

# Resiliencia y Reinvención Digital:

Una apuesta para la reactivación  
del tejido empresarial del  
Magdalena

# Resiliencia y reinención digital: Una apuesta para la reactivación del tejido empresarial del Magdalena

**Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena**

**Alfonso Lastra Fuscaldo**

Presidente Ejecutivo

**Andrés Vives Calle**

Director Desarrollo Competitivo y Empresarial

**Maira Torres**

Coordinadora Analítica Económica

**Manuel Fuentes Manjarrés**

Autor

**Co - Autores**

Arnold de la Peña Cuao

Diego Rocha Acuña

Maira Torres

Publicado

12 de Junio del 2020

Citar como: Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena, 2020. Resiliencia y reinención digital: Una apuesta para la reactivación del tejido empresarial del Magdalena . Recuperado en [www.ccsm.org.co/servicios-empresariales/servicios-ofertas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos.html](http://www.ccsm.org.co/servicios-empresariales/servicios-ofertas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos.html)

# Introducción



Los cambios socioeconómicos ocurridos por el efecto de la pandemia del Covid-19 se han vuelto un desafío para el sector empresarial y están obligando a un replanteamiento de los modelos de negocios cada vez más dependientes de la economía digital.

En Colombia las fallas estructurales, reflejo de décadas de retraso en ciencia, tecnología e innovación, se han hecho aún más críticas en medio de esta emergencia sanitaria evidenciando profundas deficiencias en infraestructura, acceso y cobertura tecnología en las empresas. Situación que se agudiza según el sector económico, posicionamiento geográfico (ciudad- rural) y vocación productiva del territorio.

En consideración con el colapso económico previsto en las perspectivas económicas realizadas por el Banco de la República a causa del COVID-19 en el mediano plazo y la urgencia que procede a la reactivación de los negocios, es particularmente relevante identificar las posibles soluciones digitales que pueden adoptar las empresas para trascender y plantear acciones efectivas que faciliten la transformación de esta crisis en múltiples oportunidades y así adelantar pasos hacia la vanguardia mundial.

Bajo este escenario en el presente estudio se analizan brevemente las brechas digitales presentes en Colombia y en el Magdalena, así como también se identifican focos estratégicos y algunas herramientas digitales para el trabajo colaborativo, el comercio electrónico y la publicidad y marketing Digital con el propósito de fortalecer el esquema de resiliencia empresarial enmarcado en la activación de las ventas, el trabajo seguro, la transformación digital y las nuevas oportunidades de negocio.





## Apropiación Tecnológica en Colombia

Las perspectivas económicas en el mediano plazo indican un colapso económico prolongado por el efecto del covid-19. De acuerdo con el Banco de la República son dos los posibles escenarios relacionados con el mercado laboral y el crecimiento de la economía.

El primero, prevé mayores niveles de la tasa de desempleo entre el segundo y tercer trimestre del año 2020. Mientras que el segundo escenario, muestra una tasa de desempleo que podría cerrar el año en niveles cercanos al 16,1%, en un intervalo con cota inferior de 14.5% y límite superior de 17.3%. Estas simulaciones muestran que las medidas de mitigación de la pandemia tendrían un importante impacto negativo sobre el mercado laboral, provocando incrementos en tasa de desempleo que podrían estar en entre 2.5 y 8.2 puntos porcentuales en lo que resta de 2020 (Banco de la República, 2020)

Como es bien sabido, el acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación- TIC's- es un factor que permite desarrollar capacidades científicas, tecnológicas y de innovación tanto para los países desarrollados como para los países en vías de desarrollo, así como también para mejorar el desempeño productivo y, con esto, el crecimiento económico y desarrollo social.

Los resultados de la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y la Encuesta Anual de Comercio (EAC) realizadas entre 2017 y 2018 indican que el 99.6% de las empresas de Comercio e Industria manufacturera en Colombia utilizan computador e internet. Sin embargo cuando se analiza en detalle el uso de páginas web para la promoción de productos y servicios, se observa que apenas el 57.3% del comercio utiliza este medio. Esta situación es más aguda a medida que las herramientas tecnológicas son más complejas. Esto se refleja por ejemplo, en que sólo el 18.8% de las empresas del sector comercio utiliza herramientas de comercio electrónico.

La nueva normalidad además, está obligando a las empresas a promover mecanismos alternativos de organización laboral sustentados fundamentalmente en el uso de las TIC's. Si bien en Colombia, mecanismos como el teletrabajo están definidos hace más 10 años mediante la Ley 1221 de 2008 los resultados nacionales de las encuestas en mención evidencian que solamente entre 7.8% y 8.6% de las empresas industriales y comerciales, tienen implementado este programa en su organización.

Entre el 27.2% y 36.5% de las empresas que no conciben el teletrabajo como una manera alternativa de trabajar aducen tener dificultades para aplicar la ley o regulación y entre el 18% y 25.4% manifiestan problemas de seguridad en la información y tener resistencia al cambio en la cultura organizacional de la empresa.

Como respuesta del Gobierno Nacional para hacer frente a la propagación del virus se establecieron medidas de aislamiento y confinamiento las cuales han resultado efectivas a la hora de reducir la movilidad de las personas, pero, claramente también han incidido en la actividad productiva y otras instancias sociales como la educación y la salud.



Con el propósito de cumplir los protocolos de bioseguridad pero simultáneamente salvaguardar la continuidad y funcionamiento de las empresas públicas y privadas, estas instancias están promoviendo la implementación de los siguiente mecanismos:

**Teletrabajo:** La Ley 1221 de 2008 define este mecanismo como: "una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y comunicación - TIC- para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo". (Artículo 2, Ley 1221 de 2008).

**Tele-educación:** La Dirección General de Telecomunicaciones MOPTMA menciona que la Tele-educación ha de ser entendida como el desarrollo del proceso de formación a distancia (reglada o no reglada), basado en el uso de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, que posibilitan un aprendizaje interactivo, flexible y accesible a cualquier receptor potencial.

**Tele-salud:** La Organización Panamericana de la Salud (OPS) define la tele-salud (incluyendo a la telemedicina) como aquella que involucra la entrega de servicios de salud usando las TICs, específicamente cuando la distancia es un obstáculo para los servicios de la salud. Algunas iniciativas y proyectos de telesalud incluyen el desarrollo de clínicas virtuales docentes que ofrecen herramientas para el aprendizaje y metodologías para el desarrollo de capacidades clínicas en médicos y enfermeras en zonas indígenas de difícil acceso.

## Apropiación Tecnológica en el Magdalena

En el caso específico del Departamento del Magdalena y como causa del incremento exponencial del tráfico de internet durante periodo de pandemia, es de esperarse que el sector empresarial esté sufriendo por la falta de apropiación de tecnologías digitales, pues no se sabe con el suficiente detalle ¿Cuál es el nivel de digitalización del departamento para afrontar estos desafíos? ¿Están los hogares y el sector empresarial preparado para una transformación digital?

Estas respuestas y otras recomendaciones pueden ser consultadas en el documento "[Ecosistema digital en el Departamento del Magdalena](#)" el cual permite conocer el estado de la cobertura de Internet en hogares como palanca fundamental para poder afrontar la pandemia, debido a que la digitalización de los hogares permite a la población continuar realizando una cantidad de tareas cotidianas que anteriormente requerían el contacto físico.

Ahora bien, analizando la estructura empresarial del Departamento frente a la apropiación tecnológica se observa de acuerdo con registros de la Cámara de Comercio de Santa Marta, en el Magdalena existen 29.593 empresas, de la cuales prevalecen las personas naturales (76.81%) sobre las jurídicas (23.19%) y donde además el 96.09% son microempresas y tan sólo el 0.93% son medianas y 0.30% grandes.

# Resiliencia Empresarial



**Figura 1. Los 4 pilares para la Resiliencia Empresarial**

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá, 2020. Webinar "Perspectiva LATAM ante el COVID-19"

Como resultado de las anteriores consideraciones la Resiliencia Empresarial es un aspecto fundamental a fortalecer dentro del ecosistema de los negocios para promover la reactivación de las ventas, reinversión del modelo de negocio, aceleramiento en la transformación digital y el trabajo seguro.

De acuerdo con Lee Howell, W. (2020) los clientes y los empleados deben ser los pilares sobre los que pivotar cualquier estrategia empresarial: "Una empresa no es nada sin ellos". Es por eso que, tanto los usuarios —que son los receptores del valor de la empresa— como los empleados —en virtud de activos de la organización— deben servir de faro para "diversificar y valorar cuál tiene que ser la oferta de valor de la empresa a corto plazo y, en caso extremo, ser disruptivo y pensar en un eventual cambio de modelo de negocio".

Para transformar la pandemia y sus problemas en una oportunidad, Lee Howell, W (2020) planteó algunos elementos clave para avanzar en la resiliencia empresarial tales como el foco, la toma de decisiones y acciones rápidas, la

comunicación para crear alineación y la aceptación de la situación.

En este sentido, el autor propone cuatro pilares fundamentales que debe emprender las empresas así como también las instancias de articulación del territorio para hacer frente a la crisis económica actual. Estas son: Reactivación de las ventas, efectuar un trabajo seguro con el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, transformación digital y la identificación de las oportunidades de reinversión y nuevos negocios.

Esto cabe aclarar, acorde con la dinámica de la demanda y la disposición de las empresas en entrar a la ola de la transformación digital, sobretodo teniendo en cuenta, las múltiples herramientas que se encuentran a disposición.

En este aspecto, cada pilar requiere de un detonante clave para la adopción de nuevas tecnologías, la cual es contar con un capital humano con competencias para ejercer buenas prácticas empresariales, mantener una adecuada infraestructura y logística. y realizar una rápida y eficiente adaptación tecnológica





La concentración de empresas por sectores económicos muestra también, una dependencia económica del sector servicios (40.18%) y del sector comercio y la reparación de vehículos (38.12%).

La configuración de esta estructura, muestra una demografía empresarial poco dinámica, susceptible a no tener la capacidad suficiente de adaptarse a las altas exigencias de la implementación de mecanismos y herramientas tecnológicas robustas de gran capacidad que respondan a una actividad comercial basada en la baja interacción humana.

En este sentido, los retos y desafíos están encaminados a definir estrategias de ventas que las conlleve a una reinversión del modelo de su modelo de negocio mucho más conectado con la adopción tecnológica, lo cual es muy relevante, pero al final de todo, no solo se trata de tecnología, sino más bien de las genuinas motivaciones de los líderes.

“ El desafío y el mensaje más grande es dejar de pensar en las experiencias digitales como herramientas o entretenimiento y empezar a pensar en ellas como plataformas para acumular estatus y experiencias. ”

————— Nemours —————

Una vez hecho ese cambio de mentalidad, las posibilidades son infinitas. ¿Cómo se va lograr crear experiencias virtuales que los consumidores valoren y quieran compartir con los demás y que les permita activar la estrategia comercial?. Ya que cualquier negocio con una plataforma en línea y una comunidad, podría experimentar unir la propuesta de superación personal a lo que ofrece actualmente.

Desde la capacidad instalada del Departamento, diferentes instancias han avanzado en esta línea. La Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Magdalena bajo el liderazgo de la Cámara de Comercio por ejemplo, actualmente está adelantando la construcción de la Agenda de Reactivación Económica post COVID-19 Magdalena Avanza, donde dentro de las necesidades más urgentes identificadas por las empresas más impactadas por la crisis, están enfocadas hacia el valor de los canales digitales.

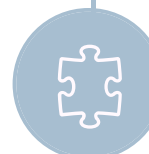
Las líneas de acción que a plnateado esta instancia frente la transformación digital y adopción tecnológica son:



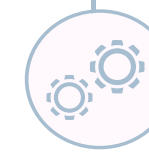
**Fortalecimiento del capital humano en los sectores productivos en el manejo y uso de las tecnologías para los negocios**



**Adopción de las tecnologías para las empresas.**



**Educar al consumidor en materia de compras online.**



**Inversión e innovación en plataformas digitales.**

# Focos Estratégicos **f**

## Acciones de corto plazo para la adopción digital en las empresas:

De acuerdo con la CEPAL (2020), las aplicaciones digitales que habilitan el teletrabajo, la educación a distancia, la realización de trámites, la interacción social y el esparcimiento, aparecen como una solución para lidiar con los requerimientos que nos impone el contexto. El factor habilitante para su uso es la conectividad. Sin embargo, en los países de América Latina y el Caribe, la brecha digital ha dejado de manifiesto un nuevo elemento de inequidad y desigualdad digital.

La empresa consultora e investigadora de TIC más importante a nivel global, Gartner Inc (2020) recomienda a las empresas que se centren en tres acciones a corto plazo para brindar apoyo a clientes y empleados, y garantizar la continuidad de las operaciones.

### 1 Herramientas de colaboración digital con controles de seguridad

Las organizaciones donde aún no se han establecido capacidades de trabajo remotas deben encontrar soluciones provisionales de colaboración a corto plazo, como la mensajería instantánea para la comunicación general, soluciones de intercambio de archivos y/o reuniones, y el acceso a aplicaciones empresariales de sistema de planificación de recursos empresariales (ERP, por sus siglas en inglés) y sistema para la administración de la relación con los usuarios (CRM, por sus siglas en inglés), mientras se revisa todos los aspectos de seguridad para garantizar un acceso seguro a las aplicaciones y los datos.

2

### Mantener las actividades de ventas a través canales digitales

El valor de los canales digitales se hace evidente a medida que la demanda del mercado se reduce y la gente confía más en las plataformas online para los suministros diarios. Las organizaciones pueden aprovechar los canales digitales, como los marketplaces y las plataformas sociales, para compensar parte de la pérdida de demanda, señala Sandy Shen, directora de investigación senior en Gartner. "Pueden configurar páginas y/o cuentas oficiales e integrar capacidades de comercio para permitir la venta online. También deberían adaptar rápidamente los productos para que sean adecuados para la venta a través de canales digitales.

3

### Establecer una fuente única de información para los empleados

Las organizaciones pueden ofrecer contenido seleccionado, extraído de fuentes oficiales internas y externas, para proporcionar una guía práctica a los empleados. Los líderes de recursos humanos y comunicaciones corporativas pueden participar para examinar el contenido e interpretar las políticas de la compañía. De esta manera, las empresas deben configurar un sitio, una aplicación o una línea directa para compartir esta información de manera regular. A su vez, los empleados también pueden usar estas plataformas para notificar a la compañía sobre sus condiciones de salud y buscar apoyo de emergencia y servicios de atención.



# Herramientas Digitales

## Trabajo Colaborativo y Teletrabajo

A continuación se muestra a manera de información algunas de las plataformas para *trabajo colaborativo y/o teletrabajo* más usadas, por su nivel de acceso, facilidad y algunas de las gratuidad que ha permitido a muchas compañías integrar sus equipos de trabajo y con ellos aumentar los niveles de productividad.



**ZOOM:** Sistema de videoconferencia asistida que proporciona herramientas que garantizan un acceso rápido y sencillo a videos conferencias, trabajo colaborativo, Tele-educación, entre otros.



**CISCO WEBEX:** Herramienta que hace posible el trabajo en equipo de forma más inteligente con comunicaciones seguras, colaboración inteligente y plataforma escalable.



**GOOGLE MEET:** Herramienta para realizar videoconferencias compatible con las app de Google. Se puede tener acceso simplemente con una cuenta de correo electrónico de Gmail.



**MICROSOFT TEAMS:** compatible con las aplicaciones de Office 365 brinda herramientas de trabajo colaborativo a través de la conformación de equipos.

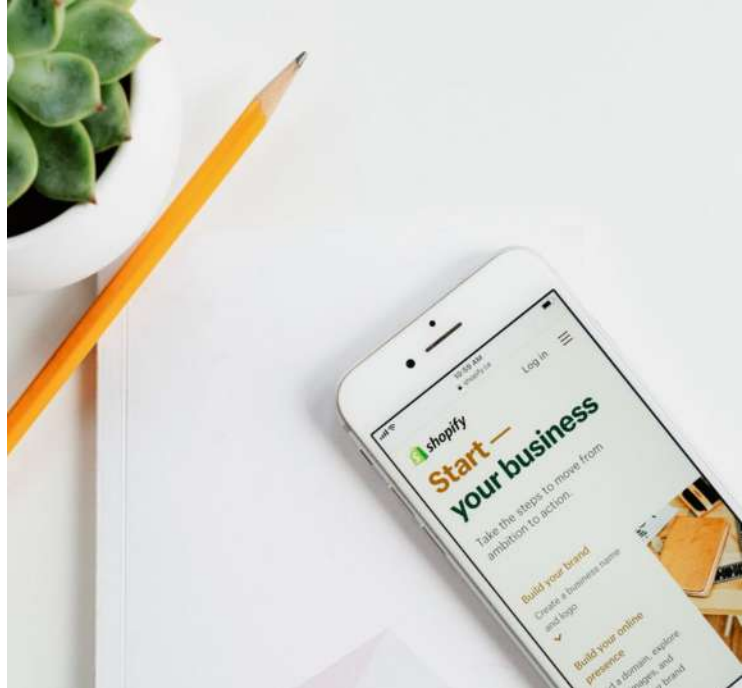


**SKYPE FOR BUSINESS:** una de las herramientas más usadas en este entorno, ésta herramienta permite el envío de mensajería instantánea (MI), conversaciones de audio y de vídeo y reuniones con alta calidad.

# Herramientas Digitales

## Comercio Electrónico

El comercio electrónico o e-commerce consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet. A continuación algunas de las herramientas más usadas.



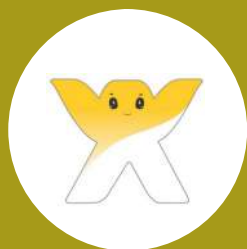
**KOLAU:** Páginas web gratuitas con servicio de georeferenciación que se puede realizar en tan solo 15 minutos para las Mipymes. Actualmente promovidas por MinTIC y la OEA



**OPENCART:** Plataforma gratuita donde se puede crear una tienda, administrar y despachar productos desde cualquier dispositivo y cualquier lugar del mundo.



**Woo CommerceX:** Es una solución de comercio flexible y de código abierto (Opción GRATUITA) construida en WordPress.



**WIX:** Diseñada para emprendedores y empresarios que no conocen de programación esta plataforma permite de manera simple crear páginas web y mercadear tu producto.



**MAGENTO:** Asocia el comercio con las demandas de los clientes. Facilita el procesamiento de los datos para hacer interpretaciones sobre el mercado y hacer crecer el negocio.

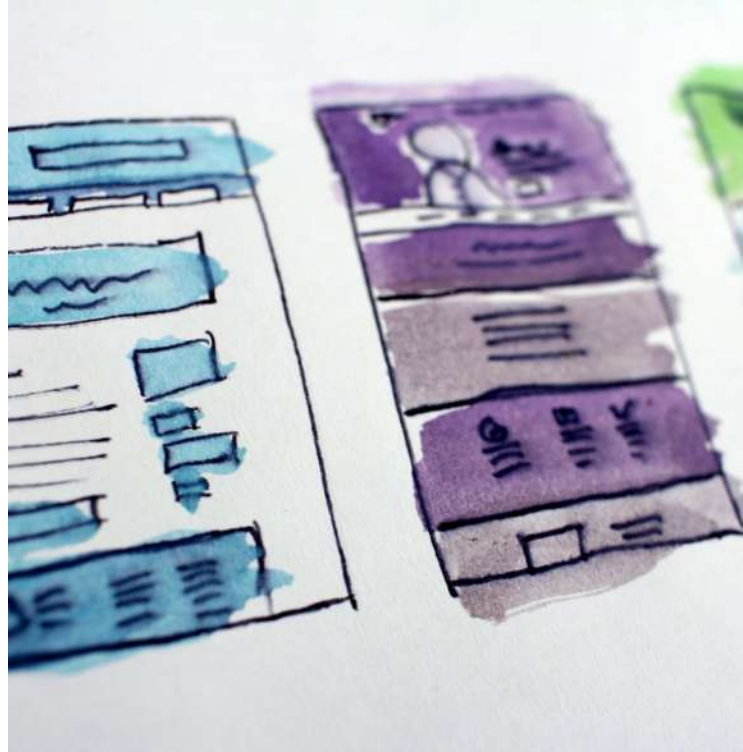


**SHOPIFY:** Herramienta integral de comercio electrónico que permite de manera fácil y segura comenzar desde cero, gestionar productos y tus clientes y realizar alto volúmenes de transacciones.

# Herramientas Digitales

## Publicidad y Marketing Digital

Una buena estrategia de publicidad y marketing Digital puede permitir emprender de manera ágil y a bajo costo los negocios. Con el uso de estas herramientas es posible lograr una buena presencia en internet, construir una audiencia calificada, hacer una buena segmentación del público, resaltar sobre la competencia y analizar los resultados con precisión para hacer gestión del cambio. A continuación algunas de las herramientas más comunes:



### GOOGLE MARKETING

**PLATAFORMA:** Herramienta gratuita fácil uso para el análisis de datos de sitios web y aplicaciones, entre otras funcionalidades que maximizan las estrategias de Marketing.



**Marketo Adobe:** . Ofrece potentes capacidades de gestión de leads, inbound, ABM, multicanal, análisis e informes, así como una integración CRM sin fisuras y un sofisticado ecosistema de socios.



**HUBSPOT:** Ofrece una pila completa de software para marketing, ventas y servicio al cliente, con un CRM completamente gratuito en su núcleo.



**ORACLE ELOQUA:** permite organizar campañas desde los ciclos de compra más simples hasta los más sofisticados, para B2B o audiencias de compra consideradas.



**HOOTSUITE:** Plataforma que permite gestionar de forma sencilla diversas redes sociales como Facebook, LinkedIn, Twitter, entre otros.



## Conclusiones

Las brechas de acceso y uso de nuevas tecnologías ha revelado la grave situación digital del departamento del Magdalena y la fragilidad en la que se encuentran muchos segmentos de la población, tales como; los adultos mayores, los hogares de bajos ingresos y los habitantes de zonas rurales.

El desafío más grande: es dejar de pensar en las experiencias digitales como herramientas de entretenimiento y empezar a verlas como plataformas para acumular estatus y experiencias. Una vez hecho ese cambio de mentalidad, las posibilidades son infinitas. ¿Cómo se va a lograr crear experiencias virtuales que los consumidores valoren y quieran compartir con los demás y que les permitan activar la estrategia comercial? Cualquier negocio con plataforma en línea y una comunidad de consumidores, podría experimentar unir la propuesta de superación personal de sus clientes a lo que ofrece actualmente.

Por último, resumiendo lo planteado los cuatro pilares fundamentales para el proceso de resiliencia de las empresas comprende la reactivación de las ventas, efectuar un trabajo seguro con protocolos de bioseguridad, reinventar el modelo de negocio de acuerdo con la dinámica de la demanda y siempre estar en la ola de la transformación digital.

## Referencias Bibliográficas

Artículo 2, Ley 1221 de 2008. LEY 1221 DE 2008 "Por la cual se establecen normas para promover y regular el Teletrabajo y se dictan otras disposiciones." Diario Oficial No. 47.052 de 16 de julio de 2008. Disponible en [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articulos-3703\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articulos-3703_documento.pdf)

Banco de la República, 2020. Reportes del Mercado Laboral abril 2020. Disponible en: <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/reporte-mercadolaboral>

Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena 2019.- Registro Mercantil - Estructura Empresarial de Magdalena.

Cámara de Comercio de Bogotá, 2020. Webinar ""Perspectiva LATAM ante el COVID-19""

## Recomendaciones

Se recomienda excluir de manera temporal, restricciones para el despliegue, actualización o mejora de infraestructuras de banda ancha y asignar recursos de manera temporaria tanto para operadores de red, como aquellos usos abiertos en bandas altas que permitan resolver cuellos de botella en enrutadores wifi.

La digitalización juega un papel fundamental en mitigar los efectos de la pandemia y soportar el ecosistema productivo, por lo cual es fundamental que la academia la sociedad civil conformen un acuerdo de colaboración y plan de trabajo conjunto que permita en el muy corto plazo identificar aquellas áreas que permitan mejorar el desempeño y maximizar el potencial del ecosistema digital.

Por último, se debe estimular al sector productivo para que innove en la reestructuración de procesos para permitir incrementar el porcentaje de la población que pueda trabajar remotamente.

A su vez, se debe propiciar acuerdos de colaboración público privada que garanticen la continuidad de los servicios de telecomunicaciones, y el acceso gratuito a sitios de información y aplicaciones oficiales

Finalmente, diseñar e implementar políticas digitales en diferentes niveles: local y municipal para despliegue de infraestructura de fibra óptica, y optimización en las cadenas de interconexión a Internet

CEPAL, 2020. Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Disponible en [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45360/4/OportDigitalizaCovid-19\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45360/4/OportDigitalizaCovid-19_es.pdf)

Lee Howell, W. 2020. Impulsar la resiliencia al COVID-19. Publicado el 27 Abril 2020. Disponible en <https://es.weforum.org/agenda/2020/04/impulsar-la-resiliencia-al-covid-19/>

Gartner Inc, 2020. Gartner dice que los CIO deberían centrarse en tres acciones inmediatas para prepararse para las interrupciones del coronavirus. Publicado el 10-05-2020. Disponible en <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-03-10-gartner-says-cios-should-focus-on-three-immediate-actions-to-prepare-for-coronavirus-disruptions>