

• Licenciada en Administración de Empresas por el Programa Piloto Negocios Internacionales Puebla-Reims por la Universidad de las Américas Puebla.
 • Ha estudiado varios diplomados y certificados en desarrollo personal y empresarial.
 • Actualmente es empresaria y socia en Escantillones TEC desde 2004 (Industria Automotriz) y en A&V Productos desde 2020 (cuidado personal Zero Waste).

Cambios, desarrollo,

NUEVAS TECNOLOGÍAS, PANDEMIA, INNOVACIÓN, procesos, protocolos...

En los últimos meses hemos vivido tantos eventos de cambio y a la vez de reflexión, instantes que nos han servido para redefinirnos y en muchos casos reinventarnos. Por esta única ocasión todos tuvimos la misma oportunidad de parar, respirar, observar, cuestionar y, lo más importante, reiniciar reconvertidos.

Como empresarios nos vemos obligados a realmente hacer nuestras las nuevas opciones que ofrece esta época disruptiva, ahora sí es el momento de la verdad, de tomar y romper muchos patrones que un buen tiempo por costumbre y comodidad ni siquiera nos estábamos cuestionando hace unos meses si ya eran obsoletos o no.



El *home office* fue tan obligado y masivo que simplemente ahora es una opción recurrente, pero hace dos años muchos hubiéramos considerado demasiado revolucionaria una práctica así.

Pero repentinamente, hoy observamos y apreciamos el tener una nueva oportunidad para llevar a cabo esos cambios. Quizás en algunos casos han sido inquietudes que ya venían haciéndonos ruido en nuestras cabezas, pero en la gran mayoría fueron cambios que la misma época nos obligó a aplicar sin más cuestionamiento.

Como, por ejemplo, el *home office* fue tan obligado y masivo que simplemente ahora es una opción recurrente, pero hace dos años muchos hubiéramos considerado demasiado revolucionaria una práctica así en el funcionamiento de nuestras empresas. Estas nuevas tecnologías no sólo se tra-

ducen en la integración a la vida cotidiana en las empresas de las juntas por Zoom, el trabajo en casa, uso de WhatsApp, de la nube, redes sociales o cumplir con las regulaciones internacionales; sino más bien, es, por ejemplo, el introducir a la cultura empresarial el ser más eficientes al incorporar la inteligencia artificial en los procesos para lograr entender y trabajar en conjunto buscando obtener mejores resultados. El cambio a la era digital ya es parte de nuestra cultura empresarial, démosle su lugar y aprendamos a trabajar con ella. El diferenciarnos, además, tiene algunas piezas claves en las cuales es interesante poner atención.

1 ES EL USO DE LA TECNOLOGÍA
COMO ELEMENTO PROPULSOR EN
FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES
DEL CONSUMIDOR.

HACER DE LA
DIFERENCIA EMOCIONAL
DEL CLIENTE LA BASE
PARA SU ELECCIÓN. **2**

Darle además lo que no sabe que quiere o necesita, algo que nunca ha esperado pero que realmente al momento de tenerlo «lo ame». Teniendo muy en cuenta que no es dar más de lo mismo, es decir, resolver lo ya resuelto, sino más bien como empresas cuestionarnos qué no estoy haciendo que en un futuro generará un valor adicional que tomará por sorpresa y marcará la diferencia.

El construir una estrategia a partir de esa atracción del cliente en función de sus necesidades, seguramente nos lleva, como empresarios, a tener que sacar viejas formas de trabajo que en su momento nos ayudaron a ser exitosos. La posibilidad de tomar lo nuevo. Quizás eso significará riesgo, aventura, creer nuevamente en que somos capaces en empezar algo nuevo de nuevo, volvernos alumnos, abrazar el cambio y estar en constante movimiento que ahora es muy diferente y quizás de ahora en adelante estar conscientes de que no se detendrá. Pero para poder lograrlo primero que nada tiene que nacer en nosotros el interés y la necesidad de desarrollar nuevas habilidades para poder aplicarlas.

Es momento de pensar más que nunca en *out of the box* observando lo que está pasando en el mundo y cómo sucede esto, para estar preparados y poder romper paradigmas. **C**