



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra)



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Retos Empresariales Tras el Coronavirus COVID 19

Lady Diana Matallana Castellanos

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de
Colombia

Especialización en Administración Financiera

Bogotá, junio 7 de 2020

Resumen

La gran pregunta que se hacen todos, es ¿qué va a pasar después del COVID-19? es claro que este virus, trajo consigo muchos efectos en la economía mundial, todos los países o la gran mayoría se han visto perjudicados, sanitariamente, socialmente y económicamente, ningún país estaba preparado para esta situación que tenemos que enfrentar hoy.

Este ensayo menciona algunos retos a tener en cuenta por las empresas para poder sobrevivir en el mercado ante los cambios que han surgido durante esta crisis, estos retos llevan a las empresas a replantear su modelo de negocio y logística, a reinventarse, tomar en cuenta las tecnologías y el comercio electrónico para fortalecerse, repensar si el teletrabajo es una buena opción para el desarrollo de su empresa y considerar la responsabilidad social como uno de los pilares fundamentales para ser más resiliente ante todos estos cambios.

Palabras Claves: Reinención, Comercio electrónico, Teletrabajo, Responsabilidad Social, logística

Introducción

Para la realización del presente ensayo se tuvo en cuenta algunos temas tratados en el seminario Internacional “causas y efectos comerciales, económicos y financieros de las pandemias” realizado por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica.

De acuerdo a los temas abordados en el seminario se evidencio que, con esta crisis, se empieza a ver una gran recesión y depresión en la economía por la disminución de la actividad económica, que se ve reflejada en la caída del PIB, el aumento del desempleo y la demanda paralizada.

Por consiguiente, se vienen grandes desafíos para los países, ya que, aunque los gobiernos, han tratado de impulsar políticas fiscales expansivas, inyectar liquidez en la economía y generar estímulos económicos, estas ayudas no son suficientes para lograr sostener la economía.

Por lo tanto, mientras que se enfrenta esta emergencia sanitaria también se hace necesario pensar en lo que sucederá al salir de esta crisis, es claro que, para salir de esta situación, debemos dejar el individualismo, pensar estratégicamente y en el bien común.

Un factor importante para las empresas es que, para enfrentar esta crisis, tienen que reinventarse y adaptarse a los nuevos cambios que implican las tecnologías, tendrán que enfocarse en ser sustentables, pero no solo en cuanto a ganancias se refiere, volverse más eficientes, ofrecer un valor agregado y entender que probablemente las preferencias de los consumidores también van a cambiar.

Posiblemente esta crisis que estamos viviendo nos traerá muchas transformaciones, que seguramente ofrecerá nuevas oportunidades para que las empresas puedan innovar, mejorar e impactar positivamente en la sociedad, pero para ello es necesario prepararse para enfrentar los cambios y hacer las cosas de manera diferente.

Desarrollo

En este escenario de incertidumbre, donde muchas empresas se encuentran al borde de la quiebra y no saben si cerrar o seguir esperando, que la economía se reactive; varias empresas han enviado a sus empleados a vacaciones, licencias no remuneradas, otras optaron por bajar el sueldo, incluso hay países donde el estado se hecho cargo del salario de los empleados por algunos meses, para que las empresas no quiebren.

Mientras las empresas siguen en esta lucha por sobrevivir, pagando a sus empleados, arriendo, servicios, costos de seguridad social, etc., lo cierto es que el camino se está volviendo cada vez más complejo, este un momento coyuntural, donde muchas empresas que no tengan la capacidad de reinventarse van a tener que cerrar, y es que esta crisis ya está dejando entrever cómo será el futuro de las empresas y los retos que deben enfrentar con estos cambios que han surgido, para poder sobrevivir y ser sustentables.

Reinvención

Uno de los principales retos que afrontan las empresas es la reinversión es evidente que la estrategia de los negocios tiene que cambiar, transformarse, las empresas tendrán que reinventarse, ofreciendo quizás nuevos productos con las nuevas necesidades que van a surgir, pensar lo que no está hecho o tal vez ni siquiera pensado.

Según intervención del doctor Catalino Núñez, en su conferencia Administración estratégica en tiempos de crisis, menciono que, “Se tiene que pensar cómo va hacer el futuro, cuales serán los nuevos desafíos, pensar en productos y servicios que van a tener que ver con la salud y el cuidado de las familias, en las empresas, porque es claro si seguimos haciendo más de lo mismo, vamos a ir por el camino del fracaso”.

Se tiene que tener visión de construir algo distinto, viene la transformación digital, muchas oficinas tal vez no van a ser necesarias, podemos trabajar desde casa de manera colaborativa, varias empresas podrán construir un futuro distinto a partir de la tecnología

Por otro lado, también es posible que las empresas se encuentren con un nuevo consumidor, que tendrá nuevas prioridades, quizás con una mayor conciencia sobre su bienestar y probablemente menos recursos.

Por ello es importante identificar nuevas oportunidades de negocio, las empresas deben pensar en otras oportunidades con nuevos productos y servicios, de acuerdo como se ve el futuro próximo donde mantener la distancia física se vuelve importante, es importante construir proximidad social a través de la tecnología.

Según Núñez, en su conferencia administración estratégica en tiempo de crisis “Las empresas tienen que arriesgarse y hacer cosas totalmente distintas, no quedarse con lo que venían haciendo, tienen que acercar a la gente en la distancia, cuidar del mercado objetivo”, es decir ahora va hacer más valorado que cuando entres a un restaurante además de la comida y el ambiente, existan las condiciones de desinfección y protección por parte de los empleados y que existan el distanciamiento social requerido.

La estrategia de las empresas también tiene que estar relacionada con mejorar la calidad de bienes y servicios, ofrecer soluciones a las nuevas problemáticas que se están presentando, tendrán que mejorar continuamente sus programas y procedimientos, con el fin de ofrecer un valor agregado a sus clientes.

Aquellos servicios como la cultura, la educación la recreación tiene que cambiar replantear su modelo, ya que por lo pronto no se van a concebir lugares donde se conglomeren un gran número de personas, por lo tanto, estos sectores tienen que pensar otras estrategias para acceder a sus clientes y utilizar la tecnología que está a su alcance para transformarse.

Así mismo, los sectores que se han visto bastante golpeados han sido la actividad de los bares, los restaurantes y el turismo, estas actividades fueron los primeros en cerrar y probablemente sean los últimos en abrir, aun así, hay varios restaurantes que están prestando sus servicios a domicilios y ya están pensando como sería la estrategia cuando abran sus negocios, para cumplir con los protocolos de distanciamiento y salubridad.

Comercio electrónico y tecnología

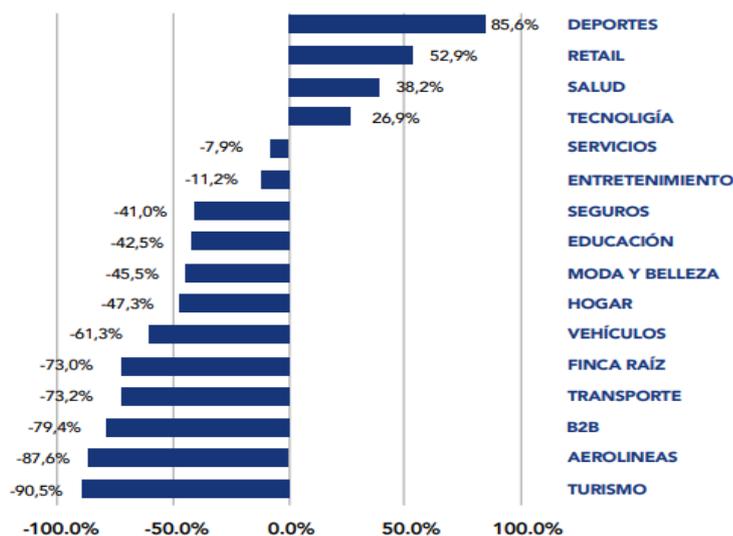
La tecnología es otra opción para afrontar la crisis, nos ayuda a conocer el mercado, permite posesionar nuestra marca estratégicamente, es un gran canal de distribución.

Por eso en estos tiempos empieza a coger fuerza el comercio electrónico en varios países, en medio de esta situación, las plataformas de comercio electrónico han permitido mantener el abastecimiento de los hogares, facilitando el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social y evitando el riesgo de contagio.

En consecuencia, la Cámara Colombiana de Comercio ha publicado un informe sobre el impacto del covid 2019, sobre el comercio electrónico en Colombia donde menciona,

El comercio electrónico ha sido una herramienta para el abastecimiento de los hogares colombianos, lo que se evidencia en el crecimiento que han presentado las categorías de deportes (86.5%), retail (52.9%), salud (38.2%) y tecnología (26.9%). En contraste, otras categorías de productos y servicios que se venden a través de comercio electrónico se han visto fuertemente afectadas por la pandemia del COVID-19. Por ejemplo, el sector turismo y las aerolíneas presentan una caída del 90.5% y 87.6% respectivamente, así como las ventas empresa a empresa - B2B, -79.4% y el transporte, cayendo 73.2%.

Tabla 1. *Impacto Covid-19 comercio electrónico en los sectores*



FUENTE: Mercado Pago, PayU, PayValida y PlaceToPay.

Por otro lado, María Paula Silva, gerente de BlackSip, afirma en una publicación de la revista semana del 9 de agosto de 2020, que, “aunque hay varios sectores que han disminuido sus ventas por medios digitales, después de la cuarentena el consumo a través de tiendas en línea colombianas tendrá un buen crecimiento”

Así mismo “Colombia ocupa el cuarto lugar, detrás de Brasil, México y Argentina, en desarrollo del comercio electrónico, y se provee que en un par de años ocupe el tercer lugar, teniendo en cuenta que el sector de ventas en línea se ha multiplicado por siete en los últimos cinco años en Colombia” (Revista Semana, 2020),

Por consiguiente, teniendo en cuenta que la crisis y que probablemente durante el año se van a tener posiblemente varias cuarentenas de acuerdo a lo que ha propuesto el gobierno con el modelo de acordeón, la digitalización de las empresas será un asunto indispensable para los negocios.

Lo anterior también lo confirma Jacky Yanovich, presidente operativo retail de Almacenes Éxito, en una publicación de la Revista Dinero del 17 de mayo de 2020 quien tiene claro que “el comercio electrónico y directo serán fundamentales para enfrentar el

distanciamiento social, una nueva máxima en la economía de estos tiempos”. (Revista Dinero,2020)

En resumen, las MiPymes tendrán que adaptarse a esta nueva realidad y saber que el comercio electrónico se hace vital para garantizar sus flujos de caja en esta época de crisis y es una manera de reactivar la economía.

Así mismo la forma de hacer marketing también va a cambiar, la tecnología, la inteligencia artificial, la virtualidad se está convirtiendo en parte de nuestras vidas, las transacciones en línea, la educación virtual, las criptomonedas que el últimamente se han valorizado bastante, lo que demuestra que la tecnología ha llegado para quedarse.

El marketing a través de los medios digitales, se está haciendo cada vez más fuerte, visitar los museos virtualmente, realizar viajes virtuales, ciudades inteligentes, lo cierto es que estamos a portas de un cambio que se venía venir, pero que esta crisis lo acelero y lo importante es adaptarse y concebir cómo será el futuro para anticiparse.

En este sentido es clave que las empresas prioricen aquellos proyectos en temas digitales y en tecnología que pueda apalancar los cambios en la operación que se necesiten, pues es momento para automatizar muchos procesos que se hacían de manera presencial, teniendo en cuenta que se está afianzando el trabajo virtual y que el comercio electrónico es está cogiendo mucha fuerza.

Sostenibilidad y responsabilidad social

Esta emergencia también deja claro que las empresas que se sustentan en el mercado son aquellas que tienen una responsabilidad social, desde que inició esta crisis se han creado muchas iniciativas empresariales para aportar soluciones que ayuden a combatir la emergencia, desde donaciones, inversión de nueva tecnología para construir respiradores, entrega de mercados y muchas otras iniciativas.

Es importante que realmente se vea reflejado la responsabilidad social de las empresas, la economía colaborativa, donde sea una relación gana gana, las empresas tienen que cambiar sus relaciones con sus grupos de interés y adoptar un enfoque socialmente responsable ante todas las partes interesadas, empleados, proveedores y comunidad, además de los accionistas.

La crisis nos dejó ver que todos dependemos de todos, que todo está interrelacionado, dejando claro que el comportamiento de una persona afecta al bienestar de otra. Esta premisa lleva a cambiar de conciencia a nivel empresarial y a pensar en comunidad, saber que todos los miembros en la organización son importantes, desde la persona que hace el aseo, la comida, el que atiende, ya que si no lo hacen bien vamos a tener el riesgo de contagiarnos.

Las empresas tendrán que velar y preocuparse por la salud de sus trabajadores, sus clientes y sus proveedores, es claro que, si alguna vez hubo un momento en que las empresas demostraron su compromiso con la salud, la seguridad, la prosperidad y el medio ambiente de todas las partes interesadas, es ahora.

La situación de emergencia también ha llevado a las empresas a realizar cambios en sus cadenas de producción, uno de estos casos es la Empresa de Licores de Cundinamarca que como su mismo nombre lo indica producía licores ahora produce alcohol antiséptico y gel antibacterial, algo parecido ocurrió con algunas empresas dedicadas a la elaboración de cosméticos como “la multinacional de cosméticos y belleza de origen francés, L’Oréal Colombia, que comenzó la producción industrial de gel antibacterial que se destinarán tanto para donaciones, como para su personal interno, proveedores y clientes” (La republica, 2020)

Así mismo muchas empresas persisten por mantener su nómina como es el caso de Crepes & Waffles, Only y muchas otras empresas que apuestan a mantener el trabajo a sus empleados, incluso en algunas empresas los directivos y ejecutivos han sido consientes de la crisis y han disminuido en un porcentaje sus ingresos.

La directora de Desarrollo Sostenible y Equidad de SUEZ en España, Dulcinea Meijide, menciona en el artículo covid 19 la crisis sanitaria económica y social que pone a prueba la rse

“la RSE ayuda a identificar y anticipar riesgos globales y reforzar la resiliencia de las organizaciones. El cambio climático, las grandes desigualdades y la necesidad de cuidar de la salud y el bienestar de las personas y del planeta son una constante que aparece en la hoja de ruta global definida por Naciones Unidas a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Y las empresas que han incorporado el desarrollo sostenible en sus estrategias han demostrado ser más resilientes ante la pandemia”. (CompromirRSE, 2020)

Está claro que las dinámicas empresariales están cambiando, que el desarrollo sostenible debe ser uno de los pilares más importantes para las empresas, que todos los esfuerzos tienen que estar dirigidos a la sostenibilidad, pero no solo de la empresa, sino de todos los grupos de interés.

Teletrabajo

El teletrabajo es otro aspecto que probablemente lleve a cabo una transformación de las organizaciones y el estilo de vida de las personas.

El cambio repentino al teletrabajo de la noche a la mañana, tiene el potencial de acelerar los cambios en la forma de trabajar y en nuestras ideas sobre la organización del trabajo, el uso de la tecnología y de las relaciones digitales, han hecho que de una u otra manera varios empleados se hayan tenido que ajustar a las nuevas tecnologías y buscar otras maneras para realizar su trabajo.

Siendo el talento humano es motor del desarrollo económico, las empresas van a tener que tomar decisiones respecto al teletrabajo, sus beneficios y también las dificultades

Según, Oscar Fabian Riomaña, del Ministerio de trabajo en su conferencia efectos de la pandemia sobre la gestión del talento humano, “Las empresas tienen el reto de definir si después de esta crisis siguen teletrabajando y para ello necesitan fortalecer el trabajo en casa,

afianzar una infraestructura en los hogares para la conectividad, generar un ambiente de aprendizaje para el reentrenamiento y capacitación en casa” (Riomaña,2020)

Efectivamente el teletrabajo fue una alternativas que encontraron algunas empresas para hacerle frente a la crisis y poder seguir con su operación, trajo consigo varios retos, dificultades y beneficios, en ultimas los empresarios tendrán que evaluar si siguen con este modelo de trabajo que en algunos casos genera una mayor productividad, bienestar para los trabajadores y permite reducir costos, por otro lado, aquellos que no puedan seguir con el teletrabajo tendrán que adecuar todos sus protocolos y distanciamiento social para que su actividad pueda seguir adelante.

Logística

Otro aspecto a tener en cuenta es el proceso logístico y la cadena de suministros, ya que esta crisis evidenció que es necesario disponer de cadenas de suministro con una gran flexibilidad y, con una enorme capacidad de adaptación, teniendo en cuenta que cada vez está creciendo las compras on line, y los e-commerce, y que “los clientes de la nueva era digital demandan menores tiempos de entrega y mayor disposición de productos” (Logistica, Revista énfasis, 2020)

Así mismo, el presidente ejecutivo de FITAC, en la publicación realizada por ANALDEX afirmo:

Los retos del comercio exterior y la logística durante y después del COVID-19”, afirma que el e-commerce, la OMNICANALIDAD, y la logística 4.0, serán alternativas claves para enfrentar la situación. El temor que tienen las personas de salir a la calle y el aislamiento, marcará una tendencia en cómo estamos haciendo negocios para la entrega de los bienes de consumo masivos y para entregar todo lo que tiene que ver con la producción en empresas del país. Al mismo tiempo las aduanas deberán tener más en cuenta los temas de big data, impresión 3D e inteligencia artificial. (Asociacion Nacional de Comercio Exterior, 2020)

Hay varias empresas que han sacado provecho de los retos actuales al implementar mejoras en los procesos logísticos, como es el caso de Exito que incluyó ajustes en los centros de distribución y en transporte con el propósito de atender de mejor manera los picos y llegar con los productos.

Esta crisis también mostro la debilidad de las cadenas de suministro, Según un estudio de Standard Chartered, “ la globalización y optimización significa que una interrupción en un proveedor puede ser perjudicial para las operaciones de una empresa ubicada a medio mundo de distancia” (Revista Dinero, 2020), esto precisamente ha llevado a que las empresas revisen su cadena de suministro y puedan identificar nuevos proveedores alternos, con el fin de no depender de uno solo.

un ejemplo claro es la dependencia que se tienen de los mercados extranjeros especialmente de los mercados asiáticos como China, En México, por ejemplo, “la industria manufacturera recibió un duro golpe ante el cierre logístico de China. Un sondeo realizado por el Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación (Index) reveló que el 45% de las empresas experimenta falta de insumos provenientes del continente asiático ante la emergencia provocada por el coronavirus”. (Escudero, 2020)

Por tanto, las empresas empiezan a reformular sus procesos y a encontrar alternativas, con menos dependencia de mercados internacionales, aprovechando las nuevas tecnologías que llevan hacer más eficientes y a tener en cuenta escenarios alternativos de suministro.

Conclusiones

Esta crisis modificó de una manera u otra los sistemas y las estructuras existentes, ya se dejan ver los cambios que se avecinan en nuestra forma de aprender, trabajar y vivir, en muchos sentidos el mundo no será como antes, lo que avoca a las empresas a reinventarse y hacer las cosas diferentes para poder sobrevivir.

Las tecnologías y el comercio electrónico son una oportunidad para las empresas de generar flujos de caja, ofrecer contenido innovador y generar nuevas relaciones con sus clientes.

La responsabilidad social empresarial no debe ser una opción si no una manera de concebir la nueva forma de operar de las empresas, fortaleciendo la relación, con sus clientes, empleados, proveedores y la sociedad.

La logística es otro factor que ha cambiado con el comercio electrónico, teniéndose que adaptar rápidamente a los cambios que se han presentado, implementado mejoras y en cuanto a la cadena de suministro las empresas tienen que diversificar sus proveedores con el fin de mitigar el riesgo en su operación.

El teletrabajo, ha sido una alternativa que han tenido las empresas para enfrentar esta crisis, por eso tendrán que decidir si adoptan este modelo de trabajo para su negocio teniendo en cuenta las dificultades, beneficios y retos que supone.

Referencias

- Así funcionarían las cadenas de suministro de ahora en adelante. (2020). Revista Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-seran-las-cadenas-de-suministro-tras-el-coronavirus/284298>
- Carrera contra el tiempo así se ajustaron las compañías que nunca cerraron publicación (2020) Revista Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/que-negocios-pueden-abrir/286212>
- COVID-19, la crisis sanitaria, económica y social que pone a prueba la RSE. (2020) Revista Compromiso RSE. Recuperado de <https://www.compromisorse.com/rse/2020/04/21/covid-19-la-crisis-sanitaria-economica-y-social-que-pone-a-prueba-la-rse/>
- El comercio electrónico podría seguir creciendo después de la pandemia. (2020). Revista Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/economia/articulo/el-comercio-electronico-podria-seguir-creciendo-despues-de-la-pandemia>
- Escudero, Erik, (2020). Covid-19: disrupción y aprendizajes en cadenas de suministro. Revista Énfasis Logística. Recuperado de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/85921-covid-19-disrupcion-y-aprendizajes-cadenas-suministro>
- Informe impacto del covid-19 sobre el comercio electrónico en Colombia. (2020). Cámara Colombiana De Comercio Electrónico, Mintic. Recuperado de <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/Informe-Impacto-Covid.pdf>

L'Oréal, Masglo y Bardot, entre las empresas que ahora producen gel antibacterial.(2020), Diario la Republica Recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/loreal-masglo-y-cosmeticos-bardot-entre-las-empresas-que-ahora-producen-gel-antibacterial-3000545>

Los retos del comercio exterior y la logística durante y después del COVID-19 (2020). Asociación Nacional de Comercio Exterior, Recuperado de <https://www.analdex.org/2020/05/05/los-retos-del-comercio-exterior-y-la-logistica-durante-y-despues-del-covid-19/>

Núñez Catalino. (mayo de 2020). Seminario Internacional “Causas y efectos Comerciales, económicos y financieros de las pandemias”. Administración estratégica en tiempos de crisis, Universidad Católica, Bogotá.

Riomaña Oscar Fabian, (mayo de 2020). Seminario Internacional “Causas y efectos Comerciales, económicos y financieros de las pandemias” intervención, Ministerio de trabajo presentación efectos de la pandemia sobre la gestión del talento humano. Universidad Católica. Bogotá



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas



Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.