

## EDITORIAL

### Emprender pese a la pandemia global.

---

*“La evolución no descarta los comportamiento morales, sociales y altruistas.” (Tim Jackson<sup>1</sup>)*

Encierro, hacinamiento, aislamiento, quietud, pérdida de empleo, depresión, crisis, miedos, entre otras, son palabras que tomaron protagonismo universal con la pandemia global del Covid-19, no obstante, nuestra naturaleza humana, en su increíble capacidad de supervivencia, se las ingenia para alcanzar objetivos pese a los impedimentos, y así lo ha demostrado la evidencia histórica sobre los avances después de cada crisis.

En los temas de generar nuevas ideas de negocio, pueden darse por iluminación en un momento de reflexión profunda, para dar solución a un problema determinado o emerger de un riguroso estudio de mercado y potencialidades empresariales. Pero en el caso de empresas colombianas como Escappy Travel y la Huerta Hotel, sus ideas innovadoras emergieron a la luz de la pandemia global con fines de supervivencia, que luego resultaron ser un impulsor del negocio.

En el caso de la empresa Escappy Travel, del sector turístico, ante el panorama del Covid-19, buscó junto a equipo de trabajo una alternativa para seguir generando ingresos, por lo cual idearon dos estrategias de servicios. La primera, los planes en línea para que, sin salir de casa, los interesados puedan visitar las calles de diferentes destinos nacionales e internacionales, que van desde los Montes de María, San José del Guaviare, hasta Nueva York, Dubái y Grecia. La segunda, a través de realidad virtual, mediante la cual, las personas se llevan a la casa las gafas de realidad virtual para vivir experiencias inmersivas, hay 200 alternativas distintas, que van desde nadar con tiburones, estar en la mitad de la jungla o tirarse de un paracaídas (Arbeláez, 2020).

La Huerta Hotel, también cambió su forma del negocio, por lo cual hizo uso de las tecnologías y estableciendo alianzas estratégicas con los agricultores de la “Asodafor”, nació la idea “Huerta en Casa”. Mediante el estudio de sus clientes organizaron la entrega de cajas con alimento orgánico, por lo cual generaron vínculos con personas interesadas en productos locales, saludables con impacto positivo en el medio ambiente. Ahora proyectan una tienda en líneas y ampliar su oferta de productos (Arbeláez, 2020).

Esto son sólo dos casos de los muchos que hay, según de datos consolidados, Confecámaras reportó que entre enero y junio de 2021 se registraron 166.000 empresas, una cifra que implica el incremento del 26,2% en la creación de empresas, en comparación con el mismo período de 2020. Es una buena noticia, el 53,3% de las empresas nuevas son empleadoras, una esperanza frente al desempleo del 15,6% reportado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (Semana, 2021).

Es importante comprender que los deseos de supervivencia se conviertan en impulsores de la economía y con ello, fortalecen la capacidad de resiliencia de una sociedad, pues son varios los sectores que se han sostenido o han crecido en esta época. Algunos de los sectores que se destacan en la pandemia son La educación en línea, la salud y el bienestar, los SAAS y las herramientas de trabajo en remoto, el e-Commerce, Juegos online, e-Sports y plataformas de streaming, farmacia y laboratorios y los coworkings (Soldevila, 2021).

A través de la historia, la humanidad se las ha ingeniado para sobrevivir a las crisis, a veces con ocasión de las mismas, han nacido ideas cuyos negocios han perdurado en el tiempo en forma exitosa. Soldevila

---

<sup>1</sup> En su obra Prosperidad sin crecimiento (2011), Editorial Icaria, página 200.

(2021) manifiesta que si bien, la pandemia ha permitido crear nuevos negocios, es importante tener en cuenta cuatro puntos para que esos negocios sean viables a largo plazo.

El primer punto, saber ver si se está abordando un problema mirando a largo plazo, pues algunos negocios pudieron nacer sólo para atender demandas temporales por los cambios sociales sólo en la época de la pandemia, pero quizás, algunos de esos cambios prosigan en el tiempo. El segundo punto, es identificar el negocio, es decir, tener un gran conocimiento de quiénes son tus clientes y cómo tu producto o servicio encaja en su realidad (Soldevila, 2021).

El tercer punto consiste en cambiar y adaptar estrategias si es necesario, significa estudiar el contexto, mirar, analizar y tomar decisiones en forma proactiva y reflexiva. Y, el cuarto punto, consiste en no perder de vista el modelo de negocio, pues en la medida que se acaben las restricciones por la pandemia, cambia el contexto y con ello, la necesidad de tener claro el objetivo de la empresa (Soldevila, 2021).

Significa entonces, que términos como emprendimiento, adaptación, ingenio, negocios online, proactividad, cambio, innovación, nuevos mercados son palabras, que al menos, en el mundo empresarial tienen un sentido de capacidad para emprender pese a la pandemia global.

## **PATRICIA GUTIÉRREZ PRADA**

Editora

## **BIBLIOGRAFIA**

ARBELAEZ M., M.F (2020). Así han logrado emprendimientos colombianos salir de la crisis. Redacción tecnosfera. Periódico El Tiempo. Sección tecnología. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/coronavirus-emprendimientos-colombianos-que-han-superado-la-crisis-con-tecnologia-542339>

SEMANA (2021). Gran noticia: empresas que se crearon en el primer semestre de 2021 están generando empleo. Noticia publicada en sesión de Empresas. Link <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/gran-noticia-empresas-que-se-crearon-en-el-primer-semestre-de-2021-estan-generando-empleo/202121/>

SOLDEVILA, Lluís (2021). Informe OBS: Los emprendedores después de la COVID-19. OBS Business School, Universidad de Barcelona. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-los-emprendedores-despues-de-la-covid-19>

## EDITORIAL

### Entrepreneurship despite the global pandemic.

---

*"Evolution does not rule out moral, social, and altruistic behavior." (Tim Jackson<sup>2</sup>)*

Confinement, overcrowding, isolation, stillness, job loss, depression, crisis, fear, among others, are words that took universal prominence with the global pandemic of Covid-19, however, our human nature, in its incredible capacity for survival, it manages to achieve objectives despite obstacles, and this has been shown by the historical evidence of progress after each crisis.

In the issues of generating new business ideas, they can be enlightened in a moment of deep reflection, to solve a specific problem or emerge from a rigorous study of the market and business potential. But in the case of Colombian companies like Escappy Travel and la Huerta Hotel, their innovative ideas emerged in light of the global pandemic for survival purposes, which later turned out to be a driver of business.

In the case of the company Escappy Travel, from the tourism sector, faced with the panorama of Covid-19, together with the work team, they sought an alternative to continue generating income, for which they devised two service strategies. The first, online plans so that, without leaving home, those interested can visit the streets of different national and international destinations, ranging from Montes de María, San José del Guaviare, to New York, Dubai and Greece. The second, through virtual reality, through which people take virtual reality glasses home to live immersive experiences, there are 200 different alternatives, ranging from swimming with sharks, being in the middle of the jungle or jump from a parachute (Arbeláez, 2020).

La Huerta Hotel, also changed its form of business, for which it made use of technologies and establishing strategic alliances with the farmers of "Asodafor", the idea "Huerta en Casa" was born. Through the study of their clients, they organized the delivery of boxes with organic food, for which they generated links with people interested in local, healthy products with a positive impact on the environment. Now they plan an online store and expand their product offering (Arbeláez, 2020).

These are just two cases out of many, according to consolidated data, Confecamaras reported that between January and June 2021, 166,000 companies were registered, a figure that implies an increase of 26.2% in the creation of companies, compared to the same period of 2020. It is good news, 53.3% of new companies are employers, a hope compared to the unemployment of 15.6% reported by the National Administrative Department of Statistics DANE (Semana, 2021).

It is important to understand that the desire for survival becomes the driver of the economy and thereby strengthens the resilience of a society, since there are several sectors that have been sustained or have grown during this time. Some of the sectors that stand out in the pandemic are Online education, health and wellness, SAAS and remote work tools, e-Commerce, Online games, e-Sports and streaming platforms, pharmacy and laboratories and coworking spaces (Soldevila, 2021).

Throughout history, humanity has managed to survive crises, sometimes on the occasion of them, ideas have been born whose businesses have lasted successfully over time. Soldevila (2021) states that

---

<sup>2</sup> In his work Prosperity without growth (2011), Editorial Icaria, page 200.

although the pandemic has allowed the creation of new businesses, it is important to take into account four points so that these businesses are viable in the long term.

The first point, knowing how to see if a problem is being addressed by looking at the long term, since some businesses could be born only to meet temporary demands due to social changes only at the time of the pandemic, but perhaps some of those changes will continue over time. . The second point is to identify the business, that is, to have a great knowledge of who your customers are and how your product or service fits into their reality (Soldevila, 2021).

The third point is to change and adapt strategies if necessary, it means studying the context, looking, analyzing and making decisions in a proactive and reflective way. And, the fourth point, consists of not losing sight of the business model, because as the restrictions due to the pandemic end, the context changes and with it, the need to be clear about the company's objective (Soldevila, 2021).

It means, then, that terms such as entrepreneurship, adaptation, ingenuity, online business, proactivity, change, innovation, new markets are words that, at least, in the business world have a sense of capacity to undertake despite the global pandemic.

## **PATRICIA GUTIÉRREZ PRADA**

Editor

## **BIBLIOGRAPHY**

ARBELAEZ M., M.F (2020). This is how Colombian enterprises have managed to get out of the crisis. Technosphere Writing. Newspaper El Tiempo. technology section. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/coronavirus-emprendimientos-colombianos-que-han-superado-la-crisis-con-tecnologia-542339>

SEMANA (2021). Great news: companies that were created in the first half of 2021 are creating jobs. News published in Business session. Link <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/gran-noticia-empresas-que-se-crearon-en-el-primer-semester-de-2021-estan-generando-empleo/202121/>

SOLDEVILA, Lluís (2021). OBS Report: Entrepreneurs after COVID-19. OBS Business School, University of Barcelona. Retrieved from <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-los-emprendedores-tras-de-la-covid-19>