

# Memorias II Coloquio en Desarrollo Regional

## Impacto de la Pandemia en el Sector Empresarial de Girardot



**II COLOQUIO EN DESARROLLO REGIONAL:  
IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL SECTOR  
EMPRESARIAL DE GIRARDOT**

**MEMORIAS**

**GIRARDOT, 11 DE MAYO DE 2023**

**No. Edición 002**

## **COMISIÓN EJECUTIVA**

**Daniel Fernando Aguiar Hernández**

DIRECTOR EJECUTIVO DEL CENTRO DE ESTUDIOS CERUS

**Paolo Andrés Jiménez Oliveros**

SUBDIRECTOR DE INVESTIGACIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS CERUS

**Luisa Fernanda Aragón Moncaleano**

PRESIDENTA EJECUTIVA DE LA CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT,  
ALTO MAGDALENA Y TEQUENDAMA

**Miguel Angel Ávila Díaz**

DIRECTOR ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
SECCIONAL GIRARDOT

## **COMISIÓN ORGANIZADORA**

**Nancy Ortiz Almanza**

*Directora de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Girardot, Alto Magdalena y Tequendama*

**Adriana Leal Rodriguez**

*Coordinadora de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Girardot, Alto Magdalena y Tequendama*

**Amar Tatiana Martínez Guerra**

*Coordinadora de actividades ID+i del Centro de Estudios CERUS*

**Eneried Barón González**

*Apoyo Tecnológico del Centro de Estudios CERUS*

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES Y URBANOS PARA LA  
SOSTENIBILIDAD (CERUS)

Director Ejecutivo

**Daniel Fernando Aguiar Hernández**

Subdirector de Investigación

**Paolo Andrés Jiménez Oliveros**

Coordinadora de ID+i

**Amar Tatiana Martínez Guerra**

CÁMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT, ALTO MAGDALENA Y  
TEQUENDAMA

Presidente Ejecutivo

**Luisa Fernanda Aragón Moncaleano**

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL GIRARDOT

Director Académico

**Miguel Ángel Ávila Díaz**

MEMORIAS II COLOQUIO EN DESARROLLO REGIONAL: IMPACTO DE LA  
PANDEMIA EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE GIRARDOT

Copyright ©

2023

Girardot, Colombia

Eneried Barón González

**Diseño y Diagramación**

# Contenido

BIENVENIDA	7
<i>Doctor Miguel Angel Avila Diaz</i>	7
<i>MSc. Daniel Fernando Aguiar</i>	8
<i>Doctora Luisa Fernanda Aragón Moncaleano</i>	9
CENTRO DE ESTUDIOS CERUS	10
<i>Ph.D. Paolo Andrés Jiménez Oliveros</i>	11
COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT	18
<i>Cristian Tapia</i>	18
<i>Jaime Celis Herreño</i>	21
<i>Juan Carlos Rodriguez</i>	22
PONENCIA UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA SAM	25
<i>Jaime Adolfo Romero Perdomo</i>	26
<i>Efraín Enrique Granados Perdomo</i>	28
<i>Daniel Andrés Cardozo Ruiz</i>	29
<i>Oscar Daniel Guifo Roldán</i>	29
<i>Daniel Enrique Rodríguez Beltrán</i>	30
PONENCIA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS CENTRO REGIONAL GIRARDOT	33
<i>Erick Mauricio Alvarez Tobian</i>	34
<i>Marlen Deyanira Melo Zamora</i>	36
<i>Mariela Andrea Trujillo Prada</i>	38
PONENCIA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL GIRARDOT	40
<i>Dario Benavides Pava</i>	41
<i>Alberto García Manzanares</i>	41

El presente documento recopila las intervenciones realizadas en el II Coloquio en Desarrollo Regional “Impacto de la pandemia en el sector empresarial de Girardot”, evento realizado el 11 de mayo de 2023 en las instalaciones de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot. Dicho esto, a partir de la transcripción realizada al evento, este documento presenta los aspectos mas relevantes de cada intervención.

## **BIENVENIDA**

---

**Doctor Miguel Angel Avila Diaz**

Director Académico

Universidad de Cundinamarca seccional Girardot

Buenos días para todos. Para la universidad de Cundinamarca es muy importante brindar estos espacios para este tipo de eventos. La universidad en conjunto con el Centro de Estudios Regionales para la Sostenibilidad CERUS hemos venido trabajando de manera continua en la generación de información (gráficos y estadísticas) que permita tener un criterio en la toma de decisiones y creo que ese es el elemento fundamental por el que la Universidad de Cundinamarca apoya estas iniciativas. Los resultados obtenidos de estos datos nos permitirán tener un conocimiento más claro de la región y Girardot y desde allí, con un trabajo acompañado desde la academia y el sector productivo, tomar decisiones que serán importantes para el desarrollo de nuestra ciudad.

Muchas gracias y bienvenidos a este coloquio.

## **BIENVENIDA**

---

**MSc. Daniel Fernando Aguiar**

Director Ejecutivo

Centro de Estudios Regionales y Urbanos para la Sostenibilidad,  
CERUS

Buenos días para todos. En nombre del Centro de Estudios Regionales para la Sostenibilidad CERUS estamos muy agradecidos por haber podido realizar un año más este evento junto a la Cámara de Comercio de Girardot, ya celebrando nuestro segundo coloquio. Para nosotros también es muy importante que la Universidad de Cundinamarca, encabezada por el doctor Miguel Ávila, haya podido hacer parte este año porque es importante que las universidades que se encuentran en el municipio se vinculen a este evento que cada día crece más. El año pasado la dinámica incluía solamente hacerlo entre Cámara de Comercio y el Centro de Estudios CERUS, pero decidimos, con la Dra. Luisa Aragón, incluir instituciones académicas a este importante evento. Agradezco también al sector productivo de la ciudad por acompañarnos el día de hoy y a los amigos que trabajan en las distintas universidades quienes permitieron que esto fuese posible. La idea que queremos con este coloquio es que logremos avanzar en el desarrollo empresarial de la región y sé que con ayuda de los ponentes que hoy nos acompañan podremos hacerlo.

Muchas gracias

## **BIENVENIDA**

---

**Doctora Luisa Fernanda Aragón Moncaleano**

Presidente Ejecutiva

Cámara de Comercio de Girardot, Alto Magdalena y  
Tequendama

Buenos días a los estudiantes que hoy nos acompañan, a los comerciantes, muy agradecida con el Dr. Miguel Ávila, estamos contentos de su vinculación en nuestro segundo coloquio. Un agradecimiento especial a Daniel Aguiar, director ejecutivo del Centro de Estudios CERUS por invitarnos desde hace más de un año que iniciamos todo este estudio con el primer coloquio. Darle un agradecimiento también a nuestros miembros de Junta por estar acá, a los compañeros de la Cámara de Comercio y a todas aquellas personas que creen en el desarrollo del municipio de Girardot y la región. Para la Cámara de Comercio es muy importante generar estos estudios, los cuales iniciamos hace un año en compañía de la corporación CERUS, con un estudio que nos permitió conocer cómo han cambiado, en los últimos 30 años, los sectores económicos del municipio de Girardot.

Para esta ocasión nos alegra la vinculación de las distintas universidades de la ciudad, porque sabemos que lo más importante es la unión y el trabajo en equipo para promover este desarrollo junto al sector privado y público, pues es hecho por y para los girardoteños para generar desarrollo económico. Nuevamente les agradecemos, por estar acá por apoyarnos e iniciar este proceso y para mostrarles en particular los resultados del estudio que se realizó con la corporación CERUS. Agradecemos también el apoyo de las universidades que buscan el desarrollo del municipio y que han sido aliados estratégicos para nosotros como Cámara de Comercio para fortalecer y permitir que nuestros comerciantes cada día sean más competitivos.

Muchas gracias y muy amables por estar acompañándonos

▶ **INTERVENCIÓN:**

**CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES Y URBANOS  
PARA LA SOSTENIBILIDAD (CERUS)**

---

## **PONENCIA**

---

### **DINÁMICA DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN GIRARDOT 2018-2021**

**Ph.D. Paolo Andrés Jiménez Oliveros**

Subdirector de Investigaciones

Centro de Estudios Regionales y Urbanos para la Sostenibilidad,  
CERUS

En el centro de Estudios CERUS realizamos un informe el año pasado titulado Dinámica de Creación de Empresas en Girardot 2018-2021. Son cuatro años de referencia: dos años antes y dos años durante la pandemia, en ese periodo de tiempo se enmarca el análisis que fue realizado.

Algunos datos importantes:

- El impacto económico mundial de la pandemia ocasionada por el COVID-19 se compara con la crisis de 1929, particularmente en países en desarrollo que dependen mucho de la exportación de materias primas.
- Respecto a la economía formal, la CEPAL nos dice que antes de la pandemia el 99.5% de las empresas de la región eran MiPymes en América latina, teniendo un alto impacto en la producción de empleo, pero un bajo peso en el PIB.
- En Colombia, de acuerdo con cifras del DANE, la pandemia ocasionó que la economía en el año 2020 se redujera en un 7%, la tasa de desempleo creciera en un 15,7% y la inflación en un 1,6% por la contracción de la economía.
- De acuerdo con Confecámaras en el 2021 el 99,5% de las empresas creadas corresponde a microempresas, este dato es muy diciente, el 0,4% corresponde a pequeñas empresas y solo el 0,3% a medianas y grandes empresas.

En el análisis realizado se tuvieron en cuenta las matrículas canceladas (MC), inactivas (MI), activas (MA) y renovadas (MR). Lo que hicimos fue identificar los tres tipos de empresas en que se encontraron matrículas nuevas de todos los sectores de la economía (primario, secundario, manufactura, terciario y cuaternario) tomando de cada uno de ellos los tres tipos de empresas con más matrículas nuevas en ese periodo de tiempo. Seguido de esto, se identifica el tipo de matrículas para cada sector realizando un análisis donde se determina el comportamiento histórico de cada matrícula y el total de empresas registradas en los años de referencia y finalmente se presenta la relación por sector entre matrículas de los años 2018-2019 es decir, prepandemia y los años 2020-2021 de pandemia.

### **Sector Primario.**

El sector primario, es un sector que aporta muy poco en términos económicos. Los tres tipos de establecimientos con el mayor número de matrículas nuevas fueron:

- **Cría de ganado bovino y bufalino.** De los tres establecimientos matriculados en el 2018, 1 presenta MI, 2 presentan MA renovado por última vez en 2019, de los establecimientos matriculados en este año 1 presenta matrícula renovada por última vez en 2021. Aquí lo que estamos analizando es que paso con los 3 que se matricularon en el 2018 y con el que se matriculo en 2019. Finalmente tomando como años de referencia los años 2018 y 2019 es posible resaltar que en 2018 fueron matriculados 3 establecimientos donde ninguno fue renovado año a año, es decir 3 establecimientos nuevos se crearon en el 2018 pero no fueron renovados año a año hasta 2021. En 2019 fue matriculado 1 establecimiento nuevo el cual fue renovado año a año hasta 2021, en el resto de los años no se matricularon establecimientos nuevos.
- **Cría de aves de corral.** Tomando como referencia 2018 y 2019 en 2018 fue matriculado 1 establecimiento, pero

este no fue renovado año a año hasta 2021. Lo que nos interesaba mucho en el análisis era cuantos de estos establecimientos que se matricularon nuevos en 2018 fueron renovados año a año hasta 2021 y en 2019 no fue matriculado ningún establecimiento por lo que solo tenemos 2018-2019.

- **Propagación de plantas. Actividades de viveros excepto viveros forestales.** Tomando como referencia los años 2018-2019 no fue matriculado ningún establecimiento, solo se matriculan 2020-2021.
- Finalmente, se presenta la relación existente entre los establecimientos matriculados en el año prepandemia y cuantos de estos renovaron en 2021 y tenemos que del total de los establecimientos matriculados en 2018 – 2019, es decir prepandemia, menos de la mitad renovaron su matrícula hasta 2021 representando solamente un 20%.

### **Sector secundario.**

Los tres tipos de establecimientos con el mayor número de matrículas nuevas fueron:

- **Terminación y acabados de edificios y obras de ingeniería civil.** Tenemos muchas más matrículas, lo interesante de aquí es que tomando en cuenta los años 2018 y 2019 de los 17 establecimientos matriculados en 2018 solo 5 se renuevan año a año hasta 2021, es decir 29,4% y de los 7 establecimientos matriculados en 2019 solo 6 fueron renovados año a año hasta 2021, es decir el 85,7%. Menos de la mitad fueron renovados año a año hasta el 2021.
- **Construcción de edificios residenciales.** Tomando como referencia 2018-2019 de los 25 establecimientos matriculados en 2018 solo 10 se renovaron año a año hasta 2021 y de los 17 que se matriculan nuevos en 2019, 10 fueron renovados año a año hasta 2021, solamente se

llega a un 58,8% en 2019.

- **Construcción de otras obras de ingeniería civil.** Tomando como referencia 2018-2019 de los 11 establecimientos nuevos de 2018 solo 7 se matriculan año a año hasta 2021 y de los 12 que se matriculan en 2019 solo 6 se matriculan año a año hasta 2021.
- Finalmente, para este sector secundario, del total de los establecimientos matriculados en 2018-2019 menos de la mitad renuevan la matrícula hasta 2021, es decir, un 46,5%. Como en el caso anterior no se llega a un 50% de renovaciones año a año.

### **Industria Manufacturera.**

Los tres tipos de establecimientos con el mayor número de matrículas nuevas fueron:

- **Elaboración de productos de panadería:** Es muy interesante tener en cuenta que la industria más característica de Girardot es la industria panadera, que es una industria ligera. Tenemos, 2018-2019, de los 17 establecimientos nuevos que se matriculan en 2018 solo 1 se renueva año a año hasta 2021 es decir el 14,29% y de los 17 que se matriculan en 2019, solo 7 fueron renovados año a año hasta 2021, es decir, el 41,18%.
- **Elaboración de otros productos alimenticios, no categorizados previamente:** Tenemos que para los años de referencia prepandemia (2018-2019) en 2018 solo 3 fueron renovados año a año hasta 2021 y en 2019 solo 1 fue renovado año a año hasta 2021, es decir, el 33.3%.
- **Fabricación de productos metálicos para uso estructural:** De 3 que se matriculan en 2018 solo 1 se renueva año a año hasta 2021 y de 6 en 2019 solo 2 se renuevan año a año hasta 2021.

- Teniendo en cuenta este sector manufactura, se puede concluir que los establecimientos matriculados en el año 2018-2019 menos de la mitad renuevan su matrícula año a año representando solamente un 36%.

### **Sector terciario.**

El sector terciario es el sector más importante en Girardot. Los tres tipos de establecimientos con el mayor número de matrículas nuevas fueron:

- **Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento:** De los 76 establecimientos nuevos que se crearon en 2018 solo 9 renuevan año a año, es decir, apenas un 11.84% y en 2019 de los 90 establecimientos solo 19 se renuevan año a año. Es decir, solamente el 21.11% como lo vemos lejísimos de una tasa de 50%.
- **Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco:** En el 2018, de los nuevos 104 establecimientos nuevos solamente 40 llegan hasta el 2021 matriculado y de los 101 que se matriculan en 2019 solamente 38, también las tasas están muy lejos de llegar a un 50%.
- **Expendio a la mesa de comidas preparadas:** En el año 2018, de los 85 nuevos, solo 25 llegan matriculados año a año hasta 2021 y de los 105 el 2019 solamente llegan 44 renovados año a año hasta 2021, también la tasa está lejos de llegar al 50%.
- Finalmente, del total de los establecimientos matriculados en 2018-2019 menos de la mitad renuevan su matrícula representando solamente un 31.19% y esto teniendo en cuenta que este sector es característico de la ciudad de Girardot.

## Sector cuaternario.

Este sector, en donde el conocimiento tiene el papel principal, es una división de los sectores económicos que se ha venido tomando en consideración en los últimos 20 años y a continuación se muestran los tres tipos de establecimientos con el mayor número de matrículas nuevas:

- **Otras actividades recreativas y de esparcimiento no clasificadas anteriormente:** De los 17 establecimientos nuevos en 2018 solo 6 se renuevan año a año, es decir, solo un 37.5% y de los 17 establecimientos matriculados en 2019 solo 10 se renuevan año a año, es decir, el 58.82% aquí al menos llegamos a tasas mayores del 50%.
- **Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas no categorizadas anteriormente:** En el año 2019 fueron 4 nuevas, solamente llega 1 matrícula renovada hasta 2021 y de los 10 establecimientos en 2019, solo 3 fueron renovados año a año hasta 2021, representando respectivamente el 25% y el 30%.
- **Actividades de juego de azar y apuestas:** En el año 2018, de los 17 que se crearon solamente 1 renueva año a año la matrícula hasta 2021 y de los 7 establecimientos en 2019 ninguno se renueva año a año hasta el 2021.
- Para este sector, se muestra que el total de establecimientos matriculados en 2018-2019 menos de la mitad renueva su matrícula, es decir, solamente un 29.16%.

## Consideraciones finales.

Este análisis es interesante en la medida en que no es solamente cuantos se matriculan año a año sino cuantos de ellos renuevan su matrícula. En este informe se tiene claramente establecidos cuantos de los que crearon matrícula nueva la tienen inactiva o cancelada en ese periodo. Es importante porque los informes técnicos sirven como fundamento para proyectos de

investigación.

En cada uno de los sectores analizados, en lo que se refiere a la matrícula mercantil año a año, ninguno llega a una tasa mayor del 50% del total de los establecimientos utilizados como referencia: en el sector primario solamente el 20%, en el secundario 46.5%, en el manufacturero 36%, en el terciario 31.2% y en el cuaternario 29.2%.

Estos resultados permiten analizar qué tan efectivas son las medidas tomadas por las instituciones públicas y privadas en materia de ayuda a las MiPymes y la Cámara de Comercio ayuda a este tipo de informes para empezar a analizar qué tanta efectividad tiene lo que ellos hacen, porque la idea es que se matriculen y continúen en el tiempo los establecimientos que se crean.

## PONENCIA

---

### DINÁMICA DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN GIRARDOT 2018-2021

#### RONDA DE PREGUNTAS A COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE GIRARDOT

#### CRISTIAN TAPIA.

*Contador público, líder del sector comercial de Girardot*

#### **¿Cómo se vio impactado en la pandemia, su actividad económica, su actividad laboral?**

La información que acabamos de ver nos deja una claridad con el tema de las renovaciones de las empresas durante estos años. Ejercí la actividad comercial desde los 17 años como herencia de mis padres que también son comerciantes de Girardot. Como comerciante, recordemos que el cierre por pandemia fue en vísperas de un puente festivo, pienso que todos en general nos preparamos para estas fechas y estas temporadas donde llega el turista, por lo que coloquialmente hablando “coloqué toda la carne en el asador”, eso ocasiona que me haya quedado con toda la mercancía y sin efectivo. Fueron momentos de mucha incertidumbre de mucho estrés, mi establecimiento duró cerrado 3 meses. Luego de eso optamos por comercializar los productos que se podían vender (tapabocas, gel, alcohol) en las casas de los empleados, para así apoyarnos entre todos, igualmente se compartió por redes sociales algunos kits que formamos de estos productos, esa fue la dinámica que llevamos a cabo durante estos tres meses que duró totalmente cerrado el establecimiento.

Posterior a esto se pudo volver a abrir gradualmente y desde el grupo de comerciantes que estábamos al tanto de todos los decretos que salían durante la pandemia nos empezamos a organizar y armamos ciertos compromisos entre nosotros

como adquirir todos los instrumentos necesarios para poder cumplir con los protocolos de bioseguridad, también hicimos unos acercamientos con la administración municipal y gracias a esto fuimos de los primeros municipios en re-abrir la economía, porque fuimos organizados, presentamos de manera masiva los protocolos, entonces no le dieron la apertura a uno solo sino de manera homogénea a casi todos los comercios. Después de esto, considero que nos fue muy bien, también vimos algunas empresas que tenían mucha mercancía en sus bodegas y debido a la escasez de productos por el cierre de países y demás, muchos lograron venderlos y recuperar la inversión realizada. En el final del año 2020 y el 2021, la dinámica de la economía fue muy buena y poco a poco nos hemos venido recuperando en la reactivación económica. Considero que la gente aun prefiere realizar compras presencialmente a pesar de que en la pandemia las compras virtuales y las ideas de negocios virtuales era lo que se mas se veía. En este año, la economía se viene nivelando y de eso se trata ser comerciante, ser arriesgados y querer salir adelante. Pienso que, de la pandemia debería quedarnos la enseñanza de la unión como gremio y como sector para seguir trabajando en otros factores que nos agobian como es el tema de la inseguridad, aunque esa fuerza que se vio en pandemia durante estos años se ha venido diluyendo.

**¿Por qué considera que esa unión se ha venido diluyendo?**

Pienso que es por el mismo afán de su día a día en su negocio, se centran en su comercio, pero dejan de lado el tema colectivo, por eso mencioné el tema de los protocolos, como era algo colectivo todos debimos trabajar en eso para que nos beneficiáramos a la vez, pero de nuevo todos estamos enfocados en lo de cada uno y considero que colectivamente se puede mejorar muchos temas como la inseguridad, el tema del espacio público, la competencia desleal. Por otro lado, el tema financiero: las soluciones que nos dieron los bancos no fueron soluciones realmente, conozco muchos comerciantes que se

acogieron a los 3 meses de insolvencia que al final provocó que se le encarecieran los créditos, embargos, entre otros. Muchos de nosotros tuvimos que desistir de los negocios o incluso hoy en día hay comerciantes que siguen pagando créditos o “alivios” que no ayudaron en nada.

Algo que le sirvió al comercio fue las ayudas del gobierno y el subsidio a la nómina. Hubo muchos comerciantes que se beneficiaron de ese subsidio y fue realmente de gran ayuda para mantener a los trabajadores. Sin embargo, debido a que uno de los requisitos era tener más de 10 empleados desafortunadamente muchos comerciantes de aquí no pudieron acceder a este. En el gobierno local, no recuerdo un subsidio o ayuda que les hayan llegado, no conozco el primero que haya recibido de estas ayudas. Si hubo convocatorias e inscripciones para el tema de peluquerías o panaderías, pero para el resto de comercio no vi ayudas.

### **¿Qué le dejó la pandemia en cuánto a innovación que ahora ustedes utilicen en sus empresas?**

Considero que lo más importante fue la unión que tuvimos como comerciantes en el sector y que debe ser importante seguir queriendo nuestro entorno, tener sentido de pertenencia de lo que nos rodea, si estamos unidos podemos lograr grandes cosas, como lo mencionaba anteriormente, por lo que es importante mantenernos unidos; también, a manera más personal me permitió crear más catálogos de los productos que vendo, publicar en estados, atraemos a la gente con fotos, en general, a mejorar el servicio que antes no se manejaba en ese sentido.

Yo quería hacer una apreciación sobre el informe, pues me causa curiosidad que en el informe no viene relacionado la actividad comercial de los comerciantes del sector centro de Girardot, más específicamente la que tiene código CIU número G4719. Yo tengo un estudio y un análisis pues para nadie es

un secreto que acá en Girardot nos subieron los impuestos de manera desconsiderada y exagerada en plena pandemia, es importante mencionarlo. Yo solicité a la Cámara de Comercio una estadística de las tarifas que aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron, y cuantas matriculas había en esa actividad y esto no la vi en el informe, por lo que surge este cuestionamiento de como estaba el sector comercial del centro de Girardot antes de la pandemia y después de la pandemia.

### **JAIME CELIS HERREÑO.**

*Administrador Financiero. Asesor del Banco Caja Social. Propietario del Restaurante Bimi Naru Fusion Food*

#### **¿Cómo se vio impactado en la pandemia, su actividad económica, su actividad laboral?**

Quisiera empezar con mi experiencia en la entidad financiera porque allí fue donde viví todo el impacto como tal de la pandemia y tuve contacto con muchos comerciantes, muchos de ellos informales los cuales no pudieron acceder a los beneficios que nos comentaba anteriormente el compañero. Como vimos en el informe hay muchos que no renuevan matriculas, viven de la informalidad, ellos fueron los que no pudieron hacer parte del subsidio de nómina, también vi como muchos se reinventaron y les funcionó y otros que al hacerlo no les trajo beneficios.

También se logró observar el tema de los colegios y el manejo de las plataformas virtuales, pero pudieron emprender de alguna manera como por ejemplo un profesor que empezó dando clases por un canal de YouTube, desde allí se pudo ver que todos podíamos innovar de alguna manera. Otro ejemplo, en el sector de panaderías incrementaron ventas, tiendas de barrio, pero hubo otros que al contrario los afectó muchísimo. Por otro lado, ya para el 2021 un compañero se quedó sin empleo (temas de gastronomía) y desde allí nació la idea de emprender un

negocio nuevo acá en Girardot, innovando tanto en producto como en un servicio diferencial. Iniciamos con la incertidumbre de un nuevo cierre por los picos de la pandemia donde no sabíamos cómo hacer frente a esto, pues éramos recientes en el proceso de emprender. Todo se dio también gracias al apoyo privado, no conocimos ningún apoyo por parte de entidades públicas, solamente el privado que fue el que nos apoyó a crecer como negocio.

Hubo auxilios a empresas formalizadas, donde debían presentar la documentación y si cumplían con los requisitos se les daban los beneficios, pero lo que pasa es que en Girardot hay muchos negocios informales y muchos de ellos no lograron acceder.

**¿Qué le dejó la pandemia en cuanto a innovación que ahora ustedes utilicen en sus empresas?**

Es notable que lo que más se aprendió fue el manejo de la tecnología, nuevos métodos de pago, como utilizar las redes sociales para beneficio y consecución de más clientes, el servicio, observar cómo llegaban los clientes con el miedo de infectarse (ya que aún se usaba el tapabocas) nos permitió colocarnos en el lugar del cliente para que saliera contento de nuestro restaurante, pero principalmente la tecnología ya que pudimos sacarles mucho provecho a estas con sus diferentes herramientas.

**JUAN CARLOS RODRIGUEZ.**

*Administrador de Empresas. Representante legal Magdalena Tour Empresa de transporte Fluvial*

**¿Cómo se vio impactado en la pandemia, su actividad económica, su actividad laboral?**

Creo que la pandemia también nos enseñó a ser mejores humanos, muchos perdimos seres queridos, mi negocio es un negocio familiar. Ninguno estaba preparado para eso, me acuerdo de que teníamos 2 eventos. Uno filmico (película) que incluso ya nos habían dado un adelanto y tuve que devolver este dinero y el reinado de Flandes que lo habían cambiado de fecha. Los que más se vieron afectados fuimos los del sector turismo en toda esta región (Ricaurte, Flandes, Girardot) pues considero que en esta región la industria viene principalmente del turismo, no tenemos acá factorías ni transformadores de materia prima (son muy pocos) por lo que nos cierran las puertas en el tema gastronómico y en lo personal la Barca del Capital Rozo es un restaurante temático, por lo que esto se perdía.

Yo traía unos datos, aprovechando este escenario, que el rio Magdalena presenta una oferta que muy pocos la manifestamos. Hacia el 2018 la Barca del Capitán Rozo movía alrededor de 22.100 pasajeros en todo el año, en las canoas (que llaman de manera despectiva) y 25.600 personas en el 2019. En la pandemia, en el primer trimestre alcanzamos a mover 6.900 personas y de resto nos perjudicó. ¿Cómo hicimos para afectar lo menos posible el factor humano? Gracias a Dios muchas personas nos compraron nuestros productos y se los llevábamos hasta sus casas, el nombre de la campaña se llamaba "Juancho te lo lleva a la casa" sacamos posters por Facebook, le contamos a muchos amigos. Aprendimos a manejar el nequi y el daviplata para las consignaciones, tuvimos que aplicar estrategias para el transporte del pescado para que llegara en las mejores condiciones posibles. No fue fácil, pero agradezco a mis padres que nos dejaron recursos y que nos ayudaron a solventarnos.

Debo reconocer que la gobernación nos dio un aporte durante la pandemia, nos apoyó con efectivo. También nos inventamos, hacer viajes en kayak (pero nadie montaba) no fue fácil, pero finalmente aprendimos todos, muchas anécdotas y amigos que nos apoyaron. El tema de las obligaciones en los bancos, ellos dejaron de cobrar algunas cosas en ese entonces,

pero ahora lo están haciendo.

Para retomar las cifras, en el 2021 después de que nos dieron la reapertura a los negocios, logramos transportar 17.900 y el año pasado en el año 2022, 20.200 personas. Hoy, llevamos 6.600 personas, por desgracia este año no ha sido muy bueno y las proyecciones no son alentadoras, pero ahí vamos.

### **¿Qué les dejó la pandemia en cuanto a innovación que ahora ustedes utilicen en sus empresas?**

Aparte de lo que a todos nos tocó aprender como lo fue el tema virtual, llamadas o reuniones, las herramientas para administrar los negocios de manera virtual, la pandemia me enseñó algo que no habíamos visto en el negocio y fue enamorar a la gente de Girardot. La gente de Girardot casi en su mayoría no quiere a su río Magdalena, casi no le gusta ir allí, entonces nos tocó utilizar las redes sociales para encantar al girardoteño, exploramos el tema de los videos, que me sorprendió que les gustara y más de llevarles el río Magdalena en la casa, porque siempre tenemos al río como la letrina de la ciudad, entonces lo que hicimos fue enamorar a la gente, porque nos dimos cuenta que sí dependíamos mucho del turismo, de la gente que venía de afuera del municipio. Considero que eso fue lo que nos dejó la pandemia, poder enamorar al girardoteño de su río Magdalena, hoy podemos decir que del 100% que nos visitan creería que hay un 30% que son girardoteños que de una u otra manera han visitado la Barca del Capitán Rozo, hemos empoderado al girardoteño en ese sector, que no es como lo muestran (inseguridad) y eso nos lo permitió la pandemia.

 **INTERVENCIÓN**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA SECCIONAL  
ALTO MAGDALENA**

---

## **PONENCIAS**

---

**JAIME ROMERO - Ingeniero Financiero**  
**EFRAIN GRANADOS - Ingeniero Financiero**  
**DANIEL CARDOZO - Ingeniero Civil**  
**OSCAR GUIFO - Ingeniero Civil**  
**DANIEL RODRIGUEZ - Administrador de Empresas**

Docentes Universidad Piloto de Colombia seccional Girardot

### **JAIME ADOLFO ROMERO PERDOMO.**

#### **Nuevas Oportunidades de negocio para las MiPymes de la región del Alto Magdalena, mediante una plataforma colaborativa de inversión- FAST INVESTMENT**

Consideramos lo siguiente: existen los 5 agentes económicos, que son los más fuertes del mercado donde se debe impulsar todo aquello que parte de esa economía. Nos damos cuenta de que existe una brecha empresarial que está muy ligada y si empezamos a analizar esta parte, la unión entre las universidades, empresas y Estado es algo que debe ser vital e importante en todas estas dinámicas empresariales. Empezamos a analizar que cuando sucede lo de la pandemia, el mayor impacto fue en la economía inicialmente pero podemos observar lo que pasó a nivel mundial, empezamos a analizar que desde la FED existen tasas que no pudieron soportar las dinámicas y los flujos de capitales se vieron entorpecidos en gran parte con toda la situación.

Si analizamos la inflación a nivel mundial en EE. UU. llego a ser casi del 12%, una cifra exorbitante, nosotros como país veníamos manejando un 4% o 6% y todo esto nos comenzó a afectar en el alza de productos y servicios. Si vamos a hablar del consumo o la política fiscal después de estar más o menos en un 4.9% en gasto público empezamos a notar que estaba por encima del 22% entre uno y otro año. Los costos en temas de salud que se incrementaron demasiado hicieron que hubie-

ra también un rezago en la economía y a la hora de minimizar esos riesgos ¿Cómo era la manera o posibilidad de actuar? Se analiza también que, en su mayoría a nivel internacional, las importaciones se mantuvieron y las exportaciones se detuvieron, la balanza de pagos se vio estancada por la falta de acceso económico y para nadie es un secreto que la parte aérea hizo que la economía se mantuviera estancada.

Esto nos hizo denotar que nacieron nuevos emprendimientos por necesidad y empezaron a tomar decisiones a nivel empresarial que, sin tener conocimiento, a la hora de subsistir lo conseguía de alguna manera. En este momento empezamos a analizar, desde el grupo de investigación, que existen las plataformas colaborativas, pero ¿Qué buscábamos ante esto que necesitábamos? Primero, nosotros buscamos que haya integraciones reales en modelos de capacitación, modelos de networking y en modelos de ruedas de negocios (importantes estos aspectos) y la búsqueda principal de ello es que entre todos podamos financiar capital de trabajo, pues es uno de los factores que más fortalecen al empresario. Y ¿Qué necesita saber un empresario?: ¿A quién le debe la cartera?, ¿cuánto inventario tengo para poder mostrar rentabilidad?, ¿cuánto está dispuesto a esperar el proveedor para que yo le pague? Es aquí donde se habla de “educación financiera” pero no siempre esta educación financiera trata temas como el ahorro, ingreso, inversión sino también temas muy puntuales sobre alternativas de fuentes de financiación. Si empezamos a mirar estructuralmente el efectivo se requiere, pero ¿a donde podemos acudir como empresarios para poder entender que esas fuentes de financiación existen? pues hay algunos fondos que apalancan muchos recursos y que por desconocimiento no accedemos.

Lo que buscamos es dinamizar este tipo de situaciones, generar un ecosistema emprendedor un poco más fuerte y empezar a interactuar con los comerciantes que están de la mano trabajando con marketing y finanzas de la Universidad Piloto, lo que buscamos es una consolidación en el mercado y que

haya nuevas oportunidades de negocio. Nosotros observamos que básicamente necesitamos conectar las necesidades de inversión con financiamiento, es lo que vitalmente se requiere. Entonces, lo que realmente queremos es poder fortalecerlo integrando a una gran serie de comerciantes que deseen conocer de esto y poder interactuar con esto, pero no lo podemos hacer solos, buscamos aliados entre universidades, el sector privado, entidades gubernamentales y ante esta sostenibilidad buscamos a partir de unas suscripciones poder formarlos en temas de capacitación en fortalecimiento empresarial, en temas de asesorías, comisión, entre otras.

## **EFRAIN ENRIQUE GRANADOS PERDOMO.**

### **Cómo reinventarse en época de pandemia.**

Después de escuchar a los exponentes comerciantes, puedo decir que los comprendo pues es comprensible que para ese entonces el sector turístico se vio fuertemente afectado. Por mi parte, en la época de la pandemia me encontraba en Ibagué, ejerciendo como docente así que en esta época pude dar clases desde Girardot de manera virtual y para mí, fue una bendición y lo digo con respeto porque entiendo que muchos de los que están acá presentes tuvieron que enfrentarse a distintas situaciones poco favorables. En ese momento, mi manera de reinventarme fue haciendo trading desde la parte legal con todos los procesos legales para realizar esta actividad. Para esto me preparé y me reinventé y empecé a realizar mis ingresos de manera lícita. Hoy por hoy lo he dejado a un lado porque en medio de la pandemia quedaba un poco más tiempo que actualmente. La invitación es para que trabajemos por Girardot, la academia desde estos espacios apoya este tipo de compromisos, pero es de vital importancia contar también con la administración municipal.

## **DANIEL ANDRES CARDOZO CRUZ - OSCAR DANIEL GUIFO ROLDAN**

### **Gestión Eficiente de Parqueo en zona de vía pública.**

Hoy queremos hablar de un proyecto que surge a partir de un ejercicio que plantea soluciones a problemas que se presentan en la región. Iniciamos un proyecto denominado park azul “gestión eficiente de parqueo en zonas públicas”. Salió la pregunta sobre el desorden que se presenta en la zona céntrica con los distintos tipos de medios de transporte. Ante esta pregunta, empezamos a plantear diferentes opciones, vimos la posibilidad de generar propuestas. Igualmente, vimos que hay una afectación importante en la zona comercial del centro del municipio y este desorden genera que las personas que se desplazan allí (turistas, habitantes, entre otros) no tengan una buena experiencia al interactuar con esta zona comercial del municipio. Ante esto, hemos venido estableciendo la comunicación con los comerciantes para poder mejorar esta problemática. Tenemos una serie de señalizaciones de tipo restrictiva que no están analizadas si es realmente la señalización que debería ir en este punto, es allí donde empezamos a observar la posibilidad de brindar soluciones que realmente generen un gran cambio. Analizando el territorio vemos que hay una infraestructura subutilizada que definitivamente, a partir de la pandemia, se puede generar espacios que sirvan para estas zonas azules de parqueo.

Como lo decía el ingeniero Daniel, vimos la necesidad de aportarle al sector comercial de Girardot porque necesitamos dar este tipo de conocimientos a la sociedad para poder resurgir de ese proceso tan duro para todos como lo fue la pandemia. En ese orden de ideas, vimos la necesidad de poder desarrollar proyectos de investigación desde la academia que le pudieran dar habilidades a los comerciantes específicamente para poder volver a dinamizar sus procesos económicos. Identificamos una necesidad en cuanto a la congestión vial, pues esta afecta directamente al funcionamiento de la microeconomía urbana.

Desde el semillero de investigación estamos tratando de transversalizar todo este tipo de temáticas específicamente lo que tratamos de trabajar en este proyecto es mejorar las condiciones principalmente logísticas para el transporte de mercancías.

En el centro de Girardot hemos visto una problemática representada en el desorden en el cargue y descargue de mercancías, hemos visto también el problema que se está generando en la movilidad por causa de esa interacción del comerciante con el comprador, por lo que queremos mejorar estas condiciones. Si bien es cierto, apuntando directamente a la problemática del covid-19, vimos como esta dinámica cambió los patrones de movilidad, anteriormente éramos más de interactuar en grupos sociales, ahora ya no tanto, modificamos nuestros propios patrones de comportamiento, hoy en día lo que ya propendemos es el transporte individual y de esa manera se está representando un problema en el centro de Girardot que afecta de manera directa la economía de esa misma parte, especialmente, y si lo miramos a mayor escala podemos hablar a nivel municipal y regional. La movilidad afecta por el tiempo, incrementando los tiempos de desplazamiento de un punto A a un punto B, esa demora que se ha ido generando desincentiva la adquisición y el funcionamiento de los establecimientos comerciales, este tipo de espacios son los que queremos mejorar en este tipo de proyectos. Lo que pretendemos es generar y aportar a los comerciantes el fortalecimiento de sus ventas y recuperarse de este proceso que fue la pandemia.

## **DANIEL ENRIQUE RODRIGUEZ BELTRAN.**

### **Y después de la pandemia de Covid-19, ¿Que le espera a la logística?**

He tenido la oportunidad de encontrarme con varios representantes del comercio y la verdad es que hay muchas inquietudes y muchas cosas por hacer en Girardot. ¿Después de

la pandemia que vino? Primero, la pandemia nos enseñó que debemos estar trabajando de la mano de la tecnología, la tecnología avanza y los demás vamos detrás de esta. Un grupo de expertos de la comunidad europea hicieron un estudio pensando ¿Qué pasó con la logística después de pandemia? Y lo primero que ellos notaron fue el comercio electrónico: antes de pandemia no existía más de un 20% de la población que utilizara el comercio electrónico, pero en la pandemia, se daban a conocer los productos a través de plataformas digitales y cada uno empezamos a innovar.

Nos surge un segundo aspecto que es la evolución del cliente. Hoy por hoy el cliente es más exigente, pues quiere una atención de manera inmediata que encontremos soluciones al momento, esto nos permite apoyarnos también en el comercio electrónico a través de la digitalización de procesos que es lo que nos va a permitir tener la información oportuna. Finalmente, nos encontramos con los cambios tecnológicos, nosotros tenemos que ir a la vanguardia de los cambios tecnológicos, pues si nos mantenemos actualizados con esta transformación nos va a permitir un mayor posicionamiento.

Algunas claves que nos recomiendan son manejar un buen inventario de acuerdo con la verdadera necesidad del cliente sin saturar de productos en la oferta; la preparación de pedidos, debo contar con herramientas digitales que nos permitan administrar oportunamente cada pedido; y el transporte de última milla, oportunidad de atención al servicio para la pequeña y mediana empresa. Aquí hay grandes multinacionales que se han posicionado en la región y que tienen alianzas con comerciantes para la distribución de sus productos. Conozco un distribuidor de productos de alto consumo que tiene más de 5.000 clientes entre Cundinamarca y el Tolima y tiene 17 rutas de consolidación y entrega al cliente, agilizando el producto. La trazabilidad es la promesa de valor que hacemos y esta va a permitir hacer retroalimentación de los procesos que se están ejecutando mal. Por último, logística inversa, ese compromiso

social que como organizaciones tenemos con el planeta, la reutilización de muchos embalajes o empaques que muchas veces lo que se hace es desechar.

Concluyendo un poco, un profesional del futuro debe conocer de todo, conocer de finanzas, de ingeniería civil, del derecho ambiental, de tecnología, debe ser profesional polivalente con el conocimiento necesario (formándose y capacitándose). Debo tener la posibilidad de presentar soluciones oportunamente, el buen manejo de herramientas digitales (cuadros de mando, simuladores, entre otros), flexibilidad, todo lo que me genere impacto organizacional. Liderazgo, enfocado a los comerciantes, es diferente ser líder a ser jefe. El jefe, el que manda, el líder es el que orienta y apoya a sus colaboradores.

Finalmente, algo importante para tomar en cuenta es que, como comerciante debo conocer mi proveedor, pero también debo conocer al proveedor de mi proveedor; por otro lado, también debo conocer mi cliente y el cliente de mi cliente formando así redes. No me debo enfocar solamente al cliente que asiste a mi establecimiento comercial porque se debe conocer hacia dónde va mi producto e igualmente, me debo preocupar por la logística de retorno, ¿qué pasó con el empaque o el embalaje en que iba mi producto y en donde quedó?

**▶ INTERVENCIÓN:**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
CENTRO REGIONAL GIRARDOT**

---

## **PONENCIAS**

---

**MAURICIO ÁLVAREZ** Administrador de Empresas  
**MARLEN MELO** Administrador de Empresas  
**MARIELA TRUJILLO** Contador Público

Docentes Corporación Universitaria Minuto de Dios

### **ERICK MAURICIO ÁLVAREZ TOBIAN.**

#### **Proyectos en materia de desarrollo empresarial**

Desde la universidad venimos desarrollando proyectos en los últimos dos años como la identificación de los factores determinantes para la creación de un centro de desarrollo empresarial. En la mañana hablábamos mucho de la cooperación e integración de todos los sectores económicos y los grupos como tal, pero esto siempre se queda en palabras, entonces, ¿que estamos haciendo realmente para sacar esto adelante? Nos acercamos a diferentes entidades como por ejemplo la Cámara de Comercio que siempre nos ha apoyado, pero se observa que no está funcionando. En la segunda fase teníamos la viabilidad y factibilidad de que ese centro de desarrollo fuera posible implementarlo y crearlo y observar su alcance.

Por último, tenemos algo muy interesante que es la caracterización de los sistemas productivos locales en las provincias del Alto Magdalena y Tequendama y de todo Cundinamarca, ese trabajo ha sido muy dispendioso por los desplazamientos, hemos llegado hasta la Mesa, Apulo, por el otro lado llegamos hasta Melgar, Agua de Dios, Ricaurte y posiblemente en la segunda parte de la investigación lleguemos a Guataquí y Nariño para ver qué encontramos en ese sector empresarial. Hasta el momento observamos que son las MiPymes y microempresas las que realmente necesitan el apoyo y toda la gestión que nosotros esperamos hacer con ellos.

Otro proyecto interesante que hemos venido desarrollando

son los ejes de encadenamiento productivo y es la importancia de que unos estén vinculados con otros para que eso funcione. Un proyecto muy interesante guiado a la parte ambiental específicamente las políticas de ecoeficiencia de las empresas de Girardot como estrategia competitiva para el desarrollo regional, ahí hemos encontrado muchos emprendimientos que están enfocados en manejar todo lo que son residuos.

Además, tenemos el proyecto de Legalízate con UNIMINUTO, dado a esos pequeños empresarios que están buscando surgir de alguna manera, pero tenemos dos aristas: Legalizarme y formalizarme. Una empresa se formaliza en la medida que tenga todas las áreas de su empresa organizadas y funcionando y legalizarse es estar matriculado ante Cámara de Comercio e Industria y Comercio. Por último, tenemos las estrategias para el fortalecimiento del emprendimiento rural en la conurbación de Girardot, Flandes y Ricaurte a través de la innovación y la creatividad.

Con estos proyectos hemos evidenciado una cantidad de situaciones para trabajar. Entonces empezamos a mirar que pasó antes y después de la pandemia. ¿Cómo estaba la economía? se evidencia el alza tan significativa de los productos de la canasta familiar, la guerra de Ucrania, entre otros. Analizamos también como influye la política en el desarrollo de los emprendimientos, rurales, regionales y nacionales. Tristemente nosotros somos el país de “limosneros”, todos estamos pidiendo y siempre queremos que nos den, entonces cuando llegamos a estas regiones, se observa muy poca iniciativa por parte de los empresarios. ¿Por qué hacemos emprendimiento? Por necesidad, obligación o por gusto. Todos debemos hacer emprendimiento porque nos nace, entonces encontramos algo muy interesante que son las redes de valor y esto hace referencia en cómo nos unimos entre todos para fortalecer núcleos económicos primarios. En las redes de valor si algún actor falla, toda la red de valor se desbarata, si esto lo hacemos bien se empieza a denominar economía circular que ya empieza a funcionar en las grandes

empresas. Estas redes tienen dos tipos de valor: valor económico y valor competitivo, compartimos información del mercado (tendencias) y nos sirve como apoyo para la toma de las decisiones. Es importante y delicado el manejo de la información con las herramientas tecnológicas después de la pandemia.

El último punto trata sobre la innovación y la transferencia tecnológica. En este punto hay algunos problemas si observamos cuantos empresarios de la región son mayores de 50 años, ahí se genera una resistencia al cambio porque muchos no saben manejar los dispositivos o aplicaciones. Hay redes que son internas y externas, no hay una unidad administrativa totalmente cerrada o abierta en el mercado por lo tanto hay que estar en la vanguardia. En el modelo tradicional de administración se establece que deben haber 6 o 5 proveedores para generar algo que se llama fidelización. Finalmente, las tecnologías, como se están dando los procesos de relación entre hombres-máquina para el aprovechamiento de estas herramientas, específicamente en aquellas personas que no están familiarizadas con estas quienes son los que componen aquellas grandes comunidades de microempresas. Desde nuestra institución nos enfocamos en esos pequeños mercados o empresarios que no tienen destrezas en el uso de herramientas tecnológicas aprovechables en su negocio y que a diferencia de las grandes empresas ellos no tienen un grupo grande de personas que pueden hacerse cargo de estas actividades para darse a conocer y dar a conocer sus productos o servicios.

## **MARLEN DEYANIRA MELO ZAMORA.**

### **Centro de Desarrollo Empresarial para la región**

Mi experiencia me ha permitido reconocer desde la parte empresarial como está Girardot y la región. En la Universidad Minuto siempre estamos buscando fortalecer la investigación. Desde el programa de administración de empresas hemos tra-

bajado durante los últimos cuatro años todo lo que tiene que ver con centros de desarrollo empresarial, ecoeficiencia y en este momento estamos trabajando todo lo que se relaciona con el emprendimiento rural. Ha sido el ver que resulta de cada primer proyecto y vamos encadenando esa información para seguir avanzando en ella.

El primer proyecto que relacionaba el profesor Mauricio hablaba de los factores para la creación de un centro de desarrollo empresarial, ese se inició más o menos un año y medio antes de la pandemia y reconocíamos por ejemplo que en Girardot, aproximadamente el 92% de las empresas pertenecen a las MiPymes, de ese 92% aproximadamente el 80% son micro y pequeñas empresas, entonces es una situación complicada para ese tejido empresarial en Girardot y la región porque conocemos y sabemos que este tipo de empresas no tienen una estructura sólida en sus áreas principales, en el área financiera, en el área de mercadeo, producción, recursos humanos. Llega la pandemia y ¿qué sucede con ese tipo de empresas? la mayoría de ellas entró en pánico y colapsó porque nada más desde el área financiera ese tipo de empresas “vive al diario” como nosotros llamamos popularmente. Ese dinero que recogieron hoy es para sus gastos personales y para intentar el siguiente día seguir funcionando, cuando viene el cierre, no tienen para seguir, lo que ocasiona el cierre total.

La mayoría de estas empresas, desde el área financiera, hacen créditos con agiotistas porque acceder al sector financiero es muy difícil, no tienen como cumplir con esos requisitos que existen para un crédito empresarial, entonces las tasas de interés de esos agiotistas son altísimas. Todo eso complica aún más la situación financiera de este tipo de empresas y podemos seguir hablando de las siguientes áreas como el mercadeo, no hay lineamientos o estrategias de mercadeo que puedan ser eficientes para este tipo de negocios, todo esto lleva a que estas empresas no puedan superar el límite de los cinco años y poder seguir creciendo, pasar a pequeña, mediana o gran empresa.

Esto es lo que hemos ido evidenciando en este tipo de investigaciones, la siguiente es la viabilidad y factibilidad de crear ese centro de desarrollo empresarial porque consideramos que es importante que exista un centro de desarrollo empresarial. Estos centros nacen más o menos en la década de los noventa en Estados Unidos como una estrategia justamente para las MiPymes para poder apoyar el crecimiento y el desarrollo de estas micro, pequeñas y medianas empresas. Desde el centro de desarrollo empresarial se fortalecerían esas áreas de las que anteriormente estuve mencionando. La propuesta para poder crear un centro de desarrollo empresarial es lograr alianzas con la cuádruple hélice (el Estado, las universidades, la sociedad y el sector empresarial) estando involucrados para poder apoyar este tejido empresarial que finalmente es el que permite el desarrollo económico, social, empresarial de cualquier lugar. De acuerdo con esto, nos damos cuenta de que antes de la pandemia tampoco estaban muy fortalecidas y luego de la pandemia tratan de volver a surgir, pero verdaderamente necesitan el apoyo de este tipo de entidades que puedan ayudarles a superar los cinco años de funcionamiento y realmente crecer.

## **MARIELA ANDREA TRUJILLO PRADA.**

### **Proyecto Legalízate.**

Tal como lo mencionan los profesores Deyanira y Mauricio en el programa de Contaduría Pública, al que pertenezco, estamos trabajando con el proyecto de Legalízate que es un proyecto ambicioso que quiere acompañar al microempresario que desconoce diferentes procesos de tipo administrativo y contable en las empresas. El microempresario cree que solamente con el hecho de comercializar u ofrecer un producto o servicio es suficiente, no toma en consideración que debe afiliarse a su grupo de empleados, contar con una estructura ante Cámara de Comercio para el tema de créditos. Como lo mencionaban antes, efectivamente si yo no soy alguien legalmente constituido no

me van a permitir desembolsos que requiera la empresa para invertir en recursos necesarios.

La universidad, tiene este proyecto social con el fin de generar capacitaciones y mostrarles que hay un conducto y algo que les va a permitir que se fortalezcan para evitar posibles demandas o situaciones que se pueden presentar con la DIAN como lo son el control de facturación, ingresos y egresos, incluyendo el tema de salud ocupacional en las empresas. Analizamos que efectivamente teníamos que tomar en cuenta cómo se encuentra caracterizado el sistema productivo, de allí surgió la idea de poder realizar un proyecto y poder caracterizar este nicho pues con ayuda de la investigación nos damos cuenta de que existe mucho temor y tabúes por parte de los empresarios.

Los municipios a los que nosotros llegamos a impactar con Legalízate fueron La Mesa y Anapoima haciendo un trabajo en equipo con Cámara de Comercio que nos ayudó a convocar a estos microempresarios y nos permitió posteriormente aplicar el instrumento. La pandemia afectó mucho estos municipios porque son dados fuertemente para el turismo, por lo que al iniciar la cuarentena tuvieron que comenzar plan A, B, C y D porque no iba a llegar el turista, se dieron cuenta que debían comenzar a actualizarse con el tema de redes sociales, el tema de envíos a otras ciudades. Este proceso para ellos fue un poco traumático porque no lo pudieron hacer por ellos mismos, sino que tuvieron que pedir ayuda a familiares como sus hijos o nietos que pudieran crearles todas las cuentas en las plataformas digitales que fueron necesarias, es allí donde observamos que desde la academia podemos fortalecer mucho a estos microempresarios y emprendedores. Este tipo de instrumentos nos ayudó a ver una serie de situaciones que permitieron descubrir un panorama más amplio que definitivamente hay que continuar estudiando. De nada nos sirve realizar todas las capacitaciones necesarias si no se lleva a cabo un seguimiento real y si no apoyamos el proceso que está desarrollando el microempresario.

 **INTERVENCIÓN**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL  
GIRARDOT**

---

## **PONENCIAS**

---

**DARIO BENAVIDES Economista**  
**ALBERTO MANZANARES Administrador de Empresas**

Docentes Universidad de Cundinamarca seccional Girardot

**DARIO BENAVIDES PAVA**

**ALBERTO GARCIA MANZANARES**

**Conversatorio de reflexión prospectiva de Girardot y el Alto Magdalena**

Los efectos de la pandemia fueron muy similares en todo el mundo, se pueden resumir en pérdidas de empleos, cierre de negocios, son coyunturas de lo cual surgen una gran cantidad de oportunidades. La gran mayoría no manejamos las redes sociales y eso nos obligó no solamente a los que estamos vinculados a la academia sino a todo el mundo a tener un mejor manejo de estas herramientas tecnológicas.

Como lo mencionaba el profesor Darío, el mundo sufrió la pandemia y muchas cosas cambiaron en la ciudad de Girardot. Una ciudad que ha tenido cambios graduales a lo largo de su historia.

En este sentido, hace 150 años Girardot era una aldea de aproximadamente 2.000 personas, evidentemente lo que todo el mundo conoce es que era el asentamiento de una tribu indígena llamada los Panches que, según se indica, eran muy belicosos, muy caníbales y eso justifica en cierta medida su extinción, es decir, no se pudieron “civilizar”. Por razones de la propia naturaleza, el río Magdalena en esta área se vuelve más pequeño haciéndolo un paso óptimo de un lado hacia otro, pues evidentemente cualquiera que viniera del occidente tenía que pasar por este lado. Por esta razón fueron propuestos proyectos por las

elites empresariales y políticas de la época las cuales decidieron que por aquí se podía construir una vía férrea que llegara hasta Bogotá y, por supuesto, para ese entonces se estaba pensando en la navegación por el río Magdalena, lo que da comienzo a lo que es la gran ciudad de hoy. Este proyecto evidentemente giro alrededor de las comunicaciones, las vías férreas y por supuesto conectar Bogotá con el resto del mundo, ese sueño todavía lo seguimos pensando. Un lugar con una dinámica empresarial definitivamente, envidiable, todos los bancos estaban acá. Llegaron una gran cantidad de migrantes que pasaban por acá y poco a poco se fueron quedando. Lo que quedo de todo esto fue el abandono de todas estas estructuras.

Evidentemente quedan frustraciones, las elites enriquecidas, unos condominios ostentosos, queda la promesa de un aeropuerto internacional del cual vengo escuchando hace más de 20 o 30 años, por una sencilla razón es que Bogotá está a 100km de Girardot, el gran mercado es Bogotá, ahí está el negocio, el mercado más grande del país lo tenemos a 100 km, para esta propuesta ha faltado voluntad política. Tenemos una estructura portuaria abandonada, toda una infraestructura olvidada, tenemos muchas cosas que quedaron ahí. ¿Cuál es la enseñanza? Cuando alguien dirige el desarrollo desde fuera y cuando ya no le sirve pues simplemente se van, ¿Qué pasó con las vías férreas en Colombia? evidentemente hubo una mejor propuesta y fue allí donde quedaron olvidadas, abrieron la sociedad portuaria de Buenaventura y el transporte y la vía por el río Magdalena también comenzó a desaparecer. Por otro lado, la presencia de más de 80 nacionalidades, una diversidad que debería ser un fuerte se ha ido convirtiendo en un obstáculo, ¿qué identificamos aquí, como elemento cultural nuestro? Solamente hay un tema, se llama río Magdalena.

Aquí tenemos un río Magdalena que fluye permanentemente, esto es una ventaja comparativa innegable de la naturaleza, además de eso tenemos unas tierras fértiles, por simple tema de gravedad bajan de las laderas y se decantan en los valles y

¿Que está pasando con esos valles? están enterrando las tierras debajo de condominios, nunca más vamos a tener la oportunidad de cultivar y aprovechar estos terrenos. Tenemos la diversidad cultural que es valiosísima y por supuesto tenemos una ubicación estratégica privilegiada y lo más importante: el calor, el verano anual como lo llaman, a eso es que viene la gente de otros lados, a buscar salud y ahí es donde se encuentran las oportunidades de negocios, lo que pasa es que todavía no se ha logrado tener un sentido de identidad de nuestro municipio.

Históricamente como se han planeado estas regiones, a partir de planes de desarrollo de 4 años que duran los mandatarios ¿Que puede llegar a suceder en una ciudad que simple y llanamente se planea para el corto plazo? Pues evidentemente se dan dos pasos hacia delante y cuatro hacia atrás. Por ese momento pasa el país, si revisamos todas las oportunidades que hemos tenido han caído más por suerte de la coyuntura, por ejemplo, el tema del tren desapareció porque ya no era rentable. Han sido esos momentos, esos saltos y en este momento estamos en una coyuntura muy interesante que no ha sido planeada: el turismo inmobiliario, que trae una población que llega con gran capacidad adquisitiva.

Vamos denotando que hay una trampa en la que no podemos caer más: ese paradigma de una planeación a cuatro años tenemos que romperla. Desde la academia sabemos que uno planifica a largo plazo, lo dicen todos los indicadores y organizaciones exitosas, la etapa de madurez se logra cuando planificamos a largo plazo. El futuro nos puede encontrar a través de tres vías: una ideal, una real y una sin planificación.

El camino ideal es que yo me imagino un futuro de mi universidad o de mi empresa, mi ciudad, es el futuro más idílico posible y llegar allá va a suponer que probablemente no llegue porque es el ideal, es pensar más allá de las capacidades y recursos que tengo, pero este es el camino ideal.

El camino real, yo ideo en mi un futuro de mi universidad/ negocio, un poco más acoplado a la realidad, cuales son mis capacidades recursos y de acuerdo con ello yo estructuro unos objetivos a largo plazo y entendiendo que tengo ciertas limitaciones de trabajo para poder llegar a ese futuro, pero igualmente en ese camino yo tengo control del destino.

Finalmente hay otro posible camino donde el futuro nos puede llegar y es el que no intervenimos, que es el que arroja las alertas de peligro, es el futuro donde no planificamos, donde simplemente dejamos que las fuerzas externas sigan haciendo que de alguna u otra manera nos dejemos llevar por lo que otros planifican para nosotros porque no hemos tenido capacidades de hacer este tipo de reflexiones.

La invitación es que podamos empezar a soñar un futuro con los pies en la tierra, donde utilicemos los recursos y las capacidades que tenemos, para poder alcanzar esas metas planificadas.

### **Ideas principales para tener en cuenta en una planificación de Girardot a largo y mediano plazo**

Finalmente, luego de la actividad grupal realizada en esta reflexión sobre el futuro de la ciudad de Girardot se destacan las siguientes ideas para tener en cuenta:

- Estrategias de mejoramiento ambiental y sostenible por medio de la recuperación de espacios naturales actualmente deteriorados
- Centro de distribución logística en nuestra ciudad
- Al ser una ciudad denominada como turística, de ahí parte una propuesta para generar más espacios que permitan conocer acerca de la cultura de este lugar y de lo que tiene para mostrar

- Recuperación de las zonas ribereñas
- Bajar impuestos para que vuelvan las fabricas
- Una agrupación regional basada en la potencialidad del territorio
- Establecer un epicentro geográfico de gestión coherente con el fin de generar oportunidades de mercado a nivel nacional e internacional
- Contribuir a una mejora continua de innovaciones y el aprendizaje
- Estrategias para impulsar el aprovechamiento de energías renovables
- Concentración de comercio en las zonas olvidadas
- Romper fronteras comerciales

## **▶ ANEXOS**

---



*Ilustración 1. Ponentes expertos pertenecientes al sector comercial de Girardot.*



*Ilustración 2. Ponentes expertos de la Universidad Piloto de Colombia seccional Alto Magdalena.*



*Ilustración 3. Ponentes expertos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.*



*Ilustración 4. Dr. Paolo Jimenez - Subdirector de Investigación (Centro de Estudios CERUS)*



*Ilustración 5. Ponentes expertos de la Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot.*



*Ilustración 6. Dra. Luisa Aragón, Presidenta Ejecutiva de la Cámara de Comercio de Girardot, Alto Magdalena y tequendama.*