

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Aumento de Emprendimientos a Raíz de la Pandemia en los Jóvenes en Montería en el Barrio La Granja

ANDREA PAOLA CAMPO PEREZ

CLAUDIA GÓMEZ RINCÓN

JASLY ESTHELA OLASCOAGA ZULUAGA

andrea.campop@cun.edu.co

claudia.gomezri@cun.edu.co

jasly.olascoaga@cun.edu.co

RESUMEN

El presente artículo se enfoca en analizar el impacto de la pandemia en el emprendimiento y cómo ha influido en el aumento de la creación de empresas y en la adopción de nuevas formas de negocio, para esto fue necesario utilizar un método de investigación cuantitativo - deductivo , basada en la recolección de información a través de una encuesta, y análisis de la misma, tomando como población los emprendedores jóvenes del barrio la granja de la ciudad de Montería, con una muestra de treinta emprendedores hombres y mujeres en edades entre los 18 y 55 años. Donde se evidencia como uno de los resultados, que la población encuestada identifica la crisis y las necesidades ocasionadas efecto de la Pandemia y Postpandemia de COVID 19, como un factor determinante de impulso a la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y emprendimiento, además un 90% de los emprendedores, se muestran receptivos y abiertos en cuanto respecta a enfrentar desafíos, cambios, y adopción e implementación de innovación, tecnología y nuevas tendencias del entorno.

PALABRAS CLAVE: Pandemia, COVID 19, Emprendimiento, Microempresas, Economía

CLASIFICACIÓN JEL:

O3 Innovación • Investigación y Desarrollo • Cambio Tecnológico • Derechos de Propiedad Intelectual

O35 Innovación Social

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

D81 Criterios para la toma de decisiones bajo riesgo e incertidumbre

ABSTRACT

This article focuses on analyzing the impact of the pandemic on entrepreneurship and how it has influenced the increase in business creation and the adoption of new forms of business. For this, it was necessary to use a quantitative-deductive research method. based on the collection of information through a survey, and its analysis, taking as the population the young entrepreneurs of the farm neighborhood of the city of Montería, with a sample of thirty male and female entrepreneurs between the ages of 18 and 55. years. Where it is evident as one of the results, that the surveyed population identifies the crisis and needs caused by the COVID 19 Pandemic and Post-pandemic, as a determining factor driving the search for new business and entrepreneurship opportunities, in addition to 90 % of entrepreneurs are receptive and open when it comes to facing challenges, changes, and adoption and implementation of innovation, technology and new trends in the environment.

KEYWORDS

Pandemic, COVID 19, Entrepreneurship, Microbusinesses, Economy

JEL CLASIFICATION

O3 Innovation • Research and Development • Technological Change • Intellectual Property Rights

O35 Social Innovation

D81 Criteria for Decision-Making under Risk and Uncertainty

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19 ha sido el uno de los acontecimientos más fuertes de los últimos tiempos que impacto a nivel mundial, un virus que llego de manera inesperada,

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

obligando a los gobiernos a actuar de inmediato, tomar medidas de aislamiento y cuarentena de restricción, prevención, declarar la emergencia sanitaria, entre otras el cierre de fronteras, paralizando toda actividad, con el fin de contener la propagación del brote y salvar vidas, la emergencia del covid-19 marcada por la crisis que trajo consigo en los diferentes sectores como la salud, económico y social, afectando a millones de familias y que según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2022) “calculamos que casi 15 millones de personas han muerto ya de COVID-19” en Colombia y en el mundo. por lo tanto, esta pandemia nos ha dejado una crisis a nivel económico, social, entre otros que, afectando el rendimiento de las empresas, sin embargo, se han generado nuevas ideas de negocio y emprendimientos que han tenido un gran impacto social en la compra y venta de productos y servicios

La crisis económica causada por el COVID 19 hizo que el gobierno colombiano desarrollara nuevas políticas públicas y planes de reactivación económica adoptando enfoques diferentes para manejar los mercados laborales, aumentando el uso de internet, emprendimientos que se adaptaron a la pandemia, enfrentando nuevos desafíos para lograr éxito en su crecimiento, como la comunicación, entretenimiento y compras en línea.

Esta emergencia sanitaria trajo a su paso grandes retos a las cual se debía hacer frente como: las nuevas reformas laborales, la recuperación de puestos de trabajo, encontrar nuevos nichos y vías de negocios, pero dentro de todo este caos, algo que es importante reconocer es que el emprendimiento parte de un capital humano creativo e innovador y aunado a la diversidad tecnológica.

De acuerdo con Oscar Becerra. (2022, abril 9), la pandemia en su momento causó la perdida de trabajo de muchas personas y aunque el gobierno nacional implementó una serie de medidas para proteger el empleo y brindar ayudas a las personas más vulnerables fue difícil controlar el cierre de algunas empresas debido al tiempo prolongado, aumentando la tasa del desempleo a 11,3% y con ello disminuyendo el ingreso de dinero a los hogares, gracias a esto las personas decidieron no quedarse a la expectativa de que iba a suceder, sino que buscaron las formas de tener una fuente de ingresos por medio de las oportunidades que se daban en el entorno. Los emprendimientos fueron una forma de obtener dinero por medio de lo que las

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

personas conocían y promocionaban, en su mayoría son productos caseros o creados a mano, dando un valor adicional al producto. Y aunque lo impactante puede ser el cómo las personas persisten y salen adelante en momentos tan abrumadores, lo que más impresiona es que estos son creados en su mayoría por los jóvenes, quienes visualizaron una oportunidad en una situación poco alentadora. En este orden de ideas la pregunta a resolver es ¿Cuáles son los principales factores que motivaron a los jóvenes hacer Emprendedores en el barrio la granja de la ciudad de Montería?, donde se busca analizar el impacto de la pandemia en el emprendimiento y cómo ha influido en el aumento de la creación de las empresas y en la adopción de nuevas formas de negocio.

El emprendimiento descrito por Espitia et al. (2021) como a “la capacidad de partir de cero para crear un proyecto, una iniciativa o un negocio” ha sido de gran importancia en la activación de la economía no solo en Colombia sino también en todo el mundo, el coletazo que dejó la pandemia creó la necesidad de muchos de buscar fuentes de ingresos incursionando en el emprendimiento y la innovación con base de su sustento.

La pandemia ha traído grandes secuelas a la economía nacional, esta también ha permitido que muchos emprendimientos en su mayoría liderados por jóvenes surjan o replanten su estructura a través de la creatividad, la innovación y las herramientas tecnológicas de la información basada en internet Rodríguez et al. (2020)

Los emprendimientos locales y pequeños negocios, aportan al desarrollo de la región, al ser una fuente de empleabilidad e ingresos para muchos hogares, según FENALCO, (2022) en informe de Centro de Comercio Internacional (ITC) y la Federación Nacional de Comerciantes Empresarios (FENALCO) “Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) impulsan el crecimiento económico en Colombia. Estas empresas representan el 99,6% de todos los negocios formales del país y constituyen el sustento de millones de trabajadores.”

En un escenario de crecimiento reactivación y crecimiento paulatino post pandemia, las dificultades, pobreza, desempleo, problemas sociales, consecuencia de la recesión económica causa por Covid-19, la necesidad y crisis ha sido de impulso para muchas personas que ven en la

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

adversidad una oportunidad, según datos del Departamento Nacional de Estadística (DANE) (2023), “En el segundo trimestre de 2023, la cantidad de micronegocios aumentó 9,6% en comparación con el mismo periodo de 2022. Asimismo, el personal ocupado por estas unidades económicas aumentó 4,2%”.

Se busca Identificar aquellas oportunidades y desafíos que han surgidos para los emprendedores jóvenes después de la pandemia, que sirvan de instrumento para nuevos emprendimientos, además de evaluar las estrategias adoptadas para adaptarse por la situación generada por la pérdida de empleo y comparar como ha cambiado la adopción de nuevas formas de negocio.

ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

1. Impacto global del COVID – 19 en el mundo laboral

El mundo de trabajo en el que nos encontramos actualmente se ha visto demasiado afectado por el virus COVID -19 el cual mundialmente llegó a la mayoría de los países. Además de haber sido una amenaza principalmente para el sector de la salud, también se convirtió en un trastorno económico y social que amenaza los medios de vida y el bienestar a largo plazo de millones de personas.

En este sentido, como lo plantea Morales et al. (2022),

La pandemia del COVID -19 ha tenido un severo impacto socioeconómico en América Latina. La caída sin precedentes de la actividad económica y del empleo ocasionó un marcado deterioro de indicadores de bienestar social como la pobreza y la desigualdad. (p. 3).

Como es de contemplar, el autor mencionado, hace referencia a la disminución repentina de la actividad económica y la pérdida de empleo han llevado a un deterioro notable en indicadores clave de bienestar social, como el aumento de la pobreza y la agudización de la desigualdad. En resumen, la crisis sanitaria ha tenido repercusiones profundas en la calidad de vida y las condiciones económicas de la población en la región latinoamericana.

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

En este orden de ideas, es correcto hacer énfasis que, para Bonilla (2023), “Los trabajadores clave desempeñan un papel vital en nuestras vidas y en el funcionamiento de las economías en las que vivimos”. Citando (Escallón , 2020) se refiere a “La brecha socioeconómica del país ha mostrado cómo las poblaciones más vulnerables tienen menos probabilidades de trabajos estables o teletrabajo, al contrario, forman parte de la informalidad laboral”. Donde el miedo y la incertidumbre han sido el factor común a todas y cada una de las dimensiones que rodean la pandemia.

2. Desafíos económicos y laborales durante la pandemia

En este contexto, se explorarán los efectos significativos que la crisis sanitaria ha tenido en la dinámica laboral y económica, analizando las tensiones entre la prioridad de la salud pública y la necesidad imperante de mantener la estabilidad económica. Este estudio examinará las perspectivas de expertos en esta área.

En ese orden de ideas, en palabras de Hernández (2021),

Se ha generado un desafío para la población y sus gobernantes por la dicotomía entre salud y economía, entendiendo que para la mayor parte de la población no se asegura un ingreso económico vital si se siguen todas las recomendaciones para mitigar los contagios.

Las personas más afectadas fueron las mujeres cabeza de familia, los jóvenes emprendedores y los trabajadores temporales, por prestación de servicios, quienes, al perder su empleo, en muchos casos se evidencia que optaron por retirarse del mercado laboral.

Continuando con la investigación se puede evidenciar según Farné (2021) “De modo que el descenso en la tasa de desempleo esconde, en parte, una potencial oferta de trabajo que solo está esperando que la recuperación económica se consolide para participar nuevamente en el mercado de trabajo”.

3. Dualidad de la Pandemia del COVID-19 y el Desempleo en Colombia

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Se evidencia según Vélez (2021), como “este informe especial multimedia es un reflejo de la realidad que afrontan millones de colombianos, quienes, durante meses, se han tenido que enfrentar a una ‘doble pandemia’: el coronavirus y el desempleo”. y como Weller (2020), con una marcada caída de la presencia de las tradicionales tiendas de departamento. Mientras que esto incidió en una caída del empleo en el empleo tradicional, aumentó el empleo en nuevas ocupaciones, tanto en el desarrollo de las empresas que organizan el comercio electrónico, como en ocupaciones de compra y distribución de los productos.

En este sentido Morales (2020), Sostiene la variación de los indicadores de desempleo. “Mientras la cifra general de desempleo para septiembre de 2020 fue de 15.8 %, el desempleo juvenil se ubicó en 25.9 %.”. Esto crea un alto malestar, puesto que es improductivo en el presente tener una gran cantidad de jóvenes sin emplearse que a futuro producirían una crisis pensional. La pandemia por el COVID- 19 aceleró la desaparición de muchos empleos y creo la rápida migración hacia el mundo virtual, lo cual ofrece variedad y muchas oportunidades en medio de esta crisis mundial.

4. Dimensiones de la crisis, estrategias y desafíos.

En este contexto Velásquez Pinto (2021), asegura que “los seguros de desempleo lograron brindar respuestas rápidas para mantener el ingreso de los hogares ante la pérdida de empleos”. Para Cano (2021) “Se debe fomentar la cultura y la educación del emprendimiento, que permitan reaccionar de forma inmediata ante situaciones de crisis”, mediante herramientas como la capacitación financiera, planificación y control, rentabilidad, factibilidad; siempre buscando el enfoque del negocio que conlleven al éxito. Por otro lado, para Rivera-Lozano (2021), “en Colombia para algunos sectores presentan un impacto positivo y gracias a esta coyuntura han tenido la oportunidad de crecimiento e identificación de nuevas ideas innovadoras de negocio”

Según Lovera (2020) “Las pequeñas y medianas empresas que dependen de las ventas diarias y tienen escasas o nulas reservas de liquidez también pueden verse sometidas a un grave estrés financiero y es posible que tengan que despedir trabajadores”, La digitalización de las empresas, tiempo antes de la pandemia se estaba convirtiendo en un factor clave para los

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

negocios y su competencia, “tener presencia en las plataformas digitales trae consigo una serie de ventajas” (Gómez, 2020), como afirma (Ibáñez, 2020) “De manera sorprendente los emprendedores se han adaptado a la atención al cliente digital, en no tener ningún contacto físico con sus clientes y hacer entrega de sus productos mediante domicilios”.

Para Peña (2021) “La pandemia constituyó una situación de crisis que animó a los emprendedores a tener iniciativas comerciales para subsanar las dificultades económicas que esta trajo”, desde el punto de vista de Velasquez (2021) “Los empresarios no siempre están preparados para afrontar periodos de crisis económicas, pero sin duda nadie se había preparado para los eventos de los últimos meses”. Los académicos coinciden en que emprender es una actividad en la que se identifican oportunidades y se corren riesgos. (Méndez, 2020), a través de la identificación de necesidades se podrá observar si existen necesidades u oportunidades para declararlas directas o indirectas, según la definición de emprendimiento de Rodríguez et al. (2020),

satisfacer una necesidad insatisfecha permitiéndole al ser humano visualizar e identificar ideas y oportunidades de negocios, que se presenten en el entorno del emprendedor, pero que a su vez le permita formular propuestas empresariales para general rentabilidad y sostenibilidad económica (p.7).

El riesgo se evidencia frecuentemente y es declarado directamente en las definiciones y se puede inferir de las que no lo declaran, principalmente en las actividades de negocios, donde el riesgo es inevitable.

Esta crisis sanitaria y todas sus consecuencias han obligado a muchas personas y a las empresas a reinventarse e introducir nuevos cambios tanto como en productos y servicios para asegurar su supervivencia en el plano económico, en un primer momento, y volver a empezar a crecer, en una segunda etapa.

Se logra ver como Federico & Ibarra, (2021) afirman que “Casi todos los encuestados está planteándose hacer cambios en sus productos, en sus actividades o en sus modelos de negocio”, En la actualidad el emprendimiento se ha convertido en parte fundamental para lograr un desarrollo económico. Como afirma (Amaya, 2021) “Esta actividad impulsa a mejorar la

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

calidad de vida de las personas y su entorno, resultado que se obtiene por personas realmente comprometidas y responsables para realizar dicha actividad”. Teniendo en cuenta a (Eltit, 2022) “el emprendimiento trajo consigo un plan de restricción de movimiento, siendo significativo para la comercialización y el ofrecimiento de productos y servicios en redes sociales (*e-commerce*) en sus diferentes fases”. Sin embargo, todos los avances que ha tenido la tecnología no han logrado suplir todas las necesidades que los emprendimientos de hoy día conlleva, por lo que la mayoría de los jóvenes han buscado el apoyo de sus familiares, amigos y cercanos.

Finalmente, es importante resaltar que, “en momentos de crisis de esta magnitud, ayudas del gobierno para paliar los impactos negativos y permita una mínima estabilidad en los hogares, podrían ser de ayuda indiscutible, así como el desarrollo de programas que garantizan oportunidades para volver al mercado laboral”. (Cárdenas, 2021).

MATERIALES Y MÉTODO

Población

La población que se tuvo en cuenta para esta investigación fueron los emprendedores jóvenes del barrio la granja considerándose este barrio de gran interés, tanto por su historia como por su crecimiento en áreas comerciales y gastronómicas.

Los jóvenes emprendedores son una población importante para estudiar ya que representan la próxima generación de líderes empresariales y pueden ofrecer una visión única sobre las tendencias emergentes en el comercio. Además, al centrarse en un barrio específico como la granja podemos obtener una visión más detallada y contextualizada de como estos jóvenes están influyendo y siendo influenciados por su entorno local.

Muestra

En cuanto al muestreo, se seleccionaron 30 emprendedores en edades de 18 a 55 años para participar en la investigación, zonificados en el barrio la granja a los cuales con autorización de ellos se les envió el enlace para responder las encuestas.

Método de Investigación

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Para evaluar a una cantidad determinada de personas, se utilizó el método de investigación cuantitativa, que permite tomar toda la información y poder interpretarla de manera fácil y rápida. Este método fue seleccionado debido a su capacidad para proporcionar resultados precisos y generalizables a partir de los datos recopilados. (Donald T. Campbell y Julian Stanley. 1966). En el método cuantitativo, encontramos el método deductivo, el cual tiene la función de verificar el fenómeno observado y así poder medir y cuantificar los fenómenos de interés con exactitud. (Barchini. 2006). Además, este enfoque permitió minimizar el sesgo personal y garantizar que la investigación se realizara bajo condiciones controladas. Los resultados obtenidos a través de este método cuantitativo han sido fundamentales para la toma de decisiones en este estudio.

Instrumento de Recolección

Las encuestas son una herramienta eficaz para recopilar información de un gran número de personas en un corto período de tiempo. Las encuestas también son flexibles, ya que pueden ser diseñadas para explorar una amplia gama de temas, y las preguntas pueden ser abiertas o cerradas según las necesidades del estudio.

Por lo tanto, considerando la naturaleza de esta investigación, la encuesta parece ser el instrumento más adecuado para recopilar los datos necesarios.

Para recopilar y analizar los datos, utilizamos el programa Google Forms como herramienta de la encuesta. Diseñamos las preguntas de la encuesta utilizando la escala de Likert, que es un método comúnmente utilizado para medir actitudes, opiniones y percepciones. La escala de Likert proporciona una gama de respuestas a una pregunta dada, que generalmente varía desde 'Totalmente en desacuerdo' hasta 'Totalmente de acuerdo'. Este enfoque nos permitió obtener una comprensión más clara de las respuestas de los encuestados en lugar de un simple 'sí' o 'no'."

La aplicación del instrumento se desarrolló compartiendo un enlace por medio de WhatsApp a los emprendedores locales del barrio la granja en la ciudad de Montería.

para asegurar la recolección de datos y al finalizar realizar el respectivo análisis de los datos obtenidos y como estas oportunidades ayudaron a los emprendedores jóvenes después de la Pandemia.

- Ficha Técnica Encuesta

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

- Lugar De La Encuesta: Barrio la granja
- Población: Emprendedores
- Entre Edades De 18 A 60 Años De Ambos Sexos

Objetivo de la encuesta; Evaluar el Impacto de la Pandemia en el Emprendimiento

- Tipo de investigación: Se llevo a cabo un tipo Cuantitativa
- Tamaño de la muestra Para esta investigación: 30 personas
- Técnica de recolección: Encuesta por medio de Google Forms
- Fecha de recolección: 1/10/2023 al 8/10/2023

RESULTADOS

Análisis de la información de la encuesta

Tabla 1

Crees que la pandemia ha aumentado la necesidad de emprender

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo		0
Me es indiferente	1	3,3
De acuerdo	11	36,7
Totalmente de acuerdo	17	56,7
	30	100%

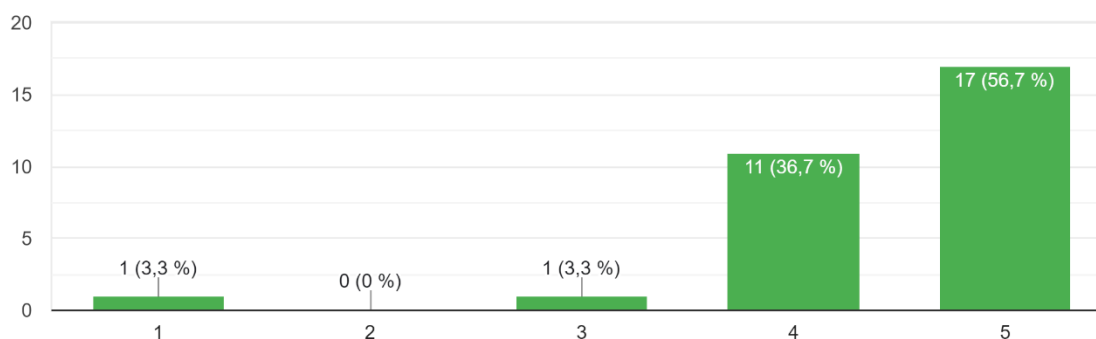
Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Análisis Grafico Tabla 1

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: Esto sugiere que casi el 93.4% de los encuestados están de alguna manera de acuerdo con la afirmación de que la pandemia ha aumentado la necesidad de emprender. Solo el 6.6% restante se mostró indiferente o en desacuerdo con esta afirmación. Esto podría indicar un cambio significativo en las actitudes hacia el emprendimiento como resultado de la pandemia.

Tabla 2

Consideras que la pandemia ha impulsado la creación de nuevos emprendimientos

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo		0
Me es indiferente		0
De acuerdo	9	30
Totalmente de acuerdo	20	66,7
	30	100%

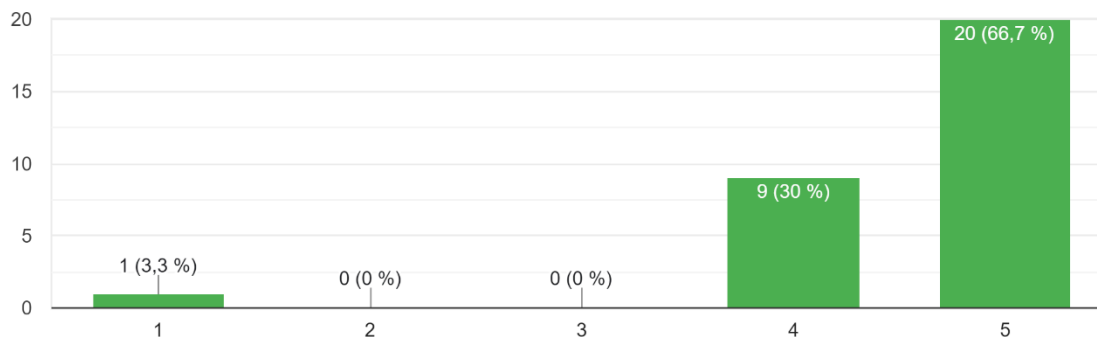
Fuente: Elaboración propia

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Figura 2

Análisis Grafico Tabla 2

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: Esto indica que casi el 97% de los encuestados ven un vínculo entre la pandemia y el aumento de los emprendimientos. Por otro lado, un pequeño porcentaje (3,3%) está totalmente en desacuerdo con esta afirmación.

Estos resultados sugieren que la pandemia pudo haber creado nuevas oportunidades y necesidades en el mercado, lo que a su vez ha impulsado a las personas a iniciar nuevos emprendimientos para satisfacer estas demandas.

Tabla 3

Creer que la pandemia ha cambiado la forma en que los emprendedores interactúan con sus clientes.

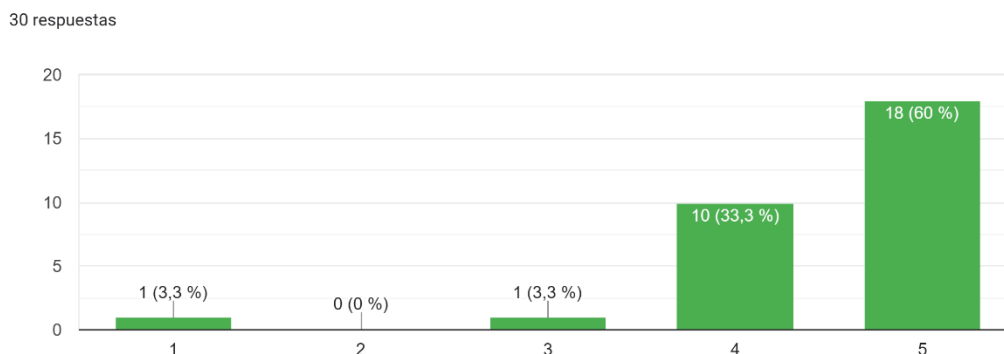
Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	0	0
Me es indiferente	1	3,3
De acuerdo	10	33,3
Totalmente de acuerdo	18	60
	30	100%

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Análisis Grafico Tabla 3



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: La mayoría de las personas encuestadas (60%) están totalmente de acuerdo en que la pandemia ha cambiado la forma en que los emprendedores interactúan con sus clientes. Además, un 33,3% está de acuerdo con esta afirmación. Esto indica que casi el 93,3% de los encuestados perciben un cambio en las interacciones entre emprendedores y clientes debido a la pandemia. Por otro lado, un pequeño porcentaje (3,3%) se mostró indiferente a esta afirmación y otro 3,3% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados sugieren que la pandemia puede haber alterado significativamente las dinámicas de interacción entre emprendedores y clientes.

Tabla 4

Crees que la pandemia ha creado nuevas oportunidades de negocio

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	0	0
Me es indiferente	0	0
De acuerdo	11	36,7
Totalmente de acuerdo	18	60

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

30

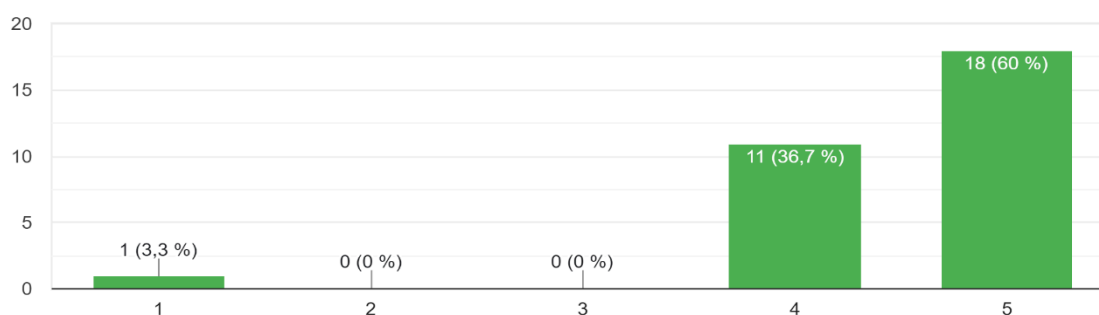
100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Análisis Grafico Tabla 4

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: la mayoría de las personas encuestadas (60%) están totalmente de acuerdo en que la pandemia ha creado nuevas oportunidades de negocio. Además, un 37,7% está de acuerdo con esta afirmación. Esto indica que casi el 97,7% de los encuestados ven un vínculo entre la pandemia y la creación de nuevas oportunidades de negocio. Por otro lado, un pequeño porcentaje (3,3%) está totalmente en desacuerdo con esta afirmación.

Tabla 5

Has implementado nuevas tecnologías o plataformas digitales en tu emprendimiento debido a la pandemia

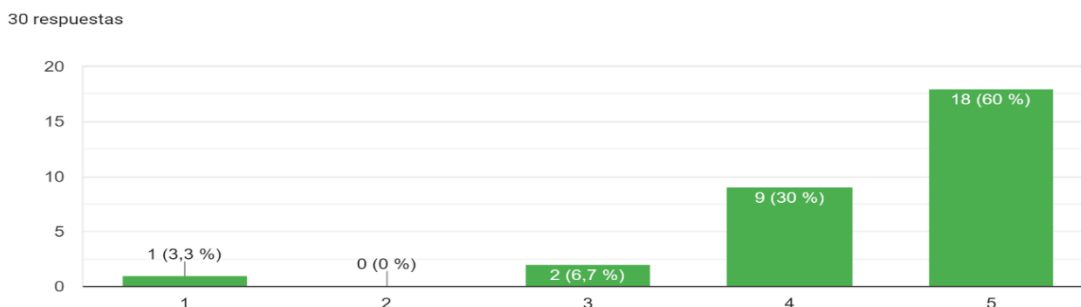
Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	0	0
Me es indiferente	2	6,7
De acuerdo	9	30
Totalmente de acuerdo	18	60
	30	100%

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Análisis Grafico Tabla 5



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: Esto sugiere que el 90% de los emprendedores están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que han implementado nuevas tecnologías o plataformas digitales en su emprendimiento debido a la pandemia. Esto podría ser un reflejo de cómo la pandemia ha acelerado la transformación digital en muchos sectores. Sin embargo, también hay un pequeño porcentaje (3.3%) que está totalmente en desacuerdo, lo que podría indicar que algunos emprendimientos no han sentido la necesidad o no han tenido la capacidad de adoptar nuevas tecnologías o plataformas digitales. El 6.7% restante se muestra indiferente, lo que podría sugerir que estos emprendedores pueden haber implementado algunas nuevas tecnologías o plataformas, pero no ven esto como un cambio significativo en su operación.

Tabla 6

La utilización de las plataformas digitales dan publicidad a su emprendimiento

Variabes	Frecuencia	digitales	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3	
En desacuerdo		0	
Me es indiferente	1	3,3	
De acuerdo	8	26,7	
Totalmente de acuerdo	20	66,7	

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

30

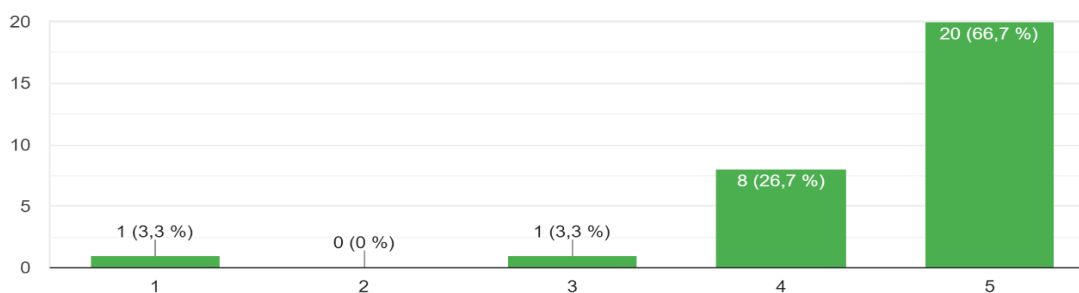
100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Análisis Gráfico Tabla 6

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: El análisis de los resultados de la encuesta indica que la mayoría de los encuestados (93,4%) están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la utilización de las plataformas digitales da publicidad a su emprendimiento. Esto sugiere que las plataformas digitales son vistas como una herramienta valiosa para la promoción de los emprendimientos.

Sin embargo, un pequeño porcentaje (3,3%) se mostró indiferente y otro 3,3% estuvo totalmente en desacuerdo. Esto podría indicar que hay una minoría que no ve el valor de las plataformas digitales para la publicidad o que puede tener preocupaciones o experiencias negativas.

Es importante tener en cuenta estas opiniones divergentes al desarrollar estrategias de marketing digital. Para aquellos que están indiferentes o en desacuerdo, podría ser útil entender más sobre sus preocupaciones o experiencias para ver si hay formas de abordarlas.

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Tabla 7

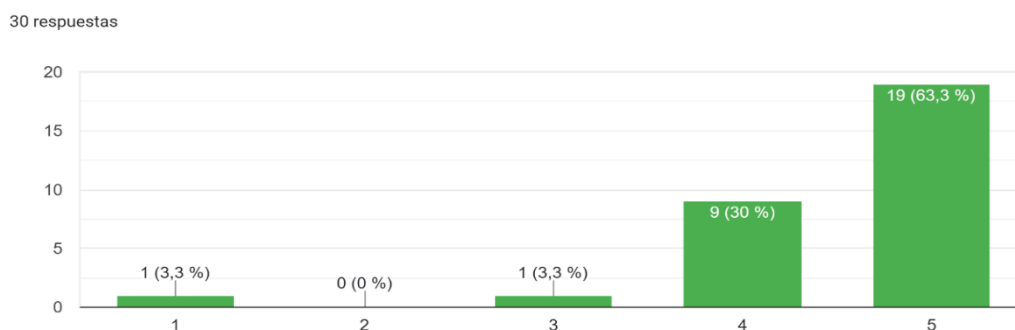
La utilización de las redes sociales le permite incrementar sus ventas

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	0	0
Me es indiferente	1	3,3
De acuerdo	9	30
Totalmente de acuerdo	19	63,3
	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Análisis Grafico Tabla 7



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: El análisis de los resultados de la encuesta indica que una gran mayoría de los encuestados (93,3%) están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la utilización de las redes sociales les permite incrementar sus ventas. Esto sugiere que las redes sociales son vistas como una herramienta efectiva para impulsar las ventas en sus emprendimientos.

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Por otro lado, un pequeño porcentaje (3,3%) se mostró indiferente y otro 3,3% estuvo totalmente en desacuerdo. Esto podría indicar que hay una minoría que no ve el valor de las redes sociales para incrementar las ventas o que puede tener preocupaciones o experiencias negativas.

En general, estos resultados resaltan la importancia de las redes sociales como herramienta de marketing para los emprendimientos.

Tabla 8

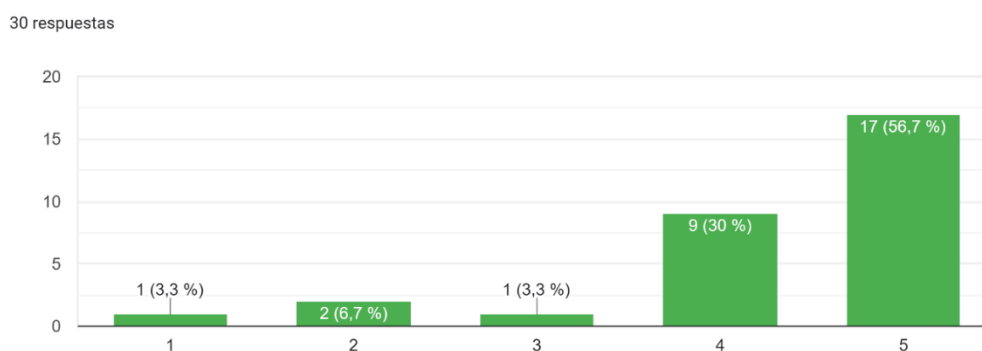
Has enfrentado desafíos al adoptar estas nuevas formas de negocio

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Me es indiferente	1	3,3
De acuerdo	9	30
Totalmente de acuerdo	17	56,7
	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Análisis Gráfico Tabla 8



Fuente: Elaboración propia

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Análisis de resultado: El análisis de los resultados de la encuesta indica que una gran mayoría de los encuestados (86,7%) están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que han enfrentado desafíos al adoptar estas nuevas formas de negocio. Esto sugiere que, aunque las nuevas formas de negocio pueden ofrecer oportunidades, también pueden presentar desafíos significativos.

Por otro lado, un pequeño porcentaje (3,3%) se mostró indiferente, un 6,7% en desacuerdo y otro 3,3% estuvo totalmente en desacuerdo. Esto podría indicar que hay una minoría que no ha encontrado desafíos significativos en la adopción de nuevas formas de negocio o que puede tener diferentes experiencias.

Estos resultados resaltan la importancia de proporcionar apoyo y recursos adecuados para ayudar a las empresas a navegar por los desafíos asociados con la adopción de nuevas formas de negocio. Esto podría incluir formación, asesoramiento y acceso a redes de apoyo.

Tabla 9

Crees que tener una red de contactos es crucial para el éxito de un emprendimiento

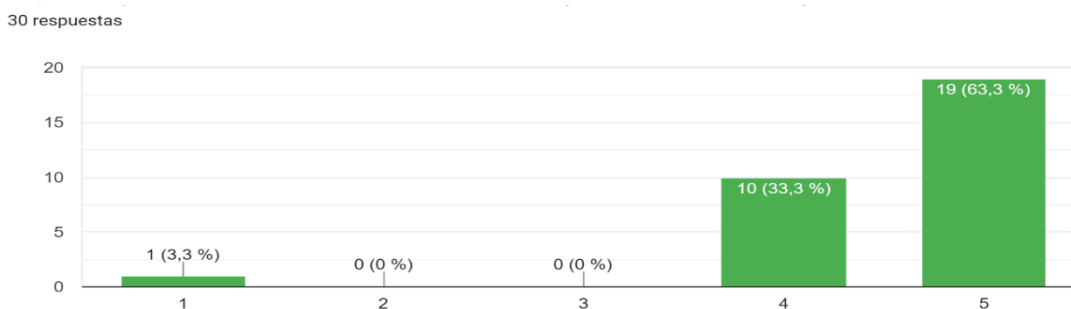
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo		0
Me es indiferente		0
De acuerdo	10	33,3
Totalmente de acuerdo	19	63,3
	30	100%

Fuente: Elaboración propia

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Figura 9

Análisis Grafico Tabla 9



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: La mayoría de los encuestados (63,3%) están totalmente de acuerdo en que tener una red de contactos es crucial para el éxito de un emprendimiento. Esto indica que la mayoría de las personas consideran que las conexiones y las relaciones son un factor importante para el éxito empresarial.

- Un tercio de los encuestados (33,3%) está de acuerdo con esta afirmación, lo que añade más peso a la idea de que las redes de contactos son valiosas para los emprendedores.

- Solo una pequeña minoría (3,3%) está totalmente en desacuerdo con esta afirmación. Esto podría sugerir que estas personas valoran otros factores, como la innovación o la financiación, por encima de las redes de contactos.

Sin embargo, siempre es importante recordar que el éxito puede depender de muchos factores y puede variar dependiendo del individuo y del tipo de negocio.

Tabla 10

Considera que la Pandemia facilito la transición hacia el comercio electrónico para los jóvenes emprendedores

Variables	Frecuencia	Porcentaje
-----------	------------	------------

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

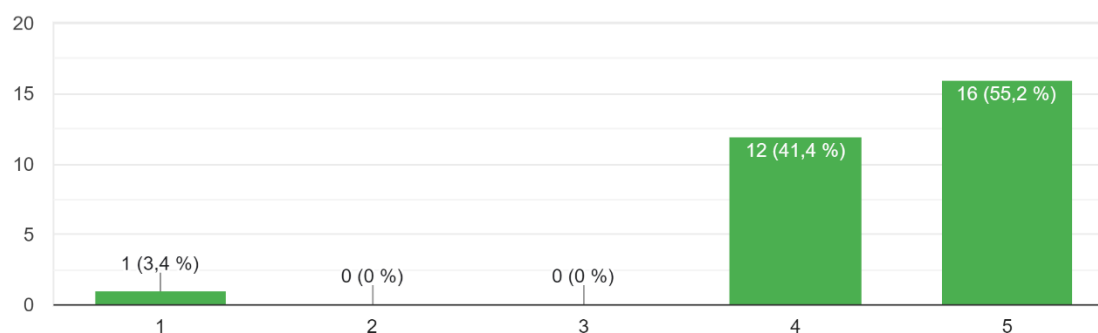
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo		0
Me es indiferente		0
De acuerdo	12	41,4
Totalmente de acuerdo	16	55,2
	29	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Análisis Gráfico Tabla 10

29 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: Según las respuestas de los encuestados consideran que la pandemia facilitó la transición hacia el comercio electrónico para los jóvenes emprendedores, se puede observar un fuerte acuerdo. El 55,2% están totalmente de acuerdo y el 41,4% están de acuerdo solo el 3,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo.

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Esto indica que casi el 96% de los encuestados están de acuerdo. Esto sugiere un consenso generalizado en torno a la idea de que la pandemia ha tenido un impacto positivo en este aspecto. Aunque hay una minoría que no está de acuerdo con esta afirmación.

Tabla 11

La pandemia ha aumentado la competencia en el mercado para los jóvenes emprendedores

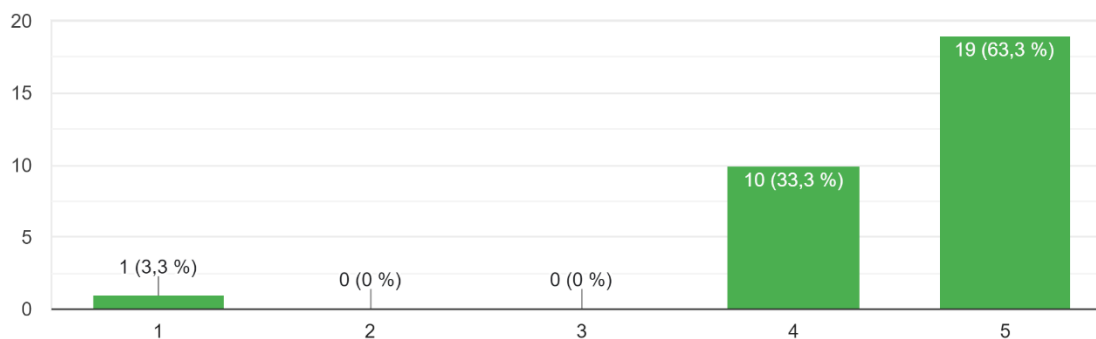
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	0	0
Me es indiferente	0	0
De acuerdo	10	33,3
Totalmente de acuerdo	19	63,3
	30	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Análisis Gráfico Tabla 11

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: una gran mayoría de los encuestados, el 63,3%, están totalmente de acuerdo con que la pandemia ha aumentado la competencia en el mercado para los jóvenes emprendedores. Además, un 33,3% está de acuerdo con esta afirmación.

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, el 3,3%, está totalmente en desacuerdo. Esto sugiere que la mayoría de las personas perciben que la pandemia ha tenido un impacto significativo en el aumento de la competencia para los jóvenes emprendedores.

Estos resultados podrían reflejar cómo la pandemia ha llevado a más personas a buscar oportunidades de negocio y emprendimiento, posiblemente saturando el mercado y aumentando la competencia. Sin embargo, también es importante tener en cuenta las opiniones del pequeño porcentaje que no está de acuerdo con esta afirmación.

Tabla 12

Consideras que la educación que recibiste te preparó adecuadamente para emprender

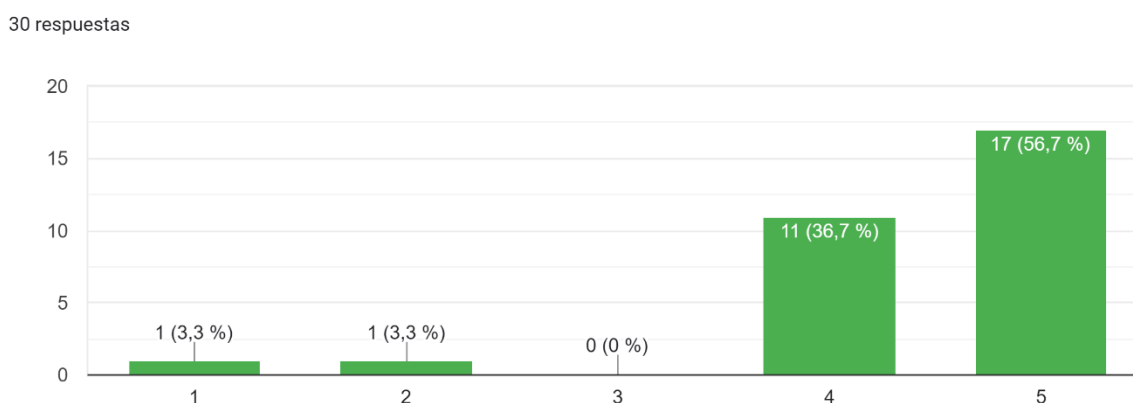
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Me es indiferente		0
De acuerdo	11	36,7
Totalmente de acuerdo	17	56,7
	30	100%

Fuente: Elaboración propia

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Figura 12

Análisis Grafico Tabla 12



Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultado: La mayoría de los encuestados sienten que la educación que recibieron los preparó adecuadamente para emprender. Un 56,7% está totalmente de acuerdo y un 36,7% está de acuerdo con esta afirmación.

Por otro lado, un pequeño porcentaje de los encuestados no está de acuerdo con esta afirmación. Un 3,3% está en desacuerdo y otro 3,3% está totalmente en desacuerdo.

Estos resultados sugieren que la mayoría de las personas sienten que su educación les proporcionó las herramientas necesarias para emprender. Sin embargo, también es importante tener en cuenta las opiniones del pequeño porcentaje que no está de acuerdo con esta afirmación, ya que esto podría indicar áreas en las que la educación podría mejorar para preparar mejor a los futuros emprendedores.

CONCLUSIONES

Realizado el análisis de los factores que influyeron en el aumento de emprendimientos a raíz de la pandemia en los jóvenes en la ciudad de Montería en el barrio la granja, dado los precedentes y los efectos e impacto negativo a nivel mundial producidos por la pandemia del

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

COVID-19, que ocasionaron la crisis económica debido a los cierres del comercio, a las medidas adoptadas para evitar la propagación del virus, causando el inminente cierre de empresas, que a su vez dejaban a muchas familias sin ingresos y sustento diario.

Se identifica como la pandemia del COVID-19 sirvió de impulso y fue el factor determinante que aumento la necesidad de emprender en los jóvenes del barrio la granja de la ciudad de Montería, evidenciando, que para los emprendedores algunas de las oportunidades, así como desafíos que han surgido post pandemia, tiene que ver con la premura de implementar en sus negocios el uso de las nuevas tecnologías, plataformas digitales y la transición al comercio electrónico, que les permite establecer estrategias que generen el factor diferencial con respecto a la competencia, adicional se observa como otras estrategias implementadas, la utilización de redes sociales y redes de contactos como medio de promoción, publicitario y de difusión de los emprendimientos.

Así mismo, la adopción de nuevas formas de negocio, que permita interactuar con el cliente, tomando como referencia los cambios del entorno y hábitos de consumo producto de la post pandemia.

Por tal motivo, se concluye que la pandemia de COVID-19 si despertó y aumento la necesidad de muchos en desarrollar una idea de negocio, como una medida para contrarrestar y combatir la difícil situación de desempleo y falta de oportunidades, cabe resaltar, que no era un escenario nuevo, que por el contrario, incremento debido a la situación de coyuntura, además trajo consigo la aceleración a la transición e implementación del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tanto en el ámbito laboral, personal y comercial, sin mencionar los cambios en los hábitos de consumo de las personas, que dividieron en un antes y un después la forma en que los emprendedores interactúan con sus clientes, generando nuevas formas de negocio.

Por lo anterior, aunque podría decirse que el aumento en los emprendimientos fue un fenómeno que no solo se presentó en Montería, específicamente en el barrio la granja, sino que se dio a nivel nacional y que el efecto que sugiere la crisis que ocasiona una pandemia y post pandemia fue determinante, no se puede comparar la incidencia en la decisión de emprender o no

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

y el éxito de este, y la manera en que afecto los emprendimiento existentes, para lo anterior seria posiblemente necesario realizar una investigación de tipo mixto.

Es importante mencionar que, aunque se señala a la pandemia como accionador en la decisión de emprendimiento, también es necesario indicar que, de acuerdo con los resultados obtenidos, la formación y educación académica proporcionó herramientas indispensables a la hora de emprender, sin embargo, también se produce el emprendimiento realizado de manera empírica.

Referencias

- DANE. (2023). DANE. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>
- Espitia, K., & Morales, C. (2021). Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia. Obtenido de Emprendimiento digital como motor de reactivación económica en emergencia sanitaria Covid-19.: <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/64badda1-fcc7-497a-920f-9e919f3fa217/content>
- FENALCO, & ITC. (2022). FENALCO. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1uJWQLIuWTWAJ4q08vjLsQmAcNe0HmeCm/view>

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

- OMS. (2022). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-who-press-conference-10-May-2022>
- Rodríguez-Aguilar, V. R.-P.-M.-Q. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 24.
- Social, M. d. (2020). Ministerio de Salud y Protección Social . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Documentos-Administrativos-covid-19.aspx>
- Oscar Becerra Resumen de Políticas Según la Iniciativa Respuestas Efectivas Contra, el C.-. (s/f). Mercado laboral en la crisis del COVID-19. Gov.co. Recuperado el 29 de agosto de 2023, de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Notas_politica_publica_EMPLEO_09_04_22_v4.pdf
- Amaya. (2021). *Análisis del impacto de la pandemia del coronavirus*. guayaquil: <https://informalidadjuvenil.org/wp-content/uploads/2021/02/Analisis-del-impacto-de-la-pandemia-del-coronavirus-sobre-el-estado-de-emprendimiento-.docx-1.pdf>.
- Bonilla, O. M. (2023). El valor del trabajo esencial: Lecciones aprendidas durante la pandemia. *PERSPECTIVAS DEL MUNDO DEL TRABAJO* (pág. 1). organizacioj integral de trabajo.
- Cano, N. M. (2021). *COLOMBIA Y EL EMPRENDIMIENTO EN EPOCA DE PANDEMIA*. bogota: <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/7a872338-0f64-4d16-a53d-a94303f1586b/content>.
- Cárdenas, L. X. (2021). *ANÁLISIS DEL DESEMPLEO DURANTE LA PANDEMIA*. SANTANDER: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/24262/Articulo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Eltit, I. D. (2022). *jóvenes emprendiendo por necesidad*. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362022000200173.

EMPREDIMIENTOS EN PANDEMIA

- Farné, S. (2021). *Impacto de la COVID-19*. Oficina de la OIT para los Países Andinos.
- Federico, J., & Ibarra, S. (2021). *Resiliencia y reinención de los emprendedores*.
<https://publications.iadb.org/es/resiliencia-y-reinencion-de-los-emprendedores-latinoamericanos-en-el-contexto-del-impacto>.
- Gómez, M. L. (2020). *PANDEMIA Y EMPRENDIMIENTO*. buramanga:
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12467/2020_Tesis_Maria_Lucia_Galvis_Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Hernández, L. R. (2021). *Impacto de la pandemia por covid-19 en los trabajadores de la salud en Colombia*.
- Ibáñez, A. M. (2020). *RELATO DE EXPERIENCIAS DE EMPRENDEDORES EN BUCARAMANGA*. bucaramanga.
- Lovera, P. S. (2020). *Economía y coronavirus*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52495847>.
- M.D.1, T. E. (2020). *Análisis de la pandemia COVID-19 según la vulnerabilidad en Colombia*. medellin: a. Universidad del Rosario.
- Méndez, O. J. (2020). *Tengo que sobrevivir*. mexico:
<https://www.redalyc.org/journal/993/99365404006/html/>.
- Morales, M. A. (2020). *El desempleo: una pandemia que azota a Colombia*. BOGOTA:
<https://universidadean.edu.co/blog/el-desempleo-una-pandemia-que-azota-colombia>.
- Morales, M. T., Lamuca, P. S., Núñez, T. G., Bucheli, V. G., & Guédez, M. A. (2022). Una mirada comparativa desde los factores sociales que inciden en el emprendimiento post covid: El caso de Ecuador, Chile, Colombia y el Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E50), 225-236.
<https://search.proquest.com/openview/d81df5dcfb810f8a3e13999c16796eb5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

EMPRENDIMIENTOS EN PANDEMIA

Peña, M. P. (2021). *emprendimientos que se reinventaron*. popayan:

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12467/2020_Tesis_Maria_Lucia_Galvis_Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Rivera-Lozano, M. (2021). *el emprendimiento en época de pandemia*. bogota:

<https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/9c49d0a2-2524-41c6-8209-44ba5c565dfe>.

Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, C. R., Rodríguez-Moran, K. G., & Cañarte-Quimis,

L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(4),

91-113. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/298>

Velásquez Pinto, M. D. (2021). *medidas aplicadas durante la crisis del COVID-19*. CHILE:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/47658-la-proteccion-desempleo-medidas-aplicadas-durante-la-crisis-covid-19>.

Velasquez, A. F. (2021). *EL IMPACTO SOCIAL DE LAS NUEVAS IDEAS DE NEGOCIO EN ÉPOCAS DE PANDEMIA*. SANTA MARTA:

<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/9c98add5-9b8e-4ea6-a991-688860b8a052/content>.

Vélez, S. L. (2021). *Desempleo, la otra pandemia*. bogota: <https://repository.urosario.edu.co/>.

Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19*.

<https://repositorio.cepal.org/search?spc.page=1&query=pandemia>.