

Título del artículo Propuesto

Análisis de la innovación en plataformas digitales frente a crisis económica colombiana en el año
2020.

Analysis of innovation in digital platforms in the face of the colombian economic crisis in 2020.

Autores

- ¹Edith Marcela Barrantes Garzón

1

¹Edith Marcela Barrantes Garzon, Fundación universitaria del área andina, Especialización en gerencia financiera, marcela.barrantes@hotmail.com, Bogotá – Colombia.

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar los alcances de la transformación digital, la cual se ha convertido en una herramienta para organizaciones a nivel nacional como medida de mitigación tras el impacto económico generado por la crisis económica derivada de la pandemia Covid-19, la cual no solo trajo consigo un impacto a la salud mundial sino a las diversas actividades comerciales que implicaban un acercamiento con el cliente, los empresarios colombianos han sido golpeados por una disminución en el volumen de ventas en el comercio tradicional de los últimos años, causado por los lineamientos del estado que buscaba disminuir el nivel de contagio en el cual se incluyen aislamientos obligatorios, cierres sectorizados, cierre parcial o total de empresas de acuerdo a su actividad económica, lo que ha convertido el mantener la estabilidad de flujo de dinero en un reto, ya que se vieron obligados a realizar despidos masivos, licencias no remuneradas y un cese de actividades en sus plantas de producción y/o oficinas.

Esta coyuntura ha permitido que las compañías puedan evaluar nuevas estrategias para afrontar la crisis de forma oportuna y se empiecen a generar soluciones desde otro enfoque con tendencia a al contexto global, cómo lo es una preparación logística que permita la entrega de productos o servicios a su consumidor final sin el requerimiento de la transacción en un local o punto físico, con lo que se ha permitido el conocer y desarrollar el concepto de tendencias digitales que permiten fortalecer el alcance de los nichos estratégicos establecidos y ampliar a su vez el horizonte, rompiendo fronteras y convirtiéndose en un instrumento de combate en época de pandemia.

Abstract

The objective of this research is to identify the scope of digital transformation, which has become a tool for organizations at the national level as a mitigation measure after the economic impact generated by the economic crisis derived from the Covid-19 pandemic, which It not only brought with it an impact on world health but also on the various commercial activities that implied a rapprochement with the client, Colombian entrepreneurs have been hit by a decrease in the volume of sales in traditional trade in recent years, producing by the State guidelines that sought to reduce the level of contagion, which included mandatory isolations, sectorized closures, partial or total closure of companies according to their economic activity, which has made maintaining the stability of money flow a challenge, since they were forced to carry out massive layoffs, unpaid leaves and a cessation of activities in their production plants and / or offices. This situation has allowed companies to evaluate new strategies to face the crisis in a timely manner and begin to generate solutions from another approach with a tendency to the global context, such as a logistics preparation that allows the delivery of products or services to their final consumer without the requirement of the transaction in a local or physical point, with which it has been possible to know and develop the concept of digital trends that allow strengthening the scope of the established strategic niches and expanding once the horizon, breaking borders and becoming a combat instrument in times of pandemic.

Palabras clave

- **Tecnología:** Es la aplicación de la ciencia a la resolución de problemas concretos. Constituye un conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente, así como la satisfacción de las necesidades individuales esenciales y las aspiraciones de la humanidad.
- **Digital:** El concepto, de todas formas, está estrechamente vinculado en la actualidad a la tecnología y la informática para hacer referencia a la representación de información de modo binario.
- **Innovación:** Refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.
- **Pandemia:** Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.
- **Nueva normalidad:** El término se ha utilizado en una variedad de contextos para dar a entender que algo que antes era anormal y ahora es común. (Economía y finanzas).

Introducción

Descripción del problema

El presente artículo de investigación da referencia a la innovación de plataformas digitales en medio de la crisis económica provocada por pandemia covid – 19 en el año 2020, las herramientas tecnológicas han sido implementadas en las compañías colombianas como parte de nuevas estrategias para poder seguir ofreciendo sus productos y/o servicios a sus clientes.

El coronavirus conocido como el Covid-19 hace parte de una familia de virus que surgen en diferentes partes del mundo y es responsable de generar el origen de infecciones respiratorias agudas con altos niveles de mortalidad este virus es catalogado por la Organización mundial de la salud como una emergencia de salud pública de importancia internacional. El coronavirus, no solo es un problema de salud pública ya que este ha afectado de manera directa la parte económica, política y social, por lo tanto, es importante analizar de qué manera está afrontando la crisis las empresas Colombianas durante la pandemia Coronavirus.

La economía colombiana venía con un buen ritmo en el primer bimestre al cierre de Febrero 2020, tuvo una cifra de 4,8% en expansión económica, el comportamiento de los sectores económicos mostraban una buena tendencia de crecimiento. Esta tendencia empezó a cambiar en el mes de Marzo 2020, tras la fuerte caída de los precios del petróleo y una tasa de desempleo 13,4%, donde el gobierno Colombiano declara emergencia económica tras la pandemia provocada por el virus (Covid-19).

Al cierre del mes de Junio 2020 la tasa de desempleo paso a ser 19,8%, los efectos de la pandemia han afectado a la población con menos nivel educativo y a afectado a todos los sectores económicos unos más representativos como Hoteles, cines, centros de recreación, restaurantes, pequeñas y medianas empresas.

Las organizaciones se están viendo entre la espada y la pared ya que no pueden seguir con su operación por las restricciones que ha tenido que tomar el gobierno Colombiano, lo cual no les ha permitido obtener los ingresos suficientes para cubrir las deudas y sostener de las empresas, adicional se han visto obligados por los lineamientos del Ministerio de trabajo, que benefician a los empleados por medio de normas que las empresas tienen que cumplir.

El ministerio de trabajo bajo las condiciones actuales de la emergencia sanitaria elaboro el decreto 488 – circular 0021 donde se encuentran las medidas de protección al empleo, el cual fue creado para prevenir el aumento de desempleo. (Gaona Pardo, 2020)

Tras la búsqueda de estabilidad económica encontramos la nueva normalidad donde todos los empresarios de pequeñas, medianas y grandes empresas, empiezan a tomar medidas para poder enfrentar la crisis generada por la pandemia y dentro de estas medidas alternas como trabajo en casa, teletrabajo, vacaciones anticipadas, la jornada laboral flexible, suspensión de contratos, trabajo por horas en sectores de primera necesidad, permisos no remunerados y todas medidas se hacen con el fin de garantizar la actividad productiva (Gaona Pardo, 2020), para poder llevar sus productos y/o servicios al consumidor final ven como una oportunidad poderse actualizar en plataformas digitales, aplicaciones y páginas web.

La nueva normalidad permite que los mercados físicos, se puedan ofertar sus productos y servicios en mercados digitales, por medio de plataformas, páginas web y aplicaciones, las cuales le brindan al consumidor final de tener variedad para elegir lo que requiera sin salir de casa.

Objetivo general

Analizar las estrategias de innovación que han implementado los empresarios en Colombia con las plataformas digitales para ofertar sus productos y/o servicios en crisis por Covid 19 en el año 2020.

Objetivos específicos

1. Identificar cuáles han sido los mayores retos del sector empresarial en la crisis económica por Covid -19 en el año 2020.
2. Conocer y exponer la situación económica actual generada por el Covid -19
3. Analizar las estrategias de innovación digital desarrolladas por las compañías Colombianas tras crisis por Covid -19 y determinar la viabilidad de su implementación.

Justificación

La presente investigación se enfocará en estudiar el impacto que ha tenido el Covid 19 en las empresas colombianas, ya que debido a esto han tenido que someterse a cambios en la economía mundial que afectan directamente a los empresarios y una de las mayores razones ha sido la fuerte caída del petróleo lo cual se reflejan en los ingresos de los municipios y departamentos de Colombia. (Jaime Bonet, 2020)

Los efectos de esta pandemia en las economías regionales del país, dependerán del grado de afectación de cada una de su estructura económica, su nivel de pobreza, la informalidad de la mano de obra, el número de contagiados y de los lineamientos del gobierno Colombiano. (Ricciulli, 2020).

Las medidas económicas adoptadas por el gobierno Colombiano fueron declararse en estado de emergencia económica, social y ecológica a nivel nacional mediante el decreto 417 de 2020, durante esta época el gobierno Colombiano ha implementado medidas para apoyar a la población durante la crisis, apoyos económicos a personas más vulnerables, ampliación de fechas de impuestos e inversión en el sector salud. (Sanchez, 2020).

El sector empresarial ha sido uno de los más afectados en el segundo trimestre de este año la económica tuvo una desaceleración importante donde las cifras de desempleo llegaron a un 11, 5% al cierre de Abril para alcanzar en Junio el 20%, donde las compañías tuvieron que tomar decisiones sobre cómo tratar de mantener sus compañías para no declararse en ley de insolvencia. (Pinzón, 2020).

A partir de estas decisiones empezó a sonar de moda la palabra reinventarse, la cual fue muy asertiva en esta situación, ya que las compañías Colombianas tuvieron que empezar a identificar de qué forma podían salvar sus compañías muchos tuvieron que cambiar su tipología y empezaron atacar otros nichos de mercado, pero otros empezaron a buscar alternativas de cómo llegar a su consumidor final.

Una de las estrategias que han permitido que las empresas puedan seguir ofertando los productos y servicios ha sido la innovación digital, aunque estamos en una época en que la tecnología es tendencias para muchas micro y medianas empresas la inversión en estas plataformas y aplicaciones no estaba en sus planes a corto plazo, pero esta crisis les permitió ver esta opción como una oportunidad para acercarse a sus clientes de manera virtual y adicional poder captar nuevos clientes.

Las agencias de marketing digital hacen un papel importante en esta crisis ya que son las que están ayudando a impulsar a las compañías en cómo usar internet como una herramienta de apoyo, para impulsar estas categorías utilizan varias metodologías como SEO (Posicionamiento en la red, e-mail marketing, publicidad online, marketing en redes sociales, estrategias de inbound marketing e.t.c. (ESCOBAR, 2020)

Estas herramientas han sido un éxito y han logrado que las compañías puedan incursionar en la era tecnológica estamos en un momento crucial donde el consumidor final es dinámico y diverso que exige respuestas inmediatas, acordes con el contexto y la coyuntura actual. (ESCOBAR, 2020).

Antecedentes

El propósito de este artículo es proporcionar antecedentes sobre la innovación en plataformas digitales implementadas en las compañías Colombianas, estas herramientas tecnológicas que han sido implementadas como parte de nuevas estrategias para poder ofrecer sus productos y/o servicios, los servicios digitales han permitido en los últimos años que las compañías puedan abarcar no solo sus clientes actuales, si no poder atacar otros nichos de mercado, también han sido parte de la transformación de nuevos productos, ampliación de portafolios y han logrado capitalizar nuevos segmentos.

La característica principal de la innovación digital es la transformación de una nueva tendencia, el resultado de buscar soluciones inmediatas para poder sostener sus compañías y a sus empleados, ya que en la actualidad se está viviendo una coyuntura económica no solo Colombia si no el mundo, provocada por pandemia covid – 19 en el año 2020.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas las cuales iniciaron a partir de la llegada del coronavirus COVID- 19 a Colombia el 06 de Marzo de 2020, (Fred G. Manrique-Abril, 2020). A partir de esta fecha el gobierno declaro emergencia sanitaria en el país y a partir de esa fecha se vio obligado a tomar decisiones drásticas para evitar contagios, dentro de estas medidas surgieron aislamientos obligatorios, cese de actividades laborales.

La nueva pandemia llamada COVID -19 ha sido catalogada por la Organización mundial de la salud como emergencia pública de importancia internacional, este virus llego a todos los continentes Asia, Europa, Oceanía, América y Africa. (Balarezo, 2020)

La pandemia de coronavirus es uno de los desafíos más grandes que ha tenido que enfrentar el mundo en los últimos tiempos el costo de vidas humanas y una gran crisis de salud, el mundo no solo ha tenido que enfrentar grandes retos en el sector salud, si no también ha tenido una de las fuertes caídas económicas que han afectado severamente el bienestar de gran parte de la población a corto y largo plazo. (Andres Alvarez, 2020)

La propagación de la nueva pandemia Covid -19 provoco descensos económicos en todo el mundo en el precio de las acciones, aumentos en la volatilidad del precio, disminución en las tasas de interés nominales, las contracciones de actividad económica real reflejadas en el producto interno bruto (PIB). (Barro, 2020)

Un primer trabajo corresponde a Incidencias, causas y efectos de la pandemia covid-19 en la economía colombiana elaborado por Gómez Molina, Arledison, Molina Pérez, Luis Alfonso (2020), Ensayo Seminario Internacional, Universidad Católica de Colombia, el objetivo de esta investigación es resaltar las medidas implementadas por el estado para mitigar los efectos económicos donde analizan las distintas estrategias utilizadas por las empresas para obtener ventajas y poder competitivas a través de la innovación tecnológica. (Gómez Molina, 2020)

Durante los últimos seis meses la economía mundial se ha visto afectada tras la pandemia del Covid 19, sin embargo, el sector que ha tenido mayor impacto negativo ha sido el empresarial Colombia no ha sido la excepción y los empresarios se han visto bastante afectados han tenido que enfrentar desde el de vista económico cambios en productos interno bruto, consumo, desempleo y exportaciones, esta crisis económica les ha permitido desarrollar nuevas habilidades y actualizarse en el uso de herramientas tecnológicas. (Gómez Molina, 2020)

Por otro parte acorde a los postulados de Unidad Macroeconómica de Análisis UMAC (2020), habla sobre el impacto de la pandemia COVID – 19 sobre la economía Colombiana, una pandemia temporal con efectos permanentes, Manuscrito original de estudiantes de maestría, de docentes y de investigadores de de la facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional de Colombia, este documento de análisis aborda impactos de corto plazo sobre la actividad Presión económica Colombiana que han generado las cuarentenas totales que han logrado agotar instrumentos de política públicas en términos económicos , sociales y políticos. (UMAC1, 2020)

Posteriormente los autores Ortiz Acero, Diana Catherine, Morales Monguí, Nubia Esperanza hablan sobre los retos de la industria manufacturera colombiana en medio del COVID-19, 2020, Ensayo de Seminario Internacional, Universidad Católica de Colombia, Esta investigación busca analizar sobre los retos que han tenido los empresarios Colombianos de la industria manufacturera ya que han sido de los sectores más golpeados por esta situación sanitaria que sufre el mundo por la llegada del Covid - 19, explora las medidas económicas por parte del gobierno para mitigar la

crisis, también profundizan las propuestas y alternativas que preparan los empresarios para afrontar sus retos futuros. (Ortiz Acero, 2020)

Por otra parte, el autor Camilo Ernesto Rodríguez-Gutiérrez habla sobre tributos en tiempos de pandemia covid-19, nuevas realidades e imperiosas exigencias, grandes retos futuros para las sociedades y los estados 2020, las repercusiones y los hecho que han llegado a través de la pandemia han generado una serie de incomodos interrogantes las medidas tomadas han producido un serio rompimientos entre un ahora reconocible y un futuro incierto, el frágil equilibrio entre la producción de bienes, servicios y el consumo de estos, no es nada diferente a una crisis económica pero si una crisis económica desconocida no vista anteriormente en escala asimilable. (Rodríguez-Gutiérrez, 2020)

Mas adelante la autora Lady Diana Matallana Castellanos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Colombia en su ensayo de Retos empresariales tras el Coronavirus COVID-19 habla sobre los grandes desafíos para los países, 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. (Matallana Castellanos, 2020)

Las compañías colombianas asumen un papel importante en la economía y para enfrentar la crisis provocada por Covid 19, tienen que reinventarse y adaptarse a los nuevos cambios que implican las tecnologías, tendrán que enfocarse en ser sustentables y no solo en términos de ganancias, deben volverse más eficientes, ofrecer un valor agregado, dar la milla extra y entender que probablemente las preferencias de los consumidores también van a cambiar, los momentos de consumo no van a ser los mismos. (Matallana Castellanos, 2020)

Posiblemente enfrentar la crisis durante la pandemia traerá transformaciones que seguramente ofrecerá nuevas oportunidades unas se dejaran de utilizar con el tiempo, pero otras llegaran para quedarse y ser otra forma de ingresos, pero para llegar a eso es necesario que las compañías colombianas se preparen para enfrentar los cambios y tendencias del momento, deben cambiar el chip y hacer las cosas diferentes.

La pandemia Covid 19 ha provocando desafíos de forma inmediata para las compañías Colombianas para muchas ventas B2B efectivo, ya que se ve perjudicada la continuidad de sus

procesos operativos entre estos el más un conector importante de la cadena de servicio de las compañías que es el área de ventas, se han tenido que cancelar ferias, conferencias, reuniones con clientes y demás procesos internos que han logrado que las compañías busquen estrategias de como atacar el mercado de maneras innovadoras por medio de tecnologías informáticas, actualizándose en plataformas digitales, páginas web, aplicativos de celular, redes sociales, teleconferencia, video llamadas, etc. (Bruno Lussier, 2020)

Marco Teórico

El desarrollo de esta investigación ha tenido como objetivo poder analizar la realidad a la que se ven enfrentados todos los países a nivel mundial a partir de que la organización mundial de salud decreto emergencia sanitaria tras la nueva pandemia Covid- 19 desencadenando una serie de sucesos nunca vistos en la historia, la cuarentena, confinamiento social, algunos gobiernos lo hicieron más rígidos que otros, la regla fue la desaceleración de la dinámica social, desde el punto de vista económico estas decisiones políticas produjeron un impacto fuerte en la oferta y la demanda, provocando una parálisis del flujo económico mundial, generando grandes trastornos en las sociedades conllevando el aumento del desempleo, el recorte de beneficios, salarios y aumento de la pobreza. (Buteler, 2020)

Los mayores retos el sector empresarial en durante la crisis por covid – 19

Colombia como el resto de los países del mundo no ha sido indiferente ante la situación económica mundial derivada por la pandemia Covid -19, se ha visto afectada en todos sus sectores, permitiendo una inestabilidad económica poco sostenible con el tiempo, que ha llevado a extremas condiciones socioeconómicas, se han evidenciado cifras de desempleo ascendentes, variación constante de precios en productos de consumo masivo por un tema de producción, oferta y demanda.

La situación económica actual ha venido teniendo cambios drásticos debido a las decisiones que ha tenido que tomar el gobierno Colombiano para evitar un alto número de contagios por Covid- 19, pero que a su vez a puesto en riesgo la estabilidad económica de un país, ya que las afectaciones han sido determinantes para todos los gremios, a pesar de las ayudas del gobierno en el sector empresarial las condiciones actuales no les permite ser sostenibles a corto plazo, por lo cual los empresarios Colombianos se han visto sometidos a generar cambios drásticos y definitivos dentro de sus compañías para evitar caer en la quiebra y poder equilibrar su rentabilidad.

Los mayores retos de los empresarios han sido: Sostener su compañía y cuando vemos a fondo esto implica seguir pagando arriendo de bodegas y/o oficinas, servicios públicos, deudas con proveedores, salarios de los empleados y no poder ejercer su operación con normalidad que implica no obtener ingresos suficientes para cubrir sus pasivos, no poder fabricar o distribuir sus productos y/o servicios, no poder contar con el personal para el desarrollo de sus labores, cancelación y suspensión de contratos, activación de pólizas de seguros y en su defecto si no cuentan con seguros, someterse a solicitud de créditos en entidades bancarias con interés variables por la situación actual.

Esta condición económica dentro del marco de la nueva normalidad ha permitido que los empresarios tomen decisiones de manera pertinente en cuanto a innovar dentro de sus estrategias para poder ser parte del cambio y poder generar ingresos, dentro de estas adaptaciones se han tenido que ajustarse a los lineamientos del gobierno Colombiano en términos de protocolos de bioseguridad para poder seguir con sus operaciones, han tenido que implementar las adecuaciones requeridas para poder obtener los permisos legales correspondientes.

Situación económica actual generada por la pandemia Covid – 19

En Colombia se registró al cierre de Junio de 2020 que el 96% de la empresas tuvieron una fuerte caída en su ventas, el 75% registro una disminución de ingresos superior al 50%, el 82% de la empresas formales podrían subsistir solo entre uno y dos meses con sus propios recursos. ((CEPAL), 2020). Estos datos reflejan la situación económica en el sector empresarial de Colombia, derivados a partir de crisis económica provocada por la pandemia mundial del nuevo Covid -19.

El brote del nuevo coronavirus COVID-19 que se originó en Wuhan China es un desafío reflejado por muchas declaraciones e informes a la fecha un flujo de información cada vez mayor, las estimaciones de la tasa de letalidad y la fracción de infecciones que requieren de hospitalización son fundamentales para equilibrar la carga socioeconómica, el diagnostico de infección viral preceden de la recuperación o la muerte en días o semanas. (Battegay Manuel, 2020).

El virus COVID- 19 no solo ha afectado el sector salud, sino también el sector económico a nivel mundial, cuando empezó este año las proyecciones eran optimistas teniendo como referencia los años anteriores sin este fenómeno que es la pandemia del Covid- 19 se estimaba un crecimiento del 3,3% una mejora a comparación con el 2019 cuya tasa fue del 2,9%. (Buteler, 2020).

Al igual que el resto del mundo, la economía Colombiana enfrenta una de las más fuertes crisis económicas como consecuencia de la pandemia de Covid – 19, después de tener un buen desempeño económico en el 2019 que llego a alcanzar una tasa de crecimiento del 3,3%, se esperaba que Colombia en el 2020 alcanzara un crecimiento cercano al 3,5%. Cosa que cambio a partir del segundo trimestre del año termina enfrentando una fuerte caída del precio internacional del petróleo lo que afecto la economía mundial en corto y mediano plazo. (Bonet-Morón, 2020)

La pandemia afecto directamente la oferta a través de la suspensión del comercio internacional y la interrupción de las cadenas de valor, mientras la demanda empezó a verse deteriorada debido a la reducción económica mundial producto de las medidas de aislamiento de gran parte de la población (GOZÁLEZ-DÍAZ, 2020).

Esta reducción se empezó a ver reflejada por la disminución del consumo de los hogares, un menor ingreso nacional por la inactivación de actividades turísticas, de transporte, financieras e industriales y un aumento del gasto público. (Bonet-Morón, 2020)

Los sectores directamente afectados por el confinamiento general fueron el comercio, turismo, el sector manufacturero, el entretenimiento y aquellos sectores cuyas actividades se consideraban no esenciales, estas medidas impactaron de manera directa a más de 9,2 millones de trabajadores gran parte de los empleados con mayor ocupación estuvieron paralizados por 33 días. (Andrés Álvarez, 2020)

Rama de actividad	Total ocupados	Inactividad debida al confinamiento (% de empleos paralizados).
Explotación de minas y canteras	39.241	100%
Industrias manufactureras	2.500.991	68.11%
Construcción	1.520.329	100%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	4.244.889	56.14%
Transporte y almacenamiento	1.456.198	68.59%
Alojamiento y servicios de comida	1.653.706	100%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	308.580	100%
Otras actividades y servicios	1.025.826	1.38%
Servicios privados a los hogares	646.155	100%

² *Figura 1. Grafico en el que se hace énfasis a los empleos vulnerables al confinamiento por sectores de actividad en Colombia. Fuente: El coronavirus en Colombia: vulnerabilidad y opciones de política, DANE, GEIH-19. La lista de sectores se construyó utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU) [revisión 4].*

La rama manufacturera representa el 11% del producto interno Bruto y emplea a 2,5 millones de Colombianos adicional enfrentan una devaluación del 20 % del peso esto implica un aumento aproximado del 3% de los costos para toda la economía y es vulnerable ya que el consumo intermedio de importaciones es alto para muchos sectores económicos Colombianos. (Andrés Álvarez, 2020).

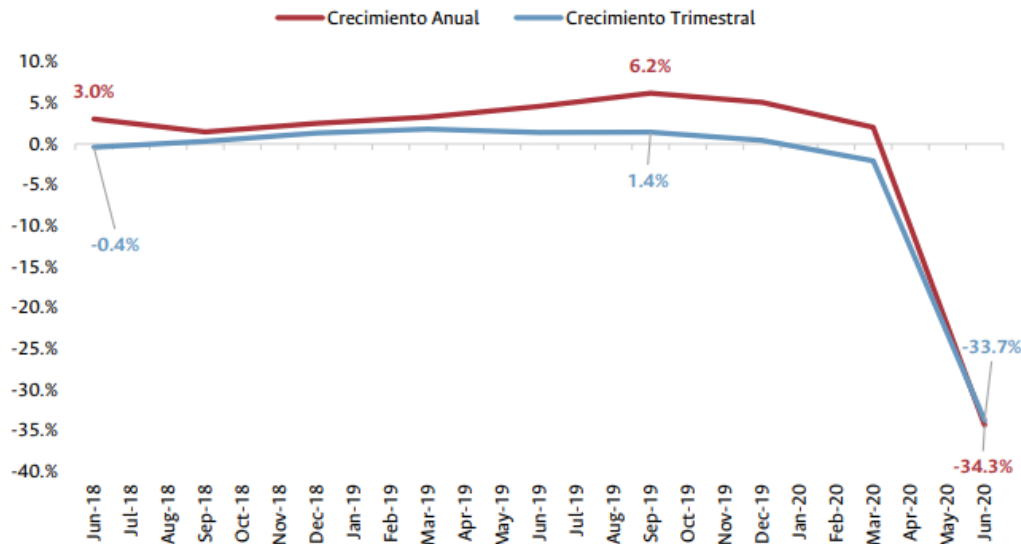
El turismo es el sector que mueve la economía ya que es el motor de desarrollo y crecimiento económico a nivel mundial. El turismo representa el 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios que genera 1 de cada 11 empleos y el 10 % del producto interno bruto mundial, esto ha permitido a que los estados revisen la estructura de sus políticas de tal forma en que el turismo se convierta en un dinamizador que saque a flote la economía. (Pulido Arbelaez, 2020)

El subsector comercio es de mayor relevancia dado a que su participación es 59,6% en el sector, seguido con el de transporte con una participación del 28,6% y alojamiento del 11,3%, a nivel general las dinámicas de la cuarentena, los lineamientos del gobierno Colombiano, los aislamientos obligatorios, parciales y las restricciones de movilidad han logrado que este sector alcance variación negativas históricas. Sin embargo, desde el mes de Mayo el gobierno ha venido

^{2 2} *Figura 1. Grafico en el que se hace énfasis a los empleos vulnerables al confinamiento por sectores de actividad en Colombia. Fuente: El coronavirus en Colombia: vulnerabilidad y opciones de política, DANE, GEIH-19. La lista de sectores se construyó utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas (CIIU) [revisión 4].*

implementando estrategias de reapertura por fases recuperando la vida productiva de varios sectores de forma gradual.

Como se evidencia en la figura 2 desde Enero 2020 se presenta una tendencia negativa, con una caída del 33,7%, contribuyendo con una variación del producto interno bruto (PIB) de 6,6 puntos porcentuales.



3

Estrategias de innovación digital en empresas Colombianas

Dentro de las decisiones que han tenido que tomar las compañías colombianas para poder subsistir en medio de la Pandemia generada por Covid- 19, han tenido cambios en cuanto a de que forma llegarle a sus consumidores finales, acatando los lineamientos del gobierno y activando paulatinamente su operación.

A partir de este análisis se evidencian nuevas estrategias para poder llevar sus productos y/o servicios al consumidor final, la tecnología móvil a permitido al consumidor sin ataduras poder

³ Figura 2. Grafica donde se evidencia la tendencia negativa del sector: Comercio; transporte; alojamiento. 2018 – 2020, Fuente: Impacto de la pandemia covid-19 sobre la economía colombiana. Una pandemia temporal con efectos permanentes

elegir lo que quiere donde quiera, con la ventaja de controlar y personalizar su experiencia desde su dispositivo (Limited, 2020). Donde por medio de apps pueden llegar los usuarios con información clara y real.

La Apps se han diseñado para todo tipo de negocio y ha sido implementadas en sectores como: Restaurantes, empresas, hoteles, estudiantil, salud. E.t.c. Los estudios realizados por la compañía Flurry Analytics un usuario gasta alrededor de 5 horas promedio revisando su dispositivo celular y la mitad del tiempo lo utiliza en Apps, en el año 2017 los ingresos generados por medio de Apps fueron de 76 millones de dólares (Sahu, 2019) lo que demuestra que la implementación de estas herramientas tecnológicas deben estar dentro del modelo de negocio de cada compañía y en momento de crisis su mejor aliado.

Dentro de las tecnologías futuras encontramos E-commerce es el nombre denominado para el comercio electrónico, esta categoría tiene una estructura de planeación de ventas, volumen, nivel de gestión, Big análisis de datos y Big data, nube informática, esta figura esta implementada no solo para grandes corporaciones, sino también para pequeñas y medianas empresas (Changeable, 2016)

Las ventas efectuadas por esta modalidad han venido creciendo exponencialmente cada vez son más las compañías que se la utilizan con estrategia comercial, en Colombia las empresas tradicionales han aumentado gradualmente el uso de estas tecnológicas. (Richard de Jesús Gil Herrera, 2017)

Actualmente hay compañías Colombianas que utilizan Apps para ofertas sus productos y/o servicios como: Grupo Nutresa, La Recetta soluciones gastronómicas, Alpina, Colanta, Ramo, Bimbo, Noel, Unilever e.t.c,

Según el punto de vista de los economistas de la innovación lo que algunos pueden ver como una falla en ecosistema de ciencia, tecnología e innovación, son razones bien conocidas por las que no se invierten lo suficiente y son grandes soluciones, (George Abi Younes, 2020). Sin embargo, hay un lado positivo de la crisis actual, claramente las compañías no tenían la imagen completa y no actuaban de manera agresiva en tecnología e innovación y han demostrado ser útiles durante la crisis.

La innovación tecnológica permite mejorar el valor empresarial la pandemia coronavirus ha logrado que las empresas busquen alternativas diferentes e intenten innovar por medio de herramientas tecnológicas, la innovación en este campo es un proceso en el que las compañías o los grupos de trabajo buscan adquirir conocimientos y desarrollar habilidades en páginas web, aplicaciones y demás plataformas digitales que les permite tener una combinación entre la integración y la interacción y estas iniciativas permiten ver el mercado desde otro foco y abre puertas a nuevas alternativas y formas de ingresos económicos. (Gyimah, 2020)

Cuando las compañías toman la decisión de transformar un medio de comunicación hacia sus clientes y deciden innovar en plataformas y app digitales una de sus preocupaciones es el manejo de datos por eso importante implementar y definir una política de datos y controlar por medio de un organismo público que garantice el más alto nivel de seguridad para datos individuales a través de cifrados. (Darnis, 2020)

La necesidad de las PYME de establecer políticas para la recopilación de datos el intercambio y el análisis de datos es necesario recopilar en mínimo absoluto de datos y bajo el consentimiento del sujeto, las políticas de datos son regidas por el reglamento general de política de datos que aporta la libertad necesaria a las organizaciones para impulsar todos los aspectos de sus operaciones comerciales. (Baltas, 2020)

En el manejo de las apps a pesar de los avances tecnológicos también tienen varios factores de riesgos ya que estas se descargan en dispositivos móviles que son tecnológicamente diseñados para guardar información, como fotos, usuarios, contraseñas e.t.c mientras el usuario conserve el dispositivo móvil no tiene ningún inconveniente, pero en caso de pérdida es posible que corra riesgo la información. (Rasthofer, Arzt, Lovat, & Bodden, 2015)

También corren riesgo cuando se abren links desconocidos que habilitan virus que intervienen en las aplicaciones y se enfrentan al riesgo de perder por información o incluso su dinero, es importante tener en cuenta las medidas de protección de datos.

Los mercados digitales se encuentran divididos en canal comercial utilizado y el comercio electrónico, las plataformas tecnológicas, la web, las redes sociales y los operadores logísticos han abierto la puerta para que pequeñas empresas puedan ampliar sus mercados (S.R., 2020), Esta gran variedad de canales permiten que las compañías puedan elegir cual se acomoda a su situación

económica actual, pueden tener la oportunidad de definir cual se ajusta a su flujo de caja, ya que existen plataformas gratuitas donde las compañías se pueden postular, inscribir y poder desarrollar sus ideas.

También es importante resaltar que esta pandemia ha sido un espacio de construir alianzas entre compañías se empezaron a activar por medio de domicilios en Colombia Las plataformas como Rappi, uber beat, mercado libre (Molina, 2020), estas plataformas han logrado posicionamiento de marca con grandes atributos, se han ganado la confianza de los usuarios digitales brindando garantías de calidad y servicio a sus clientes.

Entre otras de las estrategias de innovación tecnológica encontramos las páginas web, un estudio realizado en china sobre la importancia en el comercio electrónico y en la intención de compra por estos medios arroja que la interactividad y la presencia en páginas web en línea, genera más credibilidad, mejora la confianza y aumenta las intenciones de compra. (LoongChong, 2018)

Para hacer frente a las repercusiones que ha dejado la pandemia Covid -19 las compañías PYME, han implementado dentro de su marco estratégico utilizar e-commerce entre estas: tecnologías móviles, Apps, páginas web, aplicativos que son el medio que les permite poder llegar a su consumidor actual y a posibles clientes nuevos, lo cuales vienen no solo a ser parte del caballo de batalla durante la crisis, si no se implementan para quedarse y hacer parte de la innovación de las compañías que a futuro serán otra fuente de ingresos medible y sostenible.

Resultados

Esta investigación ha permitido ver el problema desde varios aportes de valor que han brindado varios autores desde su área de conocimiento y su postura crítica, los cuales fueron significativos para poder hacer el análisis pertinente.

El autor Buteler Maximiliano 2020 aporta argumentos significativos donde sus principales hallazgos determinan el impacto negativo que han tenido que afrontar todos los países del mundo tras la llegada de la pandemia Covid-19 permitiendo identificar que este virus no ha afectado solo el sector salud, sino también el sector económico, dentro de su aporte hace un comparativo de un antes y un después de la economía en términos cualitativos y cuantitativos, soportado con hallazgos de valor y cifras.

Desde otra perspectiva el autor Bonet Moron Jaime 2020 permite revisar el problema más de fondo en cuanto a las variaciones de precio de insumos y producto que han afectado a toda la población donde se puede evidenciar que la variación de precios en insumos impacta directamente a las compañías, pero indirectamente a todas las personas ya que los empresarios se ven obligados a trasladar esos cambios al usuario final y de ahí se empieza a ver reflejada la disminución del consumo de los hogares esto sumado al desempleo y demás factores que se involucran dentro de esta problemática.

Desde otro punto de vista el autor Gonzales Diaz Romel 2020 permite esclarecer como afecto la llegada del Covid-19 en la interrupción de las cadenas de valor económicas donde la demanda empezó a verse deteriorada debido a la reducción económica mundial, tras el confinamiento social, esta información fue fundamental para analizar el contexto empresarial en Colombia y la forma en que las compañías se han transformado para poder mantenerse activos económicamente.

Bajo a una opinión similar el autor Fabian Silva 2020 realiza aportes de una manera constructiva a esta investigación ya que permite evidenciar varias estrategias que las compañías colombianas han tenido que implementar dentro del marco metodológico donde resaltan la importancia de volver a activarse en el mercado, generando ideas sostenibles ante la situación, cuidando los

recursos y flujo actual de cada compañía, para no caer en quiebra y poder seguir contribuyendo con la economía nacional, el autor también resalta la importancia de las alianzas que han generado las compañías que has sido las más grande estrategia para poder despachar sus domicilios por medio de Apps, páginas web e.t.c

Finalmente se logró identificar que efectivamente las compañías no solo las Colombianas si no a nivel mundial se han visto afectadas por la pandemia Coronavirus –COVID 19 y han tenido retos de mayor magnitud para poder seguir sosteniendo sus compañías, han tenido que cambiar sus estrategias de mercado, han cambiado sus clientes foco e incluso han cambiado su operación actual y se han tenido que reinventar, pero también se ha demostrado por medio de otros referentes los cuales encontré en páginas de búsqueda educativa con contenidos de análisis científicos, donde aclaraban que la innovación tecnológica hace parte del cambio y de la nueva normalidad.

Discusión de los resultados

El autor Buteler 2020 fue muy asertivo con sus aportes ya que permitió ver el alcance que ha tenido el Covid -19 en el mundo y la afectación en los empresarios Colombianos, su investigación fue basada en argumentos cualitativos y cuantitativos brindando una cobertura total del tema generando seguridad y claridad en la información encontrada, estos aportes permitieron completar este artículo dando argumentos robustos para soportar mi investigación.

Después de revisar varios autores se vio afinidad dentro de la investigación con el autor Bonet Moron 2020 ya que revela datos estadísticos del efecto de la pandemia Covid-19 en las compañías que permitieron ver el panorama despejado, aclarando dudas y afianzando argumentos anteriormente presentados, también se puede evidenciar el impacto que ha tenido la economía actual en las empresas y en toda la población.

Finalmente el autor Molina Fabian 2020, nos muestra una visual de estrategias que se han venido implementando para poder enfrentar la crisis económica de 2020, donde se evidencia que efectivamente las compañías han tenido cambios drásticos para poder reinventarse y actualizarse en plataformas electrónicas, estas tendencias según la investigación, serán su herramienta de trabajo.

Conclusiones

De acuerdo a los resultados de la investigación se concluye que la innovación en plataformas digitales si hacen parte de las nuevas estrategias para ofertar productos y/o servicios y han tenido impactos económicos importantes que ha permitido a las compañías colombianas solventar paulatinamente sus ingresos en medio de la pandemia por Covid -19.

Las compañías han venido adaptándose paulatinamente a las nuevas tendencias tecnológicas y la época ha permitido que los empresarios inviertan más tiempo y dinero en estos canales. A pesar de que para algunas compañías es un tema remotamente nuevo, muchas están innovando y se están actualizando, ya que el análisis de este modelo de negocio permite a los empresarios atacar otros nichos de mercado, estas estrategias han soportado a muchos empresarios durante la crisis pero también lo ven como una inversión a futuro ya que generarían ingresos adicionales a los que actualmente venían manejando.

La crisis económica colombiana del año 2020, derivada de la pandemia Covid-19 ha afectado varios sectores económicos en el país donde las compañías colombianas han sido afectadas por las medidas que ha tenido que tomar el gobierno para evitar el contagio.

Las compañías se han visto afectadas tras los confinamientos obligatorios y al cese de sus operaciones, la tasa de desempleo paso a tener cifras no antes vistas y tener el impacto socioeconómico más fuerte que ha tenido que enfrentar el país en los últimos años.

Por otra parte, se pudo evidenciar bajo análisis de autores nacionales e internacionales que la pandemia Covid -19 ha logrado dar el espacio para incentivar a las compañías en la búsqueda de alternativas que han permitido impulsar sus operaciones, han podido adaptarse paulatinamente a los nuevos retos como no asistir a sus instalaciones para desarrollar su trabajo, tener como opción el teletrabajo, las video conferencias, han logrado adaptar sus actividades de época normal a la nueva realidad.

También han sido consecuentes con la activación de oferta y demanda de sus productos y/o servicios y por se encuentran en la búsqueda de nuevas alternativas, se ha incentivado la exploración de nuevas dinámicas de consumo como plataformas digitales, páginas web, aplicativos, redes sociales y demás, que le han permitido a las compañías colombianas poder obtener ingresos durante la pandemia Covid -19.

Referencias Bibliográficas

- Andres Alvarez, D. L. (2020). Coronavirus in Colombia: Vulnerability and policy options. *UNDP Latin America and the Caribbean*, 4.
- Andrés Álvarez, D. L. (2020). El coronavirus en Colombia: vulnerabilidad y opciones de política.
- Balarezo, D. R. (2020). En tiempos de coronavirus. *Revista de la facultad de ciencias medicas universidad de cuenca.*, 1.
- Baltas, K. N. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implication for theory and practice. *International journal of information management* .
- Barro, R. J. (2020). The coronavirus and the Great Influenza epidemic, Lessons from the “Spanish Flu” for the coronavirus’ potential effects on mortality and economic activity. *American Enterprise Institute*, 4.
- Battegay Manuel, K. R.-S. (2020). 2019-Novel Coronavirus (2019-nCoV):estimating the case fatality rate – a word of caution. 1.
- Bonet-Morón, J. (2020). Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto.
- Bruno Lussier, N. N. (2020). Managing the sales force through the unexpected exogenous COVID-19 crisis. *Industrial Marketing Management*.
- Buteler, M. (2020). Coronavirus: las consecuencias económicas del confinamiento global. 1.
- (CEPAL), C. E. (2020). Sectores y empresasfrente al COVID-19: emergencia y reactivación.
- Changeable, A. R. (2016). E-commerce Logistics in Supply Chain Management: Practice Perspective . *ScienceDirect*.

- Darnis, C. B.-P. (2020). Technology: An Exit Strategy for COVID-19? *Istituto affari internazionali*, 3.
- ESCOBAR, T. K. (2020). EL NEURMARKETING EN EL MARCO DEL COVID-19. 2.
- Fred G. Manrique-Abril, C. A.-C.-C.-L.-P.-A. (2020). Modelo SIR de la pandemia de Covid-19 en Colombia. 3.
- Gaona Pardo, J. H. (2020). Cómo están afrontando la crisis las empresas colombianas durante el Covid 19.
- George Abi Younes, C. A. (2020). COVID-19: Insights from innovation economists. *Science and Public Policy oxford* , 1,2.
- Gómez Molina, A. M. (2020). Incidencias, causas y efectos de la pandemia covid-19 en la economía colombiana.
- GOZÁLEZ-DÍAZ, R. R. (2020). Cultura organizacional y Sustentabilidadempresarial en las Pymes durante crisis periodos deconfinamiento social. *REVISTAINTERNACIONAL MULTIDISCIPLINARIA*.
- Gyimah, N. (2020). ASSESSING TECHNOLOGICAL INNOVATION ON EDUCATION IN THE WORLD. *University of Education, Winneba, Ghana*, 2.
- Jaime Bonet, D. R. (2020). POSIBLES IMPLICACIONES DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 Y LA CAÍDA DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO SOBRE LOS INGRESOS DE LOS GOBIERNOS LOCALES. *Banco de la republica*, 2 .
- Limited, E. G. (2020). The new customer-facing technology: mobile and the constantly-connected consumer.
- LoongChong, A. I. (2018). The role of social media in enhancing guanxi and perceived effectiveness of E-commerce institutional mechanisms in online marketplace.
- Matallana Castellanos, L. D. (2020). Retos empresariales tras el Coronavirus COVID-19. 3,4.
- Molina, F. S. (2020). 2020 el año en que se cayó el sistema . 166.

- Ortiz Acero, D. C. (2020). Los retos de la industria manufacturera colombiana en medio del COVID-19.
- Pinzón, É. R. (2020). COLOMBIA IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO DE LA COVID-19. págs. 6,7.
- Pulido Arbelaez, E. A. (2020). Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia. 7.
- Rasthofer, S., Arzt, S., Lovat, E., & Bodden, E. (2015). DroidForce: Enforcing Complex, Data-centric, System-wide Policies in Android.
- Ricciulli, D. (2020). POSIBLES IMPLICACIONES DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 Y LA CAÍDA DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO SOBRE LOS INGRESOS DE LOS GOBIERNOS LOCALES. *Banco de la republica* , 8.
- Richard de Jesús Gil Herrera, J. D. (2017). Effect of E-Commerce in Traditional Companies of the Commercial Sector in Colombia.
- Rodríguez-Gutiérrez, C. E. (2020). TRIBUTOS EN TIEMPOS DE PANDEMIACONVID-19, NUEVAS REALIDADES E IMPERIOSAS EXIGENCIAS, GRANDES RETOS FUTUROS PARA LAS SOCIEDADES Y LOS ESTADOS ¿Y COLOMBIA? ¡¡¡BIEN, GRACIAS!!! . 194.
- S.R., E. R. (2020). GLOBALIZACIÓN Y MERCADOS DIGITALES, Ediciones Roble, S.L. *Campus formacion imf.com* , 11, 12 .
- Sahu, S. (2019). The importance of mobile apps in companies. *International Journal of Advance and Innovative Research* .
- Sanchez, Y. (2020). Economía Colombiana en tiempos del Covid -19. Colombia.
- UMAC1, U. M. (2020). Impacto de la pandemia covid-19 sobre la economía colombiana. Una pandemia temporal con efectos permanentes.