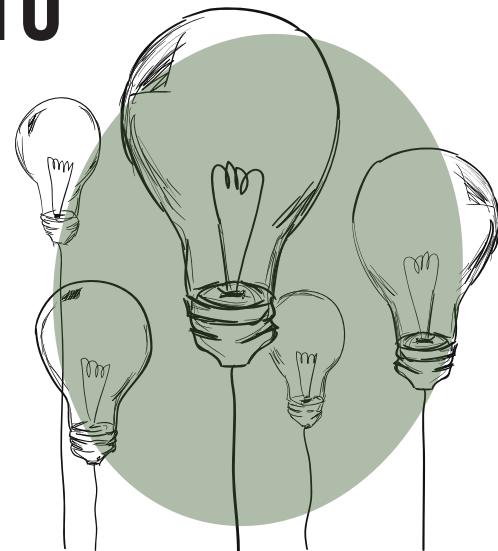


Por María Constanza
Escobar* y
Laura Vivianne
Bermúdez**

EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA



— C —

ualquier crisis trae consigo retos y desafíos. Para los emprendedores, el efecto que han tenido las medidas tomadas para contener la COVID-19 en Colombia han sido un factor adicional al cual deben enfrentarse. Desde que la Organización Mundial de la Salud (OMS) la declaró una pandemia, se han tomado ciertas medidas no ajenas para los emprendedores, muchos tuvieron que rediseñar sus estrategias de operación y trasladarse al ámbito virtual, una transición compleja en muchos casos. La COVID-19 ha influido significativamente en los emprendedores ya que muchos han tenido que cerrar sus negocios y otros implementar protocolos que les permitan salir a flote.

En este momento los emprendedores tendrán que buscar soluciones innovadoras y reinventar su modelo de negocio, ya que la pandemia va a persistir por mucho tiempo. A raíz de esto surgen varios interrogantes, uno de esos es: ¿cuáles son los retos a los que se enfrentan los emprendedores durante y después de la pandemia?

Los emprendedores y microempresarios son los más golpeados por esta crisis, ya que deben mantener empleos, pagos de salarios y mantener un emprendimiento en plena crisis. Con esto surgen nuevos retos o desafíos a los cuales se enfrentan a nivel mundial, en este artículo expondremos algunos de los retos que deben enfrentar y cómo poder superarlos.

1. *Modificaciones en el modelo de negocio:* no se puede negar que gracias a la pandemia el mundo está cambiando y va a seguir cambiando, por ende, los hábitos de

En este momento los emprendedores tendrán que buscar soluciones innovadoras y reinventar su modelo de negocio, ya que la pandemia va a persistir por mucho tiempo.

* Coordinadora de emprendimiento institucional en la Unidad de Proyección Social y Extensión Universitaria de la Universidad Santo Tomás, sede Bogotá. Correo electrónico: coordemprendimiento@usantotomas.edu.co.

** Docente del Departamento de Humanidades y Formación Integral de la Universidad Santo Tomás sede Bogotá. Integrante del equipo de redacción de la revista *Sol de Aquino*. Correo electrónico: laurabermudez@usantotomas.edu.co.

- consumo y las necesidades del consumidor también van a tener un cambio significativo. Es ahí cuando los emprendedores deben innovar en su modelo de negocio y ofrecer soluciones que puedan ayudar a superar este desafío planteado por la pandemia.
2. *Financiación e inversión*: se debe hacer uso eficiente de los recursos que posean en el momento y administrar muy bien el flujo de caja para cuando las operaciones se normalicen. Se sugiere hacer una planeación financiera para los próximos meses. También se deberá tener mucha paciencia para incrementar las inversiones después de la crisis.
 3. *Planificación en el corto plazo*: antes de la pandemia se hablaba de planeación a largo plazo, ahora el horizonte es otro, por eso debemos estar preparados para planes de 3 meses, 6 meses o, máximo, 1 año, los cuales deben estar listos. En el escenario actual los emprendedores deben focalizar sus esfuerzos en recuperar los meses perdidos y preparar al equipo de trabajo para la reactivación.
 4. *Consultoría efectiva*: la conexión con los expertos ayudará al emprendedor a enfrentar los desafíos, una reestructuración en su modelo de negocio o en sus estrategias de *marketing* serán determinantes para acelerar su emprendimiento.
 5. *Comunicación*: la comunicación en este tiempo de crisis es fundamental para el cumplimiento de los objetivos, esta debe ser una comunicación abierta y disponible para todos los miembros del equipo, de ahí que una red de comunicación fortalecida sería un bloque de apoyo cuando se quiere elevar o impulsar un negocio de una relativa desaceleración.

Frente a este escenario, la necesidad de reorientar los emprendimientos existentes y de crear nuevas iniciativas que contemplen las necesidades de la sociedad actual se hace cada vez más latente. Sin embargo, aunque son

muchos los retos, también son múltiples las oportunidades que se presentan en términos de lo que se puede hacer desde las comunidades.

En ese sentido, la Universidad Santo Tomás (USTA), como espacio no solo de formación, sino de acompañamiento, asume una postura crítica frente a la situación actual y, además, fortalece los procesos que desde la Unidad de Responsabilidad Social Universitaria (URSU) se han venido realizando en favor de los actores de la comunidad académica. Específicamente, desde la Coordinación de Emprendimiento de la URSU se han desarrollado diferentes estrategias para que quienes vienen gestando distintas iniciativas no vean en esta situación una razón para desistir.

Dentro de las estrategias adoptadas se encuentra la virtualización del servicio del consultorio social empresarial, la cual surge del hecho que uno de los retos de los emprendedores es el rediseño de sus modelos de negocio. La idea con esta iniciativa es que las personas de la comunidad tomasina y externos puedan seguir accediendo a las asesorías en diferentes temáticas que realizan nuestros docentes expertos; es por eso que, junto a la Red de Emprendimiento Universitaria (REUNE), hemos sumado esfuerzos para que nuestros docentes con horas nomina, expertos en diferentes temáticas, puedan brindar apoyo con la asesoría especializada a esas microempresas de sectores tan golpeados por la pandemia como el sector turístico o la economía naranja, los cuales en estos momentos necesitan ser acompañados y fortalecidos en sus procesos de transformación.

La necesidad de reorientar los emprendimientos existentes y de crear nuevas iniciativas que contemplen las necesidades de la sociedad actual se hace cada vez más latente.

La importancia del emprendimiento en situaciones de crisis radica en las posibilidades que se abren a partir de las propuestas creativas de nuestros jóvenes y de aquellos que hacen parte de la sociedad (redes).

Bajo esta misma lógica se han desarrollado los ciclos de emprendimiento virtuales, los cuales incluyen conversatorios, webinars y conferencias de interés en medio de esta coyuntura que les servirán a quienes deseen repensar su modelo de negocio. Durante el mes de mayo se llevaron a cabo una serie de actividades encaminadas al diálogo sobre las alternativas que pueden existir para estos tiempos de crisis.

En conjunto con la Facultad de Estadística, por ejemplo, se realizó la conferencia *¿Dónde conseguir apoyo para emprendedores en Colombia?*, la cual fue dirigida por el experto en el tema Jhon Milton Díaz. A esta iniciativa se sumó la transmisión en vivo del conversatorio acerca de *crowdfunding* y otros mecanismos de financiación tradicional, donde, de la mano de la Facultad de Ingeniería Industrial, se generó un espacio de reflexión y discusión acerca de un problema que se ha intensificado con la situación causada por la pandemia a nivel global.

Por su parte, el docente Luis Fernando Botero, quien desde hace algunos años acompaña los procesos de emprendimiento desde su condición de docente y asesor para la Coordinación de Emprendimiento de la URSSU, realizó dos sesiones de un *webinar* orientado a la potenciación del liderazgo individual, lo cual se constituye como una habilidad fundamental a la hora, no solo de comprender las transformaciones sociales en las que estamos inmersos, sino de proponer estrategias que respondan de manera creativa a las necesidades de nuestro tiempo.

Asimismo, los días 29 y 30 de mayo se realizó la Feria Virtual de Emprendimiento y Empresariado USTA Colombia, este evento se lleva a cabo cada semestre con el fin de visibilizar los emprendimientos de las diferentes facultades de la USTA. Este año, debido a la pandemia no transformamos y en conjunto con la División de la Universidad Abierta y a Distancia (DUAD) realizamos la primera feria virtual donde las dos modalidades de la USTA, presencial y virtual, se unen para dar a conocer los emprendimientos de nuestros estudiantes resultado de sus procesos académicos.

Cabe resaltar el proceso realizado en esta primera feria virtual donde pudimos articular las dos modalidades y hacer un evento sin precedentes en temas de emprendimiento e innovación, ya que contamos con 130 preinscritos y finalmente, después de varios filtros, pasaron 90 proyectos. El desarrollo de esta experiencia fue en tiempo récord y contamos con la participación no solo de estudiantes de la USTA, sino que pudimos integrar a universidades nacionales, extranjeras y posgrados con el fin de poder dar mayor participación y conocer otro tipo de modelos de negocio que fortalezcan el ecosistema emprendedor.

Adicional a las estrategias mencionadas anteriormente, el *Boletín USTA Emprende* se consolida como una publicación semestral que tiene como propósito ofrecer a nuestros emprendedores, empresarios y público en general información confiable, oportuna y de interés acerca de convocatorias y temas empresariales. El último boletín publicado versó en torno al tema de la economía naranja, sus posibilidades y retos. Este sector, por ejemplo, aunque había sido catalogado desde la postura del Gobierno nacional como uno de los más importantes para el crecimiento de la economía nacional, ha sido de los más afectados por las condiciones que se viven en torno a la contingencia. Para el primer semestre del 2020 el boletín está orientado a las propuestas para las pymes en momentos de incertidumbre. Como es habitual, algunos

representantes de facultades y departamentos académicos podrán compartir sus reflexiones académicas en torno al tema.

Teniendo presente este panorama, desde la Coordinación de Emprendimiento se reconoce que el mayor reto que tenemos después de la pandemia es la innovación digital con el fin de llevar contenidos no solo a estudiantes, egresados y a la comunidad en general en temas relevantes para fortalecer el emprendimiento, sino al poder conectar a emprendedores entre sí y crear redes de cooperación para el crecimiento y la consolidación de sus ideas.

Esta última tarea resulta fundamental, ya que no solo implica el reconocimiento de las iniciativas que nacen desde la comunidad tomasina, sino que permite evidenciar el carácter crítico y la lectura que desde los diferentes espacios académicos se realiza con respecto a las situaciones del mundo exterior. En ese sentido, la necesidad de articular dichos proyectos con el carácter ético promovido por la Universidad es primordial.

Esto significa que a los retos y desafíos que se le presentan a los emprendedores en condiciones particulares, también se suman los retos y desafíos a los que nos enfrentamos como sociedad. Así, no solo se trata de mantener las iniciativas vivas, sino de comprender que estas ideas tienen un sentido social y que, en la medida en que las actividades económicas puedan prosperar bajo la impronta del respeto por la vida, podrán ayudar a que las condiciones sociales se transformen.

Así, la importancia del emprendimiento en situaciones de crisis radica en las posibilidades que se abren a partir de las propuestas creativas de nuestros jóvenes y de aquellos que hacen parte de la sociedad (redes). Estas, más allá de ubicarse en el plano de las preferencias económicas, pueden orientarse hacia la realización de las necesidades sociales, las cuales han quedado manifiestas durante el periodo de aislamiento preventivo vivido. Bajo esta lógica, el ejercicio de

emprender cobra un sentido diferente a la luz de las dinámicas específicas de cada comunidad y los emprendimientos, específicamente los sociales, por ejemplo, se hacen cada vez más necesarios a la hora de pensar el futuro de nuestro país.

De esta manera, se reconoce que los retos y desafíos presentados por la contingencia a nivel nacional y global no deben ser afrontados de manera aislada por grupos específicos, es decir, no son solamente los emprendedores colombianos los que deben asumir estrategias específicas, sino los diferentes sectores de la sociedad quienes deben apoyarse entre sí para poder superar la crisis que se presenta. Así, el papel de la Universidad en consonancia con las diferentes actividades que realizan estudiantes o egresados es fundamental. El carácter relacional, basado en el humanismo cristiano, debe ponerse de manifiesto hoy más que nunca y a partir de ello, construir vías de comunicación cada vez más sólidas.

La apuesta de la USTA se fundamenta, entonces, en brindar las herramientas dentro y fuera del aula para que las personas que hacen parte de nuestra comunidad puedan exaltar su carácter propositivo en favor del bien común. Muestra de ello es la labor adelantada por las distintas facultades y departamentos académicos de la Universidad, las cuales han trabajado de manera conjunta durante los últimos años para que todo esto sea posible. ■

La apuesta de la USTA se fundamenta, entonces, en brindar las herramientas dentro y fuera del aula para que las personas que hacen parte de nuestra comunidad puedan exaltar su carácter propositivo en favor del bien común.