

Estrategias para potenciar la competitividad de las empresas de Santander durante la reactivación económica.

Camila Andrea Ortega Ariza

Id: 000299384

Profesora. Diana Milena López García

Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga

Facultad de Administración y Negocios Internacionales

2021

**ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS
EMPRESAS DE SANTANDER DURANTE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA**

Camila Andrea Ortega Ariza

Id: 000299384

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de:

ADMINISTRADOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Directora del proyecto

Diana Milena López García

Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga

Facultad de Administración y Negocios Internacionales

2021

Lista de Contenido

Introducción	8
1. Presentación De La Empresa.	9
Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI):	9
1.1 Visión.....	10
1.2 Misión.....	10
1.3 Servicios que presta	11
1.6 Organigrama.....	12
1.7 Organigrama ANDI seccional Santander	13
2. Funciones a Desarrollar en la práctica	14
3. Justificación de la práctica	15
4. Cronograma de Actividades	16
Fuente: Elaboración propia	17
6. Valor agregado	18
6.1 Objetivo general	19
6.2 Objetivos específicos	19
8. Metodología	21
9. Marco teórico	22
10. Mecanismos y estrategias utilizadas por la ANDI para las empresas y trabajadores durante el confinamiento	25
10.1 Colombia Arranca seguro	25
10.2 Todos Somos Empresa	26
10.3 Market place Unidos Somos País	27
10.4 Eventos corporativos virtuales: Webinars.	27
10.5 Teletrabajo durante el confinamiento y Reuniones virtuales.....	29
11. Diagnóstico del impacto que han tenido los mecanismos y estrategias adoptadas por la ANDI en la competitividad regional de las empresas en Santander.	30
11.1 Reconstrucción de base de datos de asistencia a comités y eventos de la seccional Santander.	30
11.2 Análisis de participación en comités y eventos 2019 y 2020.....	31
11.3 DOFA CRUZADA.....	34
12. Establecer nuevas estrategias que potencialicen la competitividad de las empresas de Santander.	38

12.1 Estrategias que potencialicen la competitividad durante la reactivación económica de la región.	40
<i>12.1.1 Implementación modalidad de teletrabajo suplementario</i>	40
<i>12.1.2 Capacitación a empresas y emprendedores de la región Santander.</i>	42
<i>12.1.3 Estrategia de capacitaciones y apoyo a campesinos de la región</i>	43
<i>12.1.4 Charlas o comités con ponentes Internacionales</i>	44
<i>12.1.5 Espacios interactivos durante los Comités especializados</i>	45
<i>12.1.6 Realizar encuesta de Comités especializados trimestralmente</i>	45
<i>12.1.7 Reiterar invitación a espacios digitales de la ANDI</i>	46
13. Conclusión	47
14. Bibliografía	48

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama general ANDI.....	12
Ilustración 2 Organigrama Seccional Santander	13
Ilustración 3 Campaña Colombia Arranca Seguro.....	26
Ilustración 4. 8 Choques para clasificar su severidad de medidas tomadas para reducir el riesgo de contagio.	29
Ilustración 5. Comparativo de asistencia a comités	33
Ilustración 6 Principales medidas para enfrentar los impactos del Covid-19 en las empresas.....	40
Ilustración 7 Beneficios para el Teletrabajador - Servidor público / funcionario	42

27/5/2021

www.upbbga.edu.co/biblioteca/formaton.php**RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

TITULO: Estrategias para potenciar la competitividad de las empresas de Santander durante la reactivación económica

AUTOR(ES): Camila Andrea Ortega Ariza

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): Diana Milena López García

RESUMEN

Este proyecto se direcciono hacia el diseño de estrategias que permitan potenciar la competitividad de las empresas de Santander durante la reactivación económica de la región y del país. Se realiza una identificación de mecanismos que toma la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia para continuar prestando sus servicios durante el inicio del confinamiento. Así mismo, se analiza los mecanismos identificados, lo cual ayuda a establecer nuevas estrategias que pueden ser adoptadas en la región para potenciar la competitividad de las empresas en medio de la crisis sanitaria que vive el mundo por la pandemia Covid -19, esto de la mano de seccional ANDI - Santander, actor importante en la toma de decisiones gubernamentales regionales y nacionales.

PALABRAS CLAVE:

Teletrabajo, Covid-19, organizaciones, competitividad, reactivación económica

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

27/5/2021

www.upbbga.edu.co/biblioteca/formatoi.php**GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

TITLE: Strategies to enhance the competitiveness of Santander companies during the economic recovery

AUTHOR(S): Camila Andrea Ortega Ariza

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: Diana Milena López García

ABSTRACT

This project was directed towards the design of strategies to enhance the competitiveness of Santander companies during the economic recovery of the region and the country. An identification of the mechanisms used by the National Association of Colombian Businessmen to continue providing their services during the beginning of the confinement is carried out. Likewise, the identified mechanisms are analyzed, which helps to establish new strategies that can be adopted in the region to enhance the competitiveness of companies in the midst of the health crisis that the world is experiencing due to the Covid -19 pandemic, this hand in hand with the ANDI - Santander sectional, an important actor in regional and national governmental decision making.

KEYWORDS:

Teleworking, Covid-19, organizations, competitiveness, economic recovery

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

Este proyecto es presentado como informe de las prácticas realizadas en la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia seccional Santander una agremiación sin ánimo de lucro que difunde principios políticos, sociales y económicos. Siendo el gremio más importante de Colombia cuenta con una sede principal en la ciudad de Medellín y seccionales por el resto del país como Barranquilla, Cúcuta, Bucaramanga, Bogotá, Cali, Cartagena, Manizales, entre otras.

A continuación, se encontrará el primer capítulo la presentación de la empresa, los servicios que presta y las funciones desarrolladas en calidad de practicante de la seccional, seguido del cronograma de actividades llevado a cabo según el tiempo programado de práctica.

Posteriormente, se desarrolla el valor agregado de este informe de práctica, en el cual se plantea diseñar un plan estratégico que potencialice la competitividad regional de las empresas en Santander a partir de la ANDI durante la reactivación económica de la región, mediante la identificación de los mecanismos y estrategias tomadas por la entidad durante el confinamiento tanto para las empresas afiliadas como con los trabajadores de las seccionales. Por último, se realizarán unos análisis de estos mecanismos y estrategias para desarrollar nuevas estrategias que podría aplicar la ANDI durante la reactivación económica del país.

1. Presentación De La Empresa.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI):

Es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Fue fundada el 11 de septiembre de 1944 en Medellín y, desde entonces, es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros. (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2020)

La sede principal de la ANDI se encuentra en Medellín y cuenta con sedes en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Cali, Cartagena, Ibagué, Manizales, Pereira, Santander de Quilichao y Villavicencio.

- NIT: 890900762 - 5
- Tipo de sociedad: Sin ánimo de lucro
- Tipo de organización: Corporación
- Dirección: Dirección: Km. 2 Anillo Vial Ecoparque Empresarial Natura, torre 1, oficina 319 - 320
- Teléfono: +57 7 6781217
- Email: psantanderes@andi.com.co
- Página Web: <http://www.andi.com.co/>
- Jefe directo: Julieth Vanessa Ramírez

1.1 Visión

Estrategia nacional ANDI para el 2025:

La ANDI liderará activamente, desde el sector empresarial, la reactivación económica del país, con propuestas que generen empleo de calidad y aceleren el crecimiento en el corto plazo, contribuirá con acciones a que en 2025 Colombia sea uno de los tres países más competitivos de América Latina, y promoverá el posicionamiento de las empresas como generadoras de progreso en las regiones y como protagonistas en la búsqueda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los principios del Capitalismo Consciente, la libre empresa y la democracia (Estrategia Nacional ANDI 2025, 2021).

1.2 Misión

“Propiciar el fortalecimiento y competitividad de la empresa privada y la modernización del Estado e incentivar la plena participación de Colombia en la comunidad internacional, en sus instancias pública y privada, como motores del desarrollo económico y social del país, todo orientado hacia la búsqueda de un mejor ser y estar de los colombianos” (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. Misión).

1.3 Servicios que presta

1.3.1 Vocería. La ANDI representa la voz y participación de los afiliados ante entidades regionales, nacionales e internacionales.

1.3.2 Información, Actualización, oportunidad y confiabilidad. La ANDI se encarga de difundir información útil para las empresas sobre actualizaciones de gestión, tecnología, jurídico, sociales, medio ambiente, comercio exterior, entre otros.

1.3.3 Asesoría transversal a cámaras y seccionales. Servicio de asesoría en asuntos ambientales, de responsabilidad social, económicos, jurídicos y sociales, de comercio exterior, comunicaciones, capacitación y tecnología.

1.3.4 Convocatoria Empresarial. La ANDI organiza espacios como ferias, conferencias, congresos, talleres, comités, grupos de trabajo e iniciativas que aportan, e impulsan el desarrollo de los sectores económicos del país.

1.3.5 Presencia Regional En las oficinas seccionales. La ANDI promueve la participación de los empresarios en toma de decisiones gubernamentales de las regiones.

(Asociación Nacional de Empresarios de Colombia).

1.3.6 Grupos de trabajo. La ANDI promueve la creación de “grupos de trabajo sobre temas especializados con los cuales se busca mejorar, mantener y crear canales de comunicación entre los afiliados, y de éstos con la ANDI.” (Proyectos ANDI)

1.6 Organigrama

Ilustración 1 Organigrama general ANDI

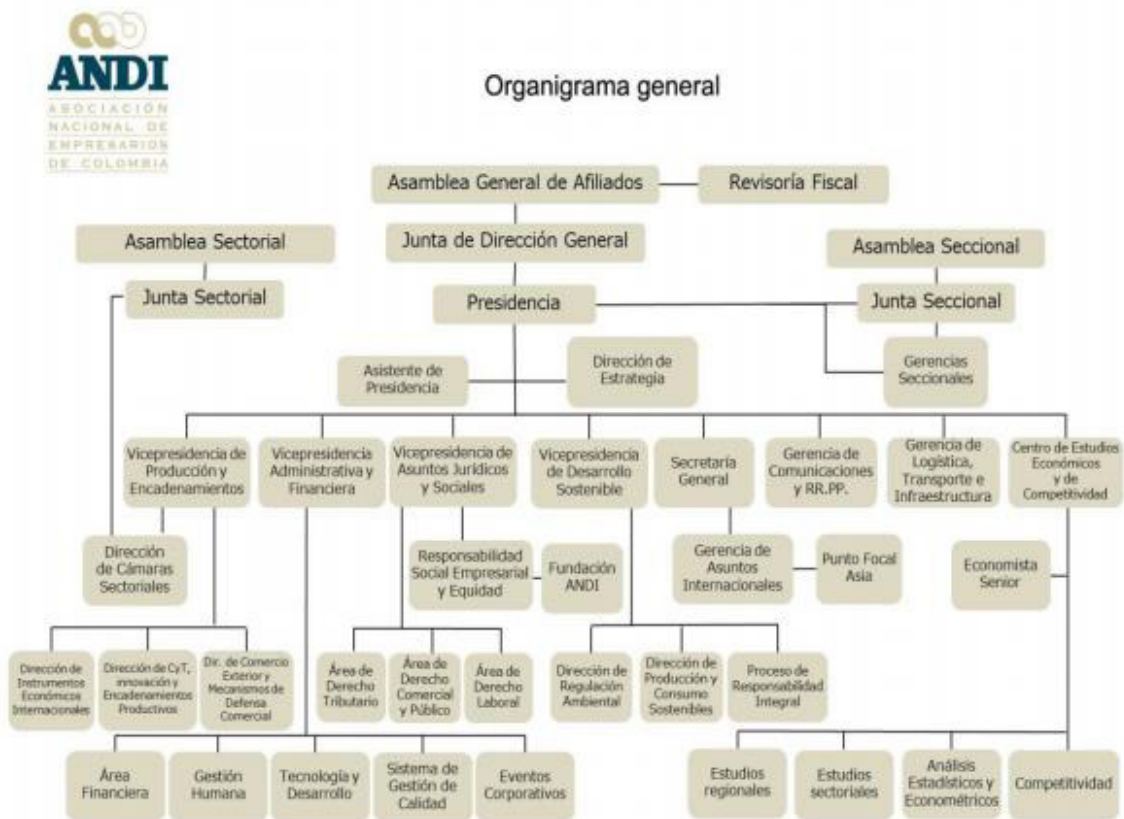


Figura 1: (ANDI, 2013).

1.7 Organigrama ANDI seccional Santander

Ilustración 2 Organigrama Seccional Santander

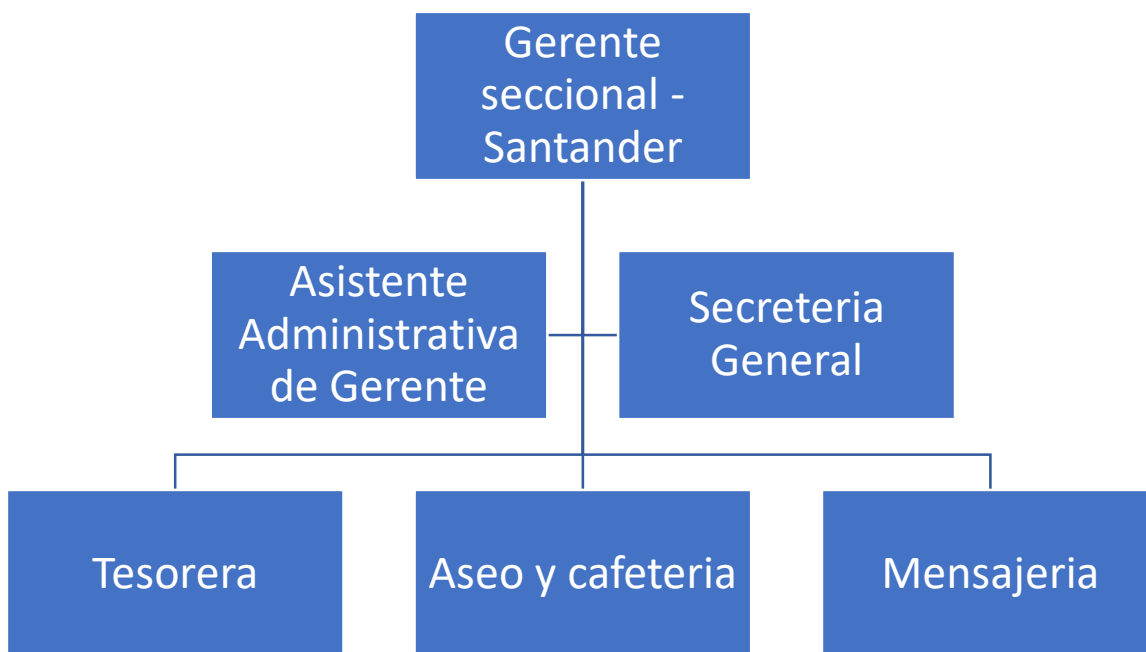


Figura 2: Organigrama ANDI seccional Santander. Elaboración propia.

Número de empleados: 6.

2. Funciones a Desarrollar en la práctica

Lo que se esbozará a continuación es tomado directamente de la ANDI (2020).

- Verificar que los implementos que se utilicen en cada comité se encuentren en orden y disponibles para su uso, estos tales como el computador, grabadora, listas de asistencia, video beam y demás.
- Registrar el acta, audio, las fotos, la asistencia escaneada, la invitación del evento, en las carpetas de datos z correspondiente a cada comité, junta directiva seccional y otros espacios que se realicen en la seccional.
- Estar pendiente de grabar, tomar fotos y pasar la asistencia en los eventos o espacios que se realicen en la seccional.
- Diseñar invitaciones para los espacios que ofrece la seccional.
- Registrar toda la información de las personas que confirmen su asistencia en un Excel para llevar un control de los comités y otros espacios que ofrece la seccional.
- Asistir a ciertos eventos por fuera de la seccional en donde se requiera la asistencia de la ANDI según indicaciones de la gerencia.
- Realizar trimestralmente los boletines con la información respectiva sobre lo que hizo la seccional durante los tres meses.
- Realizar las llamadas correspondientes a cada empresa para que respondan la encuesta de opinión industrial conjunta.
- Estar pendiente de cómo van los indicadores de respuesta por parte de las empresas a la EOIC
- Apoyar a la gerencia seccional en temas investigativos que sean de gran importancia para el desarrollo y la toma de decisiones del departamento de Santander.

- Actualizar toda la información pertinente de las empresas en la base de datos y en PROA.
- Registrar toda la información en PROA de los comités o de los espacios que se realicen con las empresas afiliadas en la seccional
- Apoyar el desarrollo de las estrategias de competitividad e innovación y emprendimiento

3. Justificación de la práctica

La Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) es de gran importancia, dado su reconocimiento a nivel nacional e internacional como Gremio de empresarios y el acompañamiento al país en pro a la productividad, desarrollo empresarial y el empleo, a través de investigaciones y el amplio conocimiento de la industria nacional. La ANDI le da la oportunidad al practicante de conocer de primera mano el desarrollo de asuntos nacionales y regionales en cuanto a competitividad y política económica. De esta forma, el practicante amplía su visión y logra comprender más sobre políticas, leyes y problemáticas del país en materia de desarrollo empresarial de la mano de importantes empresarios de diferentes sectores de la economía.

Además, el practicante participa activamente de los comités realizados en la seccional y en ANDI nacional, lo cual permite estar al día en novedades en temas de medio ambiente, arquitectura social, tributaria y económica y al mismo tiempo aprende a coordinar, manejar listas de asistentes y realizar acta de reuniones. En conclusión, la practica en la ANDI es muy beneficiosa, dado que ayuda a estar más cerca del manejo de las empresas y el relacionamiento público, lo cual le da una experiencia enriquecedora al practicante.

4. Cronograma de Actividades

Actividad / Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Septiembre			Inducción y socialización de funciones a desarrollar durante la practica	
Octubre		Reconstrucción de base de datos de asistencias eventos del seccional	Reconstrucción de base de datos de asistencias eventos del seccional	Entrega de nueva base de datos de asistencia
Noviembre	Diseño de Banner comunicación por correo electrónico		Reunión con coordinadora de practica y jefe inmediato de prácticas ANDI	Elección de tema trabajo de grado

Diciembre	Recopilación de información para empezar a desarrollar proyecto		Fin de la practica en ANDI Santander	
-----------	---	--	--------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

6. Valor agregado

En el año 2020 llega a Latinoamérica, el virus llamado Covid- 19 el cual se convirtió en una pandemia mundial. Este sorprendió a todos con los daños causados en la salud de los humanos, economía, empresas, formas de comprar, trabajar y de vivir a nivel mundial. Actualmente las empresas y las personas trabajan fuertemente por una reactivación económica rápida del país en general, tarea que no ha sido fácil dado que además de la pandemia por la Covid- 19, se manifiesta una problemática social desde el mes de abril del 2021 que ha generado protestas y la movilización de todo el país. Como consecuencia ha incrementado la tasa de contagios por la covid-19 y se han afectado los diferentes gremios empresariales por los bloqueos en las vías nacionales por manifestaciones del paro nacional. Entre los gremios más afectados según sondeo realizado por el periódico La Republica (2021) se encuentran los comerciantes con pérdidas de \$2.2 billones y el agro con \$1.7 billones. Por esto, este trabajo se enfoca en dar estrategias que potencialicen la competitividad de Santander durante la reactivación económica, esto desde el apoyo total de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia seccional Santander lugar en el que realice mis prácticas empresariales.

6.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico que potencialice la competitividad regional de las empresas en Santander a partir de la ANDI, como parte del proceso de reactivación económica de la región.

6.2 Objetivos específicos

1. Identificar los mecanismos y estrategias que ha tomado la ANDI para las empresas y trabajadores durante el confinamiento.
2. Diagnosticar el impacto que han tenido los mecanismos y estrategias adoptadas por la ANDI en la competitividad regional de las empresas en Santander.
3. Establecer nuevas estrategias que potencialicen la competitividad de las empresas de Santander.

7. Justificación

Los motivos por los cuales se decide realizar este análisis son debido a que las empresas han sufrido un gran cambio en la modalidad de trabajo a raíz de la pandemia Covid-19 en el año 2020. Los colaboradores se han enfrentado a trabajar, recibir capacitaciones y participar en reuniones desde su hogar por un aislamiento preventivo a nivel mundial, así mismo, las organizaciones han tenido adaptarse a los cambios en cuestión de días y fortalecer el uso de las tecnologías y el desarrollo de canales de comunicación masivos para continuar con su funcionamiento.

El presente trabajo pretende diseñar un plan estratégico que potencialice la competitividad regional de las empresas en Santander a partir de la ANDI, como parte del proceso de reactivación económica de la región, mediante el análisis de bases de datos de asistencia de la ANDI seccional Santander del 2019 y 2020, si la participación de las empresas afiliadas a la seccional ha incrementado durante la virtualidad y determinar si es viable continuar con un modelo de virtual de reuniones y eventos en un escenario pos- Covid , también se crearán estrategias que sean aplicables a la seccional Santander para continuar de manera exitosa con reuniones virtuales en beneficio a los equipos de trabajo y las organizaciones sustentado desde el punto de vista empresarial, social y de riesgo.

8. Metodología

Para este trabajo se realizó primero la identificación de los mecanismos y estrategias adoptadas por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) durante el confinamiento por la Covid- 19 en el año 2020 con el fin de continuar prestando sus servicios, en esta identificación encontramos que optaron por campañas e iniciativas ejecutadas junto con el gobierno nacional colombiano y por medidas internas de la agremiación como el teletrabajo, reuniones y comités virtuales.

Posteriormente, se realiza un análisis de los mecanismos y estrategias anteriormente identificadas con el fin de saber si fueron eficaces, en este punto se hace el análisis por medio de la variación de asistencias a comités realizados en el 2019 de manera presencial y en el 2020 de manera virtual que da como resultado arroja si las asistencias de las empresas afiliadas aumentaron o disminuyeron durante el confinamiento y la nueva modalidad de trabajo. Así mismo, realizo una matriz DOFA para conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la ANDI con los mecanismos y estrategias aplicados anteriormente y la última parte de este trabajo en la cual se plantearán estrategias que la seccional pueda realizar para potencializar la competitividad de la región durante la reactivación económica del País.

9. Marco teórico

La comisión Económica para América Latina y el Caribe en su informe América Latina y el Caribe ante la Pandemia del Covid – 19, efectos económicos y sociales, argumenta que, gracias a la pandemia por COVID – 19 aumentaría de forma acelerada la virtualización en las relaciones sociales y económicas y que el teletrabajo llegó para quedarse en las empresas e industrias. Del mismo modo, indica que las empresas con tecnologías más avanzadas aumentarían las ventajas en automatización, robótica y digitalización con respecto a las más atrasadas, en este caso las mipymes. Sin embargo, no todos los trabajos pueden ser sustituidos por máquinas o convertirse en teletrabajo como ejemplo es el sector de la agricultura y el sector informal, dado que esto depende de la infraestructura tecnológica y las competencias digitales que tenga los trabajadores.

Así mismo, se han visto transformaciones en la forma de trabajar gracias a la digitalización y consecuencias positivas en la descongestión del tráfico y transporte urbano y reducción ambiental de huella de carbono.

Agregado a lo anterior, CEPAL indica que se ha incrementado el uso de plataformas digitales desde el inicio de la pandemia:

El Oxford Labour Index, que midió la demanda en cinco grandes plataformas digitales muestra un fuerte incremento de esta demanda a partir de mediados de abril de 2020, llegando a mediados de mayo, en el promedio móvil de 28 días, al nivel más alto desde el inicio de su medición. En este contexto, para ciertos países de la región puede ser una alternativa atraer gig workers de otros países para que se instalen incentivados por una alta seguridad sanitaria, un ecosistema atractivo y una infraestructura digital de calidad. (CEPAL, 2020)

No obstante, la desigualdad en temas digitales comenzaría a crecer en Latinoamérica “grandes brechas en el acceso a la infraestructura y las competencias digitales para personas de diferentes niveles educativos, etarios, zonas geográficas y etnias tienden a incidir en un aprovechamiento desigual del potencial de las nuevas tecnologías y un nuevo motor de segmentación del mercado de trabajo” (CEPAL, 2020). Por este motivo, es importante incluir en la educación temas tecnológicos y el buen manejo de las herramientas ofimáticas en colegios y escuelas de educación superior, enseñar al concepto de educación autónoma y a distancia lo cual traerá excelentes competencias laborales y personales.

A continuación, se hablará de la competitividad desde Porter (2017):

“Para este autor la competitividad es lo siguiente: “comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al tiempo que ofrece un marco para anticipar e influenciar la competencia (y la rentabilidad) a lo largo del tiempo” (p.33).

Por otro lado, Porter (2017) dice: “La fortaleza de las fuerzas competitivas incide en los precios, los costes, y la inversión necesaria para competir; de este modo, las fuerzas están directamente vinculadas a las cuentas de resultados y el balance contable de los participantes en la industria”.

Así también, la ANDI (2020) trae a colación que:

“La globalización siempre se ha considerado uno de los grandes determinantes del crecimiento económico y desarrollo social; del progreso tecnológico permitiendo aumentos en la calidad de vida y en la expectativa de vida; ha generado un mayor dinamismo del comercio internacional que ha permitido acercar fronteras y generar

20 ganancias a los países; y, en general, ha sido uno de los responsables de los avances recientes de la humanidad” (p.19).

Así mismo, la ANDI (2020) asegura que:

“Es así como algunos cambios en la forma de trabajar, producir y consumir llegaron para quedarse: los viajes de negocios y el trabajo 100% presencial se reducirán en la medida que se encontraron eficiencias en los encuentros virtuales a la vez que se generan ahorros en términos monetarios y beneficios para el medio ambiente como la reducción de emisiones de CO₂E” (ANDI, 2020).

A continuación, se define los tipos de teletrabajo con conceptos dados por el Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia necesarios para el desarrollo del proyecto.

Teletrabajo Suplementario: Trabajadores con contrato laboral que alternan sus tareas en distintos días de la semana entre la empresa y un lugar fuera de ella usando las TIC para dar cumplimiento. Se entiende que teletrabajan al menos dos días a la semana. (MinTic, 2019)

Teletrabajo Móvil: Trabajadores que utilizan dispositivos móviles para ejecutar sus tareas. Su actividad laboral les permite ausentarse con frecuencia de la oficina. No tienen un lugar definido para ejecutar sus tareas. (MinTic, 2019)

Finalmente, el Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia, añaden que:

“Las modalidades de trabajos flexibles y a distancia han propiciado la transformación de las relaciones laborales, permitiendo a los empleados tener control sobre su tiempo y sus objetivos, y brindando a las organizaciones mayor productividad derivada del

aumento en la calidad de vida de los trabajadores gracias al teletrabajo”. (MinTic, 2019).

Durante el 2020 la cifra de teletrabajadores ha aumentado significativamente llevándonos a todos a una nueva transformación digital en todas las áreas de las empresas, necesaria para seguir avanzando en materia de competitividad.

10. Mecanismos y estrategias utilizadas por la ANDI para las empresas y trabajadores durante el confinamiento

En este capítulo se identifican los mecanismos y estrategias que se tomaron desde la ANDI para las empresas afiliadas y trabajadores durante el confinamiento y de esta manera continuar con su labor diaria. Lo cual permitirá conocer y poder realizar un diagnóstico de la efectividad de estos mecanismos.

10.1 Colombia Arranca seguro

Es una campaña cívica desarrollada desde el gobierno nacional y la ANDI para garantizar la bioseguridad y el buen comportamiento de los ciudadanos durante la reactivación económica. En la medida en que las empresas incluyan estos protocolos se genera mayor nivel de confianza en los consumidores y de esta manera se reabertura el comercio y se fortalece la productividad y competitividad en tiempos de pandemia. En razón a lo anterior, a continuación, se podrán ver algunos componentes publicitarios realizados para difundir mediante redes sociales las cuales llevan un mensaje de buen comportamiento durante el mes de diciembre del año 2020.

Ilustración 3 Campaña Colombia Arranca Seguro



Fuente: Campaña **Colombia Arranca Seguro**. (2020).

10.2 Todos Somos Empresa

Otra iniciativa desarrollada desde la ANDI para fortalecer el tejido empresarial en Colombia, se enmarco en la campaña “Todos Somos Empresa” la cual busca concientizar a la población sobre la importancia que tienen las empresas para generar progreso, competitividad y proyección enfocado en el bienestar de las personas, desarrollo social y cuidado del medio ambiente. Teniendo en cuenta, que el fin de este mecanismo era llegar a los diversos grupos poblacionales se utilizaron diferentes canales, como las redes sociales,

las cuales toman fuerza en el contexto actual y de pandemia en donde podemos encontrar grandes empresarios hablando de emprendimiento e innovación, reconocimiento a trabajadores, también tiene como estrategia involucrar a los jóvenes en el mundo de las empresas para cambiar la percepción de estos, por lo tanto Millennials y YouTubers han documentado como es trabajar en una empresa y el aporte que tiene para el país.

10.3 Market place Unidos Somos País

En la investigación generada, se identificó adicionalmente que desde la ANDI se ha puesto a disposición un market place online el cual “posibilita el encuentro entre actores de oferta y demanda, permitiendo la reactivación responsable de distintos sectores de la economía y garantizando la sostenibilidad de empresas y familias. Pretende que tanto empresas como personas conozcan a quién contactar en caso de requerir bienes y servicios de diversos sectores.” (Market place, 24 de mayo de 2021).

Lo anterior, contribuye a facilitar los mecanismos y medios para generar transacciones comerciales en un ambiente virtual, expandiendo de esta manera las oportunidades de crecimiento económico tanto para las empresas como para las regiones.

10.4 Eventos corporativos virtuales: Webinars.

Los eventos corporativos virtuales son una tendencia que tomo fuerza en el 2020 por lo mencionado anteriormente “el gran confinamiento”. Diferentes empresas y organizaciones los adoptaron para continuar con sus labores y crear una nueva relación entre los clientes y la empresa. Consiste principalmente en una plataforma que permite a las empresas o a sus colaboradores conectarse desde cualquier parte del mundo, desde cualquier dispositivo con

conexión a internet a un espacio virtual diseñado para facilitar la comunicación y el intercambio de ideas entre los participantes. Además, permite medir los resultados de las reuniones o eventos realizados, conocer la lista de asistentes de forma inmediata. Estos se pueden encontrar en la página de la Asociación Nacional de Empresarios en la pestaña Eventos.

Teniendo en cuenta lo anterior, los eventos corporativos virtuales son la mejor opción en tiempos de crisis y de poscrisis, considerando que, a la fecha, a nivel mundial siguen generándose e implementándose diferentes restricciones de entradas a países, eventos públicos, reuniones y lugares de trabajo, como se evidencia en la **ilustración 4** según análisis de la ANDI en el Balance del 2020 y Perspectivas 2021, Colombia se encuentra en cierres de lugares de trabajo con puntaje de 1.7, eventos públicos 1.5 y colegios 2.47. Por otro lado, restricciones de viaje con un puntaje de 3.1 y Reuniones 2.9 por lo que hace que cualquier tipo de desplazamientos y encuentros presenciales, requieran una planificación más robusta y esfuerzos económicos significativos por parte de los asistentes y anfitriones, adicional al riesgo sanitario.

Ilustración 4. 8 Choques para clasificar su severidad de medidas tomadas para reducir el riesgo de contagio.

País	Índice de CIERRES de: 0 - 3 (3 más fuerte)				Restricciones de:			
	Lugar de Trabajo	Colegios	Eventos Públicos	Transporte Público	Movimiento	Reuniones	"Quedate en casa"	Viaje Internacional
New Zealand	0.8	0.7	0.7	0.5	0.5	1.6	0.5	3.5
Hong Kong	1.4	2.46	1.8	0.1	0.0	2.9	0.7	3.4
Venezuela	2.2	2.51	1.7	0.7	1.6	3.2	1.7	3.1
Colombia	1.7	2.67	1.5	0.8	1.3	2.9	1.3	3.1
Argentina	2.1	2.51	1.7	1.8	1.9	3.5	1.8	3.1
India	1.7	2.27	1.7	1.1	1.6	2.9	1.9	3.0
Peru	1.8	2.42	1.7	1.3	1.8	3.3	1.8	3.0
Finland	1.1	1.01	1.2	0.0	0.3	1.3	0.2	2.0
Panamá	1.8	2.54	1.7	1.0	1.3	2.6	1.7	2.7
Spain	1.8	1.86	1.7	0.5	1.3	3.1	1.3	2.7
United States	2.0	2.41	1.7	2.1	1.7	3.1	1.3	2.6
Japan	0.8	1.45	0.0	0.0	0.8	0.0	0.6	2.6
Chile	2.4	2.52	1.7	0.9	1.6	2.8	2.3	2.6
Iceland	1.0	0.97	1.5	0.0	0.0	2.3	0.0	2.0
Germany	1.6	1.61	1.7	0.0	1.3	3.2	0.5	2.6
Italy	2.1	2.53	1.8	0.8	0.9	2.5	1.1	2.5
France	1.8	1.63	1.5	0.3	1.2	3.5	0.8	2.5
China	2.6	2.39	2.0	1.4	1.8	3.9	2.4	2.8
Costa Rica	1.8	2.53	1.7	0.2	1.0	1.9	0.8	2.6
Singapore	1.1	1.31	1.8	0.2	0.5	3.2	1.0	2.6
Ecuador	2.0	2.53	1.7	1.0	1.2	2.6	1.2	2.5
Norway	1.1	1.18	0.7	0.2	0.8	2.6	0.1	2.3
Greece	0.8	1.55	1.5	0.8	1.2	2.9	1.1	2.3
South Korea	1.7	2.30	1.5	0.0	0.9	2.6	0.9	2.3
Brazil	2.2	2.48	1.7	1.5	1.7	3.0	1.6	1.9
Mexico	2.1	2.45	1.6	0.3	1.6	2.8	1.6	1.9
United Kingdom	1.9	1.47	1.6	0.3	1.4	3.2	1.0	1.9
Bolivia	2.0	2.45	2.0	2.0	2.9	3.9	2.0	1.0
Nicaragua	0.0	0.91		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Fuente: ANDI. Colombia: balance 2020 y perspectivas 2021.

“Construcción anual de indicador anual de severidad por medida, países seleccionados latinoamericanos y relevantes. Rankin de países ordenado por severidad en restricción a viajes internacionales donde Colombia presentó una alta severidad dentro de la muestra de países.” (ANDI. Colombia: balance 2020 y perspectivas 2021)

10.5 Teletrabajo durante el confinamiento y Reuniones virtuales

Otro de los mecanismos identificados adoptados por la ANDI durante el confinamiento es el teletrabajo de los colaboradores de la oficina, el cual permitió una seguridad sanitaria durante la contingencia, así como la continuación de sus labores y servicios prestados a las empresas afiliadas en la virtualidad como por ejemplo, reuniones con alcaldía y gobernación,

comités, juntas directivas y eventos nacionales e internacionales. Importante para la competitividad de la región dado que hubo mejoras en el uso de tecnologías de la información, optimización de tiempos de los trabajadores, mayor responsabilidad al administrar los horarios de trabajo y al mismo tiempo, contribuye al medio ambiente con la disminución de desperdicios y huella de carbono.

11. Diagnóstico del impacto que han tenido los mecanismos y estrategias adoptadas por la ANDI en la competitividad regional de las empresas en Santander.

Se precisa realizar un diagnóstico del impacto que han tenido los mecanismos y estrategias desarrolladas por la ANDI en la competitividad regional de las empresas en Santander, para esto se realiza una reconstrucción de base de datos de las asistencias a comités y eventos, con el fin de analizar la participación de las asistencias de las empresas afiliadas a los comités virtuales realizados por la ANDI seccional Santander. Así mismo, se realizará una matriz DOFA para diagnosticar todos los mecanismos y estrategias vistas en el capítulo anterior y dar paso a nuevas estrategias que potencialicen la competitividad en Santander en la reactivación económica del país.

11.1 Reconstrucción de base de datos de asistencia a comités y eventos de la seccional Santander.

Durante el último trimestre del año 2020 se vio la necesidad de realizar un cambio en las bases de datos que tenía la seccional Santander donde se registra la asistencia a eventos y comités de las empresas afiliadas, esto con el fin de tener una base más completa y fácil de visualizar la información. Esto se realizó siguiendo los lineamientos y formato existente de la ANDI nacional, con esta información se pudo obtener las empresas que participan

activamente en los servicios prestados, definir una estrategia de fidelización para las empresas afiliadas que no participan en dichos comités, se planteó hacer contacto por medio de correo electrónicos con invitaciones personalizadas y la posibilidad de reunirse con la gerente de la seccional, con la intención de que la empresa afiliada recordara los beneficios de pertenecer al gremio empresarial. Por último, se realiza un análisis de participación con la variación de las asistencias del año 2019 y 2020 la cual es de suma importancia para el objetivo de este trabajo.

11.2 Análisis de participación en comités y eventos 2019 y 2020.

Para este trabajo se realizó un comparativo de las asistencias a los comités que realiza la seccional para las empresas afiliadas del año 2019 las cuales se hicieron en modalidad presencial y en el año 2020 en modalidad virtual con fin de determinar si estas crecieron o decrecieron por los cambios que sufrieron las empresas en el año 2020 debido al confinamiento por pandemia de la Covid-19.

Tabla 1. Variación de asistencias a comités 2019 -2020

COMITÉS	2019	2020	var %
Comité SST	7	21	200%
Comité Laboralista	0	97	0%
Comité Innovación	52	66	27%
Comité Logística	1	31	3000%
Comité Tributario	73	110	51%
Comité de Gestión Humana	75	92	23%
Red de empresas en Gestion en Talento Humano	12	69	475%
Comité de Desarrollo Sostenible	28	58	107%
Comité Internacional	2	23	1050%
Comercio Exterior	0	28	0%
Comité Comunicación y reputación	0	18	0%
Comité Equidad de Genero	0	54	0%
Comité de Arquitectura Social	0	25	0%
Comité Tranformacion Digital	0	23	0%
TOTALES:	250	715	186%

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de base de datos de asistencia a Comités y Eventos de ANDI seccional Santander.

En la ilustración 5 se puede evidenciar el crecimiento de las asistencias durante el 2020 con respecto al año 2019 en cada uno de los comités, además de la creación de nuevos comités en el mismo año como lo son el Comité Exterior; Comité de Comunicación y Reputación de la iniciativa “Todos Somos Empresa” y “Colombia Arranca Segura”; Comité de Equidad de Género; Arquitectura social y Transformación Digital. Cabe resaltar que desde el mes de marzo del 2020 en América inicio “El gran confinamiento” por pandemia de la Covid-19 en cual las empresas tuvieron que optar por un modelo de trabajo poco usado antes del confinamiento como lo es el teletrabajo, por lo tanto, el 90% de los comités realizados durante este año fueron totalmente virtuales a nivel nacional, a través de distintas plataformas que permiten conectarse desde cualquier parte del mundo.

Ilustración 5. Comparativo de asistencia a comités



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de base de datos de asistencia a Comités y Eventos de ANDI seccional Santander.

Desde la ANDI seccional Santander se trabajó en diferentes estrategias de comunicación y de trabajo para afrontar el gran confinamiento durante el año 2020. Tales como, los comités especializados se realizaron por medio de la plataforma zoom, lo cual se puede evidenciar que fueron exitosas por el número de asistencias mostrado anteriormente en la ilustración 3 dado también a que la plataforma virtual permite una asistencia de cien personas por sesión. Además, la virtualidad facilitó la recolección de información de las diferentes empresas y gerentes que asistieron a los eventos realizados y permitió que las distintas seccionales del país pudieran realizar una cooperación técnica, compartir estrategias y modalidades de trabajo de esta manera aumentar las capacidades de la organización gremial.

Así mismo, las juntas directivas virtuales tuvieron una gran acogida por los gerentes pertenecientes a la junta por la facilidad de conectarse desde cualquier lugar y asistir, ya que anteriormente se realizaban de forma presencial en la sala de juntas de la seccional lo que con llevaba a tener que movilizarse a la ciudad de Bucaramanga en incurrir en planes de tiempos y viáticos, esto contribuye a generar cambios en las empresas y poder facilitar todo el proceso de reuniones y juntas directivas en esta modalidad.

11.3 DOFA CRUZADA

A continuación, se desarrolla una matriz DOFA cruzada con el fin de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las estrategias tomadas por la ANDI durante el confinamiento observadas en el capítulo anterior, así mismo generar nuevas estrategias para la reactivación económica y competitividad de la región.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocen el manejo de las herramientas virtuales • Reducción de costos para la seccional • Manejo eficaz de la información de los asistentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Salón de eventos con muy poco espacio • La no comunicación eficaz de las fechas o recordatorios de los eventos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Grabación de los eventos y comités en la nube • Presentación de contenido • Interacción con los asistentes • Market place para empresarios • Campaña de comportamiento cívico 	<ul style="list-style-type: none"> • Invitaciones no atractivas para los afiliados • Saturación de información, genera perdida. • Falta de participación de las empresas en espacios online como el Market place, redes sociales y campañas como Todos Somos Empresa desarrollados por la ANDI nacional.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegar a cualquier colaborador de la empresa en cualquier parte sin tener que desplazarse al lugar del evento 	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>OFENSIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ponentes internacionales que puedan capacitar a los empresarios afiliados. 	<p>ESTRATEGIA DE REORIENTACION</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Continuar realizando los comités virtuales en el cual pueden conectarse hasta 100 personas por medio de la plataforma zoom

<ul style="list-style-type: none"> • Trasmisión en vivo de las reuniones presenciales • Reducción de los costos de viáticos para las empresas • Evita accidentes laborales • Las organizaciones pueden emplear personas con discapacidades • Contribuye a la transformación digital del país • Oportunidad para las empresas de vender sus servicios y productos en otras regiones del país y de forma internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Invitación a empresas de Santander a participar en el market place de la ANDI ○ Digitalización: enseñar las empresas nuevas modalidades de trabajo ○ Comunicar efectivamente el apoyo de la seccional Santander a las empresas de la región: realizar comités especiales para emprendimientos que se realizan en redes sociales como Instagram y Facebook. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicar el evento por medio de correos electrónico y recordatorios de forma clara y concisa ○ Realizar capacitación del manejo de las tecnologías las empresas junto con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones junto con el área de transformación digital de la ANDI. ○
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones en modalidad híbrida 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Apoyo y acompañamiento a los campesinos de la región 	
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de interés en los temas de los eventos y comités • Caídas en las plataformas • Caída del internet • Los asistentes no participan en la reunión • Los teletrabajadores no cuentan con espacio adecuado de trabajo en sus casas. 	<p>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar sondeos al finalizar cada comité sobre los temas de interés a los asistentes. ○ Generar espacios de interacción durante los comités donde los participantes pueda estar activos y así evitar la pérdida de interés en la reunión y la desconexión del participante 	<p>ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar eventos híbridos en los que pueden asistir personas de forma presencial y virtual. ○ Reiterar invitaciones a los empresarios a inscribirse en los espacios dados por la ANDI como Market Place.

Para finalizar, la matriz DOFA permitió definir las estrategias a trabajar en tres aspectos importantes desde la ANDI, en primer lugar, el uso de las tecnologías en las empresas, segundo el aumento de la competitividad de la región por medio de la mejora de las

capacitaciones y acompañamiento a los emprendedores y campesinos, por último, estrategias enfocada a mantener la bioseguridad de las empresas y las personas durante la reapertura económica.

12. Establecer nuevas estrategias que potencialicen la competitividad de las empresas de Santander.

Para este capítulo se pretende generar nuevas estrategias para potencializar la competitividad de las empresas de Santander durante la fase de reactivación económica del país de manera que las empresas puedan recuperarse de la crisis económica que ha dejado la Covid-19. Para esto tomare como apoyo el análisis realizado en el capítulo anterior sobre las medidas que ha tomado la seccional durante la primera fase del confinamiento en el año 2020.

De la misma manera, a partir de la **ilustración 6** se evidencian las cinco principales medidas para enfrentar del Covid-19 en las empresas en países desarrollado y América Latina y el Caribe, evaluadas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el año 2020, en cinco categorías principales, herramienta clave para tener en cuenta según el contexto del país, de manera tal que se observa que Colombia se encuentra en dos categorías de las cinco; La primera está en el marco de la Digitalización con un nivel de adopción bajo y la segunda relacionada con la Reorientación de capacidades productivas, también con un nivel de adopción bajo. Lo que implica una falta de capacitaciones en temas digitales, falta de apoyo económico para las pequeñas empresas y la articulación pública- privada para la orientación de capacidades productivas. Teniendo en cuenta esta ilustración y lo analizado en los capítulos anteriores, las estrategias que propone este trabajo se focalizaran en las dos categorías en que Colombia es evaluada por el BID **digitalización y capacidades**

productivas, de esta manera contribuir como región Santander a la competitividad y reactivación económica. Teniendo en consideración que tanto a nivel global como nacional y regional se debe fortalecer la articulación público-privada y con Instituciones de Educación Superior para apoyar a que las empresas aprendan a generar dicha productividad a partir del uso de tecnología aplicada a los diferentes procesos tanto en su estructura interna como externa, respondiendo de manera oportuna a las tendencias de la sociedad, incrementando niveles de productividad y eficiencia en las ventas, así como a una ventaja competitiva.

Adicional a que la proyección es continuar con estos escenarios de digitalización aún cuando la pandemia disminuya.

Por su parte, en la parte de capacidades productivas, como se ha mencionado con anterioridad se requiere asistir a las empresas para mejorar la optimización de costos, alcanzando competitividad y productividad.

Ilustración 6 Principales medidas para enfrentar los impactos del Covid-19 en las empresas.

Tipo de medidas	Medidas específicas	Ejemplos	Nivel de adopción en países desarrollados	Nivel de adopción en países de ALC
FINANCIERAS	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos blandos y garantías • Prórrogas de vencimiento de deudas • Diferimiento y/o reducción de impuestos, tasas y seguro social • Pago oportuno o adelantado a proveedores del Estado • Flexibilización de la regulación monetaria • Reducción de encajes legales y tasas de interés de referencia 	Alemania, Estados Unidos, Suiza, Argentina, Perú, Chile	Alto	Alto
LABORALES	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilización del seguro de paro • Subsidios para cubrir parcialmente salarios de trabajadores afectados por la crisis sanitaria • Regulación del teletrabajo 	Dinamarca, Canadá, Chile	Alto	Alto
DIGITALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Subsidios para adopción de tecnologías para la digitalización • Plataformas para que las mipymes efectúen comercio electrónico y facturación digital • Repositorios de herramientas digitales • Capacitación en temas digitales 	Corea, España, Brasil, México, Colombia, Chile	Medio-alto	Bajo
REORIENTACIÓN DE CAPACIDADES PRODUCTIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Articulación público-privada para la orientación temporal de capacidades productivas ociosas hacia la provisión a gran escala de insumos esenciales 	Estados Unidos, España, Colombia	Bajo	Bajo
PROTOCOLOS DE SEGURIDAD Y SANIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo e implementación de protocolos sanitarios que permitan a las empresas que sus empleados, clientes y proveedores puedan seguir desarrollando sus funciones de forma segura en el contexto de la pandemia 	Corea	Bajo	Bajo

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo. (2020).

12.1 Estrategias que potencialicen la competitividad durante la reactivación económica de la región.

12.1.1 Implementación modalidad de teletrabajo suplementario

Esta modalidad de trabajo permite a los colaboradores de la seccional Santander trabajar por lo menos dos días fuera de la oficina, lo que aminora el riesgo de contagio en el transporte público y oficinas. Esta estrategia es aplicable dado que aun los colaboradores no cuentan con la vacunación. Para esto es necesario generar los espacios de reuniones virtuales entre los colaboradores y el manejo de herramientas como VPN, Skype y Zoom que la ANDI ya tiene habilitadas a nivel nacional. En esta estrategia la ANDI puede ser ejemplo de digitalización como lo ha hecho con sus eventos virtuales, así mismo se crea una cultura en

las empresas con nuevos modelos de teletrabajo que harían que la región se destaque por el uso de las tecnologías, contribuyendo esto a la mejora de la productividad empresarial y competitividad frente a otras organizaciones.

El confinamiento le hizo ganar popularidad al teletrabajo, según cifras de MinTic (2020), esto representó un aumento de casi el 400%, en relación con los dos años anteriores, en la adopción del trabajo remoto. La ciudad de Bucaramanga quedó en cuarto lugar, pasando de 869 a 4.992 teletrabajadores en dos años, en tercer lugar, Cali con 13.379, Medellín con 29.751 y de primer lugar Bogotá con 63.995 teletrabajadores. Es de suma importancia el aumento que ha presentado la ciudad de Bucaramanga en teletrabajo dado que se ve un avance para las empresas e industrias de la región adoptando un nuevo modelo de trabajo y demuestra la capacidad de adaptación de las empresas ante los cambios que se han presentado mundialmente, abriendo las puertas de la región a la exportación de servicios, productos y aumento de la inversión extranjera y la competitividad.

Además, la modalidad de trabajo suplementario traería otros beneficios aparte de aminorar el riesgo de contagio. Según cifras dadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de Colombia (2020) un trabajador en gastos diarios que incluye transporte, alimentación y otros, sería un total de 22.500 pesos. Así mismo, MinTic expone que un trabajador promedio emplea 5.400.000 en gastos de transporte anual y 35 días al año transportándose por motivos laborales.

Ilustración 7 Beneficios para el Teletrabajador - Servidor público / funcionario



Fuente: MinTic. (2019). Penetración y Percepciones.

El mayor beneficio para el Teletrabajador según la encuesta realizada por el MinTic es la mejora de la calidad de vida con un 48%, ahorro de dinero 19% y el ahorro de tiempo en desplazamientos y movilidad en un 10%.

12.1.2 Capacitación a empresas y emprendedores de la región Santander.

Es importante que las empresas conozcan las múltiples opciones que tienen para continuar con sus trabajos desde la virtualidad. Así mismo la seccional puede brindar capacitaciones junto con el Ministerio de Tecnología de la Información y Telecomunicaciones, Cámara de Comercio de Bucaramanga y el área de servicio transversal de Transformación Digital de la ANDI. En este punto cabe aclarar que estas capacitaciones deben ser virtuales y sean para todas las empresas que quieran participar, no solo las afiliadas, dado que las pequeñas empresas son las que más han sufrido en la crisis y la digitalización, estas capacitaciones deben ser informadas por medio de medios de comunicación como la radio y redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter.

Además, resaltar la importancia de las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter que se ha convertido en un espacio dinámico para las empresas, donde pueden

compartir experiencias de los clientes, ver estadísticas de las interacciones que realizan con las publicaciones, alcanzar nuevos clientes potenciales y llevar el emprendimiento a otro nivel. Es por esto la importancia de apoyar a los emprendedores que nacen en este conjunto de redes sociales, dado que por la situación actual muchas personas han abierto su cuenta de empresa y no han alcanzado las ventas que se proponen por falta de experiencia, en este punto es donde entra la seccional a realizar el apoyo por medio de las capacitaciones en marketing digital, utilidades empresariales, finanzas, primeros pasos en el emprendimiento y como consecuencia ayudar a reactivar la economía y la competitividad de la región por medio de la digitalización.

Esto ayuda a la optimización, transformación de los nuevos emprendimientos y de manera general a promover el uso de servicios en la nube, teniendo en cuenta desarrollo de la web, mayor relacionamiento con los stakeholders, básicamente con clientes y proveedores a través del procesamiento de la información y el análisis de la misma; por su puesto, conocimiento del uso de plataformas para mejorar las compras con proveedores y fortalecer el comercio electrónico.

12.1.3 Estrategia de capacitaciones y apoyo a campesinos de la región

Es importante generar un apoyo a los campesinos de la región con capacitaciones que incentiven cultivos pequeños para el abastecimiento de mercados campesinos propios de la región. Así mismo, impulsar la exportación de productos agrícolas y los programas de apoyos económicos para los campesinos de la región de Santander con lo que ellos pueden invertir en insumos y tecnologías para los cultivos, lo que permitirá al departamento ser más competitivo. También es importante fortalecer alianzas entre el sector público, privado y la academia y adicionalmente buscar apoyo de fuentes de cooperación internacional que

contribuyan ya sea de manera técnica o financiera a potencializar las habilidades, conocimientos y desarrollo de los campesinos.

Cabe resaltar, que el agro es uno de los gremios más afectados a nivel nacional no solo por la pandemia, sino también por los bloqueos registrados en el mes de abril y mayo por el paro nacional, lo cual ha impedido el paso de los productos agrícolas entre las diferentes regiones del país. Si el departamento de Santander logra abastecerse a sí mismo en plaza de mercados y supermercado sería un importante avance para el departamento en materia de competitividad. Esto se puede realizar con ayuda de las alcaldías de la región y las áreas transversales de desarrollo económico y competitividad e innovación y emprendimiento de la ANDI, Food and Agriculture Organization de las Naciones Unidas (FAO) y Agencia Presidencial de Cooperación Internacional (APC).

12.1.4 Charlas o comités con ponentes Internacionales

Desde la seccional Santander se puede realizar un trabajo conjunto entre seccionales y hacer charlas o comités con ponentes internacionales en temas actuales como la reactivación económica, nueva generación de tecnologías, como aportar para mejorar la crisis social, expertos en marketing digital, tendencias científicas y ciudades inteligentes. Con el fin de que los empresarios y colaboradores de las empresas afiliadas tengan una visión global de los negocios y del manejo de la crisis desde la perspectiva de países como México, Chile, Estados Unidos, Australia, Canadá. Este tipo de charlas se puede realizar a través del apoyo de las multinacionales afiliadas a la seccional, embajadas, en articulación con las instituciones de educación superior desde la proyección internacional y agencias de cooperación internacional como la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional (APC).

12.1.5 Espacios interactivos durante los Comités especializados

En la situación de confinamiento la seccional tomo como estrategia realizar comités especializados Virtuales por medio de Zoom, lo cual tuvo gran importancia para continuar prestando los servicios a los afiliados. Por medio del análisis realizado en el anterior capítulo nos pudimos dar cuenta de la efectividad que estos comités tuvieron durante el año 2020. Sin embargo, es necesario precisar los espacios durante el comité virtual dándole al ponente recomendaciones para hacer la presentación más participativa. De manera que se pueda continuar con este tipo de espacios, es importante agregar secciones que los ponentes y los asistentes puedan seguir durante el comité como el uso de plataformas de gamificación online como Brainscape y plickers aplicaciones gratuitas en las que se realizan cuestionarios y participación en tiempo real, realizar lluvia de ideas de temas de importancia para el comité y mostrar al final de la sección los próximos comités que tendrá la seccional con el fin de generar una recordación de los asistentes y aumentar la participación de los mismo. Además, se enseña a los participantes a este tipo de reuniones virtuales y el manejo de las mismas, mantiene activo el interés de los asistentes y hace dinámico el tiempo del comité.

12.1.6 Realizar encuesta de Comités especializados trimestralmente

En la ANDI se realiza una encuesta de satisfacción de los comités anualmente a los afiliados. Así mismo se evalúa los aspectos a mejorar y opiniones de los encuestados. En este punto se propone realizar una pequeña encuesta de Google forms trimestralmente, en la que incluya preguntas de la importancia de los temas tocados en los comités y si están siendo útiles para la aplicación en las empresas, la efectividad de las invitaciones y memorias que envía la seccional como información de apoyo. La diferencia fundamental que tiene entre la encuesta que se realiza anual y trimestral es el tiempo de respuesta por parte de la seccional.

Actualmente en la seccional los comités son 100% virtuales y es importante tener un tiempo menor de respuesta a las sugerencias en la encuesta, evaluar las opiniones de los asistentes en el tiempo preciso por medio de las estadísticas que arroja la misma aplicación de encuestas y un análisis cualitativo, esto contribuirá al éxito del resto de comités realizados en el año y a mejorar los servicios prestados por la ANDI seccional Santander. A través de esto, se pueden implementar políticas de mejora y apoyar de manera más acertada a las empresas.

12.1.7 Reiterar invitación a espacios digitales de la ANDI

Es importante que las empresas grandes y pequeñas del departamento de Santander participen de forma activa en los servicios digitales que ofrece la ANDI a nivel nacional como lo es el Market Place: Unidos Somos más País, en la página web que permite vender y comprar servicios y productos. Además, pueden acceder a webinars y eventos virtuales con información valiosa para sus empresas. Esto se puede realizar mediante la comunicación en invitación para los afiliados ANDI y ANDI del futuro a charla comunicativa de la importancia y beneficios de su participación en el Market Place y resaltar la contribución a la competitividad y reactivación económica de la región. Así mismo, se puede realizar brochure con información del funcionamiento del market places, como inscribirse y los beneficios del mismo, el cual podrá ser compartido por correo electrónico a las empresas afiliadas y animarlas a participar.

13. Conclusión

Al terminar este trabajo se llega a la conclusión que a causa de la pandemia por la Covid- 19 la economía se ha visto afectada a escala mundial y con esto las empresas han tenido que reinventarse cada día con el fin de salir a flote. Esto ha traído una transformación digital para el país y sus empresas han cambiado la forma de trabajar adoptando nuevos modelos como el teletrabajo, facturación digital y el uso constante de plataformas de comunicación y redes sociales.

Así mismo, se concluye que para la reactivación económica de la región de Santander es muy importante realizar principalmente un acompañamiento a los emprendedores y campesinos de la región con capacitaciones que la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia puede coordinar con sus áreas transversales, alcaldías de la región y entes de cooperación internacional, en efecto impulsar las exportaciones y ser más competitiva.

Es importante resaltar, que la seccional Santander ha sido de gran apoyo para sus afiliados y un ejemplo apropiación de las tecnologías, por eso y más es importante que continúen prestando sus servicios de forma virtual y guiando a las empresas y emprendedores a hacerlo de manera exitosa.

14. Bibliografía

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. ANDI. (2021): Recuperado de:

<http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-quienes-somos>

Proyectos ANDI. *Servicios*. Recuperado de

<http://proyectos.andi.com.co/SeccAnti/Paginas/Servicios.aspx>

ANDI. *Colombia: balance 2020 y perspectivas 2021*. Recuperado de:

http://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202020%20y%20perspectivas%202021_637471684751039075.pdf

ANDI. *Estrategia Nacional ANDI 2025* (2021). Recuperado de:

<http://www.andi.com.co/Uploads/Estrategia%20Nacional%20ANDI%202025%20pag.%20web.pdf>

CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020), *América Latina y el Caribe ante la Pandemia del Covid – 19, efectos económicos y sociales*. Recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/S2000264_es.pdf?sequence=6&isAllowed=y

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2020), *La pandemia del Covid -19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. Recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/S2000387_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bell, D., Blanchflower, D. (2020), *US and UK Labour Markets Before and During the COVID-19 Crash*, National Institute Economic Review No. 252, May, pp. R52 - R69.

Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. Recuperado de: <https://www.planetadelibros.com.co/libro-ser-competitivo/87326>

Ministerio de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones, *Teletrabajo*. Recuperado de <https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-8364.html>

MinTic. (2019). *Penetración y Percepciones*. Recuperado de https://www.teletrabajo.gov.co/622/articles-144782_recurso_1.pdf

Murcia Diario. (2020). *Eventos corporativos virtuales a la vanguardia en comunicaciones masivas*
Recuperado de: <https://murciadiario.com/art/25005/eventos-corporativos-virtuales-a-la-vanguardia-en-comunicacion-masiva-online>

MCI Group. *Encuesta “Análisis, experiencia y visión de los eventos virtuales”*. Recuperado de: <https://www.mci-group.com/en/insights>

ANDI. (2021) *Market place Unidos Somos País*. Recuperado de: <http://www.andi.com.co/Home/Evento/48-unidos-somos-mas-pais-market-place-oferta>.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Respuesta al Covid19 desde la ciencia, innovación y desarrollo productivo*. Recuperado de:

[Respuestas-al-COVID-19-desde-la-ciencia-la-innovacion-y-el-desarrollo-productivo.pdf](#)

Market Place. Unidos Somos País. (2021).

La Republica (2021) *Bloqueos y violencia del paro nacional le han costado al país más de \$10,2 billones*. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/especiales/los-costos-del-paro/bloqueos-y-violencia-del-paro-nacional-le-han-costado-al-pais-mas-de-10-billones-3171589>

