



**Efectos del COVID 19 en las microempresas y emprendimientos en la localidad de  
Fontibón**

**Mayra Alejandra Aya Acevedo  
Fabian Felipe Medrano García**

**IX Semestre**

**Docente**

**Blanca Elizabeth Toro Rubiano**

**Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca  
Programa Administración De Empresas Comerciales  
Facultad De Administración Y Economía**

**Bogotá D.C, abril de 2023.**

## Tabla de Contenido

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Planteamiento Del Problema.....	7
Justificación.....	8
Objetivos Específicos .....	9
Marcos de Referencia .....	9
Estado del Arte .....	9
Marco Conceptual.....	10
Covid 19 e Implicaciones. ....	12
Importancia, Principios y Características de las Microempresas .....	12
Importancia de las Microempresas: .....	13
Principios de las Microempresas .....	13
Características de las Microempresas: .....	14
Comprensión Teórica del Emprendimiento .....	14
Importancia Económica y Social del Emprendimiento.....	15
Marco Normativo .....	15
Marco Demográfico.....	18
Marco metodológico.....	19
Enfoque. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Alcance o tipo de investigación.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.3. Instrumento.....	19
Población.....	20
5.4.2. Muestra.....	20
Resultados.....	21
Análisis de la encuesta.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Análisis de los resultados.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Identificación de las principales actividades económicas de las empresas y emprendimientos de la localidad de Fontibón.....	21
Estrategias consolidadas finalizado el periodo de emergencia.....	23
Efectos del COVID 19 en las decisiones estratégicas que emplearon las empresas y emprendimientos que operan actualmente en la localidad de Fontibón.....	25
Conclusiones.....	28
Anexos.....	32

### **Índice de tablas**

<b>Tabla 1</b> Marco Legal.....	15
---------------------------------	----

### **Índice de figuras**

<b>Figura 1</b> Genero de los emprendedores.....	34
<b>Figura 2.</b> Rango de edad.....	34
<b>Figura 3.</b> Nivel académico.....	35
<b>Figura 4.</b> Actividad económica.....	35
<b>Figura 5.</b> Vivienda en la localidad.....	36

<b>Figura 6.</b> Presencia de Covid. ....	36
<b>Figura 7.</b> Recursos de financiación. ....	36
<b>Figura 8 .</b> Actividad actual. ....	37
<b>Figura 9.</b> Redes sociales.....	37
<b>Figura 10.</b> Red social predilecta. ....	37
<b>Figura 11.</b> Intentos de emprendimiento.....	38

## Resumen

El presente documento analiza los principales factores que modificaron las dinámicas económicas de las pequeñas empresas y los emprendimientos de la localidad de Fontibón durante la emergencia sanitaria originada por el COVID 19, con el fin de establecer las estrategias que tomaron los empresarios para adaptarse a la situación y amortiguar sus posibles efectos. El problema central se ocupó de comprender cómo la crisis sanitaria afectó las decisiones estratégicas, las principales actividades económicas y las estrategias consolidadas de estos empresarios locales; el objetivo general fue reconocer los efectos del COVID-19 en las decisiones estratégicas de las microempresas y emprendimientos en Fontibón; se empleó un enfoque descriptivo mediante encuestas a 65 empresarios de Fontibón, el instrumento de encuesta incluyó preguntas sobre género, edad, nivel académico, actividad económica, experiencia con el COVID-19, fuentes de financiamiento y uso de redes sociales. Las conclusiones señalaron que la pandemia llevó a un cambio significativo en las estrategias de comercialización, con un alto uso de redes sociales (78.1%). La adaptación tecnológica fue evidente, especialmente en el sector tecnológico. Diversificar fuentes de ingresos y la resiliencia emprendedora fueron clave, mientras que algunos empresarios abandonaron sus negocios debido al COVID-19 (57.8%). En resumen, el estudio destaca la resiliencia y adaptabilidad de los empresarios de Fontibón ante la adversidad, enfocándose en estrategias digitales y financieras para afrontar la crisis y moldear sus futuros emprendimientos.

**Palabras Clave:** Dinámicas económicas, pequeñas empresas y emprendimientos, estrategias, emergencia sanitaria, efectos.

## **Abstract**

This document analyzes the main factors that modified the economic dynamics of small businesses and enterprises in the town of Fontibón during the health emergency caused by COVID 19, in order to establish the strategies that entrepreneurs took to adapt to the situation. and cushion its possible effects. The central problem was concerned with understanding how the health crisis affected the strategic decisions, the main economic activities and the consolidated strategies of these local entrepreneurs; The general objective was to recognize the effects of COVID-19 on the strategic decisions of microbusinesses and ventures in Fontibón; A descriptive approach was used through surveys of 65 businessmen from Fontibón. The survey instrument included questions about gender, age, academic level, economic activity, experience with COVID-19, sources of financing and use of social networks. The conclusions indicated that the pandemic led to a significant change in marketing strategies, with a high use of social networks (78.1%). Technological adaptation was evident, especially in the technological sector. Diversifying income sources and entrepreneurial resilience were key, while some entrepreneurs abandoned their businesses due to COVID-19 (57.8%). In summary, the study highlights the resilience and adaptability of Fontibón entrepreneurs in the face of adversity, focusing on digital and financial strategies to face the crisis and shape their future endeavors.

**Keywords:** Economic dynamics, small businesses and entrepreneurship, strategies, health emergency, effects.

## **Planteamiento Del Problema.**

El 2020 fue un año que marcó un antes y un después en materia económica, sanitaria, de movilidad entre otras. El Covid 19 trajo consigo una serie de efectos en las dinámicas que tuvieron gran repercusión en la economía, los cuales implican sacrificar diferentes sectores de la economía como lo fueron la hotelería y turismo, el entretenimiento e incluso muchas empresas se convirtieron en irrelevantes y pasaron a ganar mayor importancia otros emprendimientos. Sin embargo, pese a la situación económica derivada de la pandemia, se incrementaron las tasas de emprendimientos, colocando a Bogotá en el primer lugar con un 24% (DANE, 2020).

A pesar de estos desafíos, los empresarios en la localidad de Fontibón se han enfrentado a múltiples dificultades. No obstante, como una alternativa de supervivencia, muchos de ellos han optado por emprender y han recurrido a la tecnología e innovación para promocionar sus productos y servicios. La inventiva de estos emprendedores ha resultado ser la tabla de salvación para sus negocios. En el transcurso del año en que se desencadenó la crisis de la COVID-19, un informe emitido por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) señaló que 53,291 empresas en la capital se vieron obligadas a cerrar sus operaciones a lo largo de 2020. Al concluir el año, se contabilizaron 387,784 empresas activas, lo que representó una disminución del 12% en comparación con las 441,075 empresas registradas en 2019. Según la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), las medidas de aislamiento tuvieron un impacto significativo en varias áreas, siendo Fontibón la más afectada con la pérdida de 5,013 empresas y 2,298 sociedades productivas en tan solo un año (Cámara de Comercio, 2020).

Después de que la economía colombiana se estableció actualmente, es decir en periodo post pandemia lo que se pretende revisar es qué efectos en las dinámicas económicas

de las microempresas y emprendedores siguen implementando en la localidad de Fontibón. Con base en lo anterior subyace la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo el COVID 19 modificó las dinámicas económicas de las microempresas y emprendimientos que operan en la localidad de Fontibón?

### **Justificación.**

Con el presente trabajo se analiza el impacto que tuvo la emergencia sanitaria, económica y social sobre las microempresas y emprendimientos de la localidad de Fontibón, específicamente del barrio la Laguna, en este sentido se consideran las acciones y medidas que se tomaron para afrontar la situación distinguiendo en su forma el periodo pre- pandemia, la emergencia sanitaria y el periodo post- pandemia del cual se obtiene la consolidación de las medidas que se acogieron y adoptaron para sobrellevar el cambio.

En este sentido se aporta a través de esta investigación nuevo conocimiento acerca de la evolución de las estrategias que debieron suponer los microempresarios y emprendedores para adaptarse al cambio de tal manera se conoce el fenómeno no solo a través de una mención incipiente del problema sino proporcionará datos que imprimen a la realidad una interacción con las personas impactadas por los sucesos, por otra parte nuestro proyecto esta relacionado con la línea de investigación institucional numero 08 emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica, pudimos identificar la relación con esta línea de investigación ya que los empresarios de Fontibón al momento de sufrir la pandemia debieron reinventarse y poder aplicar diferentes innovaciones ya sea a su producto o al momento de realizar las entregas ya que por motivos de aislamiento fue muy difícil para estos empresarios poder tener una

### **Objetivos.**

#### **Objetivo General.**



Reconocer los efectos que tuvo el COVID 19 en las decisiones estratégicas que emplearon las empresas y los emprendimientos que operan actualmente en la localidad de Fontibón.

### **Objetivos Específicos**

Identificar las principales actividades económicas de las empresas y emprendimientos de la localidad de Fontibón.

Distinguir las estrategias que se consolidaron finalizado el periodo de emergencia.

### **Marcos de Referencia**

#### **Estado del Arte**

En cuanto al impacto del COVID-19 en las microempresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón, es relevante establecer una conexión con investigaciones a nivel nacional que abordan esta problemática. En este contexto, la Universidad Piloto presenta una perspectiva valiosa al señalar que las medidas de aislamiento preventivo han ocasionado un fuerte impacto económico. Estas medidas han restringido la operación de varios sectores económicos, resultando en un cierre total o parcial que ha disminuido significativamente la ocupación y los ingresos en estos sectores. Esto, a su vez, ha generado una disminución en la demanda agregada, ejerciendo un efecto sustancial en la economía en su conjunto (Páez, 2023, p.15).

Por otro lado, el estudio realizado por la Universidad Autónoma de Occidente se enfoca en analizar el impacto de la pandemia en todo el país, con una atención particular en la transformación significativa de las costumbres de compra de los ciudadanos de Bogotá, destacando especialmente a los residentes de la localidad de Fontibón. Este cambio en la conducta de los consumidores ha generado desafíos significativos para las empresas locales, que se han visto obligadas a realizar adaptaciones rápidas y efectivas como parte de su

estrategia de supervivencia. En este contexto, el informe de la Cámara de Comercio de Bogotá para el año 2020 concluye que las micro y medianas empresas ubicadas en Fontibón están dispuestas a adoptar servicios en línea como una respuesta a sus necesidades de compra (Vázquez, 2022).

Las hipótesis y teorías son que las empresas tiene que plantear estrategias que fomenten la competitividad y diversificación de manera inmediata es decir que las empresas de la localidad de Fontibón fomenten nuevas estrategias que tengan nichos de mercado específicos para estudiar un tipo de mercado específico en esta localidad, teniendo en cuenta lo anterior dicho podemos decir que los consumidores presentan unas tendencias de autocuidado por temas de bioseguridad por ende las micro empresas de la localidad de Fontibón deben tener estrategias nuevas para satisfacer las necesidades de sus nuevos consumidores y poder fidelizarlos y hacerlos casar los productos nuevos que saquen al mercado (Quiroga y Rojas, 2019).

Los avances que se han hecho en el estudio de la temática son que durante la pandemia la gente se ha tenido que enfrentar a diferentes cambios para poder sobrevivir, porque hay muchos empresarios que han sacado provecho de esta difícil situación como otras personas que han perdido todo, por lo tanto se ha visto que durante la pandemia la gente se ha tenido que reinventar para satisfacer sus necesidades en esta caso se hecho un estudio que la comunidad de la localidad de Fontibón se adoptado fácilmente a este cambio.(Herrera, 2021).

### **Marco Conceptual**

A continuación, se presentan los principales conceptos de la investigación que en su relación visibiliza el panorama del fenómeno a abordar. De esta manera es posible apreciar las relaciones entre los conceptos y cómo se complementan.

**COVID- 19:** También conocido como enfermedad por coronavirus 2019, es una afección originada en China en 2019 como resultado de un nuevo tipo de coronavirus denominado SARS-CoV-2. Los coronavirus, una variante de virus, han sido previamente asociados con enfermedades como el resfriado común, el síndrome respiratorio agudo grave (SARS) y el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS (Barrera et al, 2021).

**Estrategia Empresarial:** De acuerdo con la perspectiva de Michael Porter, una estrategia se define como un conjunto de iniciativas que se ejecutan con el propósito de alcanzar una posición superior en comparación con otros competidores (Montoya, 2022).

**Innovación Empresarial:** Una innovación se refiere a la incorporación de un producto (ya sea un bien o un servicio) o un proceso que es completamente novedoso o que ha experimentado mejoras significativas. También abarca la implementación de nuevos enfoques en la comercialización o la organización que se aplican a las prácticas empresariales, la estructura laboral o las relaciones externas (Cruz, Mera y Cardozo, 2019).

**Microempresa:** Para muchas personas, la expresión "microempresa" podría evocar asociaciones con conceptos como atraso económico, carencia y participación en la economía informal. Según algunos expertos, el surgimiento y mantenimiento de las microempresas se atribuyen a la incapacidad de un país para proporcionar oportunidades laborales formales, y se perciben como un medio de supervivencia (González, 2005, p. 408).

**Emprendimiento:** La cultura emprendedora se refiere al contexto cultural que promueve el crecimiento de iniciativas emprendedoras. Estas iniciativas pueden abarcar la creación de nuevos proyectos, empresas con fines de lucro o sin fines de lucro, y pueden involucrar aspectos económicos, sociales o políticos. También puede relacionarse con la revitalización de procesos ya establecidos (Proaño, 2014).

### ***Covid 19 e Implicaciones.***

En teoría, el COVID-19 es causado por el virus SARS-CoV-2 y ha demostrado ser un fenómeno de gran importancia a nivel mundial. Su relevancia reside en su capacidad para afectar de múltiples maneras la salud pública, la economía y la vida diaria de las personas en todo el mundo (Díaz y Toro, 2021).

Por lo que la importancia del COVID-19 trasciende sus aspectos biológicos y médicos, este virus ha revelado la interconexión global en la que vivimos, poniendo en relieve la fragilidad de la salud pública y la necesidad de una colaboración internacional efectiva, la importancia también radica en su capacidad para desafiar sistemas de atención médica, promoviendo la innovación en la búsqueda de tratamientos y vacunas (Misses, Saracho y Villanueva, 2021, p. 9).

Los patrones de conducta experimentaron modificaciones sustanciales, muchas de ellas de manera súbita, debido a las medidas de cuarentena. Un ejemplo notable es la transformación en el ámbito laboral, que ha generado una mayor demanda de productos y servicios en el entorno virtual. Esto ha impulsado la implementación de estrategias innovadoras como una forma de contrarrestar las pérdidas sufridas durante el período de la pandemia por parte de las microempresas y emprendimientos (Lean Factor, 2020).

### ***Importancia, Principios y Características de las Microempresas***

Las microempresas, a pesar de su modesto tamaño en términos de empleados y recursos financieros, desempeñan un papel de gran envergadura en la economía contemporánea. Su relevancia se manifiesta en su capacidad para generar empleo, revitalizar la actividad económica local y fomentar la diversificación de productos y servicios. Estos elementos se entrelazan en una red de interacciones que contribuyen a moldear la dinámica

económica y social de una comunidad (Dini et al, 2020) A continuación, se explora teóricamente la importancia, los principios y las características esenciales de las microempresas.

### ***Importancia de las Microempresas:***

Las microempresas son fundamentales para el tejido económico y social, su contribución a la generación de empleo es innegable, ya que proveen oportunidades laborales a una amplia variedad de individuos, desde jóvenes que buscan su primer empleo hasta adultos que buscan complementar sus ingresos, este papel en la generación de empleo se traduce en una disminución del desempleo local y, por ende, en una mayor estabilidad económica y social (González et al, 2022). Además, las microempresas actúan como motores de la dinamización económica local, a través de su participación en actividades comerciales y de servicios, estas empresas inyectan vitalidad a la economía al generar demanda por bienes y servicios locales, al hacerlo, fortalecen la cadena de suministro local y contribuyen a la creación de un ecosistema empresarial resiliente y colaborativo (Marín y Cuartas, 2022).

La diversificación de productos y servicios también es una característica distintiva de las microempresas. Al ocupar nichos de mercado específicos, estas empresas llenan vacíos en la oferta, satisfaciendo necesidades y deseos específicos de los consumidores, esto no solo contribuye a una mayor variedad de opciones para los consumidores, sino que también fomenta la competencia y la innovación, impulsando el crecimiento económico (Navarro et al, 2020).

### ***Principios de las Microempresas***

Existen algunos principios generales que se pueden aplicar a las microempresas los más sobresalientes se identifican entorno a los siguientes elementos: En primer lugar, las

microempresas destacan por su agilidad para adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado, al ser entidades más pequeñas, pueden tomar decisiones y ajustes rápidos en respuesta a las demandas del mercado y los cambios en la economía; en segundo lugar, destaca su estrecha conexión con la comunidad local, a menudo, estas empresas se basan en la comprensión de las necesidades y preferencias de la población local, permitiéndoles ofrecer soluciones personalizadas y relevantes y en tercer lugar, las microempresas tienden a mantener relaciones más cercanas y personales con sus clientes(Cepal, 2009).

### ***Características de las Microempresas:***

Las características fundamentales de las microempresas teóricamente en principio se determinan por su tamaño limitado en términos de empleados, activos y alcance operativo, esta característica les permite operar con costos relativamente bajos y mantener una estructura organizativa simple; asimismo, a menudo, las microempresas son dirigidas y operadas por sus propietarios, esta gestión directa permite una toma de decisiones más rápida y una mayor comprensión de las operaciones del negocio (Cepal, 2009). Finalmente, gracias a su tamaño y estructura, las microempresas pueden adaptarse de forma flexible más fácilmente a los cambios en el mercado y a las necesidades de los clientes. Esto les brinda una ventaja competitiva en entornos dinámicos.

### ***Comprensión Teórica del Emprendimiento***

El emprendimiento, en su esencia, es un proceso dinámico y transformador que trasciende la mera creación de negocios, Se fundamenta en una combinación de visión, innovación u acción, constituye un camino hacia la generación de valor y la materialización de ideas. Desde una perspectiva teórica, el emprendimiento puede desglosarse en sus

componentes esenciales, comprendiendo su importancia en el contexto económico y social (Ávila, 2021).

De igual forma, el emprendimiento puede definirse como el proceso de concebir, desarrollar y materializar nuevas ideas, oportunidades o proyectos con el objetivo de crear valor económico, social o cultural, se fundamenta en la creatividad, la toma de riesgos y la capacidad de acción, un emprendedor es aquel individuo que identifica una necesidad insatisfecha o una oportunidad, y asume la responsabilidad de transformarla en realidad (Proaño, 2014).

### ***Importancia Económica y Social del Emprendimiento.***

El emprendimiento desempeña un papel trascendental en la economía y la sociedad, en el ámbito económico, fomenta la creación de empleo, el crecimiento económico y la diversificación de la oferta; los emprendedores, a través de sus iniciativas, generan oportunidades laborales y contribuyen a la innovación, lo que impulsa la competitividad y la adaptación a nuevas tendencias y demandas del mercado (Ávila, 2021).

Desde una perspectiva social, el emprendimiento puede catalizar el cambio y la mejora en comunidades y sectores específicos. Los emprendedores pueden abordar problemas sociales, ambientales y culturales, y generar soluciones innovadoras que impacten positivamente en la calidad de vida de las personas (Proaño, 2014).

### **Marco Normativo**

**Tabla 1** *Marco Legal.*

<b>Normatividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>Artículo 1°</b>	Establecer normativas para supervisar las actividades relacionadas con la

---

publicidad, mensajes comerciales, colaboraciones basadas en fases y el uso de retribuciones no monetarias en la promoción de productos en plataformas de redes sociales.

## **Artículo 2° . - Definiciones:**

**El promotor** puede ser un individuo o entidad jurídica que se encarga de divulgar mensajes publicitarios y llevar a cabo actividades promocionales en su representación.

**Consumidor:** engloba a todas las personas naturales o jurídicas a las que se dirige el mensaje publicitario, Con el fin de informar, persuadir e influir en su decisión de conocer, adquirir, disfrutar o utilizar un producto, servicio, idea, marca o empresa, ya sea como cliente final o empresarial.

## **Artículo 3 Advertencia en el mensaje comercial:**

Cualquier mensaje publicitario difundido a través de redes sociales debe incluir una declaración clara y destacada en forma de texto que indique de manera inequívoca que se trata de contenido publicitario.

**Mensaje comercial:** El término "mensaje comercial" engloba cualquier tipo de anuncio o campaña publicitaria diseñada con la intención de promover la aceptación de productos ante el público a través de diversos canales de comunicación y difusión.

Cualquier publicación en la que un influencer recomiende un producto o mencione una marca en sus redes

---



---

sociales debe proporcionar información sobre la fuente de dicho producto. Esto implica la revelación de si el producto fue adquirido personalmente, recibido como obsequio de la marca, parte de un intercambio o se trata de un contenido patrocinado.

**Artículo 4. Prohibiciones de Mensajes Comerciales en Redes Sociales:** Quedan proscritas las siguientes formas de mensaje comercial en redes sociales:

Que promuevan conductas que puedan causar daños a la salud, poner en riesgo la seguridad de las personas o tener impactos negativos en el entorno ambiental

Que estimulen la violencia, comportamientos contrarios a las normas sociales, que generen temor o supersticiones, o que puedan dar lugar a actos perjudiciales, imprudentes, negligentes o agresivos.

Que fomenten la brutalidad, el maltrato hacia individuos o animales, o la destrucción de bienes naturales o culturales.

**La Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio se publicó en el Diario Oficial N°44511 el 06 de agosto de 2001, emitida por la Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia en el año**

El Segmento II del Título II de la Circular Única de esta entidad establece que es necesario suministrar al comprador toda la información acerca de los elementos, características,

---

---

**2001.**

naturaleza, origen, procedimiento de manufactura, aplicaciones, capacidad, peso, valor, modo de empleo, atributos, calidad, conveniencia y cantidad de los productos o servicios promocionados..

**Resolución 4320 de 2004[1]**

Se establecen normas para la publicidad de medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin receta médica o de venta libre.

---

*Nota:* Elaboración propia.

### **Marco Demográfico**

Este proyecto se desarrolla en la ciudad de Bogotá, en la localidad Novena de Fontibón, que se encuentra en la zona occidental de la ciudad. La cantidad de habitantes en esta área se calcula en aproximadamente 444,951 personas y sobresale por ser un núcleo comercial vital con una amplia red de transporte. Además, cuenta con instalaciones destacadas como el Aeropuerto Internacional El Dorado y la Terminal de Transportes.

Además, en Fontibón reside un significativo número de habitantes que pertenecen a los estratos 3 y 4 en términos socioeconómicos, lo que la configura como una zona de categoría media. Desde la perspectiva geográfica, Fontibón se sitúa en un terreno mayormente llano y está circundada al sur y al oeste por los ríos Bogotá y Fucha. El río Fucha se forma en el encuentro de los ríos San Francisco y San Cristóbal, integrándose a la red hidrográfica. Dentro de esta red, se destaca el canal de San Francisco, que atraviesa la avenida del Espectador y se conecta con el caño Boyacá desde el río Fucha. Finalmente, el canal desemboca en el río Bogotá (De Bogotá, 2016).

## **Marco Metodológico**

La metodología utilizada para la presente investigación se basó en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, con el objetivo de comprender y describir los efectos de la pandemia en las microempresas y emprendimientos en la localidad mencionada

El enfoque metodológico de una investigación se refiere a la estrategia general utilizada para llevar a cabo el estudio y obtener información relevante sobre el tema de interés (Hernández, 2014); este enfoque guía la forma en que se recopilan, analizan y presentan los datos con el fin de responder a las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos del estudio. En el caso específico, el enfoque metodológico empleado es de carácter cualitativo, este se centra en la comprensión y descripción detallada de los fenómenos estudiados, en este caso, los efectos de la pandemia en el ámbito de las microempresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón.

El análisis de los datos recopilados se centró en la descripción de las tendencias, patrones y características identificadas a partir de las respuestas de los encuestados, a través del enfoque se permite la observación detallada y la descripción pormenorizada de los efectos del COVID-19 en las microempresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón, lo que proporciona una imagen completa y precisa de la situación, permitiendo una comprensión profunda de los fenómenos estudiados (Hernández, 2014).

### **5.3. Instrumento**

El instrumento de investigación consistió en una encuesta estructurada que se diseñó para capturar datos específicos relevantes para los objetivos del presente documento, la encuesta se compuso de doce preguntas divididas en varias categorías clave, tales como datos demográficos, el nivel académico, actividad económica, residencia en la localidad,

experiencia con el COVID-19, fuente de Financiamiento durante el aislamiento, situación actual , redes sociales y numero de intentos emprendedores.

### ***Población.***

La población de interés en esta investigación se refiere a todos los microempresarios y emprendedores que operan en la localidad de Fontibón, una región específica dentro de una ciudad o área metropolitana más grande como lo es Bogotá, esta población incluye a todas las personas que han establecido y gestionan microempresas, que en cifras se identificaron 71 negocios emergentes y emprendimientos con un margen de error de un 5% y un nivel de confianza del 99% se obtuvo un tamaño de la muestra 65 microempresarios.

La población de Fontibón es diversa en términos de género, edad, nivel educativo, actividad económica y experiencia en el emprendimiento, además, se ve influida por factores como la ubicación geográfica y las condiciones socioeconómicas, lo que la convierte en un grupo heterogéneo de empresarios con experiencias variadas durante la pandemia de COVID-19.

### ***5.4.2. Muestra.***

Dado que es impracticable encuestar a cada individuo dentro de la población de Fontibón, se utilizó una muestra de 65 empresarios en Fontibón, la selección de esta muestra se basó en un enfoque probabilístico o no probabilístico, dependiendo de la disponibilidad y accesibilidad de los participantes.

Es importante destacar que, si bien la muestra es representativa en algunos aspectos, puede no capturar completamente la variabilidad de todas las experiencias empresariales en Fontibón. Por lo tanto, las conclusiones derivadas de esta muestra deben interpretarse con la precaución necesaria y considerando las limitaciones inherentes a cualquier estudio con una muestra limitada.

## **Resultados.**

A través de la encuesta aplicada a 65 empresarios de Fontibón, se ha recopilado información relevante sobre diversos aspectos de sus actividades comerciales y emprendimientos, esto incluye datos demográficos, experiencias con el COVID-19, fuentes de financiamiento, uso de redes sociales y demás elementos; en esta sección, se profundizará en los hallazgos clave derivados del análisis de la encuesta, identificando patrones, tendencias y relaciones significativas.

Este análisis de los resultados contribuyó al entendimiento de cómo la pandemia ha impactado en el tejido empresarial de Fontibón, proporcionando información relevante para futuras estrategias y políticas que puedan respaldar a estos microempresarios y emprendedores en tiempos de desafío y cambio (Anexo, b).

### **Identificación de las principales actividades económicas de las empresas y emprendimientos de la localidad de Fontibón.**

Con base en los datos recopilados a través de las encuestas realizadas en la localidad de Fontibón, se ha logrado identificar claramente las principales actividades económicas en las que se involucran las empresas y emprendimientos en esta área específica. A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos relacionados con las actividades económicas predominantes:

El análisis de la encuesta reveló que la actividad económica más comúnmente ejercida por los empresarios de Fontibón es el "Comercio". Un 39.1% de los encuestados indicaron que están involucrados en actividades comerciales. Esta cifra sugiere que la venta de productos y servicios es una actividad económica dominante en la localidad.

En contraste, se observó que la actividad de "Tecnología" fue la menos utilizada por los encuestados, con un 9.4%. Esto indica que el sector tecnológico no es tan prevalente entre los empresarios de Fontibón en comparación con otras actividades económicas.

Además, se identificaron otras actividades económicas significativas, como la "Producción" y la dedicada a "Alimentos". Estos sectores también tienen una presencia destacada en la localidad, con un 34.4% y un 17.1% de los encuestados, respectivamente.

Estos hallazgos son fundamentales para comprender la composición del tejido empresarial en Fontibón y destacan la diversidad de actividades económicas en esta localidad. La preponderancia del comercio sugiere una fuerte orientación hacia la venta de bienes y servicios, mientras que la baja representación de la tecnología podría indicar oportunidades de crecimiento en este sector en particular.

Sumado a lo anterior, se identificaron los siguientes emprendimientos

a. **Comercio minorista:** Fontibón cuenta con una amplia variedad de tiendas y establecimientos comerciales, incluyendo tiendas de ropa, accesorios, calzado, alimentos, productos electrónicos, entre otros.

b. **Servicios de alimentos y bebidas:** Hay numerosos restaurantes, cafeterías, bares y establecimientos de comida rápida en la localidad, que ofrecen una variedad de opciones gastronómicas para los residentes y visitantes.

c. **Servicios de belleza y bienestar:** Fontibón cuenta con salones de belleza, peluquerías, spas, centros de estética y otros servicios relacionados con el cuidado personal y el bienestar.

d. **Servicios profesionales:** Se encuentran emprendimientos que ofrecen servicios profesionales como consultoría, asesoría legal, contabilidad, diseño gráfico, desarrollo web, marketing digital, entre otros.

e. **Turismo y hospedaje:** En Fontibón, se pueden encontrar hoteles, hostales, alojamientos turísticos y empresas relacionadas con el sector turístico, ya que la localidad se encuentra cerca del Aeropuerto Internacional El Dorado y de importantes vías de acceso a Bogotá.

**f. Educación y formación:** Hay emprendimientos dedicados a la educación y la formación, como academias de idiomas, centros de educación preescolar, instituciones de formación técnica y profesional, y servicios de tutoría.

**g. Tecnología y servicios digitales:** En la era digital, Fontibón también alberga emprendimientos relacionados con servicios tecnológicos, como desarrollo de software, diseño de aplicaciones móviles, servicios de IT, marketing digital y diseño web.

**h. Artesanía y productos locales:** Algunos emprendimientos se dedican a la producción y venta de artesanías, productos locales y souvenirs que resaltan la cultura y tradiciones de la región.

Estas son solo algunas de las principales actividades de emprendimientos que se pueden encontrar en la localidad de Fontibón en Bogotá, Colombia. La diversidad de sectores y negocios en la zona proporciona un ecosistema emprendedor dinámico y variado

En síntesis, a través de las encuestas realizadas, se ha cumplido el objetivo de identificar las principales actividades económicas de las empresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón, el comercio se presenta como la actividad más común, seguido de la producción, los alimentos y, en menor medida, la tecnología; estos resultados proporcionan información valiosa para comprender la economía local y pueden servir como base para futuras estrategias y políticas de apoyo a los empresarios en Fontibón.

#### **Estrategias consolidadas finalizado el periodo de emergencia.**

Basándose en los datos recopilados a través de las encuestas en la localidad de Fontibón, podemos abordar el objetivo de distinguir las estrategias que han sido consolidadas por las empresas y emprendimientos al finalizar el período de emergencia, específicamente durante la pandemia de COVID-19. Aunque las encuestas proporcionan una visión general de las experiencias de los empresarios en la localidad, es importante destacar que el análisis de estrategias consolidadas puede requerir un enfoque más cualitativo y profundo, que va más

allá de las respuestas cerradas proporcionadas en la encuesta, a pesar de ello, se pueden ofrecer algunas observaciones y suposiciones basadas en los datos disponibles:

En primer lugar: según los resultados de la encuesta, un alto porcentaje (78.1%) de los empresarios encuestados en Fontibón indicaron que utilizan las redes sociales para sus emprendimientos, esto sugiere que el uso de plataformas como WhatsApp, Instagram, Facebook y otras redes sociales se ha consolidado como una estrategia efectiva para la promoción, el marketing y la comunicación con los clientes, incluso después del período de emergencia.

En segundo lugar, a pesar de que la actividad económica relacionada con la tecnología fue menos común entre los encuestados, se deduce que aquellos involucrados en este sector hayan consolidado estrategias de adaptación tecnológica, como la implementación de comercio electrónico, aplicaciones móviles o soluciones en línea, estas estrategias se han mantenido y fortalecido en respuesta a las cambiantes demandas del mercado.

En tercer lugar, los resultados de la encuesta también revelaron que algunos empresarios recurrieron a fuentes de financiamiento como préstamos bancarios durante el período de emergencia, esto sugiere que la estrategia de diversificar las fuentes de ingresos y asegurar recursos financieros adicionales se ha consolidado como una práctica importante para mantener la estabilidad económica en situaciones de crisis.

Finalmente, dado que un porcentaje significativo de los encuestados informó haber emprendido en diferentes negocios en múltiples ocasiones (45.3%), esto indica una actitud persistente hacia el emprendimiento, la consolidación de la estrategia de perseverancia en el emprendimiento podría reflejar la resiliencia de los empresarios locales.



## **Efectos del COVID 19 en las decisiones estratégicas que emplearon las empresas y emprendimientos que operan actualmente en la localidad de Fontibón.**

Con base en los datos recopilados a través de las encuestas realizadas en la localidad de Fontibón, se puede responder al objetivo general de reconocer los efectos que tuvo el COVID-19 en las decisiones estratégicas empleadas por las empresas y emprendimientos que operan en la actualidad en esta localidad, los resultados de la encuesta ofrecen una visión clara de cómo la pandemia ha influenciado las decisiones estratégicas de los empresarios locales. A continuación, se resumen los principales efectos identificados:

Un hallazgo significativo es el alto uso de redes sociales (78.1%) por parte de los empresarios de Fontibón para promover sus negocios, esto sugiere que la pandemia impulsó a muchos a adoptar estrategias de marketing en línea como una respuesta a las restricciones de movimiento y las limitaciones físicas impuestas por la emergencia sanitaria.

De igual forma, aunque la actividad económica relacionada con la tecnología fue menos común, sin embargo, la aceleración en la implementación de soluciones tecnológicas para mantener la continuidad del negocio es notoria, allí se incluye la digitalización de procesos, la creación de plataformas en línea y el fortalecimiento de la presencia en Internet.

Igualmente, algunos empresarios recurrieron a préstamos bancarios (50%) y otros recursos financieros para mantener sus operaciones durante la pandemia, la diversificación de fuentes de ingresos y la búsqueda de financiamiento se convirtieron en decisiones estratégicas clave para sobrevivir y recuperarse. Asimismo, la alta proporción de encuestados que habían intentado emprender en diferentes negocios en varias ocasiones (45.3%) sugiere que la pandemia no disuadió a los empresarios de perseverar en su búsqueda de oportunidades comerciales, esta resiliencia se refleja en la toma de decisiones estratégicas para continuar emprendiendo.

Finalmente, el hecho de que un porcentaje considerable de los encuestados haya tenido que abandonar sus emprendimientos o microempresas debido al COVID-19 (57.8%) tiene implicaciones significativas en las decisiones estratégicas de estos individuos, ya que conlleva a cambios en sus trayectorias laborales, como convertirse en empleados o independientes. En síntesis, la pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto notable en las decisiones estratégicas de las empresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón.

Las estrategias de comercialización en línea, la adaptación tecnológica, la búsqueda de recursos financieros y la resiliencia emprendedora han surgido como respuestas clave a los desafíos planteados por la crisis sanitaria. Estos efectos han moldeado la forma en que los empresarios operan y han influido en sus decisiones a medida que enfrentan un entorno empresarial en constante cambio. Estos hallazgos son esenciales para comprender las dinámicas empresariales en tiempos de crisis y pueden servir como base para futuras estrategias y políticas de apoyo en la localidad de Fontibón.

### **Estrategias alternativas.**

Los resultados de la investigación en Fontibón destacan la importancia de la adaptación, la resiliencia de las empresas y emprendimientos durante la pandemia de COVID-19; sin embargo, existen oportunidades para el desarrollo de estrategias adicionales que no fueron completamente exploradas en la encuesta y que subyacen luego de la emergencia.

En primera instancia, la colaboración con otras empresas locales ha sido una estrategia efectiva para superar desafíos, donde se han incluido acuerdos de marketing conjunto entre distintas marcas en el sector o tiendas pequeñas que colaboran prestando distintos servicios en conjunto, en compartición de recursos desarrollando iniciativas comunitarias que han beneficiado a gran parte de la comunidad.

En segunda instancia los programas ofrecidos por la alcaldía local de Fontibón de Impulso Local, en formación, capacitación y apoyo monetario a empleados y emprendedores en nuevas habilidades han fortalecido la resiliencia empresarial y han fomentado nuevos desarrollos empresariales en el sector luego de la pandemia; de igual forma, Además de la diversificación de fuentes de ingresos, se ha explorado la ampliación de la gama de productos o servicios ofrecidos lo cual ha ayudado a las empresas a alcanzar nuevos mercados y satisfacer nuevas necesidades de los clientes.

Otra estrategia que se ha asumido es el uso de plataformas de comercio electrónico que para aquellos que aún no lo habían hecho, la creación de una presencia sólida en línea a través de plataformas de comercio electrónico amplió el alcance y la accesibilidad a un portafolio de productos o servicios ofreciendo nuevos medios de pago en línea y visualización de los productos; También se ha denotado que además de los préstamos bancarios, se exploran estrategias de respaldo financiero como el crowdlending o la inversión de capital de riesgo podría proporcionar recursos adicionales.

Finalmente, estrategias como el monitoreo de tendencias de mercado ante las necesidades cambiantes de los clientes ha sido esencial para adaptar constantemente las estrategias comerciales, sumadas a la incorporación de prácticas sostenibles en las operaciones ha atraído un segmento de mercado en crecimiento permitiendo mejorar la imagen de la empresa.

En resumen, la pandemia ha demostrado que la adaptabilidad y la innovación son esenciales en el mundo empresarial, la exploración de estrategias alternativas, como la colaboración, la formación, la diversificación y la sostenibilidad, ha brindado oportunidades para el crecimiento y la resiliencia empresarial en Fontibón, las decisiones estratégicas deben ser flexibles y adaptables para enfrentar los desafíos en un entorno empresarial en constante evolución.

## **Conclusiones.**

Esta investigación ha abordado el objetivo general de reconocer los efectos del COVID-19 en las decisiones estratégicas de las microempresas y emprendimientos en la localidad de Fontibón, así como los objetivos específicos relacionados con la identificación de las principales actividades económicas y las estrategias consolidadas al finalizar el período de emergencia, a través del análisis de los datos recopilados en las encuestas, se han obtenido conclusiones significativas:

En este sentido, la investigación ha cumplido satisfactoriamente con el objetivo general de reconocer los efectos que tuvo el COVID-19 en las decisiones estratégicas de las microempresas y emprendimientos en Fontibón, se ha identificado que la pandemia generó un impacto considerable en las dinámicas económicas de los empresarios locales, dando lugar a cambios y adaptaciones significativas en sus estrategias comerciales.

Entorno al cumplimiento de los objetivos específicos, se ha logrado identificar claramente las principales actividades económicas en la localidad de Fontibón, el comercio se destacó como la actividad más común, seguida de la producción, los alimentos y, en menor medida, la tecnología, estos resultados proporcionan una comprensión sólida de la composición del tejido empresarial en Fontibón.

Asimismo, a través de las encuestas, se han distinguido estrategias consolidadas que surgieron como respuestas a los desafíos planteados por el COVID-19, estas estrategias incluyen el uso intensivo de redes sociales para la comercialización, la adaptación tecnológica para mantener la continuidad del negocio, la diversificación de fuentes de ingresos y la resiliencia emprendedora.

Finalmente a modo de contribuciones y consideraciones para cerrar, la investigación proporciona valiosas contribuciones al entendimiento de cómo una crisis global, como la pandemia de COVID-19, ha afectado a los microempresarios y emprendedores en una

localidad específica como Fontibón, los hallazgos destacan la capacidad de adaptación y la resiliencia de esta comunidad empresarial, así como la importancia de estrategias como el uso de redes sociales y la búsqueda de recursos financieros en tiempos de crisis.

Sin embargo, es esencial tener en cuenta que las conclusiones se basan en una muestra limitada de encuestados y, por lo tanto, pueden no representar completamente todas las experiencias en Fontibón, por lo que futuras investigaciones podrían profundizar aún más en las estrategias específicas empleadas por diferentes sectores industriales y tamaños de empresas.

En resumen, esta investigación ha permitido arrojar luz sobre cómo el COVID-19 modificó las dinámicas económicas de las microempresas y emprendimientos en Fontibón, destacando la capacidad de adaptación y las estrategias emergentes en un contexto de crisis, estos hallazgos son fundamentales para informar futuras políticas y apoyar a los empresarios en la recuperación y el crecimiento de sus negocios en un mundo postpandémico.

## **Bibliografía**

Argote, C. A. (2021, 15 enero). Cámara de Comercio reveló que la pandemia hizo cerrar más de 53.000 empresas en Bogotá. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/empresas/camara-de-comercio-revelo-que-la-pandemia-hizo-cerrar-mas-de-53-000-empresas-en-bogota-3111120>

Ávila Angulo, Elizabeth. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. Epub 30 de junio de 2021. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Barrera, E. S. A., Pliego, R. G., Raya, J. E., Basurto, J. C., & Machorro, J. G. (2021).

Coronavirus de tipo 2 causante del síndrome respiratorio agudo severo, un virus que llegó para quedarse. *Revista Mexicana de Mastología*, 11(1), 9-17.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Un cambio de chip en los colombianos.

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-deCosmeticos/Noticias/2020/Mayo-2020/Un-cambio-de-chip-en-loscolombianos>

CEPAL, M. A. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Recuperado de

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/Manual\\_Micro\\_Pequeña\\_Mediana\\_Empresa\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf?sequence=1)

Cruz Páez, F. O., Mera Rodríguez, C. W., & Cardozo, J. I. (2019). Evaluación de estrategias de emprendimiento sostenible e innovación implementadas en las unidades productivas del SENA Centro Industrial y Desarrollo Empresarial de Soacha-Cundinamarca-Colombia. *Tendencias*, 20(1), 183-202.

DANE (2020) Empleo informal y seguridad social obtenido De

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

de Bogotá, A. M. (2018). LOCALIDAD FONTIBÓN, Consejo Local de gestión del Riesgo y Cambio Climático, Caracterización General de Escenarios de Riesgo. Bogotá DC, Colombia: CLGR-CC. Recuperado de: [https://www.idiger.gov.co/documents/Identificaci3n\\_y\\_priorizaci3n.pdf](https://www.idiger.gov.co/documents/Identificaci3n_y_priorizaci3n.pdf)

Díaz-Castrillón, F. J., & Toro-Montoya, A. I. (2021). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. *Medicina & laboratorio*, 24(3), 183-205.

González Alvarado, Tania E. (2005). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(31), 408-423. Recuperado en 19 de agosto de 2023, de

[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842005000300004&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000300004&lng=es&tlng=es).

- González-Ramón, E., Ramírez-López, G., Serdán-Valencia, K., Morales-Ochoa, C., & Scaffy Vivero, J., (2022). Las microempresas como entes generadores de empleo en el Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 7(3), 86-95 <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1073>
- Herrera, M. V. (2021). Plan de negocios para la creación de la empresa: MVHP Consultoría de Estrategias Organizacionales para MIPYMES dedicadas al rubro de restaurantes en la localidad de Chapinero de la ciudad de Bogotá. [Tesis de maestría, Universidad EAN]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/11282>.
- Marín Cardona, P. F., & Cuartas Torres, C. A. (2022). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. Revista Universidad & Empresa, 24(43), 1-38. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12044>
- Misses-Liwerant, J. B., Saracho López, F. J., & Villanueva Jurado, E. (2021). Colisión. La Covid-19 como constelación de las crisis: a manera de editorial. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 66(242), 9-33.
- Montoya, A. M. A. (2022). La Estrategia Competitiva en la Cadena de Comercialización de Productos Agroexportables. Digital Business Journal, 1(1), 44-54.
- Páez Zamora, M. A. (2023). Transformación Digital en las Pequeñas Empresas del Sector Creativo en la UPZ 99-Bogotá: Caracterización y Oportunidades de Mejora. Universidad Piloto de Colombia. Negocios Internacionales. URI : <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/12658>
- Proaño, L. F. H. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. Alternativas, 15(1), 46-50.

Quiroga Olarte, J y Rojas Lopez, I. (2019). Factores determinantes para la gestión eficiente de las mypimes en Bogotá- localidad de Fontibón. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina, 2019.

Vásquez Muñoz, L. S. (2022). Factores externos influenciadores en el uso de E-commerce para los millennials durante la pandemia de covid-19. Universidad Autónoma de Occidente.

### **Anexo A.**

#### **Instrumento:**

1. Genero:
  - a) Femenino
  - b) Masculino
2. Rango de edad:
  - a) Entre 18 a 25 años
  - b) Entre 26 a 35 años
  - c) Entre 36 a 45 años
  - d) Entre 46 o mas
3. Nivel académico:
  - a) Bachiller
  - b) Técnico
  - c) Tecnólogo
  - d) Profesional
  - e) Otro
4. ¿A cuál actividad económica pertenece su emprendimiento o microempresa?



- a) Comercio.
  - b) Producción.
  - c) Alimentos.
  - d) Tecnología.
  - e) Otro.
5. ¿Vive en la localidad de Fontibón?
- a) Si.
  - b) No.
6. ¿Tuvo COVID-19?
- a) Si.
  - b) No.
7. ¿Tuvo que abandonar su emprendimiento o microempresa a causa del COVID-19?
- a) Si
  - b) No.
8. Si su respuesta anterior fue no, ¿Con que recursos financio su emprendimiento o microempresa durante el aislamiento preventivo del COVID -19?
- a) Propios
  - b) Préstamos bancarios
  - c) Otro \_\_\_\_ ¿Cuál?
9. Si su respuesta anterior fue si, ¿A qué se dedica actualmente?
- a) Empleado
  - b) Desempleado
  - c) Independiente.
10. ¿Utiliza las redes sociales para su emprendimiento o microempresa?
- a) Si.

b) No.

11. ¿Cuál es la red social que más utiliza para su emprendimiento?

a) WhatsApp

b) Instagram

c) Facebook

d) Tik - Tok

e) Twitter

f) Otra \_\_\_\_\_ ¿Cuál?

12. ¿Cuántas veces ha emprendido en diferentes negocios?

a) 1

b) 2

c) 3

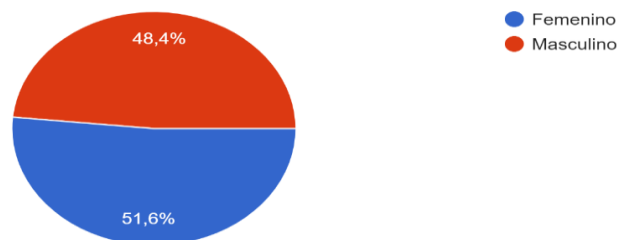
d) 4

5 o mas

## Anexo. B

**Figura 1** Genero de los emprendedores.

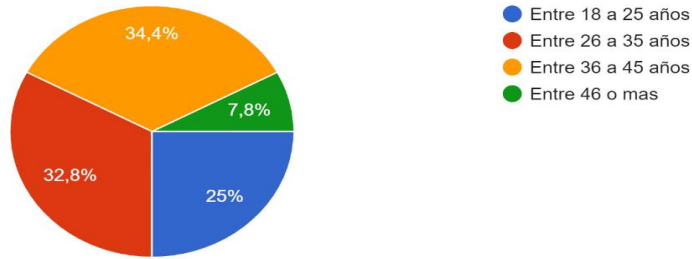
Genero:  
64 respuestas



*Nota: Elaboración propia.*

**Figura 2.** Rango de edad.

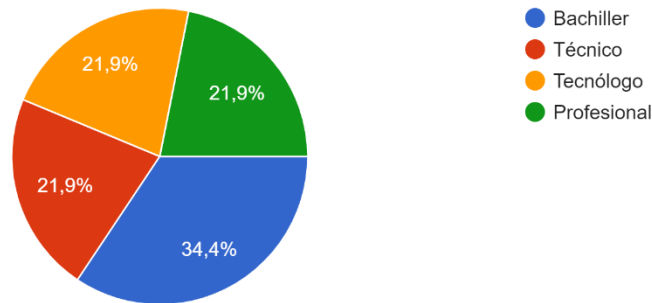
Rango de edad  
64 respuestas



Nota: Elaboración propia.

**Figura 3.** Nivel académico

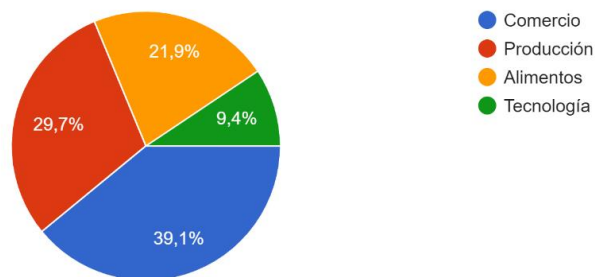
Nivel académico:  
64 respuestas



Nota: Elaboración propia.

**Figura 4.** Actividad económica

¿A cuál actividad económica pertenece su emprendimiento o micro empresa?  
64 respuestas

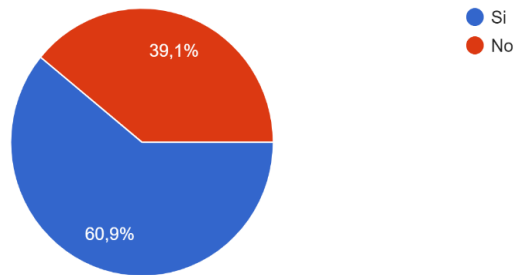


Nota: Elaboración propia.

**Figura 5. Vivienda en la localidad**

¿Vive en la localidad de Fontibón?

64 respuestas

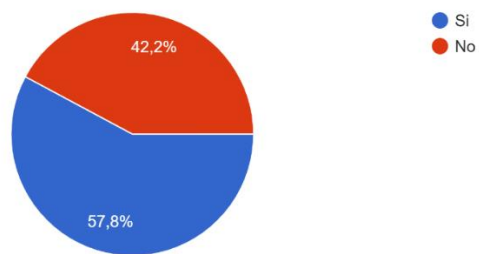


*Nota* Elaboración propia.

**Figura 6. Presencia de Covid.**

¿Tuvo COVID -19?

64 respuestas

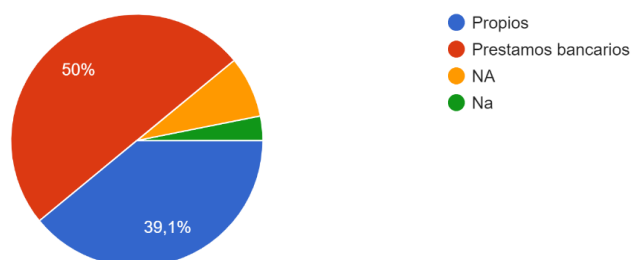


*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 7. Recursos de financiación.**

Si su respuesta anterior fue no, ¿Con que recursos financio su emprendimiento o micro empresa durante el aislamiento preventivo del COVID -19?

64 respuestas

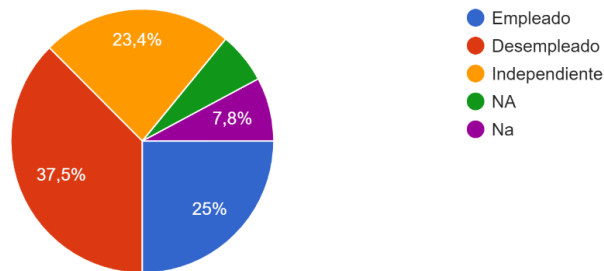


*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 8 . Actividad actual.**

Si su respuesta anterior fue si, ¿A qué se dedica actualmente?

64 respuestas

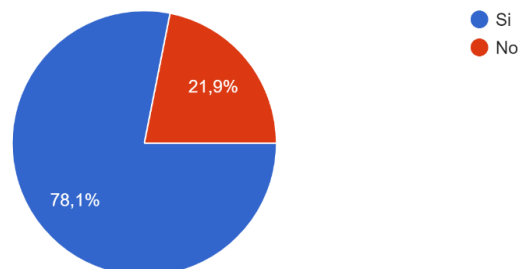


Nota: Elaboración propia.

**Figura 9. Redes sociales**

¿Utiliza las redes sociales para su emprendimiento o micro empresa?

64 respuestas

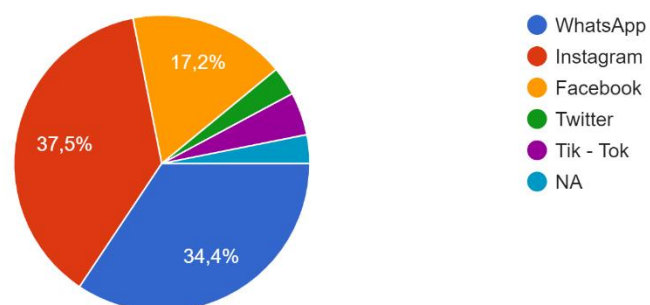


Nota Elaboración propia.

**Figura 10. Red social predilecta.**

¿Cuál es la red social que más utiliza para su emprendimiento?

64 respuestas

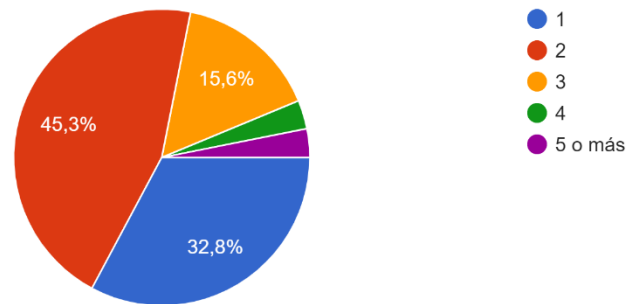


Nota: Elaboración propia.

**Figura 11.** *Intentos de emprendimiento.*

¿Cuántas veces a emprendido en diferentes negocios?

64 respuestas



Nota: Elaboración propia.

1. El 51.6% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que son de género femenino está preguntando nos ayudó a identificar que las mujeres son más emprendedoras a raíz de la pandemia.
2. El 34.4% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que el rango de edades que se encuentran es de 36 a 45 años lo cual nos ayudó a identificar que a esas es donde más las personas intentan emprender.
3. El 34.4% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que el nivel académico que se encuentra la mayoría de personas es de nivel bachiller, esto nos ayuda a identificar que la mayoría de población no tiene estudios avanzados lo cual al momento de emprender las personas fracasan.
4. El 9.4% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que la actividad económica que menos utilizan es la de la tecnología lo cual nos ayudó a identificar la falta de recursos que tiene los micro empresarios al momento de emprender.

5. El 39.1% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que la actividad económica que más utilizan es la del comercio, esto nos ayuda a identificar que la actividad económica que más funciona a raíz de la pandemia es la del comercio por la falta de recursos que se vieron afectados a raíz del COVID 19.
6. El 60.9% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que viven en esta localidad, lo cual esto no ayuda a identificar que más del 50% de los emprendedores de Fontibón nacieron y viven en esa localidad lo cual es un factor muy bueno.
7. El 57.8% de la población encuesta de la localidad de Fontibón nos informa que sufrieron de COVID 19 lo cual esto no ayuda a identificar que la mayoría de personas emprendedoras sufrieron de esta enfermedad.
8. El 50% de la población encuestada nos informó que los recursos financieros que utilizaron raíz de la pandemia para emprender fueron recursos de préstamos financieros lo cual nos ayuda a identificar que no hubo ni recursos propios ni ayudas del gobierno para emprender.
9. El 37.5% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que actualmente se encuentran desempleados esto nos ayuda a identificar que hay oportunidades laborales por ende les toca emprender con recursos financieros.
10. El 78.1% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que utilizan las redes sociales para emprender, esto nos ayuda a identificar que la manera más fácil y más efectiva para darse a conocer, hacer publicidad, etc son las redes sociales por eso son las más utilizadas.
11. El 37.5% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que la red social que más utilizan es la de Instagram, esto no ayuda a identificar que está red social es la más viable y confiable para hacer publicidad es Instagram.

12. El 45.3% de la población encuestada de la localidad de Fontibón nos informa que ha intentado emprender más de dos veces en diferentes emprendimientos lo cual esto nos ayuda a identificar que en Fontibón hay que ser persistente para poder emprender.