



## Capítulo 8

# **Tendencias aplicadas a la creación de nuevos negocios y estrategias comerciales a causa de la emergencia sanitaria por COVID-19 en las provincias de Tundama y Sugamuxi, durante los años 2020 y 2021**

***Trends applied to the creation of new businesses and commercial strategies due to the health emergency caused by COVID-19 in the provinces of Tundama and Sugamuxi, during the years 2020 and 2021***

---



Mónica Sofía Castro Mora  
Leidy Carolina Chiriví Moreno  
Jenny Lizeth Sánchez Hernández



## Resumen

La pandemia por COVID-19 ha creado una crisis de salud pública a escala mundial y, al mismo tiempo, ha afectado de forma directa la economía. Quizás es una de las épocas más difíciles a las que nos hayamos enfrentado y, sin duda, se ha convertido en un desafío y prueba de resiliencia para los emprendedores. No obstante, algunos sectores, como por ejemplo las provincias de Tundama y Sugamuxi, presentan un impacto positivo frente a esta situación y gracias a esta han contado con la oportunidad de desarrollar e identificar ideas innovadoras y creativas de negocio, así como su incremento; por lo tanto, es significativo considerar cómo las empresas enfrentan los cambios, el apoyo por parte del Estado con el que se ha contado y el ajuste de nuevas costumbres y hábitos de los consumidores, en el cual se sitúa el siguiente documento. Es importante conocer las causas, consecuencias y algunos mecanismos que son utilizados por los Gobiernos para enfrentar la contingencia causada por la pandemia, teniendo en cuenta tanto el punto de vista económico, como la gestión empresarial, por medio del desarrollo de nuevas tendencias y habilidades comerciales que permiten la creación de nuevos negocios. El alcance de esta investigación corresponde a la identificación de estrategias y políticas económicas adoptadas por los entes gubernamentales, así como por las empresas de las provincias de Tundama y Sugamuxi, utilizadas para contrarrestar los efectos y consecuencias de la pandemia, enfatizando en lecciones aprendidas por las organizaciones dentro del mercado regional.

**Palabras clave:** COVID-19, emprendimiento, innovación, empresas, estrategias comerciales

## Abstract

The COVID-19 pandemic has created a public health crisis on a global scale, at the same time directly affecting the economy; it is perhaps one of the most difficult times we have faced and undoubtedly becomes a challenge and proof of resilience for entrepreneurs. However, for some sectors such as the provinces of Tundama and Sugamuxi, there is a positive impact in the face of this situation and thanks to this, the opportunity for the development and identification of

new innovative and creative business ideas and their increase has been seen and counted on, therefore it is significant to consider how companies face changes, the government's support that we have been counted on and the adjustment of new customs and habits of consumers in which the following document is focused. It is important to know the causes, consequences and some mechanisms that are used by governments to face the contingency caused by the pandemic, taking into account the economic point of view as well as business management, through the development of new trends and commercial skills that allow the creation of new businesses. The scope of this research corresponds to the identification of economic strategies and policies adopted by government entities, as well as by companies in the provinces of Tundama and Sugamuxi used to counteract the effects and consequences of the pandemic, emphasizing lessons learned by organizations within the regional market.

**Keywords:** COVID-19, entrepreneurship, innovation, enterprise, commercial strategies.

## Introducción

A raíz de la pandemia por COVID-19, se ha visto afectada la economía de la provincia del Tundama y Sugamuxi. Las medidas de confinamiento, las restricciones de movilidad y demás relacionadas con el aislamiento han hecho frenar el desarrollo del sector productivo, financiero, económico y social. Sin embargo, los efectos económicos en todo este tiempo han permitido desarrollar la creatividad de los habitantes de las provincias, ingeniando ideas innovadoras y permitiendo ofrecer a los usuarios productos o servicios según las necesidades del entorno.

La afectación a la salud de la población por COVID-19, las protecciones de autocuidado, y las medidas de impedimento efectuadas por el Gobierno se convirtieron en tropiezos que perjudicaron la actividad normal de la economía. Siendo una de las primeras causas la afectación de la salud de los trabajadores y las familias y, por ende, sus ingresos; ya que a raíz de esta situación que se sale de las manos fue imposible evitar este "bajón" en la economía, no solo de la provincia del Tundama y Sugamuxi, sino a nivel mundial. Por otra parte, también afectó el consumo privado debido al aislamiento voluntario e involuntario.

Otra afectación debido al aislamiento fue el cierre parcial o total de las empresas, microempresas, negocios y servicios que se venían presentando. Esto generó impactos en los diferentes sectores de la economía y las finanzas de la región sufrieron este impacto que generó una crisis económica y de salud.

Es importante identificar los efectos generados por la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19, así como las oportunidades de recuperación y emprendimiento en el sector empresarial de Boyacá, especialmente en las provincias del Tundama y Sugamuxi. De esta manera sabremos qué estrategias comerciales fueron aplicadas para la implementación de nuevas empresas, nuevos negocios y nuevas ideas que lleven a la reactivación económica del departamento.

De manera asertiva, el ejercicio de planificación continua y de mejoramiento continuo es un proceso que involucra estar a la vanguardia de las necesidades del entorno y solo de esta manera se sabrá cuál es la forma de conseguir la máxima calidad y excelencia, con el propósito de reactivar los diferentes sectores de la economía en la región.

## Contenido

El desarrollo de la presente investigación se apoya en los referentes teóricos y fuentes de información suministrada principalmente por la Cámara de Comercio de las ciudades de Duitama y Sogamoso, como capitales de las provincias del Tundama y Sugamuxi, respectivamente. La información suministrada por la Cámara de Comercio corresponde a la creación de nuevos negocios durante el periodo de pandemia por COVID-19, entre los años 2020 y 2021, y que, cabe aclarar, se encuentra en trámite de acuerdo con los requerimientos y disposiciones de estos entes públicos.

Adicionalmente, se realizó una revisión documental de investigaciones previas, así como otros documentos y normas relacionados con el tema de estudio.

Como población objetivo para el desarrollo de la investigación, se tuvo en cuenta a las provincias de Tundama y Sugamuxi, con sus respectivas capitales (Duitama y Sogamoso). En el caso de la provincia de Tundama, tiene una gran vocación agrícola y pecuaria, debido a sus fértiles valles, así como un importante desarrollo industrial, especialmente en los sectores metalmecánico y de transporte. (Gobernación de Boyacá, 2020, p. 30). Por otro lado, la provincia de Sugamuxi también forma parte de las quince provincias del departamento de Boyacá y en un principio pertenecía a la provincia de Tundama, cuando esta era departamento. Los principales sectores productivos son la industria y el sector de servicios. Igualmente, es de gran importancia el sector primario, ya que la producción y extracción de recursos naturales necesarios para la producción industrial. (Gobernación de Boyacá, 2020, p 31)

**Figura 1.** Provincias de Tundama y Sugamuxi



**Nota:** Geografía cultural de Boyacá (<http://boyacacultural.com/>)

Estas provincias albergan un número importante de empresas de todo tipo (comerciales, industriales, de servicios, manufactureras, entre otras), razón por la cual se tuvieron en cuenta como la población objeto, ya que, al ser centros de comercio, industriales y de servicios, aportan una importante información para el desarrollo de la investigación.

Para comenzar, según lo mencionado en la Ley 1014 de 2006 (Función Pública Gobierno de Colombia, 2006), que fomenta la cultura del emprendimiento, y que se propone en favor de la promoción de la ciencia, la tecnología y la innovación, centra su atención en el papel de los emprendedores y los innovadores en el desarrollo económico y social de una comunidad, al establecer una definición de emprendimiento como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (p. 1)

Por su parte, para Jeffrey A. Timmons (1989, como se citó en Hidalgo, 2014) “el emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada”, lo que significa la invención del ser humano en todo su contexto para crear “lo que sea” desde sus conocimientos y experiencias previas en el mundo empresarial, teniendo como eje central el desarrollo de nuevas ideas de negocio,

que le permitan generar un ingreso, así como establecer una estabilidad económica a corto, mediano y largo plazo, dependiendo el mercado al cual dirija su emprendimiento.

De otro lado, es importante mencionar que el desarrollo de los emprendimientos da lugar a la creación de una empresa, vista como el propulsor del desarrollo económico de los países, es la célula de la actividad económica (Münch, 2010, p. 188). Está claro que al señalar a la empresa como “célula” de la actividad económica, deben integrarse los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales que, a través del ofrecimiento y creación de bienes y servicios, llegará a la obtención de utilidades y ganancias que le permitan desempeñarse como una sociedad económica y financieramente rentable y competitiva en los mercados, ya sea nacionales, departamentales o regionales.

No obstante, debe tenerse en cuenta que las empresas tienen importantes ventajas puesto que son fuentes de empleo, satisfacen necesidades, promueven el desarrollo económico y social de las regiones y países, son fuente importante de ingresos (por la recaudación de impuestos), propician el desarrollo tecnológico y la investigación, así como también proporcionan rendimientos a quienes realizan inversiones en ellas. De allí que se haga necesario clasificarlas por su finalidad, su tamaño, la actividad económica que realizan, por su régimen jurídico, e incluso por el uso y desarrollo tecnológico y la tecnificación dentro de sus procesos. Es innegable que el avance de una región o de un país está ligado con su sector productivo y empresarial, razón por la cual es indispensable que los Gobiernos de tipo municipal, departamental y nacional, apoyen la creación de empresas y el sostenimiento de las ya existentes (Münch, 2010, p. 189).

Teniendo en cuenta lo anterior, una situación de índole mundial como la sucedida en el año 2020 a causa del virus SARS-Cov-2, que afectó no solo a la población a nivel mundial, sino también a las empresas, ocasionando cierres, pérdidas (financieras, empleos, materias primas, entre otros) y hasta quiebras de las mismas, lo que perjudicó gradualmente a la economía de los países y en particular a Colombia. El impacto ocasionado por las restricciones y las medidas de aislamiento establecidas en normativas nacionales y departamentales lograron que el sector económico empresarial no resistiera los efectos que a largo plazo generaron dichas normas, pues el cierre de vías, de fronteras departamentales y la casi nula presencia de transporte terrestre (comercial e industrial) perjudicaron “mortalmente” el progreso y el crecimiento empresarial en todo el territorio nacional.

Así pues, luego de más de un año de pandemia, los sectores económicos del país han empezado a reactivarse, lo que incluye por su puesto, al sector empresarial y a los emprendedores que, a pesar de la situación de salud mundial por COVID-19, crearon empresa y generaron nuevas ideas de negocio como respuesta a una necesidad de “supervivencia”.

Fruto de esta creatividad en la generación de empresas, está inmersa la innovación, que de acuerdo con lo citado por Ajay Banga, director general de MasterCard, “es la clave del éxito ininterrumpido”.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante tener presentes los datos recopilados en el documento *Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá* (Cámara de Comercio de Duitama, 2020) en el que se mencionan las cifras de Confecámaras para el año 2015, con respecto al tejido empresarial (microempresas, pymes, medianas y grandes empresas) del departamento y la información de las Cámaras de Comercio de Tunja, Duitama y Sogamoso, que clasifican las empresas y su respectiva matrícula mercantil (Cámara de Comercio de Tunja, 2021).

**Tabla 1.** Recuperación económica en Boyacá

Tejido empresarial (Confecámaras)		Boyacá (Cámaras de Comercio)	
Unidades empresariales	92,1%	Total de empresas renovadas 44.129	
Pymes	7,5%	Microempresas	94,5%
		Pequeñas	3 %
Grandes empresas	0,5%	Medianas	0,1 %

**Nota:** Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá, 2020 (<https://ccduitama.org.co/>)

De acuerdo con el Informe de gestión y resultados del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Boyacá (Gobernación de Boyacá, 2020), y según las metas establecidas por la Gobernación, para la reactivación económica del departamento, se informa sobre el seguimiento y evaluación de lo proyectado dentro del plan de desarrollo que destaca el apoyo a las empresas, ofreciéndoles capacitación y asistencia en el conocimiento de la implementación y aplicación de los protocolos de bioseguridad, que les permitan seguir prestando servicios y ofreciendo productos con las garantías de seguridad para sus clientes y usuarios. De igual forma, la Secretaría de Desarrollo Empresarial del Departamento de Boyacá ha realizado un avance visionario para el 2021, en la búsqueda de estrategias que promuevan los negocios y la competitividad, la actualización de las empresas, las oportunidades de crecimiento a través de ruedas de inversión, ruedas de negocios, *webinars*, contenidos dirigidos a emprendedores y empresarios para que contribuyan en la reactivación de la economía del departamento (Gobernación de Boyacá, 2020).

## Metodología

El presente trabajo tiene un diseño metodológico de tipo documental, en el que se hará uso del método inductivo-deductivo para dar respuesta desde lo general (aplicación de normas, decretos, leyes de fomento para la creación de empresas), realizando conclusiones lógicas y válidas de la información recolectada, para continuar con la observación específica de lo particular (pymes existentes, nuevos negocios ante y pos COVID-19). (Bernal, 2010).

Adicionalmente, se ha realizado una vigilancia tecnológica para la recolección de información directa e indirecta, teniendo en cuenta un orden cronológico en el cual se revisaron bases de datos académico-científicas, teniendo en cuenta las palabras clave relacionadas con el tema de investigación (COVID-19, emprendimiento, innovación, mipymes, estrategias comerciales), a través de las cuales se seleccionaron documentos relacionados con el objeto de estudio.

La búsqueda de información se realizará a partir de fuentes primarias como informes técnicos y boletines de las entidades de apoyo y fomento para la creación de empresas, entrevistas y encuestas a empresarios. Las fuentes secundarias estarán basadas en la búsqueda de artículos de revista, artículos de periódicos, tesis, entre otros, las cuales se eligieron de acuerdo con la pertinencia del tema de estudio. Dentro de la teoría encontrada para el desarrollo de la investigación, se utilizaron datos que permitieron obtener una visión más clara y amplia del objeto de estudio.

Por otra parte, se realizará una investigación de tipo descriptivo, ya que se convierte en un nivel básico de investigación apoyada por técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. Este estudio está orientado hacia la descripción y/o identificación de rasgos o características de una población, en su aspecto económico, político, social y cultural del entorno que está siendo objeto de estudio.

## Resultados

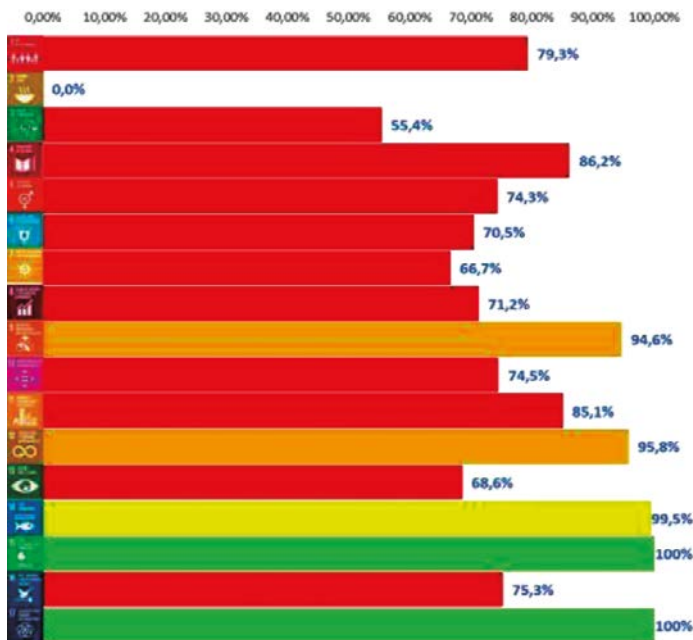
La llegada del virus SARS-CoV-2 a nivel mundial puso en riesgo a pequeñas, medianas y grandes empresas, las cuales no contaban con ingresos y el capital financiero suficientes para hacer frente a una pandemia de tal envergadura. Para el caso de Colombia, las medidas tomadas para enfrentar la pandemia por COVID-19 han dado paso a la creación de políticas públicas y medidas de contención para lograr mitigar los efectos de la pandemia en el aspecto económico. Las medidas de aislamiento y confinamiento cambiaron el rumbo y se convirtieron en tropiezos que afectaron el funcionamiento normal de la economía del país y, por ende, a las regiones del territorio nacional. Un



primer tropiezo, afectó la salud de los trabajadores y, por ende, sus ingresos al aumentar el ausentismo laboral y las horas de trabajo; por otro lado, afectó el consumo de los hogares debido al aislamiento obligatorio. En otro plano, el cierre parcial o total de varios negocios generó un segundo impacto sobre los sectores productivos y los tipos de empresas que, a su vez, impactaron en las finanzas públicas debido a que los ingresos por impuestos disminuyeron y los egresos para mitigar la crisis económica y de salud aumentaron (MINCIT, 2021).

Para el caso de las provincias de Tundama y Sugamuxi, la afectación económica ha sido evidente puesto que el suministro de alimentos fue escaso, debido al aumento en los precios de productos de la canasta básica familiar, y la sobreoferta de alimentos agrícolas que tuvieron poca salida comercial, debido a los cierres de vías. En este aspecto, el país se preocupa aún más por dar respuesta a los ODS con respecto a *Fin de la pobreza*, (DNP, 2021) que a su vez se relacione con la política de reactivación, repotenciación y crecimiento sostenible como compromiso por el futuro de Colombia (MinCIT, 2021).

**Figura 2.** Porcentaje de avance ODS



**Nota:** Informe anual de avance en la implementación de los ODS en Colombia, 2020 ([www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co))

Tras el aumento del Producto Interno Bruto del 2,36% para el año 2019, la economía del departamento de Boyacá comenzó en el año 2020, mostrando unas fuertes seña-

les de recuperación que sugerían una actividad económica moderada. La llegada del coronavirus (SARS-CoV-2) al país a finales del primer trimestre del año 2020, llevó al Gobierno nacional a decretar una serie de medidas de confinamiento, restricciones de movilidad y demás relacionadas con la contención de la propagación de la pandemia, lo cual ocasionó un importante aumento en la tasa de desempleo en todo el país, una contracción del PIB y un deterioro en el tejido empresarial de los municipios (Cámara de Comercio de Tunja, 2021)

Para el año 2020, Colombia entró en una recesión económica, hecho que no se veía desde el año 1999. Al completar tres trimestres consecutivos con un decrecimiento del PIB, contrayéndose para el segundo trimestre en 15,8%, para el tercero en 8,5% y cerrando el cuarto trimestre con una caída del 3,6%, para una contracción de la economía en el 2020 del 6,8% en el 2021, la economía colombiana regresó a la senda del crecimiento, cerrando el primer trimestre con una expansión del PIB de 1,1%, las previsiones económicas del Banco de la República estiman un crecimiento del 6% al finalizar el año, cifra que podría ser menor, debido al paro nacional y al cierre de vías; este crecimiento será importante para disminuir las altas tasas de desempleo y de pobreza en el país. (Fundación Centro de Desarrollo Tecnológico para la Sostenibilidad y Competitividad Regional, 2021)

Tomando como referencia estos datos tan importantes de lo que ha sido el desarrollo económico dentro del departamento de Boyacá, es bueno tener presente que para el año 2019 en los municipios objeto de estudio se llevaba un manejo económico muy normal para los diferentes sectores de la economía que se explota en este sector del país; estamos hablando de la industria, el sector hotelero, minero, comercial y turístico que poco a poco dentro de su planeación estratégica como organizaciones comenzaban a incursionar en otros procesos de comunicación para la lograr la promoción de sus productos o servicios en otro tipo de mercados, como el comercio electrónico que los impulsaba y motivaba a estar a la vanguardia del mercado.

Según Julián Domínguez Rivera, presidente de Confecámaras.

El país debe continuar atendiendo los retos que tiene para seguir fortaleciendo su dinámica empresarial, consistentes, de un lado, en facilitar las condiciones para hacer negocios y el acceso al crédito, como lo vienen promoviendo las Cámaras de Comercio y, del otro, que los empresarios profundicen en los aspectos internos de sus empresas susceptibles de mejora, que les permitan una mayor perdurabilidad a sus emprendimientos, como fortalecer su servicio postventa, invertir en innovación, reclutar gente buena y trabajar de la mano con sus proveedores como aliados. (Domínguez Rivera, 2017)

Las mipymes tienen un papel muy importante dentro del desarrollo económico del país, puesto que aportan hacia la generación de empleo dentro del tejido empresarial.

A pesar de esta realidad, cabe resaltar que este grupo de empresarios son los que a diario enfrentan problemas para sobrevivir en el mercado y alcanzar metas y objetivos trazados dentro su propuesta de financiamiento, enfocados hacia sus recursos humanos, capacidad instalada para la prestación de sus servicios, y la innovación tecnológica aplicada a la naturaleza de sus procesos.

La llegada del COVID-19, tanto para los mercados nacionales, como para los departamentales y municipales ha generado un fuerte cambio en la forma de comercializar sus productos y servicios dentro de sus canales tradicionales, puesto que estos procesos pasaron a un segundo plano y tomaron fuerza los canales digitales para llegar a sus clientes y lograr de esta manera permanencia en el mercado, sin perder de vista la posibilidad de ampliar su cobertura y ofrecer nuevos productos y servicios dentro de su mercado.

Se resalta también dentro de la economía regional aquellas mipymes que no cerraron sus puertas y se fijaron como meta el seguir adelante a pesar del distanciamiento social, las fuertes medidas tomadas por los gobernantes ante las restricciones de movilidad que se presentaron a lo largo del año 2020 y en los primeros meses del 2021, así como también el paro nacional que golpeó abruptamente la economía regional a causa del cierre vías, dejando sin opciones a los clientes a la hora de escoger sus productos y servicios dentro del mercado.

La actividad comercial en línea, relacionada con las compras digitales o la creación o vistas a sitios web, se ha incrementado notoriamente dentro del mercado desde el inicio del distanciamiento social. No podemos decir que estas plataformas no se usaban antes, pero solían estar en un segundo plano, y ahora, con la realidad que estamos viviendo, han pasado a ser de uso constante y una herramienta clave para el lanzamiento comercial de nuevos emprendimientos y el resurgimiento económico para muchas empresas que decidieron no cerrar sus puertas y seguir adelante en este mercado tan cambiante a causa de la pandemia por el COVID-19,

De acuerdo con lo señalado por la Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Boyacá (2020), los Gobiernos se han tenido que reinventar frente a sus planes de desarrollo, orientándose en recuperar las pérdidas ocasionadas con la crisis a causa de la emergencia sanitaria y así buscar la reactivación económica y social.

El Plan departamental de desarrollo de Boyacá fue presentado ante la Asamblea del Departamento, la cual sugirió que en dicho documento se incorporaran dentro de sus componentes y en diferentes ópticas, lineamientos específicos para “afrontar la reactivación económica como un reto del aparato productivo, desde el apoyo a la empresa familiar hasta el respaldo de alternativas que dinamicen la generación de ingresos del departamento”.

Para mitigar los impactos de la crisis, la apuesta de la Secretaría de Desarrollo Empresarial de Boyacá se centra en los siguientes programas:

**Boyacá avanza en productividad empresarial.** Objetivo: Generar capacidades en el tejido empresarial del departamento de Boyacá. Se enfocarán labores referentes a la creación de capacidades que contribuyan al crecimiento y mejoramiento productivo del tejido empresarial, implementación de acciones de asesoría, acompañamiento y financiamiento de las diferentes etapas de los emprendimientos. Fortalecimiento a la industria de alimentos procesados, buscando la competitividad a empresas que dan valor agregado a materias primas; se adelantarán estrategias orientadas a la identidad cultural, competencias, calidad en técnicas y oficios, gestión empresarial e innovación de unidades productivas artesanales con fines de exportación.

**Emprendamos para avanzar.** Objetivo: Realizar asesoría y acompañamiento para el fortalecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos. Se realizarán acciones que contribuyan a la optimización del ecosistema de emprendimiento, su caracterización y ampliación de cobertura de atención a emprendedores mediante asesoría, acompañamiento y financiamiento con el fin de garantizar la sostenibilidad y escalabilidad de los emprendimientos.

**Herramientas gerenciales y de innovación.** Objetivo: Fortalecer empresas con herramientas gerenciales e innovación. Se impulsará el crecimiento y desarrollo del tejido empresarial, generando capacidades de respuesta oportuna a los retos de la competencia interna y los desafíos generales de la economía.

**Avanzamos en la apertura de mercados internacionales.** Objetivo: Desarrollar estrategias para facilitar el comercio exterior. Acompañamiento en procesos de exportación como opción de mercadeo y desarrollo de la empresa.

**Boyacá avanza en oportunidades para el desarrollo económico territorial.** Objetivo: Vincular actores para el desarrollo económico territorial. Trabajo dirigido a la atracción de inversión, la articulación del ecosistema para el mejoramiento de las condiciones competitivas, mejorando el ambiente para los negocios; el trabajo decente a través de estrategias para la implementación, seguimiento y visibilización de la política pública; promoción del territorio, a través del desarrollo local que parte de la generación de capacidades locales en los actores del territorio, planificación estratégica, identificación de proyectos integrales para la dinamización de la economía regional y la promoción del territorio. (Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Boyacá et al., 2020).

## Discusión o propuesta

Dentro del contexto nacional, las diferentes acciones propuestas por la política establecida para la reactivación económica (MINCIT, 2021), y consignadas en el plan de acción y seguimiento (PAS) tiene un horizonte trazado por seis años, iniciando en el 2021 y finalizando en el 2026, el cual tendrá una inversión aproximada de \$3.870.459 millones de pesos que provienen de los recursos propios de las entidades del Gobierno nacional. Las acciones y componentes articulados en esta política son complementarios, pues se suma la apuesta de inversiones del plan de reactivación bajo el enfoque de un “Nuevo compromiso por el futuro de Colombia”, que propone recursos para inversión por más de 135 billones de pesos en los sectores económicos del país. Estas fuentes de financiación pretenden lograr dos objetivos. El primero de ellos es establecer una agenda de políticas de mediano y largo plazo para alcanzar un crecimiento sostenible e incluyente. El segundo objetivo pretende inyectar recursos de corto plazo para equilibrar los efectos que produjeron los cierres derivados por la pandemia y recuperar los niveles de producción y de empleo que se dieron a principios de 2020.

Con esta investigación se busca mostrar la realidad de la situación actual en las provincias de Tundama y Sugamuxi y de manera particular en sus respectivas capitales (Duitama-Sogamoso). Ante este escenario, se cuenta con nuevas visiones de los emprendedores de la región, quienes han tenido la posibilidad de mostrar su creatividad, invención e innovación, factores claves y fundamentales para el crecimiento de sus ideas de negocio. Se ha podido observar que, a causa de la emergencia sanitaria ocasionada por COVID-19, muchas personas han transformado estas ideas en realidad y han buscado un modelo de sostenimiento económico en la región. No obstante, han surgido campañas de impulso e innovación de los negocios existentes que a través del apoyo tecnológico brindado por entidades como las Cámaras de Comercio han creado plataformas digitales para la promoción comercial y de servicios en las empresas de la región.

Es así como la situación actual producto del COVID-19 está forzando a las empresas a replantear sus modelos de negocio, puesto que la nueva realidad obliga a realizar compras por medio de transacciones electrónicas, por lo que para las empresas algunos de los mecanismos tradicionales de mercado no son suficientes para enfrentarla, debido a que la digitalización se ha vuelto un requisito obligatorio a nivel empresarial. Los nuevos retos para los negocios en la comercialización de sus productos se convierten en un desafío para adaptarse a los nuevos escenarios comerciales (instagram, facebook, whatsapp, sitios web, entre otros). Tomando como referente estas estrategias de compra y venta por internet, permite a los empresarios entrar en la nueva era del comercio, cruzando fronteras, mejorando y agilizando sus procesos y a la postre crecer en el mercado; todo esto es parte de la innovación de las empresas. Schumpeter (1934,

citado por Emami-Langroodi, 2018) apostaba por la innovación, como un proceso de ejecutar nuevas combinaciones, cuando se generan nuevas formas de cubrir la demanda existente o crear nuevos productos, a menudo generando la obsolescencia de las tecnologías, productos y procesos actuales, a esto Schumpeter lo consideró un proceso de destrucción creativa.

Al hacer una aproximación a la crisis económica por la que ha atravesado el país por causa de la emergencia sanitaria ocasionada por COVID-19, es importante conocer sus causas, consecuencias y algunos mecanismos que son utilizados por los Gobiernos (nacionales y departamentales) para enfrentarla desde el punto de vista económico, teniendo en cuenta la incidencia en el producto interno bruto, el consumo y el desempleo, así como la gestión empresarial, por medio del desarrollo de nuevas tendencias y habilidades para la creación de nuevos negocios (DNP, 2021). De acuerdo con estudios económicos, financieros y sociales consultados, el alcance de esta investigación corresponde a la identificación de las estrategias y políticas económicas adoptadas por los entes gubernamentales y por las empresas de las provincias de Tundama y Sugamuxi para contrarrestar los efectos y las consecuencias de la pandemia, así como enfatizar en lecciones aprendidas por las organizaciones, para aplicarlas internamente y así obtener ventajas competitivas dentro del mercado.

Es importante destacar que, para que surjan diferentes tipos de emprendimiento, se deben adoptar estrategias comerciales que permitan la planificación en la continuidad de negocios, en el manejo y control de contingencias, como lo sucedido por la pandemia de COVID-19 (Domínguez Rivera, 2017). Contar con una apropiada estructura organizacional y un fortalecido equipo de trabajo para la toma de decisiones es fundamental para todo negocio, ya que al establecer buenos mecanismos de comunicación, la evaluación de los riesgos y la respuesta ante cualquier situación permite la promoción y generación de ideas innovadoras en aras del fortalecimiento empresarial y la creación de nuevas estrategias comerciales.

## Conclusiones

En un momento en el que la totalidad de los países están combatiendo contra la pandemia, el papel que ejercen las empresas en este escenario es primordial. Como representantes claves de la economía, el compromiso social de las entidades reside en llevar a cabo una excelente gestión empresarial y especialmente garantizar la seguridad y la distribución apropiada de todos sus empleados.

El COVID-19 ha generado un futuro incierto en el sector empresarial, lo que ha llevado a la utilización de plataformas digitales como una oportunidad para expandir los negocios. No hay certeza de cuándo se volverá a la normalidad o a lo que se conocía como “normalidad”, así como tampoco se pueden predecir los efectos que a largo

plazo se generen en la sociedad, por lo que es importante integrar la resiliencia en los negocios.

Llega la oportunidad de adaptarse a la nueva realidad y modalidad de vida, donde se trabaja en el cambio de mentalidad, para dejar de ver al COVID-19 como una amenaza que implique el cierre y cancelación de las empresas, y verlo como una oportunidad para abrir nuevos negocios, que puede resumirse en una sola palabra “transformarse”.

El éxito de los negocios debe enmarcarse en la versatilidad empresarial para responder a la exigencia de los cambios que, en muchas ocasiones, dependen de factores importantes como la disponibilidad de herramientas tecnológicas, la integración entre los equipos de trabajo y la discusión al cambio dentro de sus procesos de comercializa.

## Referencias

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3rd ed.). Pearson.

Cámara de Comercio de Duitama. (2020a). *Boletín “Comportamiento Empresarial” 2020*. <https://ccduitama.org.co/wp-content/uploads/2021/05/2020-Comportamiento-Empresarial-Boletin-.pdf>

Cámara de Comercio de Duitama. (2020b). *Efectos y expectativas de Recuperación Económica frente a la pandemia Covid-19 en el Departamento de Boyacá*. [https://competitivas.gov.co/sites/default/files/noticias/documentos/efectos\\_y\\_expectativas\\_de\\_recuperacion\\_economica\\_frente\\_a\\_la\\_pandemia\\_covid-19\\_en\\_el\\_departamento\\_de\\_boyaca.pdf](https://competitivas.gov.co/sites/default/files/noticias/documentos/efectos_y_expectativas_de_recuperacion_economica_frente_a_la_pandemia_covid-19_en_el_departamento_de_boyaca.pdf)

Cámara de Comercio de Tunja. (2021). *Boyacá en cifras 2019-2020*. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Boyaca-en-Cifras-2019-2020.pdf>

Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Boyacá, Gobernación de Boyacá, Secretaría de Desarrollo Empresarial, Cámara de Comercio de Tunja, Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Sogamoso, Grupo de Investigación CREPIB. UPTC, Grupo de Investigación “Ideas en Acción”. UNAD, & Grupo de Investigación “Grupo de Investigaciones Sectoriales Empresariales y Desarrollo Económico. GISEDE. Universidad de Boyacá. (2020). *Efectos y Expectativas de Recuperación Económica frente a la pandemia COVID-19, en el departamento de Boyacá*. <https://ccduitama.org.co/documentos/Observatorio/Efectos%20y%20expectativas%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20Boyac%C3%A1-%20covid.pdf?t=1595618870>

Cruz Vásquez, J. L., Dueñas Quintero, D. M., y Rojas Del Basto, E. B. (2011). Caracterización de la gestión de la innovación en las empresas del sector manufacturero de

Boyacá. *Apuntes del CENES*, 30(52), 145-181. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3922311>

Departamento Nacional de Planeación. (2021, junio). *Reporte Nacional Voluntario 2021*. <https://ods.gov.co/es/resources>

Domínguez Rivera, J. (2017). *Aumentó la creación de empresas en Boyacá*. Boyacá Radio. <https://boyacaradio.com/noticia.php?id=16192>

Emami-Langroodi, F. (2018). Teoría del desarrollo económico de Schumpeter: un estudio de la destrucción creativa y los efectos del espíritu empresarial en el crecimiento económico. *SSRN*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3153744](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3153744)

Función Pública Gobierno de Colombia. (2006, enero 27). *Ley 1014 de 2006*. Gestor Normativo. <https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924>

Fundación Centro de Desarrollo Tecnológico para la Sostenibilidad y Competitividad Regional. (2021, enero 20). *Boyacá en cifras 2019-2020*. Cámara de Comercio de Tunja. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Boyaca-en-Cifras-2019-2020.pdf>

Gobernación de Boyacá. (2020, junio 05). *Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023*. Gobernación de Boyacá. <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>

Gobernación de Boyacá. (2020, diciembre 10). *Informe de gestión y resultados del Plan de desarrollo 'Pacto social por Boyacá: tierra que sigue avanzando 2020-2023'*. <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2021/02/InformeGest4toTrimestre2020.pdf>

Gómez Molina, A., y Molina Pérez, L. A. (2020). *Incidencias, causas y efectos de la pandemia Covid-19 en la economía colombiana*. Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/24628>

Hidalgo Proaño, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8/8>

MINCIT. (2021, febrero 11). *CONPES 4023 Reactivación Económica*. Mincomercio. <https://competitivas.gov.co/noticias/documento-conpes-4023-reactivacion-economica>

Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson.



# Anexos

**SOLICITUD ACCESO WWW.COMPTIE.ING.COM INFORMACION EMPRESARIAL DETALLADA**

Fecha: \_\_\_\_\_  
Solicitud N°: \_\_\_\_\_

Información empresarial actualizada creada como un servicio para el análisis comercial, en búsqueda del crecimiento Económico de la región. A continuación seleccione detalle de su resultado

**1. Seleccione la Organización Jurídica / Razon Social ( Marque las opciones requeridas)**

Organizaciones SIN ANIMO DE LUCRO

Organizaciones CON ANIMO DE LUCRO

**2. Seleccione la ubicación - Municipios Jurisdicción ( Marque las opciones requeridas)**

TOODS LOS MUNICIPIOS

**3. Seleccione el tamaño de la empresa e indique los campos que requiere**

TOODS LOS TAMAÑOS

**4. Seleccione la ACTIVIDAD ECONOMICA. Se tiene en cuenta la clasificación de los códigos CIIU según sectores y subsectores, favor especificar la actividad comercial:**

Nombre	Descripción de la actividad	CIIU
Actividad de comercio minorista en tiendas		52.11-20
Actividad de comercio minorista en supermercados		52.12-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de departamentos		52.13-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de ropa y calzado		52.14-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de muebles y decoración		52.15-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de alimentos y bebidas		52.16-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de belleza		52.17-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de salud		52.18-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de tecnología		52.19-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de jardinería		52.20-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de mascotas		52.21-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de deportes		52.22-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de hogar		52.23-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de oficina		52.24-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de construcción		52.25-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de transporte		52.26-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de agricultura		52.27-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de ganadería		52.28-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de pesca		52.29-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de caza		52.30-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de artesanía		52.31-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de cultura		52.32-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de recreación		52.33-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de educación		52.34-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de salud		52.35-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de servicios		52.36-20
Actividad de comercio minorista en tiendas de productos de otros		52.37-20

TOODS LAS ACTIVIDADES

Si su búsqueda es mas específica y conoce los códigos CIIU, Relacionelos ó seleccione los sectores económicos de su interés:

Observaciones:

**5. Indique el número de empresa de las cuales desea adquirir la información:**

Todos las empresas  Cantidad Especifica

Ejemplo 500 empresa

**6. Campos de información**

Detalle con datos básicos: Nombre o razón social, NIT, representante legal, dirección, teléfonos, teléfono 2, móvil, fax, No. de empleados, ciudad, fecha de matrícula, fecha de renovación, estado, correo electrónico, tipo jurídico, tipo domicilio, CIIU, estado, sigla, descripción CIIU y número de establecimientos.

Detalle con datos básicos y financieros: Nombre o razón social, NIT, representante legal, dirección, teléfono, teléfono 2, móvil, fax, No. de empleados, No. matrículas, ciudad, fecha de matrícula, fecha de renovación, estado, tipo jurídico, CIIU, descripción CIIU, tipo de domicilio, correo electrónico, No. de establecimientos, activos, pasivos, patrimonio, ingresos Operacionales, utilidad bruta, embargos y prendas, importador o exportador.

**INFORMACION DEL SOLICITANTE ESTOS DATOS SON OBLIGATORIOS TODOS**

**«Describir el Uso que se va a dar a informacion Claramente:**

NIT / Ciudad: \_\_\_\_\_

«Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

«Dirección y Apellidos completos de Persona Solicitante: \_\_\_\_\_

«Cargo: \_\_\_\_\_

«Teléfono: \_\_\_\_\_

«Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

«Ciudad y Dirección: \_\_\_\_\_

**OBLIGACIONES**

Como Comprador y sin perjuicio de las demás obligaciones relativas a la aplicación de la Ley 1581 de 2012 en materia de haberes data, manifiesto dar estricto cumplimiento a las medidas de seguridad de índole técnica y organizativas que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento y/o acceso no autorizado. Así mismo me obligo a destinar la información exclusivamente para fines lícitos, y responder por el uso indebido que él, sus empleados o dependientes realicen sobre ella.

**NOTA**

Las Cámaras de Comercio no son entes fiscalizadores, por tanto, confiamos en la buena fe del comerciante y no validamos la información por ellos suministrada. Así, LA CAMARA no se hace responsable por errores u omisiones en la información, por cuanto esta es suministrada a buena fe del empresario.

«La información entregada es fiel copia de los registros realizados por los empresarios, La Cámara de Comercio de Duitama, en ningún caso responderá por la veracidad de la información allí consignada»

FIRMA: \_\_\_\_\_

NOMBRE(S) Y APELLIDOS: \_\_\_\_\_

N° IDENTIFICACION: \_\_\_\_\_

**Noticia de Cámara de Comercio de Soгамoso.** Reporta que 22,9% aumentó la creación de empresas en Colombia durante el cuarto trimestre de 2020. <https://camarasogamoso.org/229-aumento-la-creacion-de-empresas-en-colombia-durante-el-cuarto-trimestre-de-2020/>.



**Noticias Boyacá 7 días.** El coletazo de la pandemia vendría fuerte en el 2021 para la continuidad de algunas empresas-Entrevista-. <https://boyaca7dias.com.co/2020/12/10/el-coletazo-de-la-pandemia-vendria-fuerte-en-el-2021-para-la-continuidad-de-algunas-empresas-laentrevista-lodijoen7dias/>.



Noticias Boyacá 7 días. Un recorrido por el legado empresarial de Boyacá. <https://boyaca7dias.com.co/2021/05/01/un-recorrido-por-el-legado-empresarial-de-boyaca/>



Noticias Boyacá 7 días. La Cámara de Comercio de Sogamoso le apuesta al emprendimiento para el empleo. <https://boyaca7dias.com.co/2021/05/01/la-camara-de-comercio-de-sogamoso-le-apuesta-al-emprendimiento-para-el-empleo/>

