

## CONSEJO DIRECTIVO

Ricardo Flores - Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - UCA  
Haydee Cartagena - Jefe DAE-UCA  
Andrya Garay - Jefe DCF-UCA  
Paul Granados - Director MADE, MAFI -UCA

## CONSEJO EDITORIAL

Jaime Guevara  
Darío Alfaro  
Griselda Pacas  
Sonia González  
Luis Landaverde  
Eunice Ortiz  
Yanina Rosales

## ARTICULISTAS

Yanina Rosales  
Jaime Daniel Guevara  
Ernesto Alonso Pacheco  
Adriana Laura Cruz y Corro Sánchez  
Edwin Ernesto Martínez Cortez  
Josué Ezequiel Ortiz López  
Diego José Palacios Rodríguez  
Daniela María Portillo Chacón  
María Teresa Abirached Fernández  
Jorge Torres Ríos  
Jaime Octavio Dettmer García  
Tania Marleny Portillo Villatoro  
Deborah Rebeca Salgado Cubías  
Katherine Michell Villalta Iglesias  
Ernst & Young

## COLUMNISTAS

Andrya Miriam Garay Rodríguez  
Sonia Jeannette González de Minero  
Marta Irene Flores Polanco

## CORRECCIÓN DE ESTILO

Carolina Bodewig

## MAQUETACIÓN Y DISEÑO

Diana Ventura

## EDICIÓN SEMESTRAL

ISSN 2415-5721

La opinión expresada en los artículos y comentarios es responsabilidad de cada autor o autora. Se prohíbe la reproducción parcial o total del contenido por cualquier medio, sin la autorización escrita del editor.



Universidad Centroamericana  
José Simeón Cañas

# Editorial



La Organización Mundial del Comercio (2020) nos indicaba que la pandemia del COVID-19 ha representado una perturbación sin precedentes de la economía y el comercio a nivel mundial, dado que, ha provocado la contracción de la producción y el consumo en todo el mundo, lo que ha conllevado un reto para las empresas de todos los sectores independientemente de su tamaño, su actividad económica, su figura jurídica o su ubicación geográfica.

Esto dejó una serie de evidencias que muestran los retos que han tenido que afrontar las empresas desde el cambio de sus slogan comerciales, implementación de protocolos de bioseguridad, teletrabajo, la revolución tecnológica, la diversificación de canales de distribución, modos de comunicación con el cliente de atención más personalizada que se hicieron y llegaron para quedarse en la dinámica empresarial del día a día por lo que quisiera compartir algunas reflexiones en ese entorno.

La primera es que la crisis ha evidenciado la necesidad de que las empresas cuenten con planes para la actividad ordinaria, así como para situaciones de crisis o contingencia que permitan al empresario(a) actuar de manera expedita pero con un análisis previo de las consideraciones a tomar en cuenta y que estos planes sean flexibles en el proceso.

Una segunda evidencia es la necesidad que tienen las empresas de implementar el teletrabajo, medios de atención digital, medios de cobro y pago en línea lo que implica generar una base de sistemas más robustos, con mecanismos de seguridad esto parece sencillo pero para las empresas ha implicado un costos con el fin de garantizar el desarrollo sus operaciones.

Una tercera evidencia radica en el contar con el apoyo financiero necesario para enfrentar distintas situaciones ya sea que este sea generado de fondos propios (lo que serían los ahorros para una persona común), mecanismos de financiación (buen record crediticio), ya que si bien es cierto hoy en día los gobiernos han apostado en desarrollar un apoyo financiero para las empresas por medio del diferimiento de pagos tributarios, acceso al financiamiento con programas especiales, no se puede decir que todo está resuelto y la necesidad de liquidez para las empresas es constante para poder realizar las operaciones.

Una cuarta evidencia es la oportunidad que tiene una empresa cuando cuenta con una vinculación gremial, asociativa ya que para la implementación de protocolos de bioseguridad se tornó importante contar con apoyos técnicos que ayudaran desde la generalidad a adaptar los propios, no todos tienen la dicha de ser una sucursal o una franquicia que ya los tiene elaborados.

La quinta evidencia que nos ha dejado es la importancia que tiene la formación continua del propietario, administrador y colaboradores que tiene una empresa que permiten de manera rápida implementar de manera oportuna aquello que sea necesario en las organizaciones como el uso de redes sociales, direccionamiento estratégico, manejo de las finanzas, modalidades de pago en línea, por códigos QR y otras más.

Si bien la pandemia del COVID 19 supuso un reto importante para las empresas ha reducido la brecha de planes que se prevean de largo plazo y que se implementaron ante la necesidad y la crisis, por lo que esta situación brindó una oportunidad de mejora, de crecimiento, de desarrollo para quienes pudieron adaptarse y de reflexión para aquellas empresas que aún están en el proceso.

Lo claro es que el reto continua por lo que habrán nuevas formas de hacer lo que hacemos y nos ha dado una sacudida para innovar, crear despertando a muchos que estaban dormidos en lo ordinario del día a día, hoy vemos el futuro con optimismo, pero con incertidumbre por lo que la tarea continua.

**Por: Andrya Miriam Garay**

*Docente investigadora de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA*