

Economía y humanidad empresarial poscrisis

Periodista: **Juan Felipe Urquijo Morales**

Los enormes desafíos económicos y empresariales que llegaron con la pandemia de Covid-19 solo pueden ser enfrentados de forma eficiente si se tienen en cuenta el factor humano, las necesidades, vulnerabilidades y capacidades de las personas y equipos de trabajo, como demuestra el trabajo investigativo surgido en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Medellín y que articuló a toda la Institución, a sus aliados y a las comunidades circundantes.

Durante la pandemia de Covid-19 que aún aflige al mundo, miles de empresas se vieron obligadas a cerrar sus plantas y a detener los procesos de producción para evitar que los trabajadores contrajeran el virus y lo llevaran a sus hogares. Esta situación hizo que las organizaciones y la academia buscaran nuevas maneras de enfrentar y sortear la crisis, pensando en minimizar las pérdidas económicas y dinamizar el mercado, procurando también el cuidado de la vida de la comunidad.

Un ejemplo notable de la presencia investigativa y académica en este esfuerzo es el proyecto de investigación “Economía y humanidad en poscrisis”, desarrollado por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Medellín. La iniciativa fue planteada con el objetivo de identificar estrategias y acciones que pueden implementar las empresas para enfrentar el escenario poscrisis, encaminadas a buscar la recuperación económica, ponderando la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias.

Comenzando en casa

El docente investigador Robert Ng Henao narra el surgimiento de este proyecto de investigación como una respuesta institucional a la crisis: “El 23 de marzo del 2020, ante la inminente suspensión de actividades académicas presenciales debido a la crisis generada por el Covid-19, el rector César Guerra Arroyave nos reunió a todos los que teníamos alguna responsabilidad administrativa con la Universidad y nos dijo que había que tomar decisiones. Necesitábamos seguir con las funciones académicas y

económicas de la universidad, pero pensando primero en el bienestar de los estudiantes, de los docentes y de los empleados del campus”.

De inmediato, se creó desde la Facultad un equipo de trabajo multidisciplinario integrado por expertos en macroeconomía, gerencia, innovación, *marketing* y gestión del talento humano. La sinergia de conocimientos y enfoques pronto permitió brindar a las empresas estrategias para afrontar la crisis y la poscrisis, teniendo como prioridad indiscutida el bienestar de las personas.

“Nos dedicamos a investigar cuáles eran las características de esta crisis”, comenta el profesor Ng Henao. “Emprendimos una serie de análisis desde el punto de vista teórico, buscando casos de empresas reales y analizando situaciones parecidas que hubieran sucedido en el mundo a lo largo de la historia moderna”.

En esta etapa de la investigación se identificaron 17 crisis que golpearon el mundo y tuvieron incidencia en el país, desde la Guerra de los Mil Días (1899-1902), hasta la recesión financiera del 2008. En cada caso se analizaron las causas y dinámicas desde sus afectaciones a la oferta y la demanda de bienes y servicios.

Una economía saludable es aquella que tiene un equilibrio entre la oferta, es decir la cantidad de productos y servicios ofrecidos, y la demanda, que es la cantidad de productos que son comprados por los consumidores. Es decir que si una economía produce 10 automóviles al año, debe vender 10 automóviles al año para estar en equilibrio.

Algunas de las crisis identificadas durante el transcurso del siglo XX fueron generadas por un desequilibrio de oferta, pues se alteraron los procesos

de producción, generando cierres de empresas, despidos de empleados, desabastecimiento de productos e inflación.

Otras crisis fueron producidas por desequilibrios en la demanda. Los consumidores no tenían dinero para comprar artículos y las empresas no pudieron vender sus productos.

Cuando se presenta alguno de estos dos desequilibrios los Estados tienen tiempo para tomar medidas de choque que aminoren los efectos de la crisis desatada. Pero en la pandemia de Covid-19 la situación fue novedosa: se produjo un desequilibrio simultáneo de la demanda y de la oferta, por lo que se hizo muy difícil realizar acciones para aminorar sus impactos sobre la economía.

Otra de las características identificadas en la actual crisis es la interdependencia de los mercados debido a la globalización, ya que, en nuestra época, una decisión que se tome en cualquier país del mundo puede afectar los mercados nacionales en todo el Globo.

“Un ejemplo de esto es la crisis de los contenedores”, explica el profesor Ng Henao. “Los puertos más importantes del mundo quedan en China. Los protocolos de desinfección del Covid-19 en este país son muy rigurosos, lo que ha generado un desabastecimiento de contenedores en todo el mundo pues se requiere por lo menos 14 días antes de que un contenedor salga de un puerto”.

La globalización también ha hecho que se genere una gran cantidad de información producida por múltiples fuentes y canales en el mundo. Esta proliferación de fuentes informativas hace que para los Estados y las empresas sea más difícil tomar decisiones efectivas.

Con estas características y factores identificadas y con experiencias sistematizadas, el equipo investigador ya contaba con los insumos para comenzar a entregar a las empresas y a la sociedad en general información que les permitieran un mejor manejo de este enorme e inesperado desafío.

Boletines para la empresa y la sociedad

Como resultado más visible de la investigación se publicaron en la página web de la Universidad de Medellín nueve boletines con recomendaciones y estrategias para afrontar la crisis y la poscrisis.

Uno de los boletines aborda estrategias macroeconómicas; está dirigido a tomadores de decisiones, a gobiernos municipales, departamentales y nacionales, con recomendaciones sobre lo que debe hacerse a nivel legislativo en temas como reforma tributaria, política monetaria, aranceles e impuestos.

Tres boletines están dirigidos a gerentes de empresas; proponen maneras para canalizar la innovación y la resiliencia empresarial, así como una nueva forma para gestionar el talento humano, en los procesos gerenciales, que parte de entender la dinámica psicológica, familiar y sanitaria por la que están atravesando los empleados y la comunidad.

Un boletín está dirigido al sector turismo, con estrategias para que gobiernos municipales y empresas, que funcionen como operadores de esta industria, tan golpeada ante las restricciones de movilidad en todo el planeta, puedan dinamizar su recuperación.

Dos boletines abordan el tema del mercadeo; hablan de nuevas formas

de hacer *marketing*, nuevas formas de relacionarse con los clientes, nuevas tendencias en materias de pagos, presentación productos e inventarios. También aborda sugerencias sobre las campañas de comunicación.

Por último hay dos boletines enfocados en la reflexión. Están dirigidos a un público más amplio: tomadores de decisiones gubernamentales, líderes empresariales, gerentes, directivos medios e incluso a consumidores. Propone reflexiones de cómo adaptarse a los cambios que va a tener el mercado, no solo durante la pandemia, sino también en momento poscrisis, y explora cómo debe cambiar el comportamiento de los consumidores, productores e intermediarios para enfrentar las nuevas realidades de la economía.

Estrategias UdeMedellín para estudiantes y comunidad

A partir de las recomendaciones y el análisis planteado por los investigadores y el equipo administrativo se plantearon estrategias para enfrentar la crisis en la Universidad misma. Como primera actividad, se trazó una proyección financiera en la que se antepuso la comprensión de la realidad de las familias y los estudiantes sobre los intereses económicos.

Una de las acciones implementadas por la Universidad a partir de este trabajo fue la de hacer una gran inversión en tecnología para facilitar el desarrollo de las clases virtuales. Las aulas fueron dotadas con equipos de última generación que permitieron una mejor interacción de los docentes con los estudiantes, y a los estudiantes

que no tenían computador personal en casa se les hizo un préstamo de equipos. En total se entregaron 250 computadores. Cuando terminó el segundo semestre del 2020 esos equipos les fueron donados a sus usuarios para que fueran sus equipos personales.

También se llevaron a cabo los llamados *descuentos Covid*. Todos los estudiantes, nuevos y antiguos, tuvieron un descuento del 30% del valor de la matrícula en el segundo semestre del 2020. Para el primer semestre del 2021 se hizo un descuento del 20% y en el segundo semestre del 2021, del 10%. Este programa de descuentos continúa en el primer semestre del año 2022, con una rebaja del 5% en el valor de la matrícula, y ha permitido la permanencia de decenas de estudiantes, así como un gran alivio para sus familias.

La Universidad también realizó acciones en beneficio de la comunidad que rodea el Campus. Algunos de los barrios cercanos a la institución son sectores cuyos habitantes viven en situaciones precarias. La Universidad realizó donaciones de la producción de su finca La Ortega, que tiene dos hectáreas dedicadas a una ecohuerta, fortaleciendo el vínculo de la institución con su entorno más vulnerable a la pandemia.

Acciones en Colombia

Señala Robert Ng Henao que durante la crisis generada por el Covid19 se unieron esfuerzos de los gobiernos nacional, departamental y municipal, del sector público y el sector privado, para mitigar los efectos de la crisis en la economía, pensando siempre en el factor humano.

“Medellín ha emergido como una de las ciudades inteligentes del mun-

do y con mayor potencial de innovación. Esto se hizo evidente durante el confinamiento. El eje de las ciudades inteligentes no son los dispositivos ni la robótica, sino las soluciones para los ciudadanos”, explica el docente. “Por ejemplo, el programa Medellín Me Cuida, de la Alcaldía de Medellín, hizo uso de los recursos informáticos y las *blockchain* para registrar donde estaban apareciendo los principales focos de infección y crear así cercos epidemiológicos que ayudaran a salvar vidas”.

Como otro ejemplo de innovación para la crisis, el investigador señala la implementación de contratos inteligentes, en los que se puede monitorear como son utilizados los recursos que distintas organizaciones y gobiernos han aportado para promover la preservación de la vida y la reactivación económica, teniendo como eje el bienestar de los ciudadanos.

“También hay que reconocer la inmensa inversión de recursos que el gobierno hizo para sostener las nóminas de las empresas y hacer posible la reactivación económica, acción que también contribuye a la protección de la salud y la vida de las personas”, señala Ng Henao.

El estudio y las acciones derivadas no solo permitieron que la Universidad de Medellín tuviera un buen desempeño ante la crisis y mantuviera sus actividades misionales en marcha e impactara beneficiosamente a los sectores productivos y a la sociedad circundante. Además demostraron que para que una estrategia de adaptación y superación sea eficiente, las organizaciones deben poner siempre en primer plano a los seres humanos que las conforman. ○



Foto: Repercusiones en tiempo de pandemia
Autor: Juan José Bedoya Urrea



Foto: Alternativa de trabajo en tiempos de cuarentena
Autora: Mariana Liceth García Bautista

Título	Economía y humanidad
Investigadores	Robert Ng Henao y Claudia Janeth Gómez David
Entidades participantes	Universidad de Medellín
Estado	Terminado