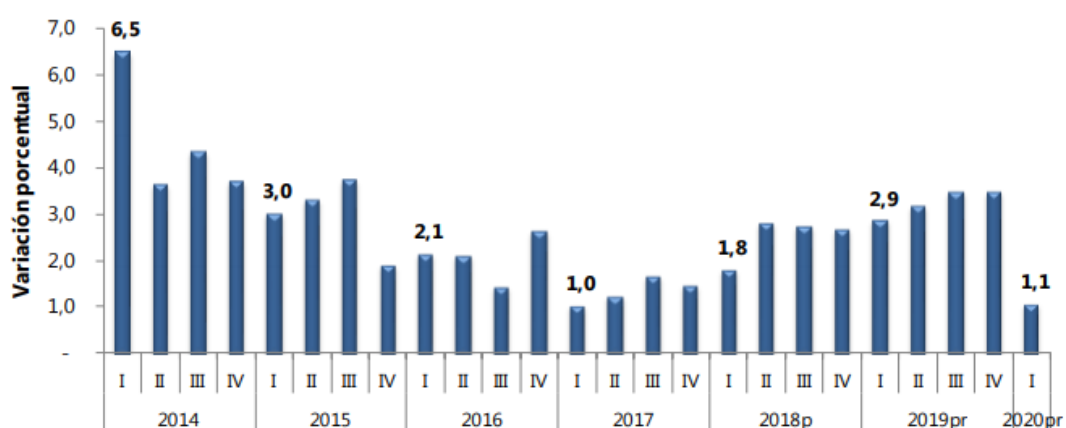


Figura 14. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 (primer trimestre)

Fuente: DANE (2020)

sin duda la cifra fue bastante sorprendente porque de acuerdo con las diferentes proyecciones se esperaba un crecimiento por encima del 2 %, teniendo en consideración que los efectos del Covid-19 fueron a partir de la tercera semana de marzo (DANE, 2020). Según el DANE Las actividades económicas que más contribuyeron a la dinámica del valor agregado fueron:

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 6,8 % (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual). Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,4% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la

variación anual). Actividades inmobiliarias crece 2,6 % (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Como lo indicó el analista económico Jesús Botero del Centro de Investigación Económicas y Financieras (CIEF). Los datos de crecimiento del PIB divulgados en el primer trimestre del 2020 confirmaron tres cosas: primero, el dinamismo sostenido de la demanda interna, que alcanzó el nivel más alto de los últimos cinco años, y que sigue siendo la base de un crecimiento económico relativamente saludable en medio de las incertidumbres internacionales. Segundo, el desbalance externo creciente que contribuye negativamente en 1,5% al crecimiento a la economía, si se mira desde la óptica de las contribuciones al crecimiento, lo que envía señales de alerta, por la vía del déficit en cuenta corriente de la balanza de pagos. Tercero, el carácter relativamente balanceado del crecimiento, en la medida en que todas las ramas, con excepción de la construcción, mostraron crecimientos positivos, aunque incluso la construcción, en el último trimestre de 2019 se acercó a terreno positivo.

En ese momento, las perspectivas para los próximos meses eran negativas ante una eventual contracción de la economía. Más allá de la pandemia, algunos choques externos como la guerra comercial entre Estados Unidos y China, el desplome en los precios del petróleo y la incertidumbre derivada de las protestas del mes de noviembre de 2019 en cierta medida le pasaron una cuenta de cobro al desempeño de la economía en lo corrido de 2020. (Cámara de comercio, 2020).

- **Segundo trimestre 2020:** En el segundo trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 15,7% respecto al mismo periodo de 2019 (ver Figura 19).

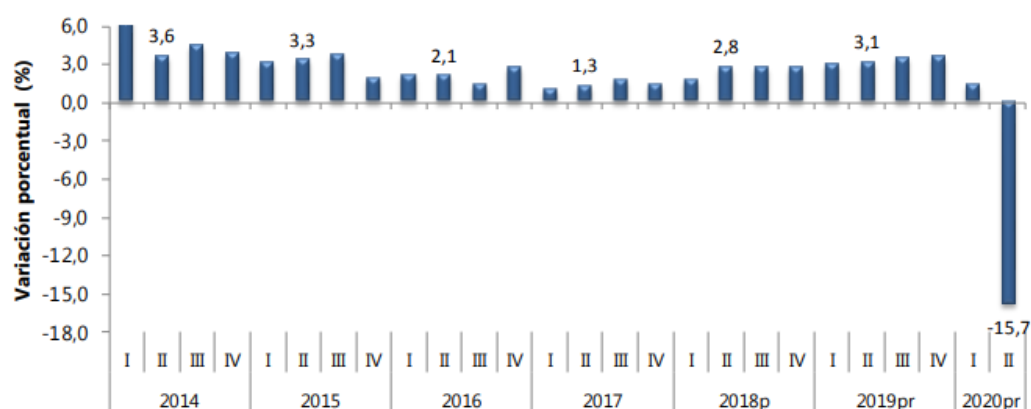


Figura 15. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 segundo trimestre
Fuente: DANE (2020)

Según el DANE, las actividades económicas que más contribuyeron a la dinámica del valor agregado fueron comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 34,3% (contribuye -6,6 puntos porcentuales a la variación anual). Industrias manufactureras decrece 25,4% (contribuye -3,1 puntos porcentuales a la

variación anual). Construcción decrece 31,7% (contribuye -2,1 puntos porcentuales a la variación anual) (DANE, 2020).

Como lo indica el DANE respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario decreció 14,9%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores decrece 34,9%. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 33,7%. Construcción decrece 24,8%.

La magnitud del impacto experimentado por la economía mundial, a raíz del Covid-19, se vio reflejada en el segundo trimestre de 2020 y Colombia no fue la excepción, las proyecciones fueron muy acertadas ya que indicaban que el PIB del segundo trimestre tendría una contracción importante del orden del 16,3%. Para los siguientes meses con la reactivación ya iniciada se esperaba moderar la caída del PIB llevando, en el año completo, a un crecimiento negativo entre el 6,4% y el 7,7%, de acuerdo con el éxito que se tendría en el proceso de reactivación (CIEF, 2020).

- **Tercer trimestre 2020:** En el tercer trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 9,0% respecto al mismo periodo de 2019 (ver *Figura 16*).

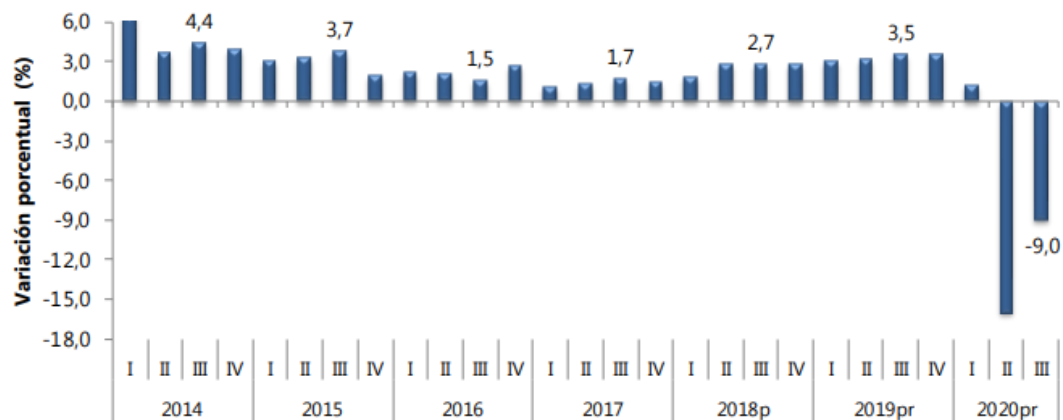


Figura 16. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 tercer trimestre

Fuente: DANE (2020)

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 20,1% (contribuye -3,9 puntos porcentuales a la variación anual). Construcción decrece 26,2% (contribuye -1,8 puntos porcentuales a la variación anual). Explotación de minas y canteras decrece 19,1% (contribuye -1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Frente al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario crece 8,7% (DANE,2020). Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

Industrias manufactureras crece 23,4%. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 22,3%. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores crece 12,3%.

Esta mejora de 8,7 puntos porcentuales durante el tercer trimestre de 2020 se debe a la reapertura de la mayoría de las actividades que estuvieron cerradas o enfrentaron limitaciones en la época del confinamiento. Incluso segmentos como el turismo empezaron a operar nuevamente, entre otros motivos porque los desplazamientos al extranjero han sido remplazados por viajes internos.

- **Cuarto trimestre 2020:** En el cuarto trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 3,6% respecto al mismo periodo de 2019 (ver *Figura 17*).

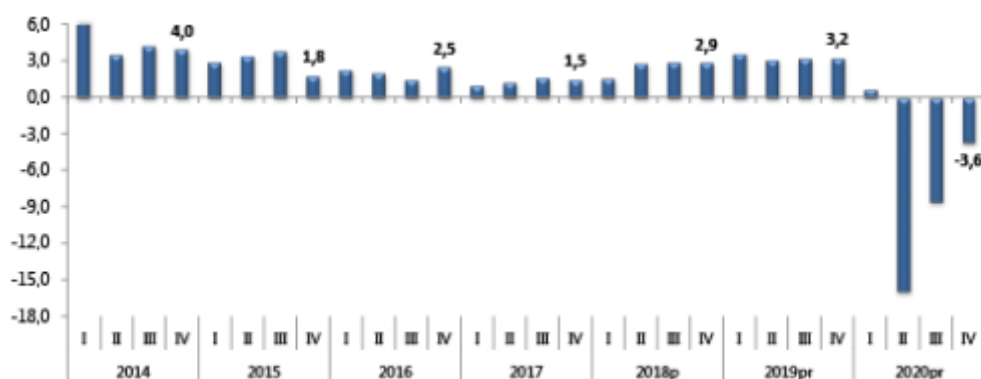


Figura 17. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen 2014-2020 cuarto trimestre
Fuente: DANE (2020)

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 15,1% (contribuye -3,0 puntos porcentuales a la variación anual). Construcción decrece 27,7% (contribuye -1,9 puntos porcentuales a la variación anual). Explotación de minas y canteras decrece 15,7% (contribuye -1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 3,6% respecto al mismo periodo de 2019. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

Construcción decrece 27,7% (contribuye -1,8 puntos porcentuales a la variación anual). Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y

motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 6,6% (contribuye -1,3 puntos porcentuales a la variación anual). Explotación de minas y canteras decrece 19,3% (contribuye -1,1 puntos porcentuales a la variación anual).

Como ya lo pronosticaban diferentes actores económicos, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) informó que el PIB de Colombia cayó 6,8% en todo el 2020, una cifra que refleja las afectaciones de la pandemia, de los confinamientos y de las restricciones a la actividad económica del país.

Según el periódico económico La República, esta se trata de la mayor caída del PIB desde que se tienen series de crecimiento, es decir, desde 1975, una contracción aún mayor que la que sucedió en 1999, que es considerada como una de las crisis económicas más agudas, que no solo hizo que el Producto Interno Bruto (PIB) cayera a mínimos de 4,5%, según cifras del DANE, sino que tuvo consecuencias en el empleo y llevó a que se hicieran cambios estructurales en la política monetaria y cambiaria del país.

Sin embargo y como lo indica la revista Dinero, el gobierno proyecta que el PIB de Colombia en el año 2021 puede crecer en un 6%, así mismo el ministro de Hacienda Alberto Carrasquilla indicó que la economía colombiana crecerá como mínimo 5% en 2021 y agregó que en el mejor escenario lo hará al 6%, aunque esta cifra no es suficiente para resarcir los daños causados por la pandemia.

Coyuntura laboral (empleo y desempleo)

- **Primer trimestre 2020:**

Según el DANE y como se observa en la *Figura 15* la tasa de desempleo nacional del trimestre enero - marzo 2020 fue 12,6%, lo que representó un aumento de 0,8 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del 2019 (11,8%). La tasa global de participación se ubicó en 61,6%, lo que significó una disminución de 1,9 puntos porcentuales frente al trimestre enero – marzo de 2019 (63,5%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 53,8%, presentando una disminución de 2,2 puntos porcentuales comparado con el mismo trimestre de 2019 (56,0%).

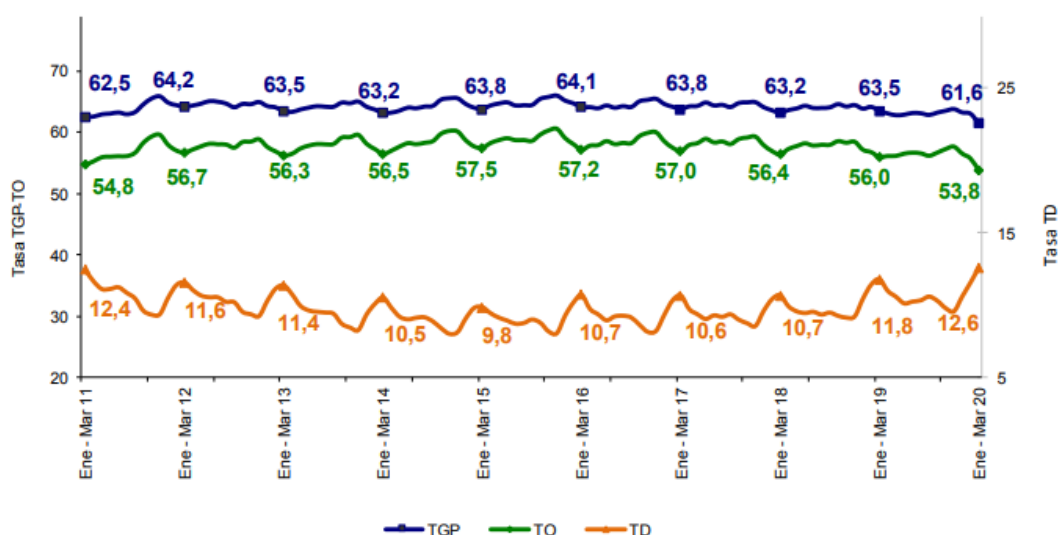


Figura 18. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional enero - marzo (2011 - 2020)
Fuente: DANE (2020)

En el período de estudio, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 21.360 miles de personas. Las ramas de actividad económica que concentraron el mayor número de ocupados fueron: Comercio y reparación de vehículos; Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca e Industrias manufactureras. Estas tres ramas captaron el 44,8% de la población ocupada (ver Figura 16).

Rama de actividad	Distribución (%)	Variación (%)	Contribución (p.p)
Total nacional	100,0	-2,7	-2,7
Comercio y reparación de vehículos	18,5	-7,2	-1,4
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	9,2	-8,7	-0,8
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	15,4	-4,6	-0,7
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	10,8	-4,1	-0,5
Industrias manufactureras	10,9	-3,8	-0,4
Actividades financieras y de seguros	1,5	-6,4	-0,1
Actividades inmobiliarias	1,2	-5,9	-0,1
Explotación de minas y Canteras	0,8	-3,3	0,0
Transporte y almacenamiento	7,5	-0,1	0,0
Información y comunicaciones	1,5	1,6	0,0
Construcción	6,8	1,4	0,1
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	6,5	6,1	0,4
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos	1,2	53,7	0,4
Alojamiento y servicios de comida	8,1	6,0	0,4

Figura 19. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Fuente: DANE (2020)

La rama de mayor crecimiento, frente al trimestre enero - marzo 2019, fue Suministro de electricidad gas, agua y gestión de desechos con 53,7%. Entre tanto, la rama que más cayó fue Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con 8,7%.

Las ramas de Alojamiento y servicios de comida; Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos y Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos, en conjunto contribuyeron positivamente con 1,2 puntos porcentuales. Las ramas que más restaron fueron Comercio y reparación de vehículos y Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con 1,4 y 0,8 puntos porcentuales, respectivamente.

Para el primer trimestre de 2020 la situación del empleo, por su parte, fue muy compleja: la crisis afectó a todas las regiones, todas las ocupaciones y la mayor parte de las ramas, reduciendo el empleo en cuantías que todavía se presentan por encima de los 4 millones de empleos perdidos. La tasa de desempleo se ubicó alrededor del 13%, y no se vio mejoría debido al retiro de muchos trabajadores desocupados de la fuerza laboral. En efecto, hubo cerca de 3 millones adicionales de inactivos, lo que indicó que muchos de los trabajadores que perdieron su empleo encontraron viable emprender procesos de búsqueda, retirándose transitoriamente del mercado.

- **Segundo trimestre 2020:**

Para el segundo trimestre móvil mayo - julio 2020, Como lo indica el DANE la tasa de desempleo nacional del fue 20,5 %, lo que significó un aumento de 10,3 puntos porcentuales comparado con el trimestre móvil mayo - julio 2019 (10,2%). La tasa global de participación fue 56,4 %, lo que representó una disminución de 6,8 puntos porcentuales frente al mismo trimestre móvil del 2019 (63,2%). Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 44,8%, lo que significó una reducción de 11,9 puntos porcentuales respecto al mismo periodo en el 2019 (56,7%) (Ver Figura 17).

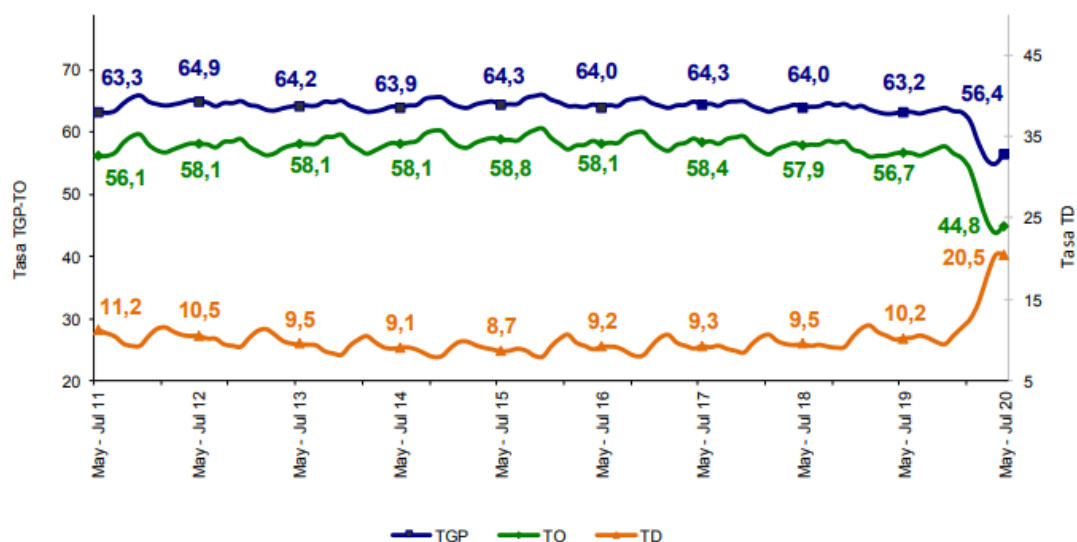


Figura 20. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional mayo - Julio (2011 - 2020)
Fuente: DANE (2020)

En el período de estudio, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 17.864 miles de personas. Las ramas de actividad económica que concentraron el mayor número de ocupados fueron: Comercio y reparación de vehículos; Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca y Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana. Estas tres ramas captaron el 47,8% de la población ocupada (ver Figura 18).

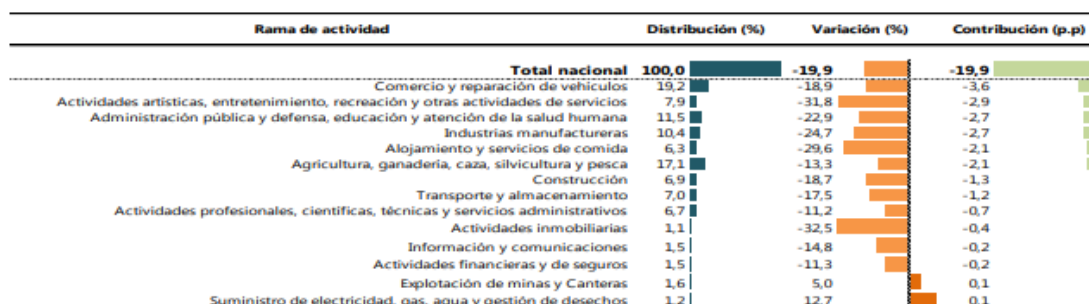


Figura 21. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Fuente: DANE (2020)

Como se observa en la *Figura 18*, las ramas que más cayeron fueron Actividades inmobiliarias con 32,5%, Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios con 31,8% Alojamiento y servicios de comida con 29,6%.

Las ramas que más restaron a la variación de la población ocupada fueron Comercio y reparación de vehículos; Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios, Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana e Industrias manufactureras con 3,6, 2,9, 2,7 y 2,7 puntos porcentuales, respectivamente.

- **Tercer trimestre 2020:**

La tasa de desempleo nacional del trimestre móvil agosto - octubre 2020 fue 15,7% (ver *Figura 19*), lo que significó un aumento de 5,4 puntos porcentuales comparado con el trimestre móvil agosto - octubre 2019 (10,3%). La tasa global de participación fue 60,6%, lo que representó una disminución de 2,6 puntos porcentuales frente al mismo trimestre móvil del 2019 (63,2%). Finalmente, la tasa de ocupación se ubicó en 51,1%, lo que significó una reducción de 5,6 puntos porcentuales respecto al mismo periodo en el 2019 (56,7%)

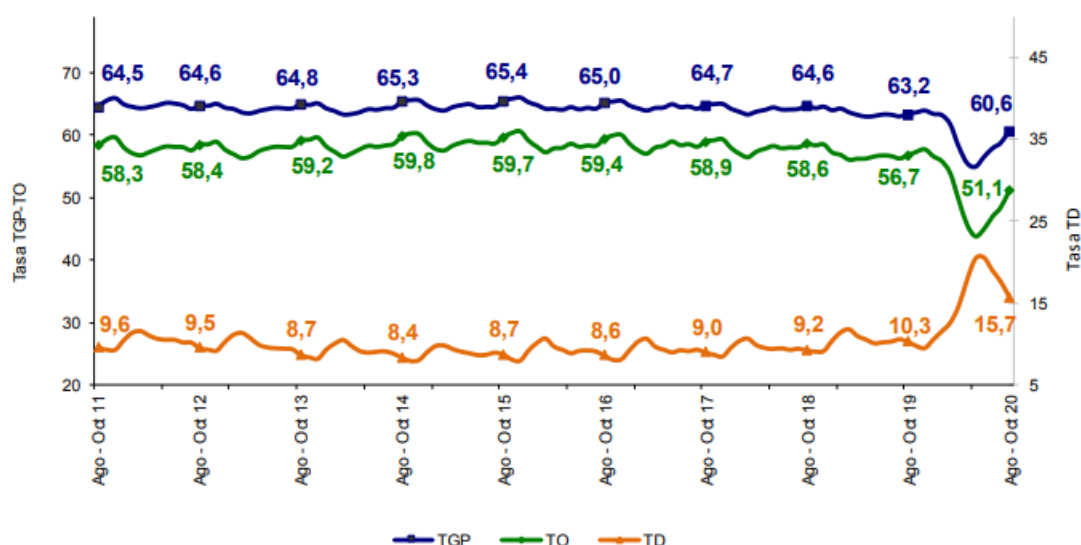


Figura 22. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional agosto - Octubre (2011 - 2020)
Fuente: DANE (2020)

En el período de estudio, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 20.401 miles de personas. Las ramas de actividad económica que concentraron el mayor número de ocupados fueron: Comercio y reparación de vehículos; Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca e Industrias manufactureras. Estas tres ramas captaron el 48,2% de la población ocupada (ver *Figura 20*).

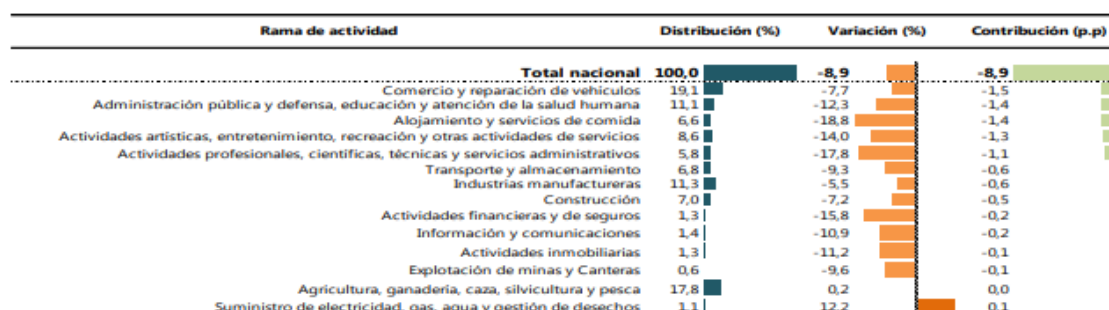


Figura 23. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Fuente: DANE (2020)

Como lo indica el DANE, el suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos presentó un crecimiento de 12,2% comparado con el trimestre móvil agosto - octubre 2019. Entre tanto, las ramas que más cayeron fueron Alojamiento y servicios de comida con 18,8%, Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos con 17,8% y Actividades financieras y de seguros con 15,8%.

Las ramas que más restaron a la variación de la población ocupada fueron Comercio y reparación de vehículos; Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana y Alojamiento y servicios de comida con 1,5, 1,4 y 1,4 puntos porcentuales, respectivamente.

- **Cuarto semestre 2020:**

Para el 2020, la tasa de desempleo fue 15,9%, lo que representó un aumento de 5,4 puntos porcentuales frente al año 2019 (10,5%). La tasa global de participación se ubicó en 59,2%, lo que representó una disminución de 4,1 puntos porcentuales frente al 2019 (63,3%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 49,8%, lo que significó una reducción de 6,8 puntos porcentuales respecto a 2019 (56,6%). (ver *Figura*)

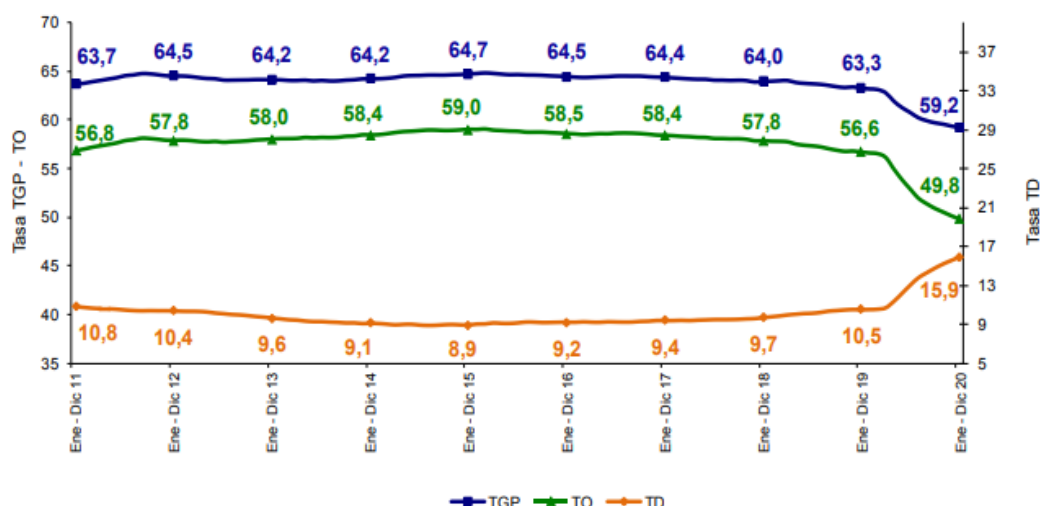


Figura 24. Tasa global de participación, ocupación y desempleo Total nacional agosto - Octubre (2011 - 2020)
Fuente: DANE (2020)

Según el DANE, en el período de estudio, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 21.332 miles de personas. Las ramas que más restaron a la variación de la población ocupada fueron Alojamiento y servicios de comida; Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios y Comercio y reparación de vehículos con 1,3, 1,0 y 1,0 puntos porcentuales, respectivamente (ver Figura 25).

Rama de actividad	Distribución (%)	Variación (%)	Contribución (p.p)
Total nacional	100,0	-6,5	-6,5
Alojamiento y servicios de comida	7,0	-17,1	-1,3
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	8,4	-11,5	-1,0
Comercio y reparación de vehículos	19,3	-5,2	-1,0
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	10,9	-6,0	-0,6
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	16,8	-3,9	-0,6
Industrias manufactureras	11,6	-5,3	-0,6
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	6,2	-8,8	-0,6
Construcción	7,2	-5,2	-0,4
Transporte y almacenamiento	7,0	-3,8	-0,3
Actividades financieras y de seguros	1,2	-13,0	-0,2
Actividades inmobiliarias	1,2	-10,2	-0,1
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos	1,0	2,7	0,0
Explotación de minas y Canteras	0,8	8,3	0,1
Información y comunicaciones	1,5	10,3	0,1

Figura 25. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Fuente: DANE (2020)

Aunque ese aspecto no deja de ser preocupante, cuando se analizan las cifras comparables, se encuentra que, entre el trimestre inmediatamente anterior, el número de ocupados aumentó en 216 mil personas y los desocupados disminuyeron en 104 mil personas. Esos indicadores resaltan la importancia que tiene sobre el mercado laboral la reapertura de las actividades productivas y muestran, de manera contundente, el camino que se tiene que seguir en el 2021 si se quiere retornar a los valores de empleo previos a la pandemia (La Republica, 2020).

<https://www.larepublica.co/analisis/mauricio-santa-maria---anif-2941063/mercado-laboral-en-2020-un-ano-marcado-por-la-profundizacion-de-brechas-sociales-3122314>

Visto de ese modo, se puede decir que el balance del panorama laboral del 2020 es agridulce. Por un lado, se dio una importante recuperación con respecto a los meses más duros de la emergencia sanitaria. Pero por el otro, la situación sigue lejos de recuperar las mismas condiciones de 2019. Lo anterior, sin duda, tiene efectos directos sobre la calidad de vida de los hogares y sus expectativas sobre la situación actual y futura.

Las cuentas fiscales

- **Primer trimestre 2020:**

De acuerdo con los datos suministrados por la DIAN, los ingresos tributarios anuales a enero de 2020 crecieron aproximadamente un 13.3% con respecto al mismo periodo del año 2019. Los ingresos tributarios se encuentran explicados por una variación anual del 12.1% a nivel externo y un crecimiento del 13.5% a nivel interno, con respecto al mismo periodo del año anterior (ver *Figura 21*).

Los ingresos anuales internos se encuentran explicados en gran medida por el rubro de renta que representa un 39.6% del total de ingresos anuales internos y por IVA que representa un 52.4% del total de ingresos anuales internos. En cuanto los ingresos externos, estos se encuentran explicados por un IVA externo que representa un 83.3% de los ingresos externos anuales y un ingreso por aranceles del 16.7% del total de los ingresos externos anuales.

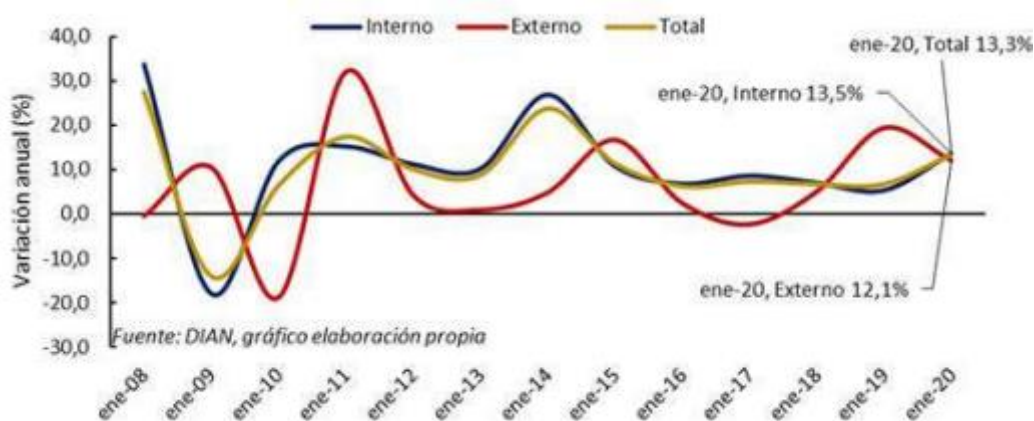


Figura 26. Recaudo del gobierno nacional por tipo de impuesto (Variación anual)
Fuente: DIAN (2020)

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP) para el año 2019, la reducción de impuestos a las empresas contemplada en la reforma de 2016 representó una reducción en ingresos de \$3.7 billones y el recaudo petrolero presentó una reducción adicional de \$1.6 billones. Sin embargo, el crecimiento nominal inercial representó una variación positiva de \$9.4 billones al igual que la Ley de Financiamiento (LF) de \$5.3 billones, así como la mayor eficiencia de la DIAN que representó aproximadamente \$2.8 billones y el efecto sobre el crecimiento de la LF de \$1.1 billones,

mostrando efectos positivos sobre los ingresos del año 2019 y los primeros meses de 2020 antes de los efectos de la cuarentena en marzo de 2020.

- **Segundo trimestre 2020:**

Es claro que para el segundo trimestre la situación fiscal juega un papel protagónico en medio de la atención de la pandemia y de la cuarentena emprendida a nivel mundial con el fin de reducir los efectos nocivos del Covid-19. Sin embargo, la atención de la pandemia obligó a los gobiernos a emprender una serie de gastos y a enfrentar una caída en sus ingresos debido a la reducción de la actividad productiva, hechos que no estaban concebidos en ningún presupuesto (Hurtado, 2020).

Bajo esta perspectiva, la situación fiscal de la economía colombiana es común a lo que sucedió a nivel mundial, donde se muestra una estrepitosa caída en los ingresos para el mes de junio. Según los datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas nacionales (DIAN, 2020), los ingresos internos presentaron una caída del 27 % en términos anuales, pasando de 11,75 billones en junio del 2019 a \$8,6 billones en junio de 2020. Los ingresos externos sufrieron una caída del 46% en términos anuales pasando de \$2,05 billones en junio del 2019 a \$1,1 billones en junio de 2020. Estos dos hechos conjugados muestran una caída del 29% en los ingresos totales anuales de la DIAN, pasando de \$13,7 billones en junio del 2019 a \$9,7 billones en junio de 2020 (ver *Figura 27*).

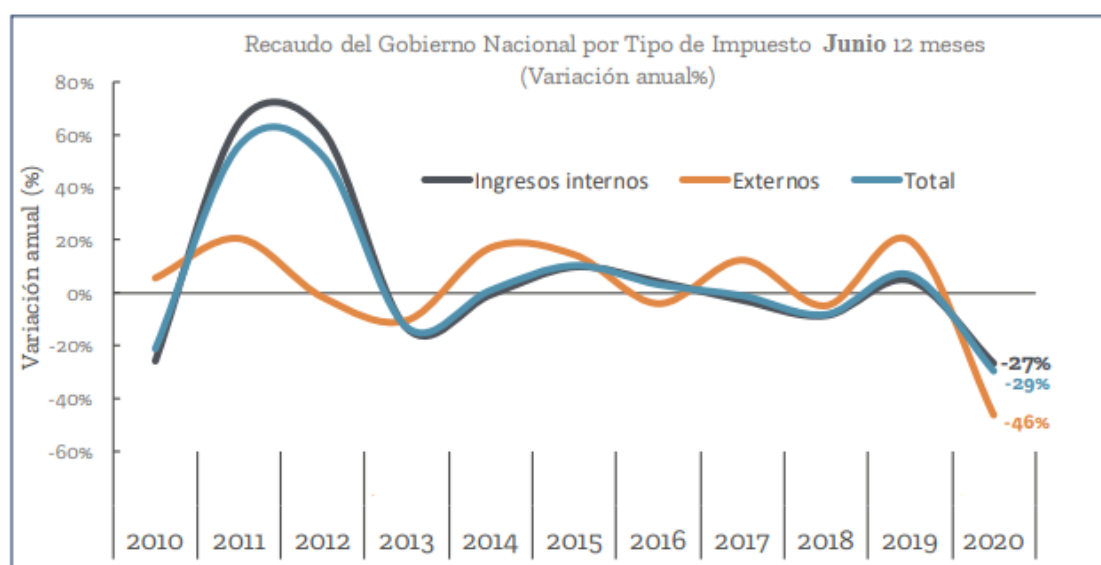


Figura 27. Recaudo del Gobierno Nacional por tipo de impuesto (Variación anual)
Fuente: DIAN (2020)

Con el propósito de enfrentar esta situación sin generar grandes daños al aparato productivo y con niveles sostenibles de deuda, fue el gran reto de la mayoría de los gobiernos. Bajo esta óptica, se debió acudir a políticas contra cíclicas que esperaban mantener el PIB bajo una senda que no se aleje demasiado de su nivel potencial (Hurtado, 2020). Por otro lado, se debió prestar especial atención en los gastos para atender las necesidades de una población que se encuentra sumergida en un problema de reducción de ingresos y de falta de empleo. Hecho que fue atendido con prontitud con programas realizados por el gobierno como por ejemplo familias en acción, ingreso

solidario, subsidio a la nómina a personas naturales, entre otras. Para asegurar la satisfacción de las necesidades básicas, en especial de la población más vulnerable.

- **Tercer trimestre 2020:**

Como se ha mencionado anteriormente, al Gobierno le correspondió enfrentar una contingencia contemporánea inédita a pandemia del Covid-19 con una mezcla muy peligrosa de incrementos en los gastos (denominados Gastos por la Emergencia Económica) que ascienden a un rubro proyectado, por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP), de \$25,3 billones, y que pueden llegar a representar el 2,5% del PIB de 2020 y una reducción en los ingresos del orden del 8,3%, representando una reducción del 0,6% del PIB en comparación con lo acontecido en el año 2019 (Hurtado, 2020).

Los anteriores elementos conjugados muestran un panorama poco halagador para el Gobierno Nacional Central (GNC), generando un déficit total del orden del 8,2% del PIB y un déficit primario de 5,0% explicados, en gran medida, por la reducción en los ingresos tributarios (de 9,0%) y no tributarios (de 6,8%), con respecto al año 2019; y un incremento en los gastos del orden del 21,8%, explicados por los gastos de funcionamiento, que se incrementaron en un 7,9% con respecto a 2019; y los gastos por la emergencia. Los gastos sumados representan más del 23,8% del PIB del año 2020, esta cifra representa un incremento superior en un 5%, con respecto a lo que representaban los gastos totales en el año 2019 como proporción del PIB (ver *Figura 28*).

Concepto	sMM		% del PIB		Var. % 2019/2020*
	2019	2020*	2019	2020*	
Ingresos totales	171.861	157.664	16,2	15,6	-8,3
Tributarios	143.418	135.017	14,0	14,0	-9,0
No Tributarios	1.477	1.376	0,1	0,1	-6,8
Fondos Especiales	1.481	1.448	0,1	0,1	-2,2
Recursos de Capital	20.485	19.822	1,9	1,9	-3,2
Gastos Totales	197.910	241.077	18,6	23,8	21,8
Intereses	30.800	32.228	2,9	3,2	5,0
Funcionamiento	148.772	160.477	14,0	15,8	7,9
Inversión**	18.511	19.651	1,7	1,9	6,2
Gasto por Emergencia Económica	0	25.370	0,0	2,5	-
Capitalización FNG	0	3.250	0,0	0,3	-
Préstamo Neto	-174	0	0,0	0,0	-
Balance Total	-26.049	-83.413	-2,5	-8,2	-
Balance Primario	4.752	-51.085	0,4	-5,0	-

*Cifras proyectadas. ** Incluye pagos y deuda flotante.

Figura 28. Balance Fiscal del GNC anual
Fuente: DIAN (2020)

A este respecto, es claro que la mejor apuesta que puede realizar el Gobierno es cambiar la tendencia de la productividad de la economía colombiana y, de esta forma, se lograría afectar de manera positiva el crecimiento potencial de la economía, hecho que llevaría a mejorar las condiciones fiscales que presenta el país y que pueden afectar lo que suceda con relación a la deuda de Colombia.

- **Cuarto trimestre 2020:**

Los ingresos tributarios totales del Gobierno se han visto reducidos en un 5,1 % nominal anual en el último trimestre de 2020 con respecto al mismo periodo. Sin embargo, a

pesar de la situación actual, los ingresos tributarios por renta -a octubre- muestran un crecimiento anual nominal del orden del 3,5 %, que, si bien es cierto, muestran un crecimiento nominal anual inferior a octubre del año 2019 (del 6,7 %), se destaca que son cifras positivas (CIEF,2020).

Sin embargo, el efecto negativo sobre los ingresos tributarios del Gobierno derivados del pago de renta de los colombianos, será notorio en el año 2021. Los ingresos tributarios internos a octubre de 2020 han mostrado un decrecimiento en términos nominales anuales con respecto al mismo periodo del año anterior, del orden del 2,7 % nominal anual. Por su parte, los externos para este mismo periodo, mostraron una reducción del 12,2 % nominal anual (ver Figura 29). A octubre de 2020, para lo corrido del año, las variaciones nominales anuales a nivel total, interno y externo son del -8,5 %, -8,1 % y -10,3 %, respectivamente. De igual forma, la variación en los ingresos por renta, IVA y de impuesto a la gasolina y el ACPM, en términos nominales anuales, han sido del -3,7 %, del -12,2 % y del -21,9 %, respectivamente.

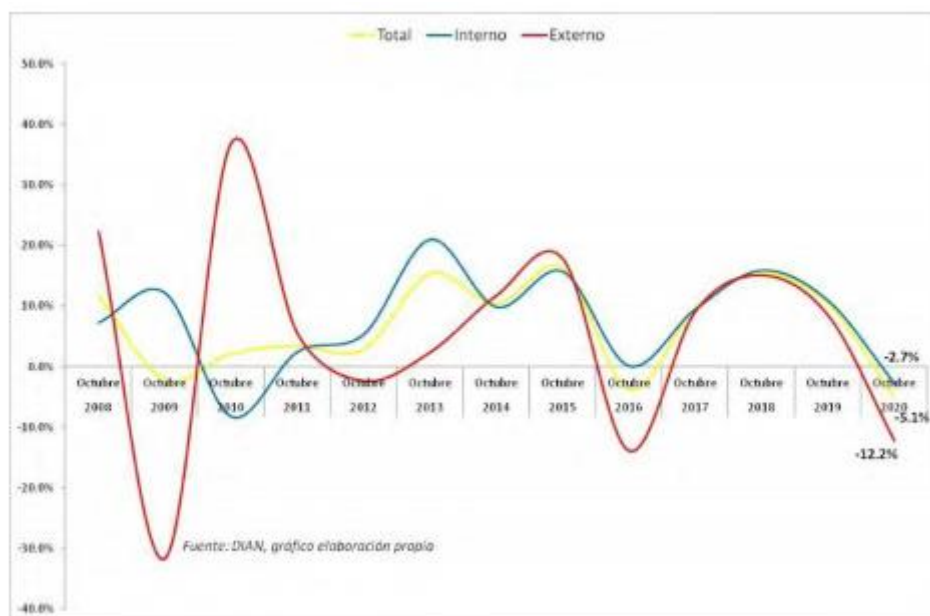


Figura 29. Variación anual nominal de los ingresos tributarios de la DIAN
Fuente: DIAN (2020)

Este aumento en los gastos y de reducción en los ingresos, ha generado un déficit de grandes proporciones, como se mencionó anteriormente, y ha obligado a que el Gobierno tenga que acudir a la deuda como un mecanismo para cubrir sus necesidades de financiamiento.

Lo acontecido y lo proyectado para el año 2021 ha obligado al Gobierno a hacer explícita la necesidad prioritaria de una reforma tributaria, unida a una reforma pensional y a una laboral, con el objetivo de incidir en el PIB potencial, principal bono para lograr pagar la deuda. Es así, como el Gobierno ha esbozado que es necesario pagar la deuda y que se tendrá una necesidad muy alta en ingresos tributarios según sus últimas revisiones, las cuales pueden ascender aproximadamente a un 3 % del PIB, con el objetivo de hacer sostenibles las finanzas públicas (CIEF, 2020). Según el Gobierno, en los primeros meses del 2021, se debe discutir la reforma dado que el alto nivel de gasto y la caída en los ingresos hacen mandatario la reforma, es así, como se

propone 29 que para el mes de febrero se tendrá el informe preliminar y a partir de allí se comenzaría la discusión y consolidación de la reforma.

Inflación

Como indicador de medida para la inflación se utilizó el índice de precios al consumo (IPC).

- **Primer trimestre 2020:**

En el mes de marzo de 2020, el IPC registró una variación de 3,86% en comparación con marzo de 2019. En el primer trimestre de 2020, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (7,19%), Educación (6,05%), Bebidas alcohólicas y tabaco (4,09%), Salud (4,08%) y, por último, Restaurantes y hoteles (3,91%) se ubicaron por encima del promedio nacional (3,86%) (ver *Figura 27*).

Entre tanto, las divisiones Recreación y cultura (3,55%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,33%), Bienes y servicios diversos (2,82%), Transporte (2,78%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (2,48%), Información y comunicación (1,85%) y por último, Prendas de vestir y calzado (1,37%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Marzo 2019 - 2020

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2019	2020
			Contribución Puntos Porcentuales	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05			7,19
Educación	4,41			6,05
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,37		4,09
Salud	1,71			4,08
Restaurantes y hoteles	9,43			3,91
TOTAL	100,00	3,21		3,86
Recreación y cultura	3,79			3,55
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12			3,33
Bienes y servicios diversos	5,36			2,82
Transporte	12,93			2,78
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19			2,48
Información y comunicación	4,33	1,20		1,85
Prendas de vestir y calzado	3,98			1,37

Figura 30. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto
Fuente: DANE (2020)

los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 3,20 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

- **Segundo trimestre 2020:**

Como se observa en la *Figura 28*. En el mes de junio de 2020, el IPC registró una variación de 2,19% en comparación con junio de 2019. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,55%), Educación (5,96%), Salud (4,53%), Restaurantes y hoteles (3,23%), Bebidas alcohólicas y tabaco (2,80%) y por último, Recreación y cultura (2,36%), se ubicaron por encima del promedio nacional (2,19%).

Entre tanto, las divisiones Bienes y servicios diversos (2,13%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,74%), Transporte (0,15%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,74%), Prendas de vestir y calzado (-1,83%) y por último, Información y comunicación (-4,83%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Junio 2019 - 2020

Divisiones de Gasto	2019		2020	
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05		6,55	1,01
Educación	4,41		5,96	0,27
Salud	1,71		4,53	0,08
Restaurantes y hoteles	9,43		3,23	0,30
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,22	2,80	0,05
Recreación y cultura	3,79		2,36	0,09
TOTAL	100,00	3,43	2,19	2,19
Bienes y servicios diversos	5,36		2,13	0,11
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12		1,74	0,57
Transporte	12,93		0,15	0,02
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19		-0,74	-0,03
Prendas de vestir y calzado	3,98		-1,83	-0,07
Información y comunicación	4,33	0,07	-4,83	-0,21

Figura 31. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto
Fuente: DANE (2020)

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 1,88 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

• Tercer trimestre 2020:

En el mes de septiembre de 2020, el IPC registró una variación de 1,97% en comparación con septiembre de 2019. En el último año, las divisiones salud (5,38%), alimentos y bebidas no alcohólicas (4,13%), bebidas alcohólicas y tabaco (3,69%), restaurantes y hoteles (3,35%), bienes y servicios diversos (2,76%) y por último, recreación y cultura (2,74%) se ubicaron por encima del promedio nacional (1,97%). Entre tanto, las divisiones alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,95%), transporte (1,07%), información y comunicación (0,95%), muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,84%), educación (-1,56%) y por último, prendas de vestir y calzado (-2,75%) se ubicaron por debajo del promedio nacional (ver *Figura 29*).

Septiembre 2019 - 2020

Divisiones de Gasto	2019			2020	
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Salud	1,71			5,38	0,09
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05			4,13	0,64
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	4,66		3,69	0,06
Restaurantes y hoteles	9,43			3,35	0,32
Bienes y servicios diversos	5,36			2,76	0,15
Recreación y cultura	3,79			2,74	0,10
TOTAL	100,00	3,82		1,97	1,97
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12			1,95	0,64
Transporte	12,93			1,07	0,14
Información y comunicación	4,33	1,78		0,95	0,04
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19			-0,84	-0,03
Educación	4,41			-1,56	-0,07
Prendas de vestir y calzado	3,98			-2,75	-0,11

Figura 32. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto
Fuente: DANE (2020)

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, alimentos y bebidas no alcohólicas y restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 1,60 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación

• Cuarto semestre 2020:

En el mes de diciembre de 2020, el IPC registró una variación de 1,61 % en comparación con diciembre de 2019. En el último año, las divisiones Salud (4,96%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (4,80%), Restaurantes y hoteles (3,43%), Bebidas alcohólicas y tabaco (2,61%), Bienes y servicios diversos (2,52%) y por último, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (1,81%) se ubicaron por encima del promedio nacional (1,61%).

Entre tanto, las divisiones Transporte (1,35%), Recreación y cultura (0,68%), Información y comunicación (-0,10%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,96%), Prendas de vestir y calzado (-3,94%) y por último, Educación (-7,02%) se ubicaron por debajo del promedio nacional (ver Figura 29).

Diciembre 2019 - 2020

Divisiones de Gasto	2019			2020	
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Salud	1,71	2,82	0,05	4,96	0,08
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	5,80	0,87	4,80	0,74
Restaurantes y hoteles	9,43	4,23	0,40	3,43	0,32
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,48	0,09	2,61	0,05
Bienes y servicios diversos	5,36	2,95	0,16	2,52	0,13
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	3,46	1,15	1,81	0,60
TOTAL	100,00	3,80	3,80	1,61	1,61
Transporte	12,93	3,41	0,44	1,35	0,17
Recreación y cultura	3,79	3,70	0,14	0,68	0,03
Información y comunicación	4,33	2,73	0,12	-0,10	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,54	0,11	-0,96	-0,04
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,69	0,03	-3,94	-0,15
Educación	4,41	5,75	0,25	-7,02	-0,32

Figura 33. Variación y contribución anual IPC según divisiones de gasto
Fuente: DANE (2020)

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, las

cuales en conjunto contribuyeron con 1,33 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

Balanza comercial (exportación e importación)

- Primer trimestre 2020:**

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en marzo de 2020 las ventas externas del país fueron US\$2.393,1 millones FOB y presentaron una disminución de 28,5% en relación con marzo de 2019; este resultado se explicó principalmente por la caída de 52,0% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 39,0% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 26,1%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 26,8%, y otros sectores con 8,1% (ver Figura 30).

En marzo de 2020 se exportaron 17,7 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 10,0% frente a marzo de 2019 (ver figura 29).

Grupos de productos (OMC)	Marzo					Enero-marzo				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	3.344,9	2.393,1	-28,5		100,0	9.594,0	8.756,6	-8,7		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	626,9	640,2	2,1	0,4	26,8	1.926,6	1.998,2	3,7	0,7	22,8
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.944,4	932,7	-52,0	-30,2	39,0	5.332,5	4.524,7	-15,1	-8,4	51,7
Manufacturas ³	617,2	625,2	1,3	0,2	26,1	1.922,6	1.748,1	-9,1	-1,8	20,0
Otros sectores ⁴	156,3	195,0	24,7	1,2	8,1	412,3	485,5	17,8	0,8	5,5

Figura 34. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) primer trimestre
Fuente: DANE (2020)

En cuanto a las importaciones, de acuerdo con las declaraciones registradas ante la DIAN en marzo de 2020, las importaciones fueron US\$3.587,7 millones CIF y presentaron una disminución de 16,6% con relación al mismo mes de 2019. Este comportamiento obedeció principalmente a la disminución de 18,9% en el grupo de Manufacturas.

Grupos de productos (OMC)	Marzo ^B					Enero-marzo ^B				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	4.301,1	3.587,7	-16,6			12.554,5	11.885,8	-5,3		
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	527,4	543,6	3,1	0,4	15,2	1.683,7	1.848,7	9,8	1,3	15,6
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	460,8	352,0	-23,6	-2,5	9,8	1.258,8	1.116,8	-11,3	-1,1	9,4
Manufacturas ³	3.310,1	2.683,2	-18,9	-14,6	74,8	9.597,5	8.906,3	-7,2	-5,5	74,9
Otros sectores ⁴	2,8	8,9	214,4	0,1	0,2	14,4	13,9	-3,6	0,0	0,1

Figura 35. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) primer trimestre
Fuente: DANE (2020)

En marzo de 2020, las importaciones de Manufacturas participaron con 74,8% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos Agropecuarios, alimentos y

bebidas con 15,2%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 9,8% y otros sectores 0,2% (ver *Figura 31*).

- **Segundo trimestre 2020:**

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en junio de 2020 las ventas externas del país fueron US\$2.278,1 millones FOB y presentaron una disminución de 26,4% en relación con junio de 2019; este resultado se explicó principalmente por la caída de 50,0% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 40,8% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 21,4%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 27,0%, y otros sectores con 10,8%. En junio de 2020 se exportaron 14,8 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 25,8% frente a junio de 2019 (ver *Figura 32*).

Grupos de productos (OMC)	Junio					Enero-junio				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	3.096,4	2.278,1	-26,4		100,0	20.301,6	15.164,9	-25,3		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	524,7	615,0	17,2	2,9	27,0	3.774,9	3.796,7	0,6	0,1	25,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.858,2	929,1	-50,0	-30,0	40,8	11.776,4	7.173,5	-39,1	-22,7	47,3
Manufacturas ³	621,2	488,1	-21,4	-4,3	21,4	3.997,4	3.110,0	-22,2	-4,4	20,5
Otros sectores ⁴	92,2	245,8	166,8	5,0	10,8	752,9	1.084,8	44,1	1,6	7,2

Figura 36. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) segundo trimestre
Fuente: DANE (2020)

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en junio de 2020, las importaciones fueron US\$2.898,7 millones CIF y presentaron una disminución de 27,2% con relación al mismo mes de 2019. Este comportamiento obedeció principalmente a la disminución de 25,0% en el grupo de Manufacturas.

Grupos de productos (OMC)	Junio ^a					Enero-junio ^a				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	3.983,2	2.898,7	-27,2	-27,2		25.855,2	20.758,5	-19,7	-19,7	
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	470,6	492,9	4,8	0,6	17,0	3.382,1	3.496,4	3,4	0,4	16,8
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	444,6	102,9	-76,9	-8,6	3,6	2.711,2	1.709,3	-37,0	-3,9	8,2
Manufacturas ³	3.065,2	2.298,6	-25,0	-19,2	79,3	19.731,9	15.526,5	-21,3	-16,3	74,8
Otros sectores ⁴	2,9	4,2	46,6	0,0	0,1	30,0	26,3	-12,1	0,0	0,1

Figura 37. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) segundo trimestre
Fuente: DANE (2020)

Las importaciones de Manufacturas participaron con 79,3% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos Agropecuarios, alimentos y bebidas con 17,0%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 3,6% y otros sectores 0,1% (ver *Figura 33*).

- **Tercer trimestre 2020:**

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en septiembre de 2020 las ventas externas del país fueron US\$2.531,5 millones FOB y presentaron una disminución de 17,5% en relación con septiembre de 2019; este resultado se explicó principalmente por la caída de 42,4% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 37,4% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 25,8%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 25,2%, y otros sectores con 11,6%. En septiembre de 2020 se exportaron 13,3 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 19,6% frente a septiembre de 2019 (ver Figura 34).

Grupos de productos (OMC)	Septiembre					Enero-septiembre				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares FOB)	(Millones de dólares FOB)	(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	3.067,3	2.531,5	-17,5		100,0	29.889,0	22.843,4	-23,6		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	521,3	637,3	22,2	3,8	25,2	5.532,2	5.721,8	3,4	0,6	25,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.643,3	946,6	-42,4	-22,7	37,4	16.936,9	10.245,5	-39,5	-22,4	44,9
Manufacturas ³	725,0	653,1	-9,9	-2,3	25,8	6.166,2	4.926,9	-20,1	-4,1	21,6
Otros sectores ⁴	177,8	294,6	65,7	3,8	11,6	1.253,8	1.949,1	55,5	2,3	8,5

Figura 38. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) tercer trimestre
Fuente: DANE (2020)

Como se observa en la Figura 35. De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en septiembre de 2020, las importaciones fueron US\$3.475,8 millones CIF y presentaron una disminución de 17,2% con relación al mismo mes de 2019. Este comportamiento obedeció principalmente a la disminución de 15,1% en el grupo de Manufacturas.

Grupos de productos (OMC)	Septiembre ^p					Enero-septiembre ^p				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación (%)	Contribución a	Participación
	Millones de dólares CIF	Millones de dólares CIF	(%)	la variación (pp)	2020 (%)	Millones de dólares CIF	Millones de dólares CIF		la variación (pp)	2020 (%)
Total	4.200,4	3.475,8	-17,2	-17,2		39.533,6	31.451,7	-20,4	-20,4	
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	616,7	526,5	-14,6	-2,1	15,1	5.294,3	5.144,8	-2,8	-0,4	16,4
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	385,2	234,4	-39,1	-3,6	6,7	4.165,2	2.333,5	-44,0	-4,6	7,4
Manufacturas ³	3.190,3	2.708,9	-15,1	-11,5	77,9	30.026,1	23.933,5	-20,3	-15,4	76,1
Otros sectores ⁴	8,3	6,0	-27,8	-0,1	0,2	48,0	39,9	-17,0	0,0	0,1

Figura 39. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) tercer trimestre
Fuente: DANE (2020)

En septiembre de 2020, las importaciones de Manufacturas participaron con 77,9% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos Agropecuarios, alimentos y bebidas con 15,1%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 6,7% y otros sectores 0,2%.

- **Cuarto trimestre 2020:**

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en diciembre de 2020 las ventas externas del país fueron US\$3.029,0 millones FOB y presentaron una disminución de 9,0% en relación con diciembre de 2019; este resultado se explicó principalmente por la caída de 36,1% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 37,4% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 24,4%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 27,5%, y otros sectores con 10,6%. En diciembre de 2020 se exportaron 13,7 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 25,8% frente a diciembre de 2019 (ver figura).

Grupos de productos (OMC)	Diciembre					Enero-diciembre				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares FOB)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	3.330,1	3.029,0	-9,0		100,0	39.489,2	31.056,5	-21,4		100,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	626,7	832,7	32,9	6,2	27,5	7.362,7	7.873,0	6,9	1,3	25,4
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.775,0	1.134,0	-36,1	-19,3	37,4	22.011,3	13.310,5	-39,5	-22,0	42,9
Manufacturas ³	691,1	739,7	7,0	1,5	24,4	8.290,3	6.945,6	-16,2	-3,4	22,4
Otros sectores ⁴	237,2	322,5	36,0	2,6	10,6	1.824,8	2.927,5	60,4	2,8	9,4

Figura 40. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) cuarto trimestre

Fuente: DANE (2020)

En cuanto a las importaciones, De acuerdo con las declaraciones registradas ante la DIAN en diciembre de 2020, las importaciones fueron US\$4.142,5 millones CIF y presentaron un aumento de 1,6% con relación al mismo mes de 2019. Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de 4,1% en el grupo de Manufacturas.

Grupos de productos (OMC)	Diciembre ^a					Enero-diciembre ^a				
	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación	2019	2020	Variación	Contribución a	Participación
	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)	(Millones de dólares CIF)		(%)	la variación (pp)	2020 (%)
Total	4.078,4	4.142,5	1,6	1,6		52.702,6	43.488,7	-17,5	-17,5	
Agropecuarios, alimentos y bebidas ¹	526,1	603,0	14,6	1,9	14,6	7.006,3	6.972,8	-0,5	-0,1	16,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	350,3	204,5	-41,6	-3,6	4,9	5.356,5	2.947,5	-45,0	-4,6	6,8
Manufacturas ³	3.193,8	3.324,2	4,1	3,2	80,2	40.270,5	33.504,0	-16,8	-12,8	77,0
Otros sectores ⁴	8,2	10,8	32,5	0,1	0,3	69,4	64,4	-7,2	0,0	0,1

Figura 41. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC) cuarto trimestre

Fuente: DANE (2020)

En diciembre de 2020, las importaciones de Manufacturas participaron con 80,2% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos Agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,6%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 4,9% y otros sectores 0,3%.

Tasa de cambio y precio del petróleo

Las monedas de algunos países emergentes, como el peso colombiano, se caracterizan por su volatilidad, en gran parte explicada por la dependencia que tienen con el petróleo. Esto lleva a que, ante cualquier noticia positiva o negativa, los mercados reaccionen de manera asimétrica, primando el impacto del pesimismo que induce a reorientar los flujos de capitales de países con mayor riesgo a economías o “activos refugio” como el oro o los bonos emitidos por países desarrollados, aunque su rendimiento sea menor (CIEF, 2020)

Como lo indica la CIEF 2020, durante marzo y abril del año 2020, la expansión de la pandemia y, a su vez, de las cuarentenas a nivel mundial, se presentó un pánico generalizado en los inversionistas, a raíz de la incertidumbre sobre el futuro económico inmediato de los países y de las empresas, lo que llevó a una preferencia marcada por la liquidez y por los “activos refugio”, e hizo que las monedas de países emergentes sufrieran una gran devaluación (CIEF, 2020).

Además, desacuerdos dentro de la OPEP sobre la cuota de producción de crudo, sumados a la caída en la demanda de este, provocaron la caída en el precio del petróleo, agravando la situación para este grupo de monedas, sobre todo para el peso colombiano, al ser su principal producto de exportación. Sin embargo, en los últimos meses, las medidas de política económica en el mundo, tanto monetarias como fiscales, la emisión de títulos de deuda pública y privada, y la recuperación del precio del petróleo, provocaron una recuperación de la moneda, que se ilustra en la *Figura 36*.

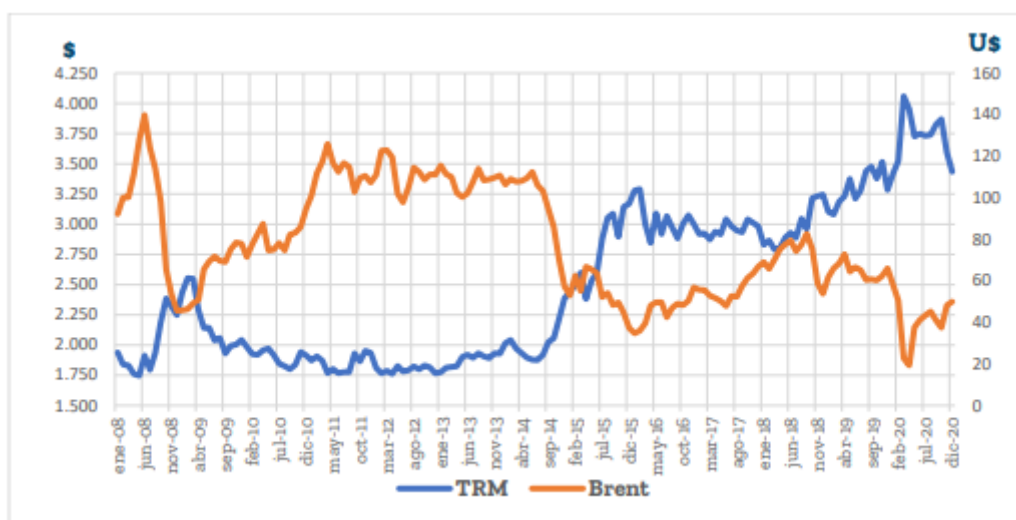


Figura 42. Tasa Cambio vs Petróleo Brent
Fuente: DANE (2020)

En prospectiva, el anuncio reciente del comienzo de la aplicación de la vacuna contra el Covid19, por parte de las industrias farmacéuticas, generó una ola de optimismo en los mercados financieros, pues es sinónimo de que las economías, en un futuro cercano, podrán retomar su actividad económica sin restricciones, recuperar el nivel de riqueza que se tenía previo a la pandemia y continuar su senda de crecimiento. Por consiguiente, la demanda internacional de crudo aumentará al reactivarse todos los

sectores económicos, por lo que el precio del petróleo tenderá a subir, apreciando divisas como el peso colombiano en el corto y mediano plazo.

Así mismo, las decisiones futuras de política monetaria que tome la FED determinarán el precio del dólar, ya que es bien sabido que la inyección de liquidez en los años posteriores a la crisis de 2008, llevó a un debilitamiento del dólar a nivel mundial. En este momento la tasa de interés de referencia de la FED está entre 0% y 0,25 %, y no hay perspectivas de que se hagan más movimientos hasta 2023, lo que significa un gran nivel de liquidez por un tiempo relativamente prologando, que puede ocasionar que continúe el debilitamiento del dólar a nivel mundial por otro tiempo (CIEF, 2020).

5.2.2 Escenarios

Siguiendo la metodología planteada por De Sousa (2016), los acontecimientos mencionados anteriormente suceden en escenarios donde se desenvuelven las acciones de la trama social y política en determinados espacios. Es claro que el principal escenario en este análisis de coyuntura económica colombiana es el causado por la pandemia causada por el covid-19.

Bajo este escenario, la pandemia desató una crisis de oferta y una de demanda, alimentadas por la propia enfermedad y por las políticas diseñadas para mitigar su efecto. Los impactos iniciales sobre la oferta, generados por las restricciones de funcionamiento que el riesgo de contagio impuso a muchos sectores, se ven prontamente agudizados por los efectos de demanda, en la medida en que los hogares reestructuran sus planes de consumo y los inversionistas aplazan decisiones de inversión, pero son reforzados además por medidas de distanciamiento social, implementadas por los gobiernos, en diversos grados, para enfrentar la pandemia (Botero, 2020).

Ello produce una contracción severa de la actividad productiva, y la destrucción inevitable de cadenas de valor, tanto local como mundial, que ven deteriorarse muchos de sus eslabones, extendiendo por esa vía los efectos de la crisis de oferta. El FMI estimaba en su informe de junio una caída del PIB trimestral superior al 13% en el segundo trimestre del año y un 7% en el tercer trimestre, y las cifras divulgadas hasta ahora confirman ese orden de magnitud: la caída del PIB en los países de la OECD fue superior al 10%, y solo la recuperación de China que inicio en el último trimestre de 2020 introduce una nota de esperanza en las cifras (FMI 2020).

Se han perdido, entre tanto, millones de empleos en el mundo, y según estimativos del Banco Mundial, pueden haber caído en la pobreza más de 170 millones de personas, como resultado de la pandemia. Por lo demás, los efectos sobre la oferta se extienden en el tiempo, en la medida en que desaparecen aquellas empresas que no contaban con una posición de caja sólida para sobrevivir en medio de la crisis y se destruye por ello capacidad productiva, se desarticulan equipos de trabajo, y se ralentiza el proceso de acumulación de capital, convirtiendo los efectos coyunturales de la crisis en caídas permanentes del PIB potencial, que costará seguramente años revertir.

La recuperación está, además, amenazada por los riesgos de rebrote en la pandemia, una vez se vayan moderando las medidas de distanciamiento y cuarentena que se han implementado para contenerla. Una reciente encuesta de la National Association for

Business Economics, indica que el “80% de los panelistas encuestados dicen que ven por lo menos un 25% de probabilidades de que el coronavirus impulse una segunda recesión económica (CIEF, 2020).

En Colombia tras algunos años de ajuste, producto de una severa y sostenida reducción en los precios del petróleo tan importante para las exportaciones y rentas fiscales, Según Tamayo (2020) el país finalmente mostraba un ritmo de crecimiento económico y progreso social que se esperaba que se mantuviera e incluso fortaleciera con el correr del año 2020. Sin embargo, con el severo choque de oferta que implicaron las medidas de aislamiento para hacer frente a la pandemia, y el subsecuente choque de demanda que resultó de la caída en el empleo y del inusitado incremento en la incertidumbre agregada, el país se vio sumido en lo que será sin duda la peor recesión de su historia reciente.

Aun así, bajo un escenario sin pandemia en el inicio del año, las perspectivas económicas de Colombia para 2020 no eran las mejores de los últimos años. Se preveía que la desaceleración de la economía mundial y el bajo precio del petróleo iban a afectar gravemente sobre los ingresos del Estado. Y aunque se esperaba un crecimiento del 3,3%, el desempleo enfrentaba uno de sus peores datos, alcanzando el 11,5% de paro. Estas debilidades se reflejaron a principios de 2020 con la revisión a la baja de la calificación de riesgo crediticio del país (Fitch Ratings, 2020).

Sin embargo, con el anuncio de la llegada de la vacuna para combatir el covid-19 se ven luces de esperanza para el año 2021, diferentes estudios muestran variables positivas como por ejemplo el realizado por BBVA Research el cual indica una mejora en las proyecciones de consumo, que dependerán de lo que ocurra con una menor tasa de desempleo. Así mismo, lo que demuestra el índice de confianza del consumidor es que las expectativas en el año 2021 mejoran.

Además, datos del BBVA Research dan cuenta de que el consumo en Colombia, al 23 de noviembre, creció 13,7 % en la variación anual. El consumo de bienes (también empujado por el Día Sin IVA) creció 35,5 %. Y adicionalmente, cálculos del banco y Fedesarrollo explican que la industria retomó su actividad y, dado el bajo nivel de inventarios, aumentó fuertemente el uso de la capacidad instalada según lo indica el portal Valora Analitik (BBVA, 2020).

5.2.3 Actores

Gobierno Nacional: La gestión de la crisis en Colombia se inició con el debate sobre las diferencias de criterio entre el gobierno central y los gobiernos locales, un choque de niveles no muy habitual en un país centralizado y presidencialista. Algunos alcaldes decretaron tempranamente el toque de queda en sus municipios.

Sin embargo, quedaron suspendidos cuando el gobierno adoptó, en el mes de marzo del 2020, un decreto que establecía que las disposiciones de orden público de las autoridades regionales y locales debían estar previamente coordinadas con las instrucciones del presidente de la República.

Así mismo, el gobierno central dispuso que las instrucciones, actos y órdenes del presidente en materia de orden público se aplicaran de manera inmediata y preferente sobre las de gobernadores y alcaldes.

Las empresas: A raíz de la pandemia cuando se considera necesaria una respuesta política estricta, las empresas se vieron inevitablemente afectadas, con efectos a corto plazo y consecuencias a largo plazo menos esperadas.

Las restricciones de viaje y las cuarentenas que afectan a cientos de millones de personas han dejado a muchas de las empresas sin mano de obra y una manera adecuada de producción, interrumpiendo las cadenas de suministro justo a tiempo y desencadenando advertencias de ventas en las industrias de tecnología, automotriz, bienes de consumo, farmacéutica y otras. Los precios de los productos básicos han disminuido en respuesta a una caída en el consumo de materias primas, y los productores se vieron obligados a reducir la producción.

La movilidad y las interrupciones en el trabajo han llevado a marcados descensos en el consumo, exprimiendo a las empresas multinacionales en varios sectores, incluidos la aviación, la educación, la infraestructura, el turismo, el entretenimiento, la hospitalidad, la electrónica, entre otras.

La Población: A causa del desempleo debido a la pandemia, la ciudadanía se ha visto impactada por la pandemia en un momento de debilidad de su economía y de vulnerabilidad macroeconómica (CEPAL, 2020). Los confinamientos y las interrupciones de los negocios que estos provocan, las restricciones de viaje, los cierres de colegios y otras medidas de contención han tenido repercusiones repentinas y drásticas para la población.

Esto se ve reflejado en la crisis sanitaria y económica ha puesto las desigualdades socioeconómicas y de acceso a los servicios de salud y protección social aún más en evidencia, además de traer desafíos socioeconómicos exponiendo a los grupos más vulnerables de la población a riesgos y adversidades más graves, incluso, que lo que ya experimentaban.

Además del desempleo y el subempleo, la crisis también perjudicó en las condiciones de trabajo, los salarios y el acceso a la protección social, con efectos particularmente negativos en grupos específicos que son más vulnerables.

Organismos de control monetario: La banca colombiana ha jugado un papel estratégico en la intermediación financiera, y ha hecho un importante esfuerzo para aliviar la carga de los deudores afectados y continuar desembolsando nuevos créditos en medio de un entorno de mayor riesgo. Colombia se destaca por ser el país que más créditos y personas ha atendido en medio de la emergencia, beneficiando, al corte del tercer trimestre de 2020, a más de 10 millones de usuarios con 13,2 millones de créditos (CIEF, 2020).

Como lo indica el Centro de Investigación Económicas y Financieras (CIEF), Las medidas de alivio han contemplado diversas opciones como periodos de gracia, diferimiento de las cuotas y reestructuraciones de los créditos vigentes, que no

necesariamente se han presentado en todos los países de la región. Así mismo, es el país con el mayor número de beneficiarios de los créditos con garantías estatales.

En materia de nuevos créditos, la banca colombiana ha hecho un esfuerzo importante de recursos sin dejar de lado los análisis prudenciales de riesgo para asegurar la estabilidad financiera. Ha entendido la situación como una oportunidad de mejora, y ha trabajado en la agilización de los procesos de aprobación, verificación y desembolso, lo que se ha evidenciado en un mayor ritmo de desembolsos en los últimos meses de esta crisis sanitaria.

5.2.4 Relación de fuerzas

Como lo indica De Sousa (2016), las clases sociales y los diferentes actores locales están en relación unos con otros. Esas relaciones pueden ser de enfrentamiento, de coexistencia, de cooperación y estarán siempre revelando una relación de fuerza, de dominio, de igualdad o de subordinación.

Para la población la única forma de garantizar la efectividad de las medidas de distanciamiento social y asegurar la efectividad de la cuarentena, consiste en garantizar algún ingreso a quienes viven de la búsqueda diaria de recursos y en evitar la destrucción acelerada de los pequeños negocios.

En Colombia, un 47 % de los trabajadores está en la informalidad, es decir, 5,7 millones de personas. Asimismo, un cuarto de la población trabaja en micronegocios. Según datos de la Universidad de los Andes, siete de cada diez trabajadores no contribuyen al sistema de seguridad social. La informalidad, además, es mucho más acusada y preocupante en el campo o en ciudades como Cúcuta, en la frontera con Venezuela, donde alcanza el 73 %.

Por otra parte, la tasa de pobreza multidimensional en Colombia es del 19,6%, y la de pobreza monetaria es del 27%, siendo especialmente intensa en departamentos como Guainía, con un 65%; Guajira, con un 51,4%; o el Chocó, con un 45,1%. A esto se une la enorme desigualdad social y de capacidades del Estado en los distintos territorios (CIEF, 2020).

Con estos datos de fondo, la relación de fuerzas entre el gobierno y la población se da cuando el gobierno toma la decisión de crear un sistema de transferencias para sobrellevar la cuarentena, como por ejemplo los programas de transferencias para combatir la pobreza estructural, como Familias en Acción, Colombia Mayor y Colombia Joven, que llegan a unos 12 millones de personas. Todas las personas que están cubiertas por estos programas lo están también por el régimen subvencionado de salud. La aplicación focalizada de estos programas se realiza a través del Sistema de Selección de Beneficiarios para Programas Sociales (SISBEN), que opera desde 1995.

Por tanto, en el marco de la actual crisis, se corre el riesgo de que el sistema deje fuera a personas vulnerables, que en el corto plazo pueden verse desempleadas, pero que no van a disponer de tiempo para cambiar de domicilio para acceder a los subsidios (Botero, 2020). La clase media, en consecuencia, fue una de las grandes damnificadas, tanto por la pérdida de sus empleos (formales e informales), como por la falta de

mecanismos específicos de protección. Es importante tener en cuenta que en Colombia solo dos de cada diez hogares cuenta con ahorros para cubrir un imprevisto, y que el sistema laboral está especialmente precarizado, lo que afecta incluso a profesionales con un alto nivel de formación y al personal sanitario (CIEF,2020).

Además de los problemas señalados, la crisis se está produciendo luego de una reforma fiscal que reducirá los ingresos del gobierno y aumentará el déficit en cuenta corriente. Es acá donde el papel de los organismos de control monetario es fundamental para sortear la poca capacidad de gasto público a partir de los tributos, como por ejemplo el fondo de pensiones donde se podrán emplear los recursos del sistema general de regalías unos 3.700 millones de pesos, que se vienen ahorrando junto con los ingresos petroleros desde 2011 (Hurtado,2020). Asimismo, Colombia cuenta con una línea de crédito de 11.000 millones de dólares con el FMI. Este organismo reconoce que Colombia es uno de los países que mejor gestionan su economía y en el cual el cumplimiento de la regla fiscal ha sido más estricto, por lo que ya disponía de un margen de endeudamiento con la institución.

A este respecto, entra en relación los organismos de control monetario ya que esta disponibilidad de recursos propios, donaciones y acceso a fondos multilaterales es una tabla de salvación, avalada por la fortaleza de los órganos de control monetario y planificación del país (Banco de la República y Departamento Nacional de Planeación). Ahora bien, los recursos disponibles siguen siendo limitados para atender un alargamiento de la crisis.

Evidentemente, ahora mismo ningún país tiene por prioridad contener la deuda pública, que en el caso de Colombia ronda el 59% del PIB. La prioridad es incentivar la economía por medio del gasto público e inyectar liquidez en el sistema. Sin embargo, el endeudamiento y las medidas de reconstrucción económica que se necesitarán posteriormente, implica asumir que habrá que cargar una parte del peso sobre las próximas generaciones (Botero, 2020).

En cuanto a la relación de fuerzas entre el Gobierno y las empresas que en medio de la crisis han enfrentado situaciones difíciles por cuenta de la pandemia. El Gobierno colombiano anunció ayudas a las que los empresarios podrán acceder para aliviar su situación. En esta iniciativa el Gobierno ha dispuesto un monto de \$8,26 billones para la adquisición de créditos por medio de Bancóldex y \$10,75 billones para la cobertura de garantías con el Fondo Nacional de Garantías (FNG) por un periodo de dos años (Revista Dinero, 2020).

Según la revista Dinero Para la cofundadora de la firma especialista en la estructuración financiera de soluciones de crédito Revalu, Angélica Arcila, estas herramientas anunciadas por el Gobierno "son un espaldarazo para el aparato productivo del país, ya que les facilita a las organizaciones la adquisición de recursos para la sostenibilidad y crecimiento de su negocio" (Dinero, 2020).

5.2.5 Articulación

Indudablemente, la pandemia del Covid-19 ha generado un shock económico que está acelerando cambios en los conductores del crédito en el largo plazo, incluyendo una mayor intervención de los gobiernos en la economía, disminuyendo la inversión del capital, cambiando los patrones de consumo, expandiendo las actividades virtuales y reordenando las actividades comerciales y la cadena de suministros a nivel mundial.

En momentos de estrés económico, como el que se está atravesando actualmente con la crisis del Covid-19, se pone a prueba no solo la capacidad de reacción del Gobierno, sino, también, la solvencia del sector privado. Particularmente, el sector financiero juega un papel crucial por sus innumerables conexiones con los distintos actores de la economía en su rol de intermediar los ahorradores y prestamistas, así como por las repercusiones que puede traer para la economía si sus niveles de capital no son adecuados para mantener la estabilidad del sistema y la confianza entre los usuarios (CIEF, 2020).

Según la CIEF, las distintas medidas de confinamiento implementadas en el mundo, en aras de frenar la ola de contagios por el Covid-19 para proteger la salud de la población, han dejado un número de firmas afectadas y un récord histórico en la destrucción de empleo, afectando los ingresos de las familias e incrementado la probabilidad de impago de los deudores. Para afrontar esta situación, los gobiernos han implementado estrictos confinamientos que han debilitado la economía de hogares y empresas, la cual ha tenido que ser compensada con cuantiosas medidas fiscales y monetarias.

Sin embargo, la aplicación de las primeras vacunas en el mundo y la aprobación de diferentes vacunas han generado un cauteloso optimismo en los analistas económicos y en los mercados de valores. En su informe de perspectivas económicas de diciembre, la OECD pronostica un crecimiento de la economía mundial del 4,2% en 2021, tras una caída del 4,2% en 2020; los índices accionarios alcanzan máximos históricos en diciembre, con el Dow Jones superando la barrera de los 30.000 puntos; y autoridades económicas fiscales y monetarias de todo el mundo se preparan para ajustar sus políticas a un nuevo entorno de recuperación económica.

En Colombia, la economía se recupera, y tras las abruptas caídas del Producto Interno Bruto (PIB) del 15,8 % y el 9 % en el segundo y en el tercer trimestre del año, se avizora una contracción menor, del orden del 5,6 %, en 2020-IV, lo que llevaría a la economía a una caída consolidada del 7,4 % en el año, para retomar la senda de crecimiento en 2021, a un ritmo, según lo indica la CIEF, del 5,1 %.

El desempleo, que en octubre alcanzaba un nivel del 14,7 %, cerrará el año en torno al 13 % y será sin duda el problema primordial del país en 2021, cuando se ubicará en una tasa promedio del 13,1 %, 2,5 puntos porcentuales por encima de la vigente antes de la crisis. Adicional al efecto transitorio de los shocks de oferta y demanda generados por la pandemia (y que llevaron a la pérdida, primordialmente transitoria, de cerca de 6 millones de empleos en marzo y abril), la pandemia dejará una huella estructural, plasmada en la destrucción permanente de cerca de 650 mil empleos, por el efecto combinado de la adopción de nuevos modelos de trabajo (propiciados por la virtualización de oficios y la automatización de procesos), y de la destrucción de tejido

empresarial, limitado afortunadamente, por cierto, por las políticas de apoyo financiero adoptadas (Botero, 2020).

Como lo indica la CIEF, la inflación que se ha desacelerado desde abril hasta niveles anuales del 1,5 % en noviembre, difícilmente estará por encima del 1,6 %, y sólo el año entrante, conforme se cierre la brecha de producto que se ha generado en 2020, se elevará de nuevo, a niveles del orden del 2,3 %. El déficit fiscal del Gobierno central, presionado por los gastos y transferencias diseñados para enfrentar la pandemia y mitigar sus efectos, y por la reducción de rentas fiscales asociada a la crisis, estará en 8,9 % al finalizar el año, haciendo inminente la necesidad de una reforma tributaria, que haga retornar a niveles viables el déficit y la deuda bruta, que está llegando este año a niveles del 66 % del PIB.

En cuanto al precio del petróleo, no aparecen en el horizonte del año entrante grandes cambios: el último informe de perspectivas de precios de la Administración de Información Energética de los Estados Unidos (EIA, por sus siglas en inglés) pronostica un valor de US\$48.53 pb, para el petróleo Brent. El debilitamiento del dólar ante las monedas mundiales, por su parte, no sólo se mantendrá, sino que probablemente se agudizará levemente, a menos que la nueva administración en Estados Unidos altere de manera radical los patrones de comportamiento de esa economía en el mundo.

En un entorno mundial fragmentado, en el que nuevos acuerdos comerciales como el La Asociación Económica Integral Regional (RCEP) probablemente desplacen el énfasis del comercio mundial hacia Asia, y excluyan el dólar como moneda de negociación, es difícil imaginar al dólar fortaleciéndose de nuevo (CIEF, 2020).

La crisis ha sido, pues, profunda. Ha destruido oportunidades de empleo, y ha puesto de presente agudos problemas sociales y distributivos. Pero ha sido afortunada, en ese contexto, la fortaleza del sector financiero. Aunque hay un deterioro lógico de los indicadores, el índice de solvencia se mantiene muy por encima de los mínimos recomendables, y las provisiones ya adoptadas exceden los castigos de cartera previsibles en el horizonte de la crisis.

Ello es un elemento a favor, en la tarea que sigue ahora, como lo sugiere la CIEF, se necesita diseñar una reforma profunda de los esquemas tributarios y de aseguramiento colectivo ante los riesgos esenciales de enfermedad, vejez y pérdida de empleo, que sea inclusiva, en el sentido de que integre al sistema a esa inmensa cantidad de ciudadanos cuya precariedad se hizo visible con la pandemia, desatando las fuerzas del desarrollo; que impulse la transformación del aparato productivo, para aprovechar las oportunidades que ofrece un mundo fragmentado en el que se han destruido cadenas de valor y se han consolidado nuevos bloques comerciales; y que reordene el esquema de aseguramiento social, haciéndolo compatible con el mundo de la cuarta revolución, con la digitalización, la virtualización y la automatización que se avecinan, impulsadas incluso por la propia pandemia, y con niveles de desempleo que hacen inviable una sociedad.

5.3 Emprendimientos exitosos en Colombia durante la pandemia

Bajo los siguientes criterios de selección se estudiaron y se filtraron los 20 emprendimientos seleccionados a nivel nacional y 10 a nivel local. Primero, que el emprendimiento cumpliera con la descripción de “éxito empresarial” mencionado en el marco teórico. Segundo, que el emprendimiento estuviera vigente aun después del tiempo de aislamiento (tiempo en el cual cerraron muchas empresas). Fue un gran reto empresarial tratar de generar estrategias direccionadas a garantizar la sustentabilidad de la empresa. Por lo tanto, continuar operando después de este momento crítico de aislamiento abre una oportunidad interesante de estudio. Tercero, que el emprendimiento fuera creado y este localizado en Colombia, es importante mencionar que los emprendimientos seleccionados fueron creados en el país ya sea por personas nacidas en Colombia o extranjeras que crearon empresa en Colombia.

Así mismo, en esta selección se muestran emprendimientos que han logrado sacar provecho durante la coyuntura causada por la pandemia. A continuación, se muestran los emprendimientos seleccionados a nivel nacional.

SAJU

Sajú es uno de los emprendimientos colombianos más innovadores pues revolucionaron la industria de los accesorios para gafas y se abrieron campo en un sector poco explorado en el país. En el 2020 durante la pandemia, Sajú vendió unos \$ 700 millones, han crecido en su portafolio a tal punto que hoy cuentan con más de 200 productos entre los que destacan los cuelga gafas y diversos accesorios que buscan facilitar la vida de sus clientes (semana, 2020).

Para hacer frente a la pandemia el negocio dio un giro inesperado que le permitió la supervivencia en épocas de coyuntura, para ello empezaron a vender tapabocas, ‘salvaorejas’, garfios para no tener que tocar puertas o botones de ascensores-, entre otros productos. Dicen que con estas estrategias han podido mantener el 100 % de los cargos operativos en el taller y abrir nuevas vacantes.

Ventas para 2020 por \$1.500 millones.

Fundadores: Juan Pablo Pradilla, Juan Manuel Agudelo y Santiago Puentes.

NEIVOR

Neivor es una empresa de tecnología colombiana que se encarga de digitalizar las administraciones de los condominios residenciales, sean edificios o conjuntos, un ecosistema de vivienda poco explorado en Latinoamérica, se logró a través de alianzas con diferentes actores del sector como bancos y compañías aseguradoras.

El modelo ha sido tan efectivo que ya ha migrado a otro tipo de comunidades, como colegios y universidades. Con su plataforma, Neivor está concentrando las transacciones de los conjuntos residenciales en Latinoamérica, lo hace convirtiendo el procesamiento de un pago en un elemento para la creación de valor social. Durante la pandemia este negocio fue de gran ayuda para conectar de manera remota a inquilinos como administraciones de los diferentes tipos de vivienda en condominios residenciales. Así, están transformando la forma en que hoy se vive en comunidad. (Forbes,2020).

La empresa adquirió USD\$600.000 para 2021 y continuar el crecimiento. (Portafolio 2021)

Fundador: Paola Fuertes

MUNI

Muni es la empresa colombiana que ha decidido embarcarse en el territorio del e-commerce en Colombia, que desea atender a un sector de la población que ha sido pasado por alto debido a que tradicionalmente no ha tenido acceso a estos servicios. Específicamente, Muni está apuntándole a sectores de la población entre estrato 2 y 4 en una apuesta para incluirlos en el ámbito del e-commerce en Colombia. A través de la tecnología, Muni promete brindar los mejores precios del mercado, de la mejor calidad, bajo una filosofía de servicio al cliente en la que el cliente siempre está primero. (Forbes, 2020)

De esta manera, Muni ha traído la conveniencia de la innovación tecnológica a varias comunidades en toda Bogotá por el hecho de que la gente no tiene que salir de su casa para hacer compras y tampoco tiene que pagar domicilio. Es precisamente por esto que la pandemia actual ha resaltado el valor que tienen emprendimientos como este que facilitan interacciones diarias de la mano de la tecnología.

La empresa posee a la fecha 100.000 usuarios. (Radio360)

Fundador: María Camila Echeverry

SUPER FUDS

Super Fuds es una plataforma e-commerce que se encarga de distribuir por el país los productos de distintas marcas emergentes, con el objetivo de conectar a consumidores y proveedores de una manera rápida y ágil haciendo uso de las nuevas tecnologías, generando acceso a los primeros y rentabilidad a los segundos.

La compañía ha tenido un año de movidas abismales. Cuando apareció la pandemia del COVID-19 se vieron obligados a cerrar la operación en México que recién había iniciado y muchos de los negocios a los que distribuían en Colombia decidieron congelar su operación debido a las adversidades causadas por la pandemia. En medio de ese caos, la plataforma decidió apostar por la estrategia de marketing entre empresas permitiendo a consumidores acceder directamente a los productos desde el supermercado en línea, integrando verticalmente los negocios y apoyando a los proveedores a vender más (Agronegocios, 2020).

Según Valora Analitik durante la pandemia, la startup tuvo un crecimiento positivo en el que logró triplicar sus ventas capitalizando también la oportunidad del auge del comercio electrónico en el país, abriendo su e-commerce (www.superfuds.com) a consumidores en abril del 2020.

Para agilizar ese crecimiento, basada en Bogotá, Super Fuds acaba de levantar US\$3.3 millones en una ronda de inversión en Serie A, de la que participaron inversionistas como Alere Advisors, grupo gestor de Inicia. Es así como el total recaudado desde sus orígenes ronda los US\$5.1 millones, teniendo en sus inversionistas previos a los fondos Kairos y Siddhi Capital. (Forbes 2020)

Fundadores: Sebastián Hernández y Nicolás Farah

VALIENTA

Valienta es una herramienta tecnológica que le permite a las vendedoras de venta directa en Latinoamérica acceder a sus catálogos, pedir sus productos y pagar sus facturas desde un solo lugar, simplificando la operación y haciéndola más eficiente. Los vendedores con los catálogos digitales de Valienta, pueden hacer pedidos en cualquier momento, con comisiones de entre 20% y 40%. Los pagos son digitales y los pedidos se toman de 2 a 5 días hábiles en llegar (Forbes,2020).

Este es un modelo de negocio muy innovador, que permitió hacer frente a la coyuntura que se presentó durante todo el tiempo de pandemia, aprovechando la plataforma virtual que le brindo grandes ventajas frente a otros modelos de negocios.

Fundadores: Rodrigo Sánchez, Santiago García, Jerónimo Uribe y Tomás Uribe.

NEU ENERGY

NEU es el primer proveedor 100% inteligente y digital de energía eléctrica en Colombia que por medio de tecnología busca ofrecer al usuario una experiencia completamente diferente del consumo de energía mientras aprende a ser más eficiente reduciendo el valor de su factura mensual.

Es una comercializadora que entrega energía solar generada por vecinos u otros proveedores Luego se distribuye a través del Sistema Interconectado Nacional y usan blockchain para darle trazabilidad a la energía que llega a más de 2.000 hogares en el país que han contratado el servicio. Con la plataforma de Neu Energy, que usa inteligencia artificial, reciben notificaciones personalizadas para optimizar su consumo.

Erco Energy, que invirtió US\$400.000 en Neu Energy, ha recibido un respaldo de US\$4,5 millones de Ventures EPM.

Fundadores: Juan Esteban Hincapié, Juan Camilo López y Daniel López

1DOC3

La startup colombiana 1DOC3, es una aplicación móvil que permite hacer consultas médicas virtuales donde los usuarios pueden recibir asistencia en salud, sin pedir citas ni hacer filas. Entre las ventajas que trae consigo la valoración asistida de síntomas por Inteligencia artificial, se encuentran una mejor experiencia para el usuario, que además puede identificar y comunicar sus síntomas sin omitir detalles claves para el diagnóstico. Por otra parte, se optimiza el tiempo del profesional de la salud ya que el tiempo del médico está centrado en la persona y no en el teclado del computador.

Además, una ventaja importante a resaltar es que se puede contar con información completa y veraz para obtener un mejor desenlace médico y mayor precisión a la vez que existe un uso eficiente de los recursos económicos lo cual permite ampliar el acceso. Durante la pandemia esta plataforma genero casi el triple de sus ganancias que en el año 2019, debido a la alta demanda sobre consultas médicas virtuales relacionadas con los síntomas del covid-19 (Portafolio,2020).

Basada en Bogotá, 1DOC3 recaudó US\$3 millones en una ronda de inversión pre-serie A liderada por MatterScale Ventures y Kayyak Ventures, con la participación de Swanhill Capital, Simma Capital e inversionistas previos como The Venture City, EWA Capital (antes Mountain Nazca Colombia) y Startup health. Es decir, en esta ronda supera todo lo el financiamiento que habían obtenido desde su fundación en 2013, para llevar su total recaudado a US\$5 millones. (Forbes 2020)

Fundador: Javier Cardona

ACSENDO

Acsendo es una startup que nace en el 2008 con el objetivo de crear una solución tecnológica que permitiera la gestión del Talento Humano de una manera rápida, eficaz y fácil en las organizaciones de Latinoamérica.

Este software es una poderosa pero sencilla herramienta que permite evaluar el desempeño de los colaboradores con un sistema en línea intuitivo; promover el mérito y acabar con el favoritismo en las decisiones administrativas. Así como obtener resultados fácilmente interpretables para construir planes de desarrollo efectivos.

Fundador: Carlos Santana

AFLORE

Aflore es una empresa colombiana que vincula personas reconocidas por su buen manejo financiero como consejero y les ofrece la posibilidad de referir a amigos y familiares para préstamos de confianza. La empresa ya cuenta con más de 320 Consejeros en Medellín y 14,000 a nivel nacional, y fue elegida por Innpulsa (Iniciativa del Gobierno de Colombia) como un emprendimiento innovador de alto impacto. Aflore se construye sobre redes informales de préstamos, identificando personas en las comunidades que son un modelo de buen comportamiento financiero y empoderándolos para sean ellos quienes, en representación de Aflore, distribuyan los créditos dentro de su círculo de confianza.

Aunque en los primeros cuatro meses de la pandemita tuvieron que suspender la colocación de crédito, en los últimos meses han crecido por encima del 30%, en parte porque además de créditos, han hecho una alianza con la insurtech R5 para que desde la plataforma, los consejeros comunitarios puedan ofrecer también Soat. (Forbes, 2020)

En sus siete años de operaciones, Aflore dice haber desembolsado US\$17M en productos financieros desatendidos por los bancos a través de los consejeros comunitarios que usan su plataforma, que permite hacer seguimiento sobre el comportamiento financiero de los clientes para identificar tendencias, riesgos y oportunidades.

Esto en América Latina, una región en la que el 70% de la población está sub-bancarizada o desbancarizada, según una estimación de la firma McKinsey. En contraparte, la oportunidad de Aflore está en que para 2022, el 90% de las conexiones de internet en la región se estarían haciendo desde teléfonos inteligentes y que la clase media y la clase media emergente, según el Banco Mundial, acapara el 70% de la distribución de los ingresos.

recaudó US\$10 millones en deuda, otorgados por Accial Capital, que usará para seguir ampliando el acceso a los servicios financieros a millones de colombianos no bancarizados.

Fundadores: Ana Barrera, Manuel Jimenez

AGRAPP

Esta plataforma apuesta por financiar proyectos sostenibles en el agro. Ayuda a los pequeños agricultores a solicitar inversión para sus cultivos, a través de requisitos de viabilidad técnica, estructuración y publicación, seguimiento y asistencia técnica.

Este emprendimiento digital que pretende transformar el agro en Colombia que cree en la importancia de generar oportunidades en el sector rural que se vio afectado por la pandemia. A este respecto, mediante este emprendimiento se buscan inversionistas que deseen apoyar a pequeños y medianos empresarios agrícolas para potenciar sus proyectos y generar beneficios a corto y mediano plazo.

Esta empresa fue escogida dentro de las 30 promesas campo e inversión debido a sus ideas disruptivas.

Fundadores: David Ricardo Duarte y Carlos Zubieta.

LA HAUS

La Haus es una plataforma que facilita las transacciones inmobiliarias tradicionales de forma digital y está construyendo un mercado digital bastante importante en el sector. Apunta a resolver las dificultades a las que se enfrentan los compradores y vendedores de casas en América Latina, que incluyen la falta de infraestructura inmobiliaria y el acceso a información transparente.

Precisamente, la crisis desatada por la pandemia representó una oportunidad inesperada para La Haus. Su presidente afirmó durante el 2020 la startup aumentó en seis veces su participación de mercado en territorio mexicano y haber duplicado su volumen de ventas en Colombia. Actualmente, cuentan con un portafolio de más de 50.000 viviendas y con más de 500 alianzas con constructoras y desarrolladores para seguir facilitando la oferta de inmuebles en su plataforma (Semana,2020).

cerró una ronda de inversión serie B, en la que recibió 35 millones de dólares, con los que **espera consolidar su expansión en el mercado de la región en este 2021.**

Fundador: Tomas Uribe

LA HUERTA EN CASA

La Huerta nació como un proyecto de agroturismo regenerativo, que permite que las personas que lo visiten vivan la experiencia de recorrer la reserva forestal que se encuentra entre sus terrenos y conocer los cultivos orgánicos que tienen y que son utilizados para las preparaciones del lugar.

No contar con un solo huésped ni un comensal dentro de La Huerta Hotel una vez comenzó la pandemia motivo al CEO de La Huerta Hotel, cómo podrían seguir manteniendo los ingresos para pagar todas sus obligaciones. Precisamente, las cosechas generadas, en alianza con campesinos colombianos, se convirtió en la idea central para ampliar el nuevo modelo de negocio y seguir operando durante la crisis, de ahí nació La Huerta en Casa. Según su CEO la pandemia ha sido un milagro porque

afinó el modelo de negocio y les brindo el impulso para la digitalización y entrar en el modelo de negocio de las compras en línea.

Fundadores: Ginna Zárate, Iván Castrillón

ESCAPPY TRAVEL

Esta plataforma colombiana empezó su modelo de negocios hace un par de años con los viajes sorpresas, centrados principalmente en las necesidades del cliente y con herramientas tecnológicas que les permite, según lo requerimientos bases de la persona, crear planes a lugares diferentes por precios más económicos, tanto en tiquetes, alojamientos como actividades en los destinos. Son reconocidos por la Organización Mundial de Turismo entre los emprendimientos con mayor innovación de base tecnológica en Colombia en este sector.

Por eso, durante la pandemia decidieron que no se quedarían con los brazos cruzados e incursionaron en el turismo virtual bajo dos alternativas, las cuales comenzaron a operar desde finales de abril y principios de mayo. La primera de estas ofreciendo planes en línea para que sin salir de casa, los interesados puedan visitar las calles de diferentes destinos nacionales e internacionales, que van desde los Montes de María, San José del Guaviare, hasta Nueva York, Dubái y Grecia. Por otro lado, dan la opción que la persona viva experiencias a través de realidad virtual.

Esta modalidad le ha permitido a este emprendimiento continuar con sus ingresos para mantener en su totalidad con la nómina y contratar incluso en medio de la crisis. Durante el mes de septiembre, que hasta el momento es el que ha registrado mejores ganancias, realizaron 224 viajes de turismo virtual, entre las dos modalidades. (El Tiempo, 2020)

Su plataforma es escalable y ha generado un crecimiento enorme.

MERQUEO

Merqueo es una compañía de tecnología que opera bajo una plataforma en línea para entrega de mercados a domicilio. Nació en el año 2017 en Colombia y actualmente tiene operación 25 ciudades entre Colombia y México.

En términos generales, en el sector de alimentos y consumo masivo, el comercio electrónico fue el canal que más creció en ventas en Colombia hacia mayo de este año, con un incremento de 192% frente al año anterior, según Kantar Colombia. En una entrevista con Forbes, el CEO de Merqueo indicó que cuentan con un sistema de bodegas similar al que usa Amazon, lo que ha permitido lograr reducir plazos de entregas.

Fundador: Miguel McAllister

LINKEDAI

Es una empresa que se enfoca en la inteligencia artificial que procesa y etiqueta datos de imágenes y video para llevar a cabo modelos de machine learning. Con esta herramienta han logrado llegar a países como Estados Unidos. Sin embargo, en tiempos de coronavirus, su modelo de trabajo en Colombia ya es conocido en Medellín, gracias al uso de los robots domiciliarios de Rappi.

De acuerdo con la revista Dinero, con la emergencia por el coronavirus, sus servicios parecen estar más adaptados a lo que será la era postcovid-19", ya que esta ha desarrollado sistemas que permiten hacer un seguimiento al distanciamiento social. La herramienta detecta en tiempo real la distancia entre personas para así evitar rápidamente las aglomeraciones. Con cámaras de monitoreo en el entorno de trabajo, se sabe qué empleados están cumpliendo con la distancia mínima, quiénes están a punto de incumplirla y quiénes definitivamente no la están acatando.

Fundador: Paula Villamarín

EMOBI

Es una APP para rentar vehículos 100% eléctricos de forma flexible, recogerlos y entrégelos en los puntos autorizados, y se paga en tarifas de acuerdo a la necesidad del cliente, por medio de un mapa es posible observar los carros disponibles y el lugar en donde se encuentran estacionados. Los vehículos (una flota de Renaults Twizy) están repartidos en distintos puntos, que generalmente son parqueaderos. Aseguran sus promotores, que este emprendimiento busca ayudar a reducir la producción de CO2 de los carros convencionales y transformar los trayectos de los colombianos. (Emobi, 2020)

Fundador: Mauricio Guzmán

RAPPI

Rappi es una compañía multinacional de origen colombiano que actúa como plataforma de intermediación entre varios tipos de usuarios, nació en 2015 en Colombia y a la fecha la empresa tiene operaciones en 27 ciudades de México, Brasil, Argentina, Chile y Uruguay. Los 'Rappitenderos' no tienen una vinculación laboral, trabajan como contratistas independientes y a través de una especie de convenio en el que se ofrece una alternativa de trabajo, Así las cosas, esta aplicación móvil conecta a repartidores que quieren ganar ingresos entregando domicilios con usuarios que necesitan productos de restaurante, supermercado, farmacia, licores o cualquier cosa.

Durante el aislamiento obligatorio debido al covid-19 las plataformas de domicilios permitieron a los colombianos comprar todo tipo de productos desde sus casas. Este periodo de tiempo también representó retos para esta plataforma, que se vio obligado que trabajar sobre la marcha en temas de cobertura y número de domiciliarios. También, debido al alto flujo de consumidores, sus aplicaciones tuvieron que adaptarse a los nuevos números. En los meses más restrictivos en cuanto al aislamiento, la demanda de plataformas como Merqueo aumentó hasta cuatro veces, por lo que tuvieron que incrementar su operación en 60% (La Republica, 2020).

Fundadores: Simón Borrero, Sebastián Mejía y Felipe Villamarín

SLANG

Es una plataforma de e-learning que facilita el acceso al inglés profesional y técnico en el ámbito empresarial. Desarrollaron una metodología de enseñanza personalizada y adaptativa que permite aspectos específicos que cada usuario necesita practicar,

además de optimizar la velocidad de aprendizaje. Más de 60 cursos de inglés profesional que incluyen diversas habilidades blandas, así como programas especializados en finanzas, leyes, logística, salud, marketing y tecnología, entre otros, han convertido a la plataforma en una marca revolucionaria con la mayor oferta de cursos de inglés profesional del mundo.

La herramienta proyecta como tamaño de mercado a 2.6 billones de personas de más de 100 países que necesitan inglés especializado para su desarrollo profesional. Esta plataforma cuenta con más de 70 cursos profesionales como 'Marketing English', 'Project Management English', 'Hospitality English' y 'Medical English' (Forbes, 2020).

EVENBSITE

Este emprendimiento encontró en el entretenimiento una necesidad para las personas y la actividad económica de las ciudades. Bajo esta perspectiva decidieron tomar esta idea y desarrollar una plataforma en la cual se ofrecieran espacios de esparcimiento y diversión. A partir de esta premisa surge "EventSite", una aplicación con la cual se ofrecen eventos y actividades de bares, restaurantes, discotecas y festivales que se desarrollen en diferentes urbes de Colombia.

A pesar de que el entretenimiento es uno de los sectores más afectados por la pandemia, Evensite logro sobrellevar la difícil situación por medio de las actividades populares por estos días, como por ejemplo las sesiones en vivo, presentaciones que artistas de diferentes géneros están realizando a través de plataformas como Facebook y YouTube, este sitio reúne la cartelera de *streaming* para asistir con un listado que tiene una oferta bastante variada. (Impacto TIC, 2020)

VOZY

Es una plataforma de voz con Inteligencia Artificial que ayuda a las empresas a cambiar la forma como interactúan con sus clientes, usando asistentes de voz e inteligencia artificial (AI) conversacional. Vozy usa tecnología propia, enfocada en brindar la mejor experiencia al cliente, tratando de resolver los problemas del usuario en el primer intento con todos los acentos locales de América Latina, desarrollados con su equipo de inteligencia artificial (AI) y además genera conversaciones fluidas, generando una mejor experiencia, similar a una conversación con un humano.

Durante la pandemia Vozy ha logrado un incremento de 600% en sus servicios, siendo Colombia el país con mayor crecimiento, particularmente en las industrias de salud y finanzas.(Forbes,2020)

Fundador: Humberto Pertuz, Ricardo Marín y Alejandro López.

Tabla 2. criterios de selección aplicados para escoger emprendimientos exitosos en Colombia durante la pandemia.

Fuente: Elaboración propia

NUMERO	EMPRESARIO	ÉXITO EMPRESARIAL	VIGENTE	PLATAFORMA ECALABLE	IDEA DISRUPTIVA	PAIS DE ORIGEN
1	SAJU	Éxito personal. Éxito económico. Satisfacción cliente. Satisfacción Empleado.	SI	SI	SI	COLOMBIA
2	NEIVOR	Éxito personal. Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
3	MUNI	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
4	SUPER FUDS	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente	SI	SI	SI	COLOMBIA
5	VALENTINA	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente	SI	SI	SI	COLOMBIA
6	NEU ENERGY	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
7	1DOC3	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA

8	ACSENDO	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA
9	AFLORE	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
10	AGRAPP	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
11	LA HAUS	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
12	LA HUERTA EN CASA	Éxito personal Éxito económico. satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
13	ESCAPPY TRAVEL	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA
14	MARQUEO	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA
15	LINKEDAI	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA
16	EMBOI	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente. Éxito social.	SI	SI	SI	COLOMBIA

17	RAPPI	Éxito personal. Éxito económico.	SI	SI	SI	COLOMBIA
18	SLANG	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA
19	EVENSITE	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA
20	VOZY	Éxito personal Éxito económico. Satisfacción cliente.	SI	SI	SI	COLOMBIA

Con el objetivo de complementar la investigación, se seleccionaron 10 emprendimientos que operen en la ciudad de Ibagué, los cuales fueron seleccionados teniendo en cuenta los criterios mencionados anteriormente. Además, se adicionaron los siguientes criterios de selección: Primero, que los emprendimientos estuvieran localizados en Ibagué. Es completamente indispensable hacer el estudio con empresas localizadas en la ciudad de Ibagué ya que finalmente es interés de este documento dejar evidencia del emprendimiento en la ciudad. Segundo, hacer una mezcla entre empresas con reconocimiento regional y otras más recientes y novedosas. Se consideró necesario, seleccionar empresarios con trayectoria en la ciudad y también nuevos, con el propósito de analizar a cabalidad el escenario empresarial y contrastar las características que poseen nuevos emprendimientos versus emprendimiento exitosos con mayor trayectoria. A continuación, se muestran los 10 emprendimientos seleccionados a nivel regional.

NUEVOMAESTRO.COM

Nuevomaestro es una empresa que provee consultoría académica en Colombia y el extranjero en todos los temas relacionados a básica primaria, básica secundaria, educación media, educación superior y graduandos en las ramas de la ingeniería: Civil, industrial, mecánica, electrónica y sistemas. Esta empresa también asesora de forma personalizada a personas que desean prepararse para el examen de estado SABER 11, a graduados en el ejercicio de su profesión y a empresas para solución de problemas técnicos y financieros.

Los servicios de asesoría de Nuevomaestro están dirigidos a estudiantes desde 1 de primaria hasta grado 12 (internacional), a estudiantes de las ingenierías principales nombradas, a graduandos de estas ingenierías a través de la asesoría que se ofrece a trabajos de grado y a profesionales de estas ingenierías y afines para la solución de problemas empresariales de toda índole.

Los asesores de Nuevomaestro son profesionales de alta calidad, seleccionados previamente a través de la prueba de polígrafo y exámenes psicológicos y de

conocimiento, seleccionados por sus capacidades de enseñanza, dominio de los temas e integridad como personas. (Nuevo Maestro, 2020)

Durante la pandemia su principal fuente de presión financiera fue la reducción en el flujo de caja ya que los clientes que mantenían un crédito con la empresa se vieron afectados por la coyuntura económica a causa de los aislamientos obligatorios, para hacer frente a esta situación Nuevomaestro.com diseñó una estrategia para crear facilidades de pago a sus usuarios y se enfocó en fortalecer su plataforma online con el objetivo de mejorar el servicio.

CARAVALUO

Caravaluo.com es una herramienta on-line cuyo objetivo es evaluar y servir de guía de precios de vehículos de segunda mano para los compradores y vendedores de los mismos dentro del territorio colombiano determinando el precio correcto por el cual se debe realizar la transacción para tal vehículo. (Caravaluo, 2020)

LOS BROWNIES DE LA CLAUSEN

Es un emprendimiento que como su nombre lo indica se dedica a la venta de deliciosos brownies con ingredientes secretos y muy originales en la ciudad de Ibagué, su innovación radica en su estrategia de marketing y publicidad que se enfoca en conseguir clientes por medio de redes sociales.

Al ser una empresa que funciona de manera remota no se tienen grandes gastos en infraestructura de trabajo, además por el momento al ser una empresa unipersonal se evitan gastos de salarios y prestaciones, por estas razones la pandemia no fue una fuente de presión financiera para los Brownies de la Clausen.

Fundador: Viviana Clausen

RISO

Es un restaurante de innovación y calidad gastronómica, considerado un nuevo concepto en la ciudad Ibagué. Donde se podrá encontrar una gran variedad de platos nacionales e internacionales, gracias a Chef de lujo quien con ambición y mucha creatividad trabaja constantemente para deleitar los paladares ibaguereños y brindar una alternativa gastronómica poco convencional.

La pandemia ha forzado a muchos propietarios de restaurantes a cerrar sus locales por tiempo indefinido e incluso el cierre total. A pesar de las dificultades por el pago de salarios y prestación social de sus empleados, RISO enfocó su estrategia en la transformación digital basada en la publicidad por medio de redes sociales, rediseño de su carta (menú) y trabajar conjuntamente con una empresa de logística para la entrega de calidad de sus productos por medio de domicilio.

Fundador: David Díaz

UNION GLOBAL DISTRIBUCIONES

Es una Comercializadora de productos de consumo masivo que cuenta con una gran cobertura en distribución, dando valor agregado a sus productos generando experiencias positivas que generan confianza y relaciones comerciales de largo plazo

con los clientes, proveedores y equipo de trabajo. Unión Global cuenta con una flota de vehículos de carga, además se ha caracterizado por la distribución en el mercado colombiano con reconocidas marcas diferenciándose por la calidad de sus productos y por un servicio especializado y del más alto nivel.

Para hacer frente a la situación actual Unión Global decide ampliar su modelo de negocio al realizar una inversión para la adquisición de un software que busca crear una aplicación móvil que facilite la compra del producto y la atención con sus usuarios al momento de tener cualquier duda o inquietud sobre este.

Fundador: Luis Orlando Espinosa

AGENCIA INMOBILIARIA COLOMBIA

Como su nombre lo indica es una agencia inmobiliaria que cree en el desarrollo permanente del sector de la vivienda y la construcción en Colombia. Son una empresa con una visión clara y enfocada al mejoramiento continuo y permanente para poder ofrecer a cada uno de sus clientes el mejor servicio y los mejores bienes en el momento de dar solución a la necesidad de vivienda con la mayor calidad, ética, eficiencia y sobretodo con la mejor asesoría para cumplir con las expectativas de los clientes para poder generar una verdadera satisfacción. Esta idea de negocio surge cuando basada en algunas deficiencias en el servicio inmobiliario, y la gran inconformidad de los clientes al momento de ser asesorados (AGC, 2020).

Debido a las dificultades de pago que presentaron los inquilinos a causa de la pandemia, Agencia Inmobiliaria Colombia se vio afectado en su estructura financiera. A pesar de esta situación por el tipo de servicio que ofrece Agencia Inmobiliaria Colombia y ya que la empresa contaba con su propia página web, esta no realizó ningún tipo de transformación digital durante la pandemia. Por lo que su principal enfoque estratégico fue establecer convenios y alianzas estratégicas con los constructores más reconocidos de la ciudad, así como del sector financiero, de esta manera se logró crear un acercamiento con los propietarios para modificar contratos y brindar facilidades de pago que permitieron seguir adelante a pesar de la coyuntura que generó la pandemia.

Fundador: Geiners Garcia

CESS PELUQUERIA

Es un salón de belleza en el cual ofrecen varios servicios estéticos, principalmente el corte de cabello. La principal fortaleza de la empresa es excelencia en la calidad del servicio en base de trabajo, disciplina y respeto al cliente

La principal fuente de presión financiera que presentó Cess Peluquería durante la pandemia fue el salario y prestaciones sociales de sus empleados ya que durante los primeros meses de cuarentena por obvias razones no contaban con ningún cliente y que a diferencia de los restaurantes no era posible operar por domicilio. A este respecto, para hacer frente a esta difícil situación se estableció un acuerdo de pago con los empleados, proveedores y arrendatarios que permitió la supervivencia de la empresa durante los primeros meses de cuarentena. Además, Cess Peluquería recurrió a una estrategia de marketing digital que logró fortalecer su marca por medio de las redes sociales.

Fundador: Cecilia Pareja

NATURA FRESH

Es un establecimiento comercial que ofrece batidos saludables de frutas y hortalizas, empacados al vacío, congelados y listos para licuar, bajo el lema “100% Natural”, donde su principal innovación es el compromiso con la satisfacción del cliente, enfocándose en ofrecer un producto de calidad.

En una interesante estrategia para superar la crisis financiera que le generó la cuarentena, Natura Fresh decidió cerrar definitivamente su punto físico de venta para evitar gastos por arrendamiento e implementó una transformación digital puesto que su funcionamiento es ahora digital bajo el modelo de marketing en redes sociales. Como un objetivo a corto plazo Natura Fresh amplió su operación en importantes plataformas de delivery tipo Rappi, domicilios.co, entre otros.

Fundador: Laura Daniela Lozano

EMPRENDIMIENTO BAJO EL MODELO DE FRANQUICIA (SUBWAY, DOMINO'S PIZZA, CUZCO, KIOTO)

Se trata de un modelo de negocio en el que el propietario vende a un tercero los derechos para explotar su marca, logo, identidad corporativa y, en definitiva, el propio modelo de negocio en sí. Abrir una franquicia significa abrir un negocio reduciendo en un alto grado los riesgos de fracaso; esto gracias al reconocimiento alcanzado por la marca, lo que significa que ya cuenta con clientes que conocen e identifican fácilmente el tipo de negocio y producto que se ofrecerá. A continuación, se definen los negocios franquiciados.

- Subway: es una cadena de restaurantes de comida rápida estadounidense especializada en la elaboración de sándwich submarino y bocadillos,
- Dominos`pizza: es una empresa de comida rápida estadounidense de restaurantes, especializada en la elaboración de pizzas
- Cuzco: Es un restaurante especializado en comida peruana y fue catalogado en el 2018 como uno de los mejores restaurantes del país por TripAdvisor
- Kioto: Es un restaurante con especialidad en la comida japonesa, pescados, mariscos, carnes, pollo, arroces, sushi, vinos, sake, sangrías.
-

Su principal estrategia durante la pandemia fue entrar al modelo de Marketing digital específicamente en la ciudad de Ibagué para fortalecer las marcas y aumentar sus ventas digitales bajo la modalidad de entrega a domicilio. Además, contó con el apoyo del franquiciado quienes brindaron información para operar de la manera más eficiente posible en la situación actual que enfrenta el sector de restaurantes, brindando el soporte y asesoramiento durante todo el periodo de cuarentena.

Fundador: María Clemencia Perdomo

REVI AUTOS

Reviautos es un centro de diagnóstico automotor, comúnmente llamados CDA, es una empresa dedicada al examen técnico – mecánico y a la revisión de control ambiental de emisión de gases de los vehículos automotores (Motos, Automóviles, Servicio Público, Transporte de Carga) en la ciudad de Ibagué.

Como estrategia para mitigar las dificultades económicas que se presentan durante la pandemia, Reviautos pretende facilitar a los usuarios la expedición del certificado por medio de una plataforma digital para agendar las citas y revisar carros públicos, particulares y motos desde la comodidad del hogar y para evitar filas y conglomeraciones.

Fundador: Héctor Lizarralde

5.4 Factores distintivos de emprendimiento que generan la posibilidad de éxito

Bajo la metodología planteada por Morales y Pineda (2015), se diseñó una encuesta estructurada (ver Anexo 1), en tres secciones: 1. Información del emprendimiento, 2. Perfil del emprendedor, 3. El enfoque estratégico, que permitieron conocer en detalle los rasgos distintivos de los emprendedores seleccionados en la ciudad de Ibagué.

Los factores y rasgos distintivos que definen un emprendedor pueden ser vistos desde la perspectiva de las características del emprendedor. Por ejemplo, Castellanos, Chávez y Jiménez, citados por Rodríguez y Gómez (2014), argumentan que el emprendimiento requiere de competencias, es decir, las personas que promueven una idea de negocio deben poseer determinados rasgos, entre ellos habilidades, destrezas, aptitudes y capacidades. Según Parra, Rubio, & López (2017), entre las competencias se destacan la conformación de redes, competencia para la resolución de problemas, orientación al logro, competencia para asumir riesgos, trabajo en equipo, creatividad, autonomía e iniciativa, generar ideas y convertirlas en algo novedoso para transformar su vida y su entorno. Así mismo, Sepúlveda y Reina (2016), definen la edad, la experiencia y la formación como las habilidades y rasgos de un emprendedor que generalmente ayudan a la sostenibilidad de una empresa en el tiempo (ver Tabla 1).

A este respecto, y de acuerdo con la metodología planteada por medio de la encuesta estructurada se extrajeron los atributos señalados por los diferentes autores y que, según ellos, deben poseer los directivos empresariales, con el fin de contrastarlos con los diez empresarios seleccionados. A continuación, se presenta una descripción de las características asociadas al perfil de los empresarios entrevistados en el momento de crear la empresa y sus prácticas de gestión del servicio (ver Tabla 2, 3, 4, 5 y 6).

5.4.1 Información del emprendimiento

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas en el sector de información del emprendimiento (ver Tabla 2).

Tabla 3. Información del emprendimiento (resultados de los casos analizados)
Fuente: Elaboración Propia

Nombre	Empresa	Año de creación	Nº de empleados	Sector
Luis Orlando Espinosa	Unión Global	2010	40	Comercial
Geiners García	Agencia Inmobiliaria Colombia	2007	6	Servicios
Jorge Enrique Núñez	Nuevomaestro.com	2016	7	Servicios
Laura Daniela Lozano	Natura Fresh	2018	2	Comercial
María Clemencia Perdomo	Franquicias (Subway, Domino`s pizza, Cuzco, Kioto)	2012	130	Comercial
David Díaz	Riso Restaurante	2017	4	Comercial
Vivian Clausen	Los Brownies de la Clausen	2017	1	Comercial
Cecilia Pareja	Cess Peluquería	2010	10	Servicios
Jorge Enrique Nuñez	Caravaluo.com	2020	4	Servicios
Héctor Lizarralde	Reviautos	2018	3	Servicios

Con relación a la lectura de la *Tabla 2*, donde se destaca la información del emprendimiento se muestra el nombre del emprendedor y de la empresa, luego se analizaron variables como, año de creación, número de empleados y sector económico, lo cual permitirá conocer las características generales de las empresas. A continuación, se muestran los resultados que arrojó la investigación.

Con respecto al año de creación, se encontró que el 30 % de las empresas tienen más de 10 años de ser creadas. El 20 % lleva entre 5 y 10 años de estar funcionando en el mercado. El 40 % lleva entre 1 y 5 años de estar creadas y en funcionamiento. El 10% tiene menos de 1 un año de estar activa y en funcionamiento. Según las entrevistas realizadas, se identifica que los emprendedores han logrado la permanencia y perdurabilidad de sus organizaciones a través del tiempo, no obstante, las adversidades que han tenido que afrontar. Este hecho coincide con lo planteado por Williams (2014),

quienes sostienen que las empresas que sobrepasan más de 5 años de haber sido creadas.

En lo pertinente al número de empleos que generan estas empresas, se encontró que solo el 10%, que equivale a una empresa, genera 130 empleos directos. El 10% contribuye con 40 empleos directos. El 30% entre 5 y 10 empleos directos, y el 50% entre 1 y 5 empleos directos. Cuando se hace un análisis sobre esta variable, se puede evidenciar que uno de los factores que limita el crecimiento de las pymes es el acceso a la financiación, los altos impuestos y la competencia de las empresas informales. Esto se ve reflejado en la generación de empleos, dado que en la medida en que son muy altos los costos de producción, no pueden darse el lujo de tener a mucho personal laborando. Los autores Sepúlveda y Reina (2016); mencionan que las pequeñas y medianas empresas contribuyen con la generación de empleo, crecimiento del PIB y desarrollo económico de una región.

Los resultados del estudio muestran que el 50 % de las empresas creadas por los emprendedores se encuentran en el sector de los servicios y el 50% en el sector comercial. La realidad nacional muestra coherencia con estos datos, teniendo en cuenta que el sector de servicios en Colombia contribuye con el 57,5 % del PIB nacional y que cuenta con un gran potencial de crecimiento; por ello se ha convertido en una de las mayores apuestas comerciales para el país (DIAN,2020). No obstante, el potencial que tiene el sector servicios para Colombia, Mungaray, Osuna, Ramírez, Ramírez y Escamilla (2015), afirman que independientemente del sector en el que se desarrollen las iniciativas de emprendimiento, estos aportan al crecimiento y desarrollo económico de un país.

5.4.2 Perfil del emprendedor

Con respecto al perfil del emprendedor, las variables estudiadas fueron: lugar de nacimiento, edad, sexo, nivel educativo, experiencia laboral experiencia emprendedora, motivo para emprender, numero de fracasos empresariales, retos empresariales y cualidades (ver *Tabla 3 y 4*), lo cual permitió conocer que tanto incidieron estos aspectos en la creación de sus empresas. A continuación, se muestran los resultados que arrojó la investigación.

Tabla 4. Perfil del emprendedor (resultados de los casos analizados – parte 1)
Fuente: Elaboración Propia

Empresa	Lugar de nacimiento	Edad	Sexo	Nivel educativo	Experiencia laboral
Unión Global	Ibagué, Tolima	33	M	Profesional	Si
Agencia Inmobiliaria Colombia	Ibagué, Tolima	40	M	Profesional	Si
Nuevomaestro.com	Ortega, Tolima	37	M	Profesional	Si
Natura Fresh	Ibagué, Tolima	27	F	Secundaria	Si
Franquicias (Subway, Domino`s pizza, Cuzco, Kioto)	Ibagué, Tolima	49	F	Profesional	Si
Riso Restaurante	Girardot, Cundinamarca	31	M	Profesional	Si
Los Brownies de la Clausen	Ibagué, Tolima	38	F	Profesional	Si
Cess Peluquería	Ibagué, Tolima	47	F	Profesional	Si
Caravaluo.com	Ortega, Tolima	37	M	Profesional	Si
Reviautos	Ibagué, Tolima	33	M	Profesional	Si

Tabla 5. Perfil del emprendedor (resultados de los casos analizados – parte 2)
Fuente: Elaboración Propia

Empresa	Experiencia emprendedora	Motivo para emprender	N° de fracasos empresariales	Retos empresariales	Cualidades
Unión Global	Si	Oportunidad	2	Posicionar la empresa a nivel nacional	Honestidad
Agencia Inmobiliaria Colombia	No	Oportunidad	0	Mantenerse en el mercado	Confianza
Nuevomaestro.com	Si	Oportunidad	2	Conquistar mercado extranjero	Honestidad
Natura Fresh	Si	Necesidad	0	Mantenerse en el mercado	Responsabilidad
Franquicias (Subway, Domino's pizza, Cuzco, Kioto)	Si	Oportunidad	4	Ayudar a crear empresa	Visión
Riso Restaurante	Si	Oportunidad y necesidad	0	Lograr que su empresa sea reconocida	Creatividad e ingenio
Los Brownies de la Clausen	Si	Oportunidad	1	Lograr que su empresa sea reconocida	Responsabilidad
Cess Peluquería	No	Oportunidad y necesidad	0	Sucursales en otros municipios	Pasión
Caravaluo.com	Si	Oportunidad	2	Posicionar la empresa a nivel nacional	Honestidad
Reviautos	No	Necesidad	0	Mantenerse en el mercado	Pasión

En cuanto a la edad de los empresarios se encontró que el 10% son menores de 30 años, y el 90% tienen entre 30 y 50 años; Esto se relaciona con la variable del año de creación de la empresa dado que los empresarios al momento de crear sus empresas, contaban con la madurez suficiente para no arriesgar su capital de trabajo, así lo plantea Global Entrepreneurship Monitor-GEM (2016), cuando señala que las nuevas actividades emprendedoras, por oportunidad y por necesidad para cada uno de los grupos de edad en Colombia, se encuentran entre los 18-24 y 25-34 años de vida.

En relación con el género, se encontró que el 60 % de los emprendedores son del género masculino y el 40 % son mujeres. Con base en el Informe de GEM (2016), la mayoría de las mujeres afirman que crea empresa como oportunidad para lograr mayor independencia o tal vez porque les es más difícil encontrar empleo con un sueldo aceptable o que al menos las saque del desempleo, o porque consideran que a través de ello pueden contribuir al sostenimiento del hogar y lograr un desarrollo personal y profesional (Berdugo y Gámez, 2015); mientras la mayoría de los hombres crea empresa para mantener su nivel de ingresos. “En apariencia, hombres y mujeres tienen las mismas motivaciones para crear empresa: las necesidades económicas, los deseos de independencia y la identificación de oportunidades de negocio” (Berdugo y Gámez, 2015).

En cuanto al nivel educativo de los emprendedores, se evidenció que el 10 % realizaron estudios hasta la secundaria, y el 90 % son profesionales; esto confirma lo planteado en el Informe Global Entrepreneurship Monitor (2016), donde muestra que la mayor tasa de actividades emprendedoras nacientes y nuevas se da en el grupo de personas con educación universitaria, seguida de las personas con estudios secundarios. Sepúlveda y Reina (2016) y García de León (2014) señalan que para ser competitivos a nivel empresarial se debe tener una formación y experiencia, ya que se consideran aspectos fundamentales en el éxito de los negocios.

El 100 % de los emprendedores manifestó que sí contaban con experiencia laboral a la hora de crear su empresa. Haber trabajado antes de crear sus emprendimientos les permitió adquirir experiencia y conocimientos para emprender sus propios negocios. López, Montilla y Briceño (2007) plantean que es trascendental que una persona a la hora de iniciar un proyecto empresarial, cuente tanto con experiencia laboral como de emprendimiento, dado que eso los hacen más conocedores del mundo de los negocios y la forma como deben actuar ante diversas circunstancias.

Con respecto a la experiencia emprendedora, el 70 % de los emprendedores expresaron que a la hora de crear su empresa contaban con experiencia en el campo del emprendimiento, y el 30 % no contaba con una experiencia emprendedora, aunque expresaron tener un buen conocimiento teórico en el campo del emprendimiento que los hacía conocedores del proceso para llevar a cabo la creación de la empresa. Según García, Álvarez y Reina (2007) para crear empresa se debe tener un conocimiento mínimo en emprendimiento para no ir a fracasar o, por lo menos, hay que tener asesorías de expertos en el tema.

Así mismo, el 60 % de los emprendedores manifestó que sus empresas fueron creadas por oportunidad; el 20 % por necesidad y el otro 20% por ambas. El GEM (2016), reconoce dos grandes categorías de estudio relacionadas con la motivación original para la creación de empresa. Se entiende como emprendedor por necesidad aquella persona que al tomar la decisión de realizar la actividad emprendedora no dispone de otras alternativas para generar ingresos, y emprendedor por oportunidad es aquella persona que al tomar la decisión de realizar una actividad emprendedora aprovecha una

oportunidad que encuentra en el entorno. En esta misma perspectiva Marulanda et al. (2014), manifiesta que el proceso de creación de una empresa es el resultado de tres factores: las aspiraciones o motivaciones del creador, las competencias y recursos del fundador y el ambiente o entorno para la creación.

En cuanto al número de fracasos empresariales, se encontró que el 50 % de los emprendedores manifestaron que nunca han tenido fracasos empresariales; el 10 % confirmó un fracaso; mientras que el 40 % reportó este tipo de revés entre 3 y 4 veces, por malas decisiones. Se evidencia que los emprendedores han tomado las mejores decisiones, ya que existe un porcentaje alto de no fracasos. Como se ha mencionado en puntos anteriores, muchos de los empresarios tenían un alto conocimiento del manejo de empresas por la experiencia adquirida en cargos desempeñados anteriormente.

Por otro lado, con relación a los retos empresariales, se encontró que el 30 % de los emprendedores manifestaron que lo que más anhelan es mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo; el 20 % expresó su deseo de posicionar la empresa a nivel nacional; otro 20% señaló que quiere lograr mayor reconocimiento de su marca, así mismo el 10 % señaló que lo más importante es conquistar el mercado extranjero, otro 10% quisiera que su empresa cree sucursales en otros municipios y el restante 10 % afirmó que su gran desafío es ayudar a otros crear empresas.

McClelland (2017) señala que el comportamiento emprendedor se evidencia en personas con alta necesidad de logro, que, a su vez, manifiesta: (1) su deseo por tomar responsabilidad personal en las decisiones empresariales, (2) su preferencia por decisiones que involucren un moderado grado de riesgo, y (3) su interés por tener un conocimiento concreto del resultado de sus decisiones.

Se evidenció con respecto a las cualidades de los emprendedores que el 40 % de estos empresarios se consideran honestos; el 20 %, responsables; Así mismo el 20 % consideran la pasión como su mejor cualidad; el 10 % visionarios, y el 10% restante se considera creativo e innovador. Gámez y Abreu (2007) plantean que las cualidades más significativas en las personas, y con mayor razón en los emprendedores, son la honestidad y la responsabilidad. La primera hace alusión a la veracidad en la información, la honradez en el actuar, el reconocimiento explícito de las fortalezas y limitaciones de sí mismo; mientras tanto la responsabilidad se ha definido como la obligación de rendir cuenta de los propios actos.

5.4.3 Enfoque estratégico

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas en el sector del enfoque estratégico (ver Tabla 5).

Tabla 6. Enfoque estratégico del emprendedor durante la pandemia (resultados de los casos analizados)

Fuente: Elaboración Propia

Empresa	¿Cuál es la principal fuente de presión financiera que enfrenta su empresa durante la pandemia de COVID-19?	¿Ha implementado alguna transformación digital en su empresa para enfrentar alguna adversidad causada por la pandemia?
Unión Global	Deudas (arriendos. proveedores, préstamos, etc.)	Si, Inversión en software para crear aplicación móvil
Agencia Inmobiliaria Colombia	Deudas (arriendos. proveedores, préstamos, etc.)	No
Nuevomaestro.com	Flujo de caja reducido	Si, Fortalecimiento de plataforma digital (Pagina web)
Natura Fresh	Deudas (arriendos. proveedores, préstamos, etc.)	Si, Marketing digital en redes sociales
Franquicias (Subway, Domino's pizza, Cuzco, Kioto)	Salarios y prestaciones sociales	Si, publicidad en redes sociales
Riso Restaurante	Salarios y prestaciones sociales	Si, Rediseñar y digitalizar información acerca del negocio
Los Brownies de la Clausen	No tiene fuentes de presión relacionadas con la pandemia	Si, Marketing digital en redes sociales
Cess Peluqueria	Flujo de caja reducido	Si, venta de productos online (redes sociales)
Caravaluo.com	No tiene fuentes de presión relacionadas con la pandemia	Si, Fortalecimiento de plataforma digital (Pagina web)
Reviautos	Salarios y prestaciones sociales	Si, marketing digital

Con respecto a las fuentes de presión financiera que presentaron los empresarios durante la pandemia, se encontró que el 30% enfrentó un problema económico por deudas relacionadas con los gastos operacionales y de producción, otro 30% indicó que su principal fuente de presión financiera fueron el pago de salarios y prestaciones sociales a los trabajadores; el 20% se vio afectado por un flujo de caja reducido, mientras que el 20% restante aseguró no tener fuentes de presión financiera relacionadas con la pandemia.

Esto tiene sentido con lo que nos indica la plataforma virtual Deloitte, donde dice que los principales desafíos que están enfrentando las compañías, los cuales están causando la mayor disrupción, incluyen: equipos de trabajo en cuarentena, fallas en las cadenas de suministro, inventarios perdidos/agotados y caídas repentinas en la demanda de productos y servicios. Las condiciones comerciales de algunas empresas están presentando retos, por lo tanto, es importante anticipar que esta situación podría poner una presión inesperada en el capital de trabajo y en la liquidez del negocio.

En cuanto a las estrategias que llevaron a cabo los empresarios con relación a una transformación digital en sus empresas, se encontró que el 10% no optó por una transformación digital, mientras que el 90% afirma haber implementado una transformación digital para mejorar su funcionamiento, adaptarse a este nuevo

panorama y no perder ventaja en el mercado. A pesar de que algunas empresas ya operaban en la virtualidad, decidieron crear mejoras en el sistema que ya venían implementando.

Las empresas deben responder y acelerar sus planes de contingencia, pensando que las acciones y decisiones que se tomen hoy, pueden cambiar definitivamente el curso del negocio. Ante una emergencia global, que genera tal volatilidad e incertidumbre en los mercados, es importante que los negocios sean proactivos en evaluar sus capacidades de hacer frente a la disrupción desde un punto de vista operativo y financiero.

Aunque esta transformación no es un proceso fácil, en época de coyuntura es de suma importancia. Desde los altos directivos, pasando por las habilidades del equipo de sus trabajadores en todas sus áreas. Se trata de un cambio de la cultura de la empresa, sustituyendo antiguos procesos y flujos de trabajo por otros que involucren herramientas, programas plataformas tecnológicas para mejorar la comunicación y lograr objetivos tanto a nivel interno como al momento de interactuar con el cliente.

Como lo indica la revista Forbes Colombia 2020, son muchos los beneficios que conlleva la transformación digital para empresas, compañías y organizaciones. La transformación digital permite que las organizaciones compitan mejor en un entorno económico que cambia constantemente a medida que la tecnología evoluciona. Con ese fin, la transformación digital es necesaria para cualquier empresa, organización sin fines de lucro o institución que busque sobrevivir en el futuro.

En términos generales todo el análisis anterior permite afirmar que los factores y rasgos distintivos de los emprendedores objeto de estudio está soportado en los argumentos de Castellanos, Chávez y Jiménez, citados por Rodríguez y Gómez (2014), argumentan que el emprendimiento requiere de competencias, es decir, las personas que promueven una idea de negocio deben poseer determinados rasgos, entre ellos habilidades, destrezas, aptitudes y capacidades. Según Parra, Rubio, & López (2017), entre las competencias se destacan la conformación de redes, competencia para la resolución de problemas, orientación al logro, competencia para asumir riesgos, trabajo en equipo, creatividad, autonomía e iniciativa, generar ideas y convertirlas en algo novedoso para transformar su vida y su entorno. Así mismo, Sepúlveda y Reina (2016), definen la edad, la experiencia y la formación como las habilidades y rasgos de un emprendedor que generalmente ayudan a la sostenibilidad de una empresa en el tiempo.

Tabla 7. Factores distintivos del emprendedor

NUMERO	EMPRENDIMIENTO	FACTORES DE ÉXITO	VIGENTE	CIUDAD DE ORIGEN
1	UNION GLOBLA	Capacidad para formar redes. Experiencia y formación. La tradición Familiar. Liderazgo efectivo.	SI	Ibagué
2	AGENCIA INMOBILIARIA COLOMBIA	Capacidad para resolver problemas. Destrezas y aptitudes gerenciales. Trabajo en equipo. Relaciones interpersonales.	SI	Ibagué
3	NUEVOMAESTRO.COM	Competencias y Habilidades. Cultura de trabajo en equipo. Autonomía e iniciativa. Contacto con otros emprendedores. Relaciones interpersonales.	SI	Ibagué
4	NATURA FRESH	Creatividad. Capacidad de formar redes. Disposición para asumir riesgos. Innovación.	SI	Ibagué
5	FRANQUICIAS (subway, domino's, kioto, cuzco)	Experiencia. Relaciones interpersonales. Visión. Disposición para asumir riesgos.	SI	Ibagué
6	RISO RESTAURANTE	Talento y habilidades. Aptitudes y capacidades. Creatividad e Innovación.	SI	Ibagué

7	LOS BROWNIES DE LA CLAUSEN	Creatividad. Aptitudes y talento. Innovación generación de nuevas ideas. Autonomía e iniciativa. Relaciones interpersonales.	SI	Ibagué
8	CESS PELUQUERIA	Talento y habilidades. Experiencia y formación. Destrezas, aptitudes y capacidades. Cultura de trabajo en equipo.	SI	Ibagué
9	CARAVALUO.COM	Creatividad e innovación. Capacidad para conformar redes. Establecer contacto con otros emprendedores.	SI	Ibagué
10	REVIAUTOS	Creatividad e innovación. Establecer contacto con otros emprendedores. Capacidad para conformar redes	SI	Ibagué

Detrás de los indicadores cuantitativos que genera cada emprendimiento surge la pregunta al respecto de Cómo se logran dichos resultados. Al respecto de este cuestionamiento se puede afirmar que cada emprendimiento tiene detrás un líder con cualidades, competencias y ciertos rasgos, que funcionan como un motor generador de resultados. A través de la conversación con los emprendedores de estas 10 empresas, se pudo evidenciar que además de la oportunidad del negocio emprendido y del uso de herramientas creadas para gestionar los emprendimientos, cada uno de estos posee una serie de habilidades, rasgos, talentos o competencias que son fundamentales para la consolidación empresarial. Esto es importante destacarlo ya que, si no fuese de esta forma, cualquiera podría ser emprendedor y cualquiera podría tomar decisiones y guiar una empresa y ser exitoso empresarialmente, pero no es lo que sucede en la realidad. Por lo tanto, a partir de la encuesta y el diálogo con los empresarios se identificaron ciertos rasgos que tienen que tener estos líderes para que por hoy sus empresas estén vigentes en el mercado y aun después de vivir una temporada tan crítica como la que se vivió mientras duró la cuarentena que arrasó con muchas empresas a nivel mundial.

Capítulo 6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

Sin lugar a dudas luego de hacer el análisis coyuntural se puede concluir que Colombia durante el año 2020 atravesó una de las crisis más profundas de la que se tenga referencia alguna en décadas. Es interesante comprobar que mientras los hogares estuvieron restringidos de movilidad limitando el consumo a lo básico para subsistir. La oferta agregada se vio gravemente afectada pues no obtuvo quien demandara muchos bienes y servicios, frenando así el dinamismo económico, generando la pérdida de empleo para muchos, cierre de empresas, disminución de la producción y comercialización de muchos bienes y servicios, tal vez no indispensables para la coyuntura. Es muy palpable en este punto la importancia que los hogares tienen en la economía, y lo necesarios que son como el principal agente dinamizador de la economía. Lo cual nos indica que las fuerzas del mercado (Oferta y Demanda) son indispensables para que la economía funcione. No hay economía si alguna de estas dos fuerzas se restringe. En este orden de ideas, se observó que una vez se restringió la Demanda agregada, los indicadores empezaron marcar el resultado de dicha restricción a la demanda. Y fue aquí cuando el PIB, el desempleo, la tasa de interés, la tasa de cambio y demás indicadores dieron muestra del resultado de haber restringido a la demanda agregada.

Se identificaron emprendimientos no solo con alta posibilidad de éxito, sino realmente exitosos, escogidos por las más importantes aceleradoras de emprendimiento. En el proceso de seleccionarlos se pudo observar que los emprendimientos exitosos están en una categoría denominada startup y esto de entrada genera el nuevo paradigma del emprendimiento. Es claro que el confinamiento, aceleró los procesos de virtualización de la sociedad mundial, generando oportunidades para emprender aprovechando todo el potencial de las tecnologías de la comunicación (TIC). Estos 20 emprendimientos seleccionados tienen dos características bastante singulares y determinantes: 1. Son ideas de negocio escalables con base tecnológica y que pueden crecer rápidamente de manera exponencial y eficiente. A diferencia de una PYME que se proyecta un horizonte de mediano y largo plazo para madurar con mucha ineficiencia en el proceso. 2. Estos emprendimientos se caracterizan por basar su inicio en ideas disruptivas rompiendo paradigmas e innovando completamente en la forma en que se produce un bien o se presta un servicio. Las ideas disruptivas rompen lo tradicional e interrumpen el curso de las industrias para dar paso a nuevas formas y modelos para hacer las cosas. Estos emprendimientos seleccionados tuvieron crecimiento y expansión durante el 2020 y enmarcan una ruta para el emprendimiento en Colombia. En relación con los emprendimientos seleccionados en la ciudad de Ibagué se escogieron nuevos emprendimientos y empresas consolidadas generando contrastes. Durante la pandemia y posterior a esta, en Ibagué hubo un surgimiento de nuevos emprendimientos relacionados con el sector de restaurantes, servicios, comercialización de productos y otros más en respuesta a la coyuntura económica desatada por el COVID 19. Se pudo establecer un contraste interesante entre los startups nacionales frente a los emprendimientos locales encontrando que algunos de estos emprendimientos como Inmobiliaria Colombia, los restaurantes de franquicia o la comercializadora tienen trayectoria, pero hacen parte del antiguo paradigma. La pandemia deja el camino abierto para ideas de negocio escalables y transformadoras basadas en tecnología. Por otra

parte, emprendimientos como los Brownies de la Clausen, CARAVALUO o Nuevomaestro.com poseen un potencial increíble pues su base de operación es virtual lo que les permitió el sostenimiento durante la cuarentena. Esto nos permite concluir que el emprendimiento enfrenta un nuevo paradigma en donde las ideas disruptivas y los negocios de base tecnológica escalables están a la orden del día.

Con respecto a los factores distintivos de emprendimiento que generan la posibilidad de éxito en las empresas identificados a nivel local, se evidenció que para desarrollar un emprendimiento el líder debe tener cierto perfil que le permita llegar a materializar la idea. De entrada, el hecho que un emprendimiento sea una realidad nos permite inferir, que detrás de la puesta en marcha hubo un largo proceso de incubar ideas, fracasos en emprendimientos previos, construcción mental de la idea de negocio y posteriormente la debida formulación y evaluación del proyecto dando paso a dicha puesta en marcha, y el encare de todos los retos que esto conlleva. Hasta este punto, la persona ya tiene en su carácter ciertas características que lo diferencian del resto de las personas. Los emprendimientos en su momento más primario surgen de las destrezas, aptitudes, talentos o capacidades que posee el emprendedor. De igual forma la creatividad, la autonomía y la innovación son clave en el direccionamiento estratégico del emprendimiento. Por lo tanto, esto nos demuestra que el emprendedor es un ser especial que marca la diferencia en su entorno para dar solución a problemas reales a partir de sus competencias. El perfil del no necesariamente es lo único que genera posibilidades de éxito para un emprendimiento, pues se entiende que las empresas se mueven en diferentes sectores y diferentes mercados y las externalidades propias del emprendimiento ponen en riesgo continuamente la sostenibilidad y sustentabilidad del emprendimiento y estas variables no las controla el emprendedor. Pero si es bastante claro que los riesgos para una idea de negocio disminuyen cuando el líder conoce la empresa y hacia donde la quiere encaminar, sabe dirimir problemas, se relaciona bien ejerciendo liderazgo efectivo, etc. Por lo tanto, los factores distintivos del emprendedor juegan un papel indispensable para el éxito de cualquier emprendimiento.

6.2 Recomendaciones

Una pregunta común en el mundo de los emprendedores principiantes es si los emprendedores “nacen” o se “hacen”, esto con el fin de clasificarse a sí mismos dentro de alguna de las 2 ramas y visualizar un poco más claro su futuro y tomar la decisión por un empleo o seguir adelante con un emprendimiento temprano. Si bien la respuesta a esa pregunta no es una disyuntiva sino que existe la posibilidad que un emprendedor sea la consecuencia de lo uno o lo otro, los resultados de esta investigación dejan claras las características que debe tener un emprendimiento para superar obstáculos del mercado tan fuertes como los que propone una pandemia, de hecho, en este documento se resaltan los aspectos que tanto un emprendedor como un emprendimiento deberían tener para lograr el éxito a cualquier plazo, independientemente de si el emprendedor nació con esas características o las tuvo que adquirir en su camino profesional.

De esta manera, se resume que todo emprendedor y en especial un emprendimiento en el entorno colombiano post pandemia 2020, debería cumplir que:

El emprendedor debe tener claro su propio concepto de éxito personal, esto le ayudará a no sentir frustración en ningún momento durante el proceso de crecimiento empresarial y a sentir una satisfacción permanente con los resultados. Debe entender

que el éxito económico no es necesariamente inmediato y saber que durante el proceso emprendedor debe tener una actitud permanente de aprendizaje con el fin de ser flexible ante los cambios que impone el mercado.

En el ambiente económico actual, es importante que el emprendedor entienda y resalte tanto en su vida personal como en su empresa el propósito social y que lo afirme permanentemente en sus empleados y en sus labores, no como un aspecto más a cumplir para tener éxito sino como el compromiso que adquiere con su país para generar empleo.

Ya que existen emprendedores que por naturaleza tienen ciertas habilidades, igualmente todos los emprendedores deben fortalecerlas y aplicarlas a su emprendimiento. Tales habilidades pueden resumirse como: Capacidad para conformar redes, capacidad para resolver problemas, disposición para asumir riesgos, orientación al logro, tener cultura de trabajo en equipo, creatividad, tener autonomía e iniciativa, ser Innovador y generador de ideas, ser capitalizador de la experiencia propia y de otros, tener un liderazgo efectivo, adquirir destreza en las relaciones interpersonales y buscar permanecer en ambientes emprendedores, todo esto fortalece la idea de que el emprendedor es un ser “especial” que marca la diferencia en su entorno para dar solución a problemas reales a partir de sus competencias innatas o desarrolladas.

Como pudo verse en los resultados de la investigación, existe un contraste interesante entre los nuevos startups nacionales que necesitan poco capital y son muy escalables frente a los emprendimientos pre pandémicos tales como los restaurantes de franquicia o las comercializadoras (que tienen una trayectoria y aceptación en el mercado que los logró mantener vigentes), sin embargo, estos últimos siguen haciendo parte del antiguo paradigma y deberán renovar. La pandemia de covid-19 permitió que muchas actividades y comercios antiguos migraran del ambiente físico hacia uno virtual y las empresas del antiguo modelo tuvieron que revisar sus estrategias para mantenerse a flote, debe entenderse que los desafíos se siguen presentando y que la crisis post pandemia tendrá un impacto a largo plazo en el mercado colombiano además que ya se ha presentado un cambio drástico en las costumbres de compra, esto genera la oportunidad para que las antiguas organizaciones evolucionen a una nueva realidad donde predomina lo digital, ejemplos claros de estos casos fueron los negocios de abastecimiento de alimentos; artículos de higiene, para el hogar y cómputo además de los pequeños electrodomésticos los cuales se favorecieron por los servicios de entrega tipo “delivery”.

A este respecto, se recomienda a los nuevos emprendedores colombianos después de 2020, generar ideas de negocios que operen por medio de las plataformas virtuales, sobre todo en el sector de los servicios de tal manera que creen una cadena de valor entre sus clientes y empresas ya constituidas del antiguo modelo que tengan tiempos muertos o tiempos de baja producción, de esta manera, se recomienda en Colombia crear empresas bajo el modelo de startup ya que a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) les permite poder escalar su negocio de forma ágil y rápida, sobre todo con una necesidad de capital muy inferior comparada con las empresas tradicionales, eso sí, antes de iniciar un negocio, lo aconsejable es que el emprendedor debe crear prototipos o productos de mínimo valor con el fin de validar la necesidad de su producto o servicio en el mercado real y que no tome como base las conjeturas o datos idealistas del mercado, al mismo tiempo que puede ir midiendo el potencial del mercado y analizando a la competencia.

En cuanto a los empresarios ya existentes con trayectoria anterior a 2020 y con organizaciones ya establecidas, se les recomienda una transformación digital en su proceso de operación, pues la pandemia ha acelerado la velocidad del mercado y esto obliga a los rezagados o a incrementar el paso para igualar a los líderes digitales o a fracasar a mediano plazo.

Referencias Bibliográficas

- ABC. (12 de marzo de 2020). Las catastróficas consecuencias económicas que dejó la Gripe española de 1918. ABC. Obtenido de https://www.abc.es/historia/abci-catastroficas-consecuencias-economicas-dejo-gripe-espanola-1918-202003120151_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- ACOPI. (2020). *Encuesta de desempeño empresarial segundo trimestre de 2020*. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/07/ENCUESTA-DE-DESEMPE%C3%91O-EMPRESARIAL-SEGUNDO-TRIMESTRE-2020-2.pdf>
- Actualidad RT. (2 de abril de 2015). Conozca las marcas mundiales que se hicieron famosas por la guerra. Obtenido de <https://actualidad.rt.com/actualidad/170851-marcas-mundiales-famosas-guerra>
- Argelaguet, J. (2006). *Sistemas políticos comparados: las democracias en el mundo contemporáneo*. Universidad abierta de Catalunya. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/78330/4/Teor%C3%ADa%20y%20sistemas%20pol%C3%ADticos_M%C3%B3dulo%203_Sistemas%20pol%C3%ADticos%20comparados.pdf
- Arroyo, J. (2012). El concepto de Hacienda desde las ciencias económicas y el derecho mercantil. *Revista Judicial Costa Rica*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Profesora_Jennifer_Arroyo_Chac%C3%B3n/publication/279516607_El_concepto_Hacienda_ciencias_economicas_y_juridicas/links/5594612908ae793d137987da/El-concepto-Hacienda-ciencias-economicas-y-juridicas.pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2008). *Guía Colombiana del mercado de valores*. Bogotá D.C. Obtenido de <https://mercadomila.com/wp-content/uploads/2018/04/Guia-del-Mercado-de-Valores-Colombia.pdf>
- Banco mundial. (2020). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>
- Banrepcultural. (2015). *Enciclopedia Red Cultural del Banco de la República de Colombia*. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=R%C3%A9gimen_Totalitario
- Banrepcultural. (2017). *Enciclopedia Red Cultural del Banco de la República de Colombia*. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Canasta_familiar
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., . . . Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. doi:<https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- BBVA. (5 de Agosto de 2019). *Grupo BBVA*. Obtenido de [Cómo se mide la economía de un país: https://www.bbva.com/es/pe/como-se-mide-la-economia-de-un-pais/](https://www.bbva.com/es/pe/como-se-mide-la-economia-de-un-pais/)
- Botero, H., & Lora, E. (2020). *Una estrategia para la defensa del empleo y la estabilidad económica*. Obtenido de <http://focoeconomico.org/wp-content/uploads/2020/04/Una-propuesta-de-subsidio-al-empleo-con-financiamiento-pu%C3%Blico-de-largo-plazo.pdf>

- Bustamante, J. (2014). Aproximación al estado del arte en el área de conocimiento de emprendimiento. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1439/2/TGT-188.pdf>
- Cabañes, M. L., Lorca, A., & Massiá, J. V. (2003). *Microeconomía básica la lógica del mercado*. Madrid: Minerva Ediciones. Obtenido de <http://www.digitaliapublishing.com.ezproxy.unibague.edu.co:2048/visor/17533#>
- CIEF. (2020). *Universidad EAFIT*. Obtenido de Centro de investigaciones económicas y financieras: <https://www.eafit.edu.co/cief>
- Congreso de la República. (5 de diciembre de 2008). Obtenido de <https://www.senado.gov.co/>
- Crick, J., & Crick, D. (2020). Coopetition and COVID-19: Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 206-213. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.016>
- DANE. (2020). *Principales indicadores del mercado laboral*. Bogotá D.C. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_20.pdf
- Dinero. (23 de junio de 2020). Covid-19 impactó positivamente al 16% de emprendimientos en Colombia. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/pandemia-impacto-positivamente-al-16-de-emprendimientos-en-colombia/290287>
- Dinero. (30 de junio de 2020). cual es la cifra de desempleo en colombia en mayo 2020. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/cual-es-cifra-de-desempleo-en-colombia-en-mayo-de-2020--noticias-economicas/291049>
- Dinero. (26 de marzo de 2020). No solo Rappi: estos emprendimientos también brillan en tiempos de coronavirus. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/emprendimientos-con-servicios-innovadores-para-enfrentar-el-coronavirus/283423>
- Donthu, N., & Gustafsoon, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284-289. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Economipedia. (2016). *Recesión económica*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/recesion-economica.html>
- El olfato. (30 de junio de 2020). El desempleo en Ibagué llegó al 31.7 %: 78.000 personas perdieron su trabajo, según el Dane. *El olfato*.
- El País. (2020). Qué nos dice la historia sobre el impacto económico de las pandemias. *Agenda económica el País*. Obtenido de <http://agendapublica.elpais.com/que-nos-dice-la-historia-sobre-el-impacto-economico-de-las-pandemias/>
- El tiempo. (16 de julio de 2020). ¿Qué tan cerca estamos de regresar a una cuarentena total? *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/coronavirus-hoy-que-tan-cerca-estamos-de-una-regresar-a-una-cuarentena-total-518660>
- El tiempo. (23 de abril de 2020). La empresa de bikinis y las 40 más que se reconvirtieron y son éxito. *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/empresas-que-se-reconvirtieron-en-la-pandemia-487666>

- Florencia, L. (2012). Microeconomía ley de oferta y demanda. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/001486842fb282139fbe8>
- Forbes. (8 de mayo de 2020). Reinventando negocios a prueba del Covid-19. *Forbes*. Obtenido de <https://forbes.co/2020/05/08/red-forbes/reinventando-negocios-a-prueba-del-covid-19/>
- García, J. A. (2020). *Contabilidad básica*. Medellín, Colombia: Politécnico de Colombia. Obtenido de <https://politecnicodecolombia.edu.co>
- Gómez, B., Baquero, J., & Zapata, B. (2019). Emprendimiento y desarrollo humano: *Aletheia*, 11 (2), 127-152. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/aleth/v11n2/2145-0366-aleth-11-02-127.pdf>
- Horng, J., Liub, C., Sheng, F., & Yung, C. (2020). The roles of university education in promoting students' passion for learning, knowledge management and entrepreneurialism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volumen 44, 162-170. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.005>
- Itainnova. (2017). Logística de aprovisionamiento. Obtenido de <http://web.itainnova.es/elogistica/lineas-de-trabajo/logistica-inteligente/logistica-de-aprovisionamiento/>
- Krishnamurthy, S. (2020). The future of business education: A commentary in the shadow of the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 1-5. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.034>
- La república. (8 de abril de 2020). Conozca cuáles son los sectores que más pierden y ganan durante la pandemia. *La república*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/conozca-cuales-son-los-sectores-que-mas-pierden-y-ganan-durante-la-pandemia-2989374>
- La República. (27 de marzo de 2020). Finandina ofrece servicios digitales gratis y periodos de gracia en diferentes créditos. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/finanzas/finandina-ofrece-servicios-digitales-gratis-y-periodos-de-gracia-en-diferentes-creditos-2984308%20>
- Lindgren, P. (2020). Multi Business Model Innovation in a World of Smart Cities with Future Wireless Technologies. *Wireless Personal Communications*, 113, 1423-1435. doi:<https://doi-org.ezproxy.unibague.edu.co/10.1007/s11277-020-07314-1>
- MADR. (Agosto de 2018). *Cadena de Aguacate Indicadores e Instrumentos*. Obtenido de Sistema de información de gestión y desempeño de organizaciones de cadenas: <https://sioc.minagricultura.gov.co>
- Martinez, P. (2 de junio de 2020). Enseñanzas de una pandemia: la peste negra. *National Geographic*. Obtenido de https://historia.nationalgeographic.com.es/a/ensenanzas-pandemia-peste-negra_15238
- Mascaraque, J., & Romero, M. T. (2010). *Economía Bachillerato*. España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- Mayo clinic. (2020). COVID-19: ¿quién está a un mayor riesgo para los síntomas de gravedad? Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/in-depth/coronavirus-who-is-at-risk/art-20483301>
- Mejías, M., Domínguez, R., & Blanco, E. (2018). La pandemia de Gripe de 1918: Mitos y realidades. *Journal of negative & no positive results*, 3(8), 655-673. doi:10.19230/jonnpr.2479

- Moreno, G., & Rodríguez, R. (2020). Estudio prospectivo de la tecnología en la educación superior en Colombia al 2050. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 160-182.
doi:<https://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa7a.7583>
- Parra, A., Rubio, G., & López, L. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento y Gestión*(43), 89-127. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64653514005>
- Portafolio. (17 de noviembre de 2011). En Colombia solo el 24% tiene contrato a término indefinido. *Portafolio*.
- Portafolio. (3 de diciembre de 2013). Academia / Emprendimiento, clave para acelerar la economía. *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/academia-emprendimiento-clave-acelerar-economia-79790>
- Portafolio. (4 de mayo de 2020). Los sectores con mayor riesgo de pérdida de empleo por el Covid- 19. *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/los-sectores-con-mayor-riesgo-de-perdida-de-empleo-por-el-covid-19-540483>
- Revista digital de historia y ciencias sociales. (2018). *Claseshistoria.com*. Obtenido de <http://www.claseshistoria.com/1guerramundial/consecuenciaseconomicas.htm>
- Ruiz, H. (2019). Sobre el significado de crisis económica, recesión, depresión. *Revista contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads/Archivos/Articulo/significado-crisis-economica.pdf>
- Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, 54.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102173>
- Segura, U., Novoa, H., & Burbano, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 89, 173-191.
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2420>
- Semana. (18 de mayo de 2018). Los trabajos de la cuarta revolución industrial. *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/educacion/articulo/cuales-son-los-trabajos-del-futuro/569155>
- Universidad El Bosque. (30 de junio de 2020). ¿Cómo afecta la crisis del COVID-19 a la economía colombiana? *Universidad El Bosque*. Obtenido de <https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/noticias/como-afecta-la-crisis-del-covid-19-la-economia-colombiana>

Anexo 1. Encuesta estructurada

La información de la siguiente encuesta permite conocer en detalle los rasgos distintivos de los empresarios que les ha permitido la supervivencia empresarial durante la pandemia a causa del covid-19. El fin de esta encuesta es exclusivamente la investigación científica, por lo que la información y los datos de quienes la contesten se mantendrán estrictamente confidenciales para evitar cualquier uso comercial de los mismos.

INFORMACION DEL EMPRENDIMIENTO

- Nombre: _____
- Año de creación: _____
- N.º de empleados: _____
- Sector:
 - Industria y producción
 - Servicios
 - Comercial
 - Agropecuario

PERFIL DEL EMPRENDEDOR

- Ciudad de nacimiento: _____
- Edad: _____
- Sexo: _____
- Nivel educativo (marque una opción):
 - Primaria
 - secundaria
 - Profesional
- Experiencia laboral:
 - Si
 - No
- Experiencia emprendedora
 - Si
 - No
- Motivo para emprender:
 - Oportunidad
 - Necesidad
 - Otra: _____
- N.º de fracasos empresariales: _____
- Retos empresariales:
 - Posicionar la empresa a nivel nacional
 - Ayudar a crear empresas
 - Mantenerse en el mercado
 - Conquistar mercado extranjero
 - Lograr que su empresa sea reconocida
 - Sucursales en otros municipios
 - Otra: _____

- ¿Cuál de estas cualidades son las que mejor lo definen?
 - Honestidad
 - Responsabilidad
 - Disciplina
 - Creatividad e ingenio
 - Pasión
 - Visión
 - Liderazgo
 - Paciencia
 - Confianza
 - Empatía
 - Decisión

ENFOQUE ESTRATEGICO

- ¿Ha implementado alguna transformación digital en su empresa para enfrentar alguna adversidad causada por la pandemia?
 - Si, ¿Cuál?: _____
 - No
- ¿Cuál es la principal fuente de presión financiera que enfrenta su empresa durante la pandemia de COVID-19?
 - Salarios y prestaciones sociales
 - Deudas (arriendos, proveedores, préstamos, etc.)
 - Otra: _____
 - No tiene fuentes de presión relacionadas con la pandemia