

© MTRA.
**MARIANA ZOZAYA
 RODRÍGUEZ**

• Licenciada y maestra en Administración de Empresas por la Universidad de las Américas Puebla.

• Máster en Ecología Emocional y posgrado en Bioneuroemoción.

• Certificada internacionalmente como coach ejecutivo, de equipos, de vida y espiritual.

• Instructora y capacitadora en programas de coaching, liderazgo y desarrollo organizacional.

• Cuenta con más de quince años de experiencia en áreas de gestión de talento, colocación profesional y planeación.

• Directora de planeación y competitividad en la Universidad de las Américas Puebla.



INNOVAR O ESPERAR

que todo regrese a la «normalidad»

Hemos escuchado sobre la nueva normalidad y los retos que involucra para todos los miembros de la sociedad, pero ¿será que las personas y las organizaciones están listas para vivirla? En mi opinión, pocos estaban preparados para atender a una crisis económica, social, sanitaria y hasta política devenida por la pandemia originada por el COVID-19. Esta falta de previsión ha hecho que muchas organizaciones esperen que «todo pase» para volver a poner en marcha su operación de negocio, pero lo cierto es que las cosas no volverán a ser iguales.



EL MINDSET

DE LOS CONSUMIDORES
HA CAMBIADO Y SE
ESTÁN ESTABLECIENDO
LAS NUEVAS BASES PARA
FORMAR UNA SOCIEDAD
CON UN COMPORTAMIENTO
DIFERENTE,

**¿ESTAMOS LISTOS
PARA RESPONDER A ESAS
NUEVAS NECESIDADES?,
¿O SEGUIREMOS
ESPERANDO CON ILUSIÓN
A QUE «TODO ACABE»?**

2020

35

Pensar en continuar con la estrategia de negocio, procesos de producción, productos y servicios, proveedores, clientes y capital humano, sin un proceso profundo de reingeniería o reestructura organizacional, retrasará más la recuperación económica; es un hecho que la normalidad como la conocíamos no regresará jamás; sin embargo, varios modelos de negocio no están evolucionando a la par de lo que requiere nuestro nuevo contexto. El *mindset* de los consumidores ha cambiado y se están estableciendo las nuevas bases para formar una sociedad con un comportamiento diferente, ¿estamos listos para responder a esas nuevas necesidades?, ¿o seguiremos esperando con ilusión a que «todo acabe»?

Al adentrarnos en una revolución 4.0 en la que todos estamos desarrollando más nuestras competencias digitales —desde niños de preescolar hasta adultos mayores—, la velocidad del cambio es mayor,

parece inocente creer que sólo debamos adaptar la cadena de valor del negocio al utilizar internet y adoptar las medidas de prevención sanitaria; la tarea consiste en adentrarse en las fortalezas de la organización y, a partir de la flexibilidad e innovación, rediseñar la forma en que nuestra misión de negocio hace sentido proveyendo a la sociedad lo que hoy es requerido.

Las crisis se pueden quedar como crisis, pero es posible convertirlas en una oportunidad siempre que se esté dispuesto a aprender, salir de la zona de confort y dejar de añorar un pasado que probablemente no regrese, o bien, que demore en regresar; entonces podría ser muy tarde para la empresa y sus colaboradores.

Se invita a no esperar, a innovar al adoptar un comportamiento proactivo que nos lleve a la evolución individual y organizacional; ésta será la única manera en la que podamos responder a los retos que se presentan. **C**