



La innovación: una solución para las empresas en tiempos del covid-19

Maylin Johanna Castillo Zolarte

Evelin Anyely Jojoa Jojoa

Estudiantes del Programa de Contaduría Pública

Universidad Mariana

Introducción

Los efectos de la crisis sanitaria por la propagación del covid-19 afectó a la economía a nivel mundial. Se estiman grandes pérdidas económicas que afectan en gran parte a las empresas manufactureras, industriales, comerciales y de servicios. Esta crisis perjudicó principalmente la producción en las empresas, aumentó el desempleo y generó un problema global, convirtiéndose en una amenaza para todos y más aún cuando existe incertidumbre sobre el tiempo de duración de la pandemia y las consecuencias que traerá sobre la población y la economía a futuro.

En consecuencia, el gobierno nacional implementó medidas sanitarias y económicas para frenar el avance de la enfermedad y así disminuir el número de contagiados. Las mencionadas medidas tomadas por el presidente obligaron desde el pasado marzo a cerrar los establecimientos, debido a la propagación del virus. Las diferentes organizaciones no podían seguir funcionando; sin embargo, a pesar de esto, el gobierno apoyó a las empresas con programas nacionales para inyectar flujos de dinero para que muchas de ellas no quebraran.

A pesar de esto, numerosas empresas entraron en crisis, porque el aislamiento preventivo se extendió por varios meses, los resultados no se hicieron esperar, los indicadores macroeconómicos, entre ellos el PIB, registraron un impacto negativo en la economía del país. No obstante, este hecho, a su vez, fue tomado por algunos como una oportunidad, donde se aplicaron procesos de innovación; además, se vieron obligados a desarrollar avances en la era de la digitalización. Cabe mencionar que, la transformación digital, los avances tecnológicos, la ciencia y el sector empresarial permiten a las empresas crear estrategias para impulsar la innovación en sus negocios en los procesos de producción y comercialización del producto, bien o servicio. A partir de esto, la innovación se muestra como una solución

eficaz y eficiente para las empresas que desean seguir desarrollando sus actividades económicas en tiempo de covid-19.

Desarrollo

La mayoría de las empresas en este momento están tomando un nuevo horizonte para mejorar su economía, debido a los impactos producidos a causa del covid-19, esto los ha obligado a buscar nuevas oportunidades de mercado y generar una evaluación socio-económica.

Las empresas están afrontando la emergencia sanitaria a través de la aplicación de protocolos de seguridad y sanidad laboral, el despliegue del teletrabajo, el uso de nuevas herramientas digitales, la flexibilización laboral y la reorganización de las jornadas. Sin embargo, existen obstáculos que limitan la difusión y el éxito de estas medidas. Las empresas mencionan la escasez y falta de dispositivos digitales (principalmente computadoras), conectividad, acceso a software y las escasas competencias digitales de los empleados.” (Angelelli et al., 2020, p. 7).

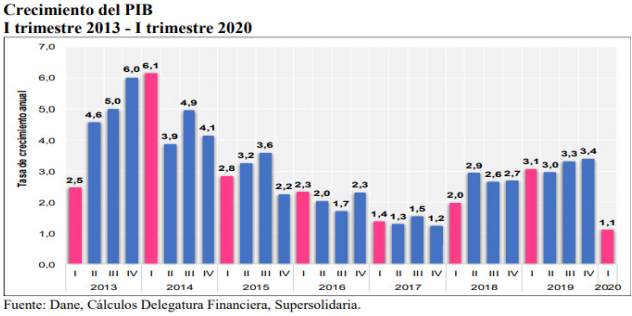
Cada empresa tiene un desafío empresarial, donde se observa la capacidad de mantenerse activos en el mercado; para ello, es necesario analizar cómo una crisis mundial pudo afectar la variación en la economía mundial y el desarrollo de nuevas formas que permitan a las organizaciones enfrentar esta situación actual. Por su parte, Angelelli et al. (2020) afirman que, “la crisis sanitaria motivó a muchas empresas a implementar esquemas de teletrabajo y otras plataformas tecnológicas para virtualizar ventas, compras, gestión de la producción y otros procesos críticos” (p. 15). En este sentido, se puede afirmar que las organizaciones optan por implementar nuevas herramientas de trabajo para mejorar el entorno laboral, empresarial y mitigar los efectos devastadores que trajo la pandemia. En ese orden de ideas, la crisis económica que ocasionó la emergencia sanitaria y la propagación del covid-19 afecta drásticamente a las empresas de nuestro país.

¿Cuál es el impacto en los negocios?

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE- (2021) manifestó que la economía colombiana para el año 2019 registró un crecimiento en el PIB del 3,3 %, evidentemente, las actividades con mayor impulso económico fueron las comerciales y de servicios; para el primer trimestre de 2020, el PIB en Colombia logró un crecimiento del 1,1 %, teniendo en cuenta que la pandemia llegó al país en el mes de marzo y las medidas que implementó el gobierno, como el confinamiento, necesarias para mitigar el riesgo de contagio.

Figura 1

Resultados del PIB por sector I trimestre de 2020 Crecimiento del PIB.



Fuente: DANE, Cálculos Delegatura Financiera, Supersolidaria.

Este es el resultado del impacto negativo que se generó por suspender las actividades económicas, a causa del confinamiento desde mediados de marzo, con el fin de disminuir el contagio del covid-19. Lo anterior trajo consigo una escasa producción, porque los trabajadores de cierto modo no podían asistir a su trabajo y la demanda es insuficiente para todos los sectores de la economía, excepto para los bienes y servicios como alimentos, salud y artículos de aseo.

Tabla 1

Crecimiento anual del PIB por actividades económicas - I trimestre 2020

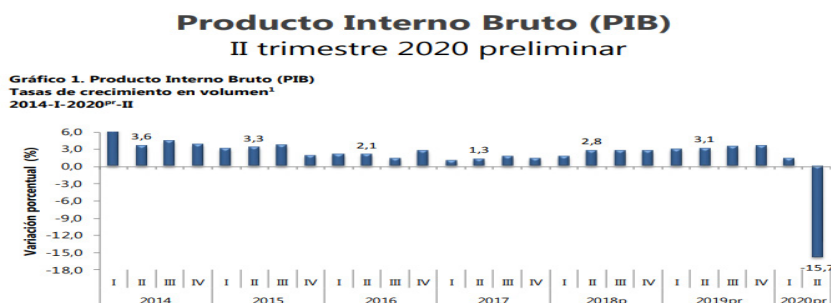
Actividad económica	Serie original Tasa de crecimiento anual (%)	
	2019 ^o - I / 2018 ^o - I	2020 ^o - I / 2019 ^o - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,9	6,8
Explotación de minas y canteras	4,8	-3,0
Industrias manufactureras	2,8	-0,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	3,0	3,4
Construcción	-5,5	-9,2
Comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida	3,3	0,9
Información y comunicaciones	3,4	1,4
Actividades financieras y de seguros	6,3	2,1
Actividades inmobiliarias	2,5	2,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,3	2,7
Administración pública y defensa, educación y salud	4,3	3,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	4,2	-3,2
Valor agregado	2,8	1,1
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	3,4	1,2
Producto Interno Bruto	2,9	1,1

Fuente: DANE (s.f.).

Para el segundo trimestre de 2020, la economía colombiana se desplomó -15,7 %, por los efectos de la pandemia (DANE, 2020); en consecuencia, los sectores más afectados son entretenimiento, comercio, alojamiento y restaurantes.

Figura 2

Producto Interno Bruto (PIB) II trimestre 2020 preliminar.



Fuente: DANE (s.f.). Cuentas nacionales.

El director del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, Juan Daniel Oviedo, aseguró que “se trata del crecimiento negativo más importante en la historia reciente del país” (El Tiempo, 2020, s.p.), Además agregó que los efectos “están asociados directamente con la restricción a la actividad económica relacionada con el manejo de la pandemia del covid-19” (El Tiempo, 2020, s.p.).

Principales medidas para enfrentar los impactos del covid-19 en las empresas

Para muchos empresarios esta pandemia se convirtió en una situación difícil, donde se experimenta caminos de incertidumbre para restablecer la liquidez de las empresas, dando así paso a un emprendimiento dinámico enfocado en la capacidad de crecer de una manera rápida y sostenible para la satisfacción de necesidades del mercado.

De esa manera, a partir de la reorganización empresarial, se permite realizar cambios y optar por un emprendimiento dinámico dentro de las organizaciones, aplicar estrategias de innovación, para dar respuesta a los múltiples problemas asociados con la crisis económica.

OCDE (como se citó en Díaz y Guambi, 2018) manifiesta que “la innovación es un concepto extenso que comprende una amplia gama de actividades y procesos: mercados, actividades empresariales, redes y competencia, pero también las habilidades y organizaciones, la creatividad y la transferencia de conocimientos” (p. 214).

El proceso de innovación se muestra como la solución para que las empresas puedan dar respuesta a la actual situación, ya que permite a los emprendedores generar nuevas ideas, donde la creatividad juega un papel importante para que las organizaciones opten por desarrollar, modificar y mejorar los bienes y servicios, generando así oportunidades de mercado y brindar soluciones, respondiendo a las necesidades no satisfechas por los productos tradicionales y respondiendo a los problemas económicos.

En Colombia se evidencia el apoyo en capacitación y en entrega de nuevas tecnologías que las empresas reciben por parte del Estado.

Los recursos para las pymes que entrega el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a través de su plataforma digital, las cámaras de comercio ofrecen capacitaciones adicionales en temas de comercio electrónico, técnicas de teletrabajo, marketing digital y nuevas tecnologías, entre otros. Por otra parte, las cámaras están facilitando herramientas para promover el negocio virtual, por ejemplo, dando a las pymes acceso a vitrinas virtuales y creando un Centro Virtual de Negocios donde las empresas podrán realizar citas de negocio virtuales. (Angelelli et al., 2020, p. 13)

En muchos sectores de la economía establecieron innovación de manera urgente, donde el foco de la innovación cambió debido a que las empresas necesitaban cuidar su liquidez y entregar los servicios de una manera distinta y organizar el trabajo de una manera diferente.

Para que cada empresa pueda iniciar el proceso de innovación es importante identificar las capacidades y fortalezas con las que cuenta la organización, esta es una idea muy acertada, por que no para todas se presenta como una oportunidad, debido a que existe aún la resistencia al cambio, que hace de la innovación un obstáculo para el desarrollo de las metas planteadas; en su mayoría, las empresas están tomando este nuevo horizonte con el ánimo de mejorar su economía. Por esta razón surge la necesidad de conocer los procesos de innovación para que cada negocio pueda aplicarlos.

Innovación en marketing: El Manual de Oslo define el concepto de marketing de innovación como: “utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación” (Jansa, 2010, p. 5). La aplicación de este método le permitirá a la empresa implementar nuevas formas del producto que se adecuen a las necesidades del consumidor, en este caso, la crisis sanitaria obliga a crear e innovar principalmente en productos de la salud.

En servicios de salud: A raíz de los impactos negativos que trajo la pandemia, surge la necesidad de poder realizar de manera eficiente la distribución del material quirúrgico y la atención médica. En ese orden de ideas, los servicios de salud a distancia se hacen necesarios para evitar el colapso del sector

salud, es ahí donde las herramientas tecnológicas permiten avanzar e implementar la telemedicina -un servicio médico a distancia-, con el fin de que los pacientes sean atendidos sin poner en riesgo la salud, además de que beneficia a las entidades hospitalarias del Estado y clínicas privadas (Zimbrón, 2020).

También es importante resaltar que gracias al mundo globalizado surgen los nuevos negocios como son los *startup* innovadores que se han impulsado.

En Corea del Sur, donde una de las estrategias clave fue el testeo masivo, una *startup* creó kits de diagnóstico de coronavirus en tres semanas, los cuales fueron aprobados por los organismos sanitarios del país; de esta manera empezó a producir 10.000 kits semanales. En Italia, un pequeño *startup* especializado en sensores para terremotos en pocos días diseñó válvulas para respiradores y modificó unas máscaras de snorkel que ya estaban en el mercado para crear una máscara de ventilación asistida. En Estados Unidos, una *startup* lanzó un kit de recolección de muestras de diagnóstico para uso en el hogar. En el Reino Unido, Babylon Health, un unicornio digital, ha diseñado una aplicación para detectar y reportar síntomas de covid-19 (Inter American Development Bank, 2020).

Entorno empresarial: Es una oportunidad de innovar a negocios donde necesitan que sus beneficios económicos sigan su fluctuación correspondiente, por ejemplo:

Algunas empresas han optado por invertir en mejorar su aplicación móvil y expandir la experiencia de su e-commerce en los últimos dos años. Antes de la llegada del COVID-19, aquello contribuía alrededor del 8% de las ventas. Sin embargo, actualmente constituye el 18%, casi redoblando la cifra en solo cuestión de semanas.

Aquellas empresas que no invierten en medios *online* salen perdiendo. Por ejemplo, Primark, uno de los *retails* de moda más grandes del Reino Unido no tenía presencia *online*. Sus ventas se desplomaron de 650 millones de libras mensuales a cero luego de que la cuarentena los obligase a cerrar sus tiendas. (Marketing, 2020, párr. 9-10).

Lo anterior se observó en pocos meses, donde las compañías deben correr el riesgo de salir de su zona de confort para poder ofrecer un servicio de manera rápida y segura a sus terceros y consumidores.

Igualmente, otro tipo de negocios, como servicios que se ofrecen desde plataformas virtuales, según la revista Dinero (2020), Hogaru, SOS Asistencia, SuperFuds, Platzi, Mi Águila, Waruwa, KiwiBoy hacen parte de la lista de las empresas que optaron por innovar sus negocios de acuerdo con las necesidades del consumidor; debido a la situación decidieron enfrentar la crisis teniendo en cuenta sus capacidades y buscaron nuevas formas de emprendimiento.

“Si las empresas no desarrollan la habilidad de experimentar de forma ágil, sufrirán un colapso año tras año” (Ivars, 2018, s.p.).

Innovación en el modelo de trabajo: Aunque la mayoría de las empresas conocían los beneficios del teletrabajo antes del confinamiento que trajo consigo el covid-19, muchas de las organizaciones no estaban capacitadas para llevar este modelo de trabajo. Es así como, la situación de la crisis económica de cierta forma impulsó el teletrabajo y se presenta como algo innovador para aquellos que desconocían este modelo.

Durante las semanas de confinamiento, el teletrabajo se ha convertido en la mejor oportunidad para hacer compatible la protección frente a la pandemia con el mantenimiento de las actividades productivas. Para muchos teletrabajadores con experiencia previa la novedad ha sido la amplitud con la que han utilizado esta modalidad, que estos días se ha convertido en exclusiva. Pero para otros muchos trabajadores lo novedoso ha sido tener una primera experiencia en este ámbito. Lo mismo puede decirse de las empresas. Para unos y otras, seguramente su visión del teletrabajo no volverá ya a ser como antes. Las evidencias disponibles apuntan a un fuerte incremento de la práctica del teletrabajo, pero la intensificación ha tenido lugar de manera sobrevenida, en muchos casos improvisada y sin planificación previa. (Peiró y Soler, 2020, p. 2)

Las compañías en este momento están enfrentando cambios inciertos en el camino de la digitalización y usos de herramientas digitales, lo importante de estas innovaciones tecnológicas es el indispensable esfuerzo de liderazgo donde cada empresa implementa medidas de mejoramiento para su empresa.

En muchos casos, las pymes optaron por créditos, subsidios y servicios de apoyo tecnológico, se podría contemplar la implementación en un mediano plazo, para que las pymes estén mejor posicionadas para la transformación digital, donde puede ser parte de un paquete de apoyo al desarrollo empresarial, o de intervenciones especializadas, serán más críticos en un contexto en que las pymes tratan de navegar desafíos de liquidez, capital de trabajo y las reglas de programas potenciales de apoyo de los gobiernos. Se debe revisar que existan las condiciones regulatorias para apoyar el teletrabajo y la transformación digital de las empresas. Aspectos como la firma electrónica, la existencia de medios de pago electrónicos o las facilidades para el comercio electrónico deberán revisarse durante la pandemia acelera la transformación digital o lo hará en el futuro. (Angelelli et al., 2020, p. 16)

Hay muchos sectores económicos que se desean recuperarse de la gran pérdida obtenida por esta situación sanitaria, que los impulsó a cambios profundos en el entorno digital, donde se enfrentará a la aceleración de la digitalización para establecer criterios económicos de sostenibilidad empresarial.

Conclusiones

La evidencia que se presentó demuestra que la innovación tecnológica es una herramienta fundamental para enfrentar los efectos devastadores que trajo la pandemia, que perturbó principalmente la economía de las empresas.

La mayoría de las empresas, debido al confinamiento preventivo impuesto por el gobierno nacional, dejaron de producir y recibir ingresos, que garantizaban el desarrollo de sus actividades industriales, comerciales y de servicios, dejando con ello a muchas personas desempleadas y afectando gravemente el desarrollo económico.

La crisis económica se muestra como un desafío para las organizaciones, puesto que estas deben optar por aplicar una reorganización empresarial y por un emprendimiento dinámico, estas sirven de base para impulsar la innovación de los productos, bienes y servicios que se ofrecen al consumidor.

Antes de la crisis sanitaria ya se implantaban herramientas tecnológicas en las empresas, modelos en el área laboral, entre ellos el teletrabajo y plataformas digitales para la prestación de múltiples servicios, pero a raíz de esta amenaza se incrementó el número de empresas que implementaron este tipo de estrategias para enfrentar la situación. Por esta razón, la innovación en este tiempo de crisis permite avanzar en la era digital

Implementar estrategias de innovación les hace posible avanzar a las empresas en la era digital, esto traerá cambios muy notables en un futuro, puesto que se puede observar un cambio radical. La innovación se presenta como la solución para la crisis económica actual, porque permite dar ese gran paso en poco tiempo y adaptarnos al cambio, por ende, resulta ser la mejor opción para enfrentar este tipo de amenazas, que en muchas ocasiones se salen de nuestras manos.

Referencias

- Angelelli, P., Hennessey, M. y Henriquez, P. (2020). Desarrollo productivo y pymes. Del choque a la recuperación empresarial. En *Respuestas al COVID-19 desde la ciencia la innovación y el desarrollo productivo* (pp. 6-18). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2020). Producto Interno Bruto (PIB) II trimestre 2020 preliminar. *Boletín Técnico*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IItrim20_produccion_y_gasto.pdf

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). En 2020 el producto interno bruto de Colombia decreció 6,8 %. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim20.pdf
- Díaz, G. y Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212-229. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6792584.pdf>
- Economía colombiana se desplomó 15,7 % por cuenta de la pandemia. (2020, 14 de agosto). *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/economia-de-colombia-se-desplomo-por-la-pandemia-de-coronavirus-529352>
- Ivars, A. (2018, 7 de mayo). La innovación en Marketing cuando (casi) todo está inventado. *SEMrush* [Blog]. <https://es.semrush.com/blog/innovacion-en-marketing/>
- Jansa, S. (2010). Resumen del Manual de Oslo sobre innovación. http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/INVESTIGACION/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/RESUMEN%20DEL%20MANUAL%20DE%20OSLO%20SOBRE%20INNOVACION%20C3%93N4.PDF
- Marketing. (2020, 17 de junio). Descubre las nuevas tendencias de marketing post-COVID-19. *Certus*. <https://www.certus.edu.pe/blog/tendencias-marketing-covid/>
- Peiró, J. y Soler, A. (2020). El impulso al teletrabajo durante el covid-19 y los retos que plantea. <https://www.ivie.es/wp-content/uploads/2020/05/11.Covid19IvieExpress.El-impulso-al-teletrabajo-durante-el-COVID-19-y-los-retos-que-plantea.pdf>
- Zimbrón, A. (2020, 21 de mayo). Telemedicina, la innovación que podría cambiar sector salud después de covid-19. *Notipress*. <https://notipress.mx/vida/telemedicina-innovacion-podria-cambiar-sector-salud-despues-covid-19-3978>