

Implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán, para la reactivación de micronegocios en post-pandemia

Karolay Daniela Rodríguez Rodríguez

RESUMEN

En la implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán para la reactivación de los micronegocios en post-pandemia, es indispensable que se aterrice a la realidad el academicismo y linealidad bajo la cual ha circundado el panorama de la economía, ya que no es objetivo de esta disciplina concentrarse en la predicción. Con ello es posible encontrar comprensión sobre la realidad y lo inesperado en el panorama de la economía.

De esta manera, adentrarse a la concepción de “Economía para la gente” demanda del acompañamiento de conocedores de las temáticas y conceptos que tanto tiempo parecieron nublados, y que requieren su pronto esclarecimiento en conformidad con la velocidad propuesta por la era virtual. Es de este modo como se podrá adoptar realmente acciones de innovación y circularidad.

Palabras clave

Micronegocio, Innovación, circularidad

Abstract

In the implementation of the "Economy for the People" program in the city of Popayán for the post-pandemic reactivation of micro-businesses, it is essential that the academicism and linearity under which the economic panorama has surrounded itself is brought down to reality, since it is not the objective of this discipline to focus on prediction. With this, it is possible to find a reality understanding and the unexpected in the economic outlook.

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

In this way, getting into the conception of "Economy for the people" requires the accompaniment of experts on the topics and concepts that for so long seemed cloudy, and that require their soon clarification in accordance with the speed proposed by the virtual era. It is in this way that innovation and circularity actions can actually be adopted.

Índice

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	4
Objetivo general	6
Objetivos específicos.....	6
Análisis teórico.....	7
Implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán, para la reactivación de micronegocios en post-pandemia.	7
El panorama real de la economía.	7
Tiempos de cambios.....	8
Tiempos de innovación	10
Hacia la economía circular	11
La importancia de los micronegocios en Colombia	12
Metodología	13
Asados Yubely en post-pandemia	13
Rutas de acompañamiento y sensibilización para el establecimiento “Asados Yubely” ..	14
Mercadeo y comercialización.....	14
Beneficios de la Asociatividad.....	17
Entrar en el comercio electrónico es innovar	18
Los micronegocios y los protocolos de bioseguridad	20
Resultados y discusiones.....	21
Conclusiones y líneas futuras de investigación.....	22
Bibliografía	22

INTRODUCCIÓN

La Implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán, para la reactivación de micronegocios en post-pandemia es una aproximación general del panorama económico que se viene desarrollando desde los cambios generados por la pandemia COVID-19. Inicialmente se aterriza la idea de lo que se entiende como “Economía para la gente”, en este caso, en su definición hay un desligamiento del panorama que abarca la economía de los presupuestos lineales neoclásicos, donde el autor Gene Callahan propone el subjetivismo austriaco a fin de entender la concepción alternativa del objeto, alcance y características de la ciencia económica. “De este modo se concibe la economía como una teoría de la acción humana, entendida desde la dinámica de la adaptación de los empresarios al cambio en el entorno, desde el análisis económico del empresario creativo”.

Es en esta dinámica donde el panorama actual generado por el Covid-19 alcanza la realidad de pensar una “Economía para la gente”, sucesivamente se piensa una teoría del cambio, lo que conllevaría a una planificación estratégica, programática o de políticas con el propósito de determinar cuál es la situación actual (en términos de necesidades y oportunidades). Todo ello con el propósito de trazar metas realistas. Teniendo en cuenta la propuesta de la teoría del cambio, se piensa en la innovación y lo que ella dimensiona, se mencionará entonces la *innovación social*, como un proceso cultural producto de una comunidad concreta que obliga a objetivar cuáles serán las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que impulsan el desarrollo de la innovación en cada contexto específico. Teniendo en cuenta la innovación se piensa en el fenómeno de la virtualidad y su incidencia en el Marketing digital.

Luego de reconocer la importancia del Marketing digital se explora las distintas alternativas de comercio que se ofrecen a partir de la disposición acertada de los medios de comunicación, y como se han empleado en el caso particular de el micronegocio de Asados Yubely, con ello se encuentra que uno de los modos de hacer frente a los estragos causados por el Covid-19 es la movilidad y expansión que ofrecen los medios virtuales de comunicación, además de los aplicativos que permiten el menor contacto. Alternamente a la solución desde la virtualidad se piensa en las restricciones y con ello las medidas de bioseguridad que debe emplear el micronegocio Asados Yubely, para encontrar que no se llega a vincular todo lo que se propone en la salubridad debido al desconocimiento de los programas e instituciones que

económicamente se han generado a fin de reactivar la economía en los micronegocios. Con ello también se concluye que es necesario pensar en la formalidad legal a fin de apostar a nuevas y mejores oportunidades.

Objetivo general

1. Implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán, para la reactivación de micronegocios en post-pandemia.

Objetivos específicos

2. Recopilar fuentes teóricas para la comprensión del fenómeno de los micronegocios y su incidencia en el desarrollo económico de las ciudades.
3. Caracterizar el *establecimiento* “Asados Yubely” para visita y acompañamiento.
4. Establecer posibles rutas de acompañamiento y sensibilización para el *establecimiento* “Asados Yubely”, en los ejes de: mercadeo y comercialización, bioseguridad, financiación y asociatividad.

Análisis teórico

Implementación del programa “Economía para la gente” en la ciudad de Popayán, para la reactivación del micronegocios en post-pandemia.

El panorama real de la economía.

Inicialmente, para encontrar la relación de los conceptos economía y gente, y que posteriormente se lleven al contexto real de la economía a partir del resultado de la alarma sanitaria del Covid-19, es preciso que se reconozca el panorama real de la economía, que si bien es cierto, en su generalidad se ha mostrado abstracta, como lo menciona el texto “Economía para la gente” de Gene Callahan, de este modo, se ha presentado la economía desde la formalización de la matemática, condenándola más a un academicismo que de su realidad concreta. El texto de Callahan menciona: “Quizás haya sido la pretensión equívoca de suponer que la rigurosidad científica se encuentra en la exactitud formal de los modelos, en vez de la consistencia epistemológica del método analítico por el cual se plantea la discusión, en la búsqueda de la verdad. Callahan encuentra que el enfoque subjetivista austriaco ha permitido una concepción alternativa del objeto, alcance y características de la ciencia económica. De este modo se concibe la economía como una teoría de la acción humana, entendida desde la dinámica de la adaptación de los empresarios al cambio en el entorno, desde el análisis económico del empresario creativo. “En el enfoque austriaco el error empresarial es incorporado dentro del sistema como un factor a considerar; igualmente, la ganancia empresarial es vista como resultado de la perspicacia empresarial ante las oportunidades empresariales surgidas continuamente en el sistema”.

El sistema económico es percibido como una tendencia general de cambio o evolución, donde el equilibrio es imposible. Por otro lado, la competencia es vista como un proceso cambiante de rivalidad empresarial en la búsqueda incesante de nueva información útil. Se emplea la lógica verbal abstracta y formal para aprehender la condición temporal y cambiante en la cual se verifican las relaciones sociales. Además, la evidencia empírica es accesoria y complementa la lógica. El método austriaco presupone la deducción a partir de premisas apriorísticas sobre las condiciones bajo las cuales se verifica la Acción Humana. Finalmente, reconocen que es imposible predecir el futuro, que es indeterminado e indeterminable, dado que éste depende de conocimiento empresarial aun no creado. El analista sólo puede efectuar

Escuela de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, en oposición al grado.

predicciones cualitativas y teóricas sobre los patrones de descoordinación que se producen como resultado del intervencionismo que destruye el orden espontáneo. Los seres humanos, como sujetos experimentales, intentan aprender sobre el experimento, y modifican su comportamiento basados en lo que aprenden (Callahan, 2006).

Teniendo en cuenta que la realidad de la economía se teje desde los eventos de cambio, es preciso que se analice la crisis del Covid-19 como uno de los móviles que aceleran estos cambios afectando la economía, para este caso, las cuarentenas forzosas aumentaron la virtualización de las relaciones económicas y sociales. Es en esta medida que se analiza los impactos económicos en América Latina, ya que enfrenta la pandemia desde una posición más débil que la del resto del mundo. El covid-19 afecta a la región a través de cinco canales externos de transmisión: 1) La disminución de la actividad económica de sus principales socios comerciales y sus efectos. La región depende marcadamente de sus exportaciones, cuyo volumen y valor se reducirán por la recesión mundial. 2) La caída de los precios de los productos primarios. Las marcadas caídas de esos precios y el deterioro de los términos de intercambio tendrán fuertes efectos negativos en los niveles de ingreso de las economías latinoamericanas dependientes de esas exportaciones, aunque con diferencias significativas entre ellas. 3) La interrupción de las cadenas globales de valor. La disrupción de las cadenas de suministro, comenzando por los proveedores chinos y luego por la producción europea y estadounidense, afectaría principalmente a México y el Brasil, cuyos sectores manufactureros son los más grandes de la región. 4) La menor demanda de servicios de turismo. 5) La intensificación de la aversión al riesgo y el empeoramiento de las condiciones financieras mundiales. Esto conlleva una mayor demanda de activos seguros (por ejemplo, las tasas de rendimiento de valores de los Estados Unidos han llegado a niveles históricamente bajos), una menor demanda de activos financieros de la región y una importante depreciación de las monedas de sus países, como está ocurriendo (CEPAL, 2020).

Tiempos de cambios

Ante la visualización del panorama económico a partir del Covid-19, se analiza los efectos a la economía colombiana, no es novedad que el mundo ha atravesado en otros tiempos los efectos pandémicos que han desestabilizado los órdenes económicos por los cuales se rigen las sociedades. Es de este modo como han resultado teorías que piensan los modos de resolver

las crisis que resultan ante este tipo de sucesos mundiales. *La teoría del cambio* es una de ellas, surge de las opiniones expresadas que corresponden a los autores o editores, con el fin de publicarse para estimular un mayor diálogo sobre métodos de análisis de impacto.

Se emplea para referirse a representaciones específicas, en particular a aquellas que describen en mayor detalle los distintos planos del cambio, sus agentes y vías causales. A veces, esas representaciones muestran los factores contextuales que impulsan u obstaculizan el cambio, así como los supuestos en que este se fundamenta (condiciones necesarias para que funcione, pero que escapan al control de los ejecutores). Puede emplearse una teoría del cambio en la planificación estratégica, programática o de políticas con el propósito de determinar cuál es la situación actual (en términos de necesidades y oportunidades), qué situación se pretende alcanzar y qué hay que hacer para efectuar la transición entre una y otra. De ese modo, se trazan metas más realistas, se aclaran las responsabilidades y se acuerda una visión común sobre las estrategias que deben aplicarse para lograr las metas (Unicef, 2014).

Con ello se entiende que la teoría del cambio propone un modo de abordar la crisis, además de resultar útil para establecer qué datos es preciso recopilar y cómo deben analizarse. “Proporciona asimismo un marco para la presentación de informes. Para desarrollar una teoría del cambio no basta con rellenar una serie de cuadros; es importante velar por que la teoría represente adecuadamente aquello que la intervención persigue y cómo lo hace, de manera que satisfaga a sus futuros usuarios”. Una teoría del cambio óptima explica cómo se pretende impulsar el cambio, en lugar de limitarse a relacionar mediante flechas una serie de actividades y resultados previstos (Unicef, 2014).

Teniendo en cuenta el impacto de la pandemia sobre la economía en un país subdesarrollado como lo es Colombia, se cree que la teoría del cambio puede respaldar una evaluación de impacto de formas diversas. Ya que se ajusta para identificar, específicamente para este caso particular:

- los resultados intermedios que pueden utilizarse como indicadores de éxito, en situaciones en las que los impactos de interés no se producirán en el marco temporal de la evaluación
- aspectos de la ejecución que es preciso examinar

- factores contextuales que podrían ser pertinentes y que habría que abordar en la recopilación y el análisis de datos, por si se detectaran patrones.

Es así como, adoptar una buena teoría del cambio explicaría cómo se entiende y funciona un programa o una intervención, para seguidamente pensar en estrategias de innovación que resuelvan problemáticas.

Tiempos de innovación

Luego de analizar el modo de evaluar el cambio, es preciso adentrarse a reconocer las implicaciones de la innovación, será necesario ubicar el concepto en el panorama a emplear, en este caso, el concepto es remitido a plantear alternativas que generen soluciones al devastado desarrollo de la economía colombiana por la pandemia del covid-19 desde el micronegocio, teniendo en cuenta que es una problemática que afecta a una sociedad, se piensa en el concepto desde la *innovación social*.

De este modo se considera la innovación social como un proceso cultural producto de una comunidad concreta, obliga a objetivar cuáles serían las variables de los sistemas culturales y los procesos de acción social que impulsan el desarrollo de la innovación en cada contexto específico. Se puntualiza que la innovación supone el proceso por el que se buscan formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer las necesidades aún no cubiertas, satisfechas de manera deficiente o emergente. En la relación entre economía e innovación habría que referenciar como autor fundante a Schumpeter, quien describe la innovación como una secuencia holística e integral en la cual los aspectos económicos y sociales son más importantes, si cabe, que los científicos-tecnológicos aunque defenderá que sólo puede hablarse de innovación si, por un lado, la invención o descubrimiento generado en el ámbito científico entra efectivamente en el mundo empresarial, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos y productos que posteriormente van a difundirse en el tejido social a través del mercado y si, por otro, es posible constatar un cambio significativo con una determinada finalidad. Según esta última característica se aprecia que Schumpeter estaba interesado en las innovaciones radicales, poniendo especial atención en las tensiones, ambigüedades y contradicciones de las sociedades hacia la modernidad (los procesos económicos no están exentos de estos procesos). Por último,

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

se puede observar que en la propuesta de este autor la innovación será la clave para comprender los procesos de desarrollo, constituyéndose en un aspecto de gran relevancia para analizar los procesos que generan cambios en el ámbito del bienestar social. De una manera general se podría decir que, en la reflexión de la disciplina económica, la innovación es un proceso complejo que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios (José HernándezAscanio, 2016).

Hacia la economía circular

Para aterrizar los procesos de la innovación, se proponen algunos de los principios de la economía circular que se ajustan a reducir los impactos negativos de la economía lineal ante el problema del covid-19, a fin de generar oportunidades comerciales y económicas. La Economía Circular se presenta como una alternativa al actual modelo de producción y consumo, con el potencial de resolver retos medioambientales, al mismo tiempo que abre oportunidades de negocio y crecimiento económico. Esta economía sugiere un cambio extremo en los lineamientos de la fabricación y adquisición de aquellos recursos, que intenta sostener y confortar el desarrollo socioeconómico, incorporando el trabajo de manera sostenible, sin involucrar las funciones ecosistémicas protegiendo los recursos naturales para las presentes y futuras generaciones. En una entrevista por (Alcubilla, 2015), se señala que una de las principales características de una Economía Circular debe abarcar el aumento de la resiliencia por medio de la diversidad, los sistemas diversos con muchas conexiones y escalas son más resilientes a los impactos externos que los sistemas contruidos simplemente para maximizar la eficiencia y el rendimiento. De este modo este modelo de economía propone pensar en sistemas, que es la capacidad de comprender cómo influyen entre sí las partes dentro de un todo y la relación del todo con las partes. El pensamiento de sistemas se refiere a la mayoría de los sistemas del mundo real: no son lineales, tienen una gran retroalimentación y son interdependientes. Con lo expuesto anteriormente se entiende que la reactivación de la economía involucra el conocimiento de un panorama real, no de supuestos lineales y que en Colombia particularmente se reconocen desde las partes que conforman la economía, como lo es el caso de los micronegocios.

La importancia de los micronegocios en Colombia

Teniendo en cuenta la actividad monetaria que proponen los establecimientos informales para el flujo de la economía, y su descaecimiento durante la aparición del Covid-19¹ se desea ahondar en su papel protagónico en la economía y su naturaleza que los define como micronegocios formales e informales. Habiendo en esta última nominación la *formalidad* y que el DANE define: micronegocio como una “Unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción”, se comprende de modo similar la naturaleza de los establecimientos que carecen en esta medida de los parámetros formales, ya que los micronegocios se definen por las actividades económicas que comprenden desde la pequeña miscelánea de barrio hasta los servicios de consultoría especializada, incluye las profesiones liberales, las ventas ambulantes y las confecciones al interior de la vivienda. Es un grupo muy heterogéneo y puede desarrollar la actividad en cualquier emplazamiento (vivienda, local, puerta a puerta, etc.) (social, 2020).” De este modo se comprenderá la naturaleza de los micronegocios y su variedad entre formales e informales.

Luego, está la importancia de definir la formalidad e informalidad. Un micronegocio formal:

- Cuenta con matrícula mercantil
- Lleva la contabilidad de su empresa: tiene un registro de los ingresos y gastos de su negocio, lo que facilita el control y la toma de decisiones.
- Inscribe en el Registro Mercantil las actas, libros y documentos.
- Paga los impuestos correspondientes
- Respalda a sus trabajadores, realizando los aportes de salud, pensión y parafiscales (ICBF, SENA y Cajas de Compensación Familiar).

Sin contar con algunas de las características de la formalidad, los micronegocios informales se encuentran en el rango del micronegocio al contar al igual que en su caso formal,

¹ COVID-19: Enfermedad respiratoria muy contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2.

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

con la figura del trabajador por cuenta propia, aquel que ejerce su profesión u oficio sin utilizar al trabajador remunerado. Además de contar particularmente con socios que llegan a ser los miembros de su familia o amigos. Es así como el micronegocio informal comprende también características como:

- Son propietarios(as) o poseedores(as) de los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica.
- Prestan servicios técnicos o profesionales siempre y cuando no sean subordinados(as).
- Son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos.
- Buscan su clientela. Los micronegocios pueden ser operados por una sola persona.

Dicho de este modo, las peculiaridades generales del micronegocio sea formal o informal, cuenta con características que los ubica en un rango de relevancia en el panorama por su popularidad. A continuación, se citan algunos porcentajes desde *La Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH*, que identifica “22,3 millones de ocupados, el 43% de estos ocupados son trabajadores por cuenta propia. Entre ellos conforman 5,1 millones de micronegocios. El 3,6% de los ocupados del país son patronos o empleadores. De ellos salen alrededor de otros 700.000 micronegocios, esto quiere decir que hay 5,8 millones de propietarios de micronegocios” (social, 2020).

En conformidad con las cifras que definen el contexto contemporáneo de la economía colombiana, es preciso que se inserte en este modelo mecanismos de reactivación para su resurgimiento y desarrollo. Teniendo en cuenta el impacto de la pandemia a la economía, y la dependencia de esta en el micronegocio.

Metodología

Asados Yubely en post-pandemia

Luego de analizar los referentes a tener en cuenta para visualizar la reactivación de los micronegocios en la ciudad de Popayán, es preciso reconocer el caso particular del micronegocio

Asados Yubely, ubicado al norte de Popayán, su propietaria Yubely Perafán en compañía de su hijo y una hermana, trabajan con productos típicos (chorizo, rellena, tamales, empanadas) de su pueblo natal Argelia Cauca. Yubely Perafán trabajaba desde su casa y por medio de redes sociales promocionaba sus productos, los cuales vendía a domicilio, lo que era muy rentable, a partir de este proveía el sustento para ella y su hermana que son madres cabeza de hogar. Al momento de aparecer el Covid-19 las ventas de Yubely bajaron hasta causar el cierre del micronegocio. Se reconoce este micronegocio como informal de acuerdo a las características ofrecidas por doña Yubely, quien afirma que su local no cuenta con registro en Cámara de Comercio, Rut, Segmentación de mercado, Plan de negocio y Plan estratégico de marketing.

Rutas de acompañamiento y sensibilización para el establecimiento “Asados Yubely”

Para iniciar el proceso de reactivación del micronegocio informal Asados Yubely, fue necesario “Iniciar con promesa de beneficio” el instructivo que promueve el “Acompañamiento para la reactivación de Micronegocios”, cuyo objetivo es proponer y acompañar planes de atención orientados a la reactivación social y económica de los micronegocios, de tal manera conocer la situación actual de los micronegocios para contribuir al desarrollo integral del ser humano, el acompañamiento y fortalecimiento de su unidad productiva para la reactivación. Los beneficios que ofrece la participación en este programa de “Acompañamiento para la reactivación de Micronegocios” permitirá al propietario desarrollar y fortalecer habilidades y competencias propias para la reactivación de su micronegocio, que se podrán ver reflejadas en el mejoramiento progresivo de la calidad, presentación, distribución y comercialización de sus servicios/productos (UNIMINUTO, 2020).

Mercadeo y comercialización.

Luego del primer acercamiento para la reactivación del micronegocio Asados Yubely, fue necesario aterrizar conceptos claves como lo es *El mercado* a fin de dar una mayor relevancia a la dinámica que se llevará a cabo, de este modo el concepto se lleva a la realidad para definir a un conjunto de personas que para este caso del micronegocio, tienen las necesidades por resolver para tener una mejor calidad de vida (PALANCAS DE REACTIVACIÓN, 2020), en este caso,

el apoyo a la hermana de doña Yubely, quienes son madres solteras. Seguidamente se hará obligatorio identificar el mercado, que, como se mencionó anteriormente, está dirigido a personas y responde a las necesidades alimenticias. Es indispensable, además, el reconocimiento de un menú de ventas a fin de conocer los precios, modo de distribución y promoción que se requiere.

Además, es preciso que se conozca el entorno en que se va a desarrollar la actividad económica, teniendo en cuenta que el negocio de doña Yubely se encuentra al norte de la ciudad de Popayán, que la mayoría de clientes son personas de su pueblo Argelia y que recurre a su cuenta de Facebook para hacer publicidad a sus productos, a partir de estos datos se reconocen unos espacios específicos que definen los clientes más potenciales.

Es indispensable también, reconocer la competencia que la conforman para el caso de Asados Yubely, otros establecimientos que generan los mismos productos, en este caso se hará importante encontrar los factores de exclusividad de los productos, como lo son: recetas especiales, promociones, horarios exclusivos, entre otros. Para este ello se hará indispensable seguir las recomendaciones de *la mezcla de Mercadeo o Mix Comercial*, que se refiere la combinación de contar con un **excelente** producto, un **precio** aceptable, competitivo para el cliente, acertados **canales de comercialización**, una estrategia de **promoción**, medios de **comunicación** y buen **servicio al cliente**.

También se hará necesario considerar las fortalezas y debilidades internas para tener un producto que ofrezca ventajas comparativas, luego, se debe pensar en la estrategia de promoción para los productos más comercializados, en este caso: chorizo, rellena, tamales y empanadas, sus canales de comercialización para la difusión post venta y precio de cada uno.

Para la comercialización del producto, desde el local hasta llegar al consumidor, es importante revisar el trabajo coordinado que viene realizando doña Yubely y su hermana, en las dinámicas de comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, asumir riesgos y obtener información del mercado (UNIMINUTO, 2020).

Seguidamente, es necesario que Asados Yubely se centre en los movimientos monetarios de las finanzas². Es importante que se piense, además, en el orden de los mecanismos para generar

² Finanza: definida como el modo en cómo se obtiene y gestiona el dinero.

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

ahorro e inversión. Así, permitir hacer una revisión de los ingresos a fin de definir las ganancias de la inversión.

Se sugieren de este modo, consejos para el manejo personal del dinero:

- Fijar prioridades, atender su salud y necesidades mínimas de calidad de vida.
- No tema endeudarse, el crédito es una opción muy importante para soportar el progreso de las personas.
- Distribuir racionalmente el dinero, establezca el monto de su ingreso que destinará para atender cada una de sus necesidades y compromisos.
- No compre por impulso, toda compra debe estar debidamente justificada dentro de la racionalidad del manejo de las finanzas personales.
- No gaste más de lo que gana.
- Haga un presupuesto personal o familiar de corto y mediano plazo dependiendo de sus proyecciones.
- Ahorre, el dinero que recibe hoy es parte del que usted dispondrá para mañana.
- No supere el límite de endeudamiento, las entidades financieras consideran que, en promedio, una persona o familia no debe endeudarse en más del 30 por ciento de sus ingresos fijos (UNIMINUTO, 2020) .

También se sugiere recomendaciones para manejar los gastos³, estos se deben registrar y organizar, ya que de este modo se podrá saber cuánto dinero se necesita para vivir y si hay gastos que se puedan moderar, delimitando los gastos fijos de los gastos variables, se sugiere organizar los gastos en: gastos diarios⁴, gastos mensuales⁵ y gastos anuales⁶. Por otro lado, está el pensar la manera de ahorrar, aunque el personal de Asados Yubely emplea un tipo de ahorro, se hace a manera independiente para responder a necesidades particulares de cada uno de los trabajadores. De este modo, se insta a pensar el ahorro⁷ desde la finalidad del objetivo, son diversos los mecanismos que en la actualidad promueven el ahorro dependiendo de los intereses de quien lo

³ Los gastos son los distintos usos que se le dan al dinero. Estos pueden ser necesidades, obligaciones o gustos personales.

⁴ Gastos diarios: Los gastos diarios representan el dinero que gastas en el transcurso de un día normal.

⁵ Gastos mensuales: Los gastos mensuales incluyen el alquiler, los servicios públicos y el pago del préstamo o las tarjetas de crédito.

⁶ Gastos anuales: Por lo general son impuestos o cualquier otra cuenta que sólo tienes que pagar una vez al año.

⁷ Los ahorros son la acumulación de activos. Es una parte del ingreso que no está destinado al gasto y el cual está reservado a cubrir necesidades futuras; este puede estar claramente ligado a una meta, objetivo o imprevistos que se puedan llegar a presentar en un futuro.

empresa desde la herramienta del presupuesto⁸, que para el caso de doña Yubely, piensa el ahorro desde la inversión a su micronegocio.

Luego de conocer la iniciativa de doña Yubely en el ahorro y préstamo para invertir en su micronegocio se le sugiere elegir un préstamo adecuado a su negocio, préstamos que le permitan producir dinero para pagar su deuda con más facilidad.

Beneficios de la Asociatividad

Además, para lograr mejor alcance en la comercialización, es preciso informarle a doña Yubely los beneficios de la asociatividad⁹ La asociatividad empresarial “es la capacidad de una cadena productiva para trabajar juntos, mediante el desarrollo de esquemas de trabajo que permitan obtener beneficios en cuanto a disminución de costos y sincronización de la cadena para el aumento de la competitividad”. Es una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva, en donde cada uno de los asociados mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, tomando la decisión de si integrase o no en un esfuerzo conjunto para el logro de objetivos comunes. En este caso se incita a mirar los beneficios, entre ellos se cuentan:

1. Resolver y enfrentar problemas de manera conjunta respetando la autonomía de los participantes.
2. Promover el uso y desarrollo de la complementariedad.
3. Reducción de costos.
4. Se comparte riesgos, costos y beneficios.
5. Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
6. Mayor poder de negociación.
7. Incremento de la producción y productividad.
8. Aprovechar las oportunidades, neutralizar las amenazas, poner a disposición sus fortalezas y disminuir sus debilidades (PALANCAS DE REACTIVACIÓN, 2020).

Luego de exponer los beneficios de la asociatividad, se debe proponer las diferentes alternativas que la promueven, para este caso, los diferentes espacios generados desde el turismo a través de

⁸ Presupuesto: es un registro de dinero que se está ingresando y del dinero que sale, es una manera organizada de manejar las cuentas.

⁹ Asociatividad: Mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas, personas o territorios en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes.

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

las cocinas tradicionales en la ciudad de Popayán. En este proceso de asociatividad será indispensable empezar por la primera etapa de gestación, en donde se reconocerán los pares que pueden jugar como aliados y los espacios que llegarán a ser estratégicos.

Entrar en el comercio electrónico es innovar

Para potencializar el mercado, es importante considerar la función del marketing digital, que es la forma en que se está promoviendo los productos en línea a través de internet y otras vías digitales. En el caso de Asados Yubely, se realiza un Marketing en redes sociales a través del Facebook personal de doña Yubely, por lo que es necesario instarla a que cree una fan page o portal web en el cual se defina publicidad sólo en relación a los productos del asadero, a fin de generar clientes potenciales y mejorar la fidelidad.

Son muchas las ventajas que se adquieren al integrar de manera oportuna internet al desarrollo del micronegocio, se debe hacer énfasis a doña Yubely que fue precisamente a través de Facebook que ella vuelve a reactivar las ventas en su local e inicia las ventas a domicilio, teniendo en cuenta este detalle, se debe exponer que además de las ventas, es posible que a través de este medio se logre relacionar con todos los que son parte de su cadena de valor (proveedores, prestadores de servicios, distribuidores), mejoran sus resultados económicos, y ello tiene un efecto directo en la economía nacional (Felipa, 2017).

De esta manera se hace práctico el modelo circular que señala en una de sus principales características “abarcar el aumento de la resiliencia por medio de la diversidad, los sistemas diversos con muchas conexiones y escalas son más resilientes a los impactos externos que los sistemas construidos simplemente para maximizar la eficiencia y el rendimiento. De este modo este modelo de economía propone pensar en sistemas, que es la capacidad de comprender cómo influyen entre sí las partes dentro de un todo y la relación del todo con las partes” así se entenderá la participación que se entreteje a partir de este canal masivo de comunicación.

Ante los desafíos que puede presentar el incorporarse a la virtualidad para generar desarrollo en el micronegocio, se debe enfatizar que el tamaño de la empresa no interesa, que lo importante es que tan lejos se quiera llegar, de esta manera, los pequeños negocios pueden acceder a internet en general y al comercio electrónico en particular. Teniendo en cuenta que la implementación de los portales virtuales implica de primera entrada la innovación, se hará

necesario reconocer para el micronegocio de Asados Yubely que es necesario un cambio estructural en la información y que esta requiere mayor interacción para evidenciar la participación. Ante esta dinámica se debe resaltar que esta alternativa de marketing requiere la actualización de procesos continuos ya que la innovación también es sugerida por las empresas que proveen tecnología.

Al reconocer la importancia de la innovación también se insta a reconocer el lugar de la mujer como parte de los cambios positivos de la economía. Las mujeres se incorporan al mundo empresarial de diversas formas: como trabajadoras libres, con pequeñas y medianas empresas, con emprendimientos y, de muchas otras maneras, en esta naturaleza se reconoce el trabajo de doña Yubely, para que este género tome conciencia del potencial empresarial, es importante que se superen obstáculos como los riesgos de acceder a los créditos, teniendo en cuenta que es una posibilidad ya recreada en doña Yubely, es importante que ella reconozca que la inversión no solo se hace evidente en el micronegocio, sino también en la formación y en la tecnología, así se puede asegurar la solidez y permanencia en el tiempo.

Además, es importante que doña Yubely Perafán esté informada de la relevancia que el gobierno colombiano le da a los micronegocios, a partir del liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han establecido las bases del Plan Nacional de Desarrollo-PND “Prosperidad para todos 2010-2014 con ambiciosos objetivos en materia de desarrollo económico y empresarial” uno de ellos es lograr la apropiación de políticas gubernamentales y la creación de una cultura organizacional en Colombia, ya que esta puede cambiar los paradigmas de comunicación idóneas para que la mujer se decida a crear empresa, lo cual fomentaría la calidad de vida tanto familiar como laboral (Arboleda, 2014)

Teniendo en cuenta que la idea es aportar a la reactivación de los micronegocios, se debe exponer a doña Yubely, las diversas entidades e instituciones que creen en el aporte económico que generan los micronegocios en Colombia, dicho de este modo, se expone como ejemplo La oficina para la protección financiera del consumidor, que genera la “Asistencia financiera para propietarios de pequeños negocios” que reconoce: “Las pequeñas empresas, incluidos los negocios cuyos propietarios pertenecen a minorías o sean mujeres, constituyen la base de la economía de nuestro país”, por tal razón, El Congreso de la nación promulgó la Ley de Asistencia, Alivio y Seguridad Económica por el Coronavirus, o Ley CARES, para minimizar el

impacto de la pandemia. Esta ley incluye el “Paycheck Protection Program” (en inglés), PPP, o Programa para la Protección del Salario de la “Small Business Administration”, SBA, o Agencia Federal de Pequeños Negocios, el cual ofrece opciones de préstamos y alivio de deudas para este tipo de negocios. Estos fondos también les permiten a las pequeñas empresas pagar los salarios de sus empleados y cumplir otras obligaciones en el corto plazo, como, por ejemplo; los intereses de hipoteca, la renta y los costos de servicios públicos (Consumidor, 2020).

Los micronegocios y los protocolos de bioseguridad

Luego del proceso de acercamiento contextual de la economía en tiempos de post-pandemia al micronegocio Asados Yubely, se precisan las medidas de seguridad que juegan en el presente inmediato con la calidad del servicio, de esta manera se hará necesaria una orientación en los protocolos de bioseguridad. Teniendo en cuenta que el micronegocio de doña Yubely no contaba con todos los protocolos de bioseguridad para atender sus ventas, se sugieren los siguientes:

1. Distanciamiento social, 2 metros.
2. Uso de tapabocas y caretas de protección facial.
3. Lavado de manos adecuado y frecuente.
4. Limpieza y desinfección de superficies y herramientas de trabajo.

Bioseguridad en establecimiento:

1. Disponer de puntos de alcohol para la higiene de trabajadores y clientes.
2. Solicitar la higiene de manos a los clientes al ingresar al establecimiento, al igual que el uso de tapabocas.
3. Priorizar la entrega de productos o alimentos para llevar o consumir fuera del local.
4. Ampliar los servicios de pago digital, disminuyendo el flujo de dinero en efectivo.
5. Realizar la protección de los alimentos durante la exhibición, con el uso de papel aluminio, tapas, vitrinas, etc.

Recomendaciones:

1. Asegúrese de disponer de todos los elementos de protección y limpieza para usted y sus trabajadores.
2. Descargue la aplicación CoronApp y manténgase informado (Uniminuto, 2019).

Resultados y discusiones

Luego de hacer un recorrido de las generalidades para la reactivación de los micronegocios y exponer las necesidades de Asados Yubely, se encuentra en este, un proceso que requiere acompañamiento continuo a fin de lograr el objetivo de activación en el mercado. Se tiene en cuenta que son variados los aspectos que en general los micronegocios desconocen para posicionarse y logren mantenerse. Las aproximaciones con la tecnología y el marketing se adoptan desde la popularidad afianzada desde la moda y no desde el sentido consiente, lo que permite que no se exploren las diferentes herramientas que promueven estos canales de comunicación.

La asociatividad como alternativa de comunión con pares, empieza a gestarse desde los orígenes de la región, en este caso con conocidos y residentes de Argelia Cauca en la ciudad, el aislamiento no ha contribuido para que Asados Yubely logre posicionarse con clientes propios de Popayán, por lo que se estima reforzar la idea de crear la fan page y a partir de esta activar constantemente la difusión de los productos. Se debe promover, además, la difusión constante de fotografías y promociones a fin de hacer un contenido más atractivo.

Luego, se explora que el espacio de trabajo requiere de la mayoría de elementos que componen el protocolo de bioseguridad, se insta a promoverlo a fin de adjudicar calidad y compromiso, detalles importantes que se requieren para la competitividad, aunque doña Yubely en el primer acercamiento admite que no lo hace por descuido sino por factores económicos, atendiendo a ello, se precisa del acompañamiento para adentrarse a los beneficios de la inversión. Consecuente a ello, se deberá reconocer las diferentes instituciones que están impulsando la reactivación de los micronegocios desde los préstamos, capacitaciones y concursos.

Conclusiones y líneas futuras de investigación

De la reactivación de los micronegocios en post-pandemia se concluye que: es indispensable el acompañamiento de conocedores de la actividad económica y mercantil, ya que los trabajadores independientes adjudican un desconocimiento de conceptos y movimientos claves que juegan en la sustentabilidad de los micronegocios.

También se reconoce la importancia del Marketing digital como factor determinante para la innovación y el crecimiento de los micronegocios, en el caso particular de Asados Yubely, resultó ser la alternativa para iniciar la reactivación desde los domicilios, por lo que se pretende seguir en su exploración.

Se concluye también que hay un desconocimiento de las diferentes instituciones que prestan acompañamiento económico para la reactivación de los micronegocios, lo que sigue siendo una barrera al momento de asumir los riesgos que implican los créditos y las inversiones.

Por otro lado, se hace necesario reconocerse en la formalidad legal, ya que de esta manera se hace más factible la participación en las ayudas financieras y programas institucionales que promueven la reactivación económica, un factor determinante a fin de promover el estatus y desarrollo efectivo de Asados Yubely.

Como línea futura de investigación en la reactivación económica de los micronegocios en post-pandemia, en la ciudad de Popayán, se propone una aproximación teórica sobre el estatus de identidad de la ciudad. Teniendo en cuenta que la economía de la región forja su estructura desde el turismo, en donde se encuentra una gran cantidad de trabajadores independientes a cargo de micronegocios, en el caso particular del producto de Asados Yubely sería indispensable, ya que no solo se promovería la cultura gastronómica sino también, la dinámica de entablar alianzas estratégicas que permitan la circularidad.

Bibliografía

Arboleda, M. E. (2014). *Emprendimiento y Tecnología, una oportunidad de Vida para la Mujer Colombiana*. Sevilla: Universidad Autónoma de Occidente.

Callahan, G. (2006). *Economía para la gente*. Cedice.

Estudiante de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Económicas, contables y administrativas, en operación de grado.

CEPAL. (2020). *América latina y el caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales*. CEPAL.

Consumidor, O. p. (2020). Asistencia financiera para propietarios de pequeños negocios.

Felipa, P. B. (2017). *Marketing +internet = e-commerce: oportunidades y desafíos*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

José HernándezAscanio, P. T. (2016). *El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances*. España: Ciriec.

PALANCAS DE REACTIVACIÓN. (2020). Uniminuto.

social, P. c. (2020). *Entendiendo los micronegocios*. Corporación universitaria Minuto de DIos.

Unicef. (2014). *La teoría del cambio*. Florencia : Centro de investigaciones Innocenti de UNICEF.

Uniminuto. (2019). Orientaciones Generales de Bioseguridad.

UNIMINUTO. (2020). *INSTRUCTIVO PARA EL ABORDAJE DEL PROPIETARIO DEL MICRONEGOCIO*. UNIMINUTO.