

Creatividad y aprovechar Internet: claves para empresas en la pandemia



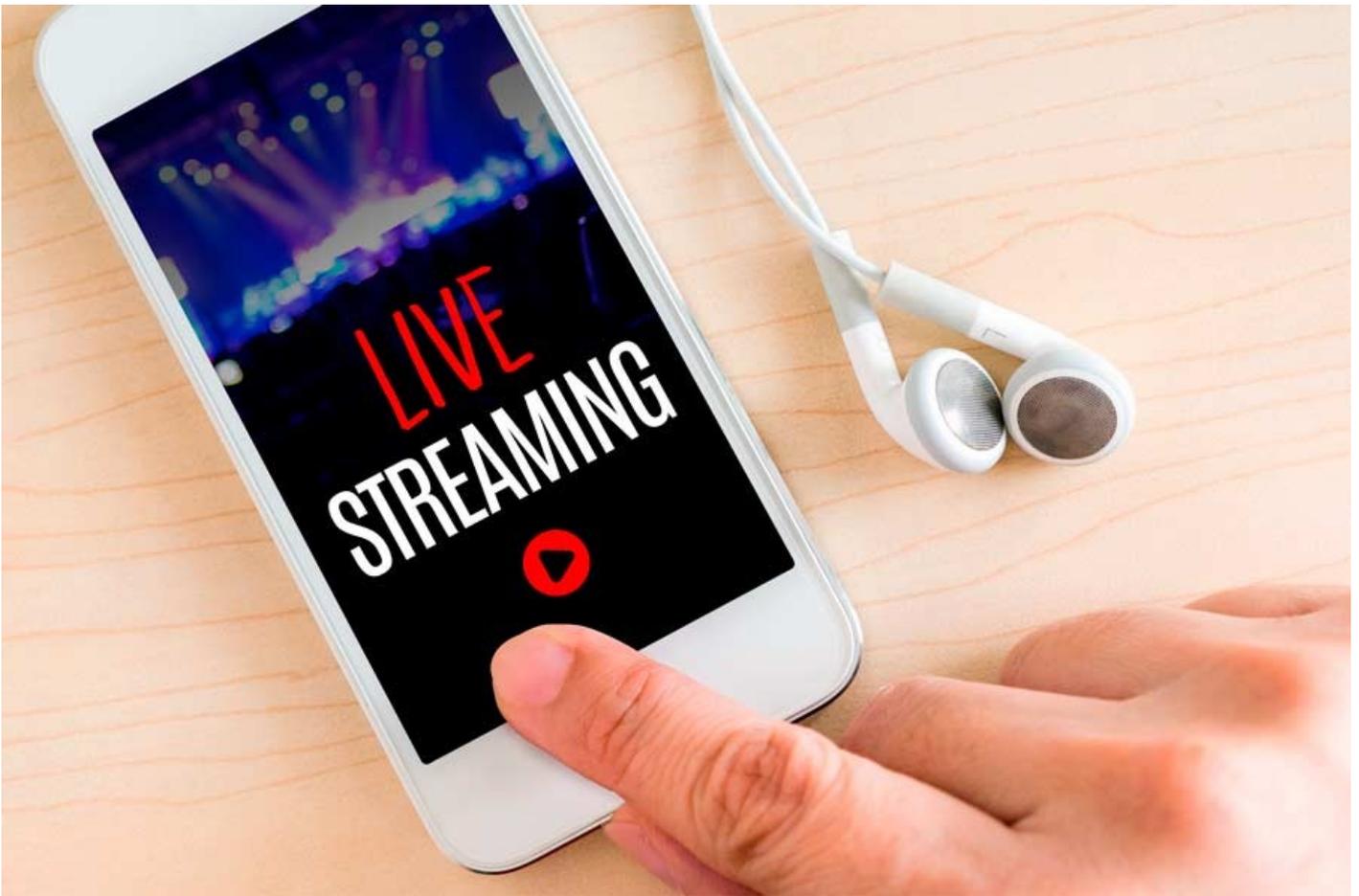
Tiendas de conveniencia que ofrecen **servicios de streaming**, supermercados con entrega a domicilio, cadenas de cines que ahora transmiten partidos de fútbol en línea son ejemplos de cómo **las empresas** se han **reinventado** usando la **creatividad** ante la **nueva normalidad**.

Lalo Duron, profesor de [EGADE Business School del Tec](#), y **José Manuel Aguirre**, director de alianzas estratégicas del [Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera del Tec](#), compartieron el tipo de **adaptaciones** que han tenido empresas y consumidores para **seguir conectados**.

Los especialistas analizaron los casos de **reinención** que han tenido [Oxxo](#) y [Cinépolis](#): la primera al **diversificar su mercado** hacia el **streaming**; y la segunda con películas *on demand* y transmisión de eventos en línea.

“Oxxo está haciendo una apuesta (con [Oxxo Live](#)), está viendo si lo que quiere su cliente también es un servicio de streaming”, consideró el Dr. Aguirre.

En enero del 2021, la cadena de tiendas de conveniencia lanzó su plataforma de entretenimiento vía streaming para la transmisión de eventos como: conciertos, stand up, gaming, entre otros. Se inauguró el 15 de enero con un concierto del cantante **Carlos Rivera**.



width="900" loading="lazy">

“Como casi todas las empresas como Oxxo han tenido un impacto negativo en la pandemia (...) entonces, si quieren recuperarse tienen que hacer cosas donde generen cientos o miles de millones de pesos y estos espectáculos le pueden ayudar a hacerlo”, dijo Duron.

*“Básicamente **es un proceso de captación y retención de mercado** por un canal que se espera que crezca en importancia, la Internet, que de hecho por la pandemia ha tenido un incremento tremendo”, agregó Aguirre.*

El profesor de cátedra en EGADE puso de ejemplo de esta evolución el caso de [Cinépolis KLIC](#).

*“Está dando espectáculos puntuales, ahora puedes ver conciertos e incluso deportes (...) son iniciativas que tienen todo el sentido para la manera en la que estamos viviendo, donde hay **distanciamiento social y confinamiento**”, comentó Duron.*

Ambos consideran que la diversificación de estas y otras empresas es parte de una **evolución** necesaria de los negocios para **sobrevivir al impacto en la economía** a causa de la pandemia en todo el mundo.



width="900" loading="lazy">

"Selección natural" de empresas ante la pandemia

Para Duron, quien es también consultor de negocios y socio fundador de [Big Innovation & Marketing Engineering](#), la crisis a causa de la pandemia **pone a prueba la resistencia de las empresas.**

"Estamos ante una 'selección natural'; está pasando lo mismo que vimos en el 2008 y en 1995, donde el entorno nos gira, además aquí es un giro mundial y hay quienes no tienen la habilidad para salir adelante y la realidad los acaba.

*"Lo que debemos hacer como empresa es **preguntarnos qué hacer para proveer a los mercados** de cosas que me den ingreso y a ellos satisfacción, y que eso nos mantenga haciendo negocio por mucho tiempo", detalló Duron.*

*"Lo que debemos hacer como empresa es **preguntarnos qué hacer para proveer a los mercados de cosas que me den ingreso y a ellos satisfacción**".*



width="900" loading="lazy">

Según el Dr. Aguirre, la pandemia vino a acelerar la **transformación de procesos y el uso de herramientas tecnológicas** que se veían a futuro para las empresas y que hoy son necesarios para evitar su extinción.

*“Es evidente que **la pandemia ha detonado y acelerado el uso de Internet**. Ha habido muchos desarrollos de plataformas de terceros que han sido utilizados por negocios, e incluso algunos negocios han desarrollado sus propias plataformas.*

*“Aunque, no es (necesariamente) lo que va a determinar que un negocio no se extinga, porque si de todos modos tiene un **mal servicio o un mal producto**, no importa el canal que utilice, al final se lo va a comer la misma competencia”,* consideró el Dr. José Manuel.

Creatividad: la solución ante la pandemia

El Dr. Duron consideró que para que las empresas puedan ser **disruptivas para hacer frente a los retos** que ha puesto la pandemia, **más allá del capital, hace falta creatividad.**

*“Nos hace falta como empresas decir: “Va, quiero **romper mi modelo para hacer cosas nuevas** que tengan que ver con lo que la pandemia me está forzando hacer.*

*“No es un tema de capital, es un tema de **capital intelectual**, de echar andar la creatividad; es qué tan capaces somos de atender las inquietudes de nuestros clientes de manera que nadie más*

lo haga y por lo tanto no se vayan con la competencia”, agregó.

A pesar de que los negocios viven un momento de crisis, Duron dice que **el mercado sigue estando ahí**, solo hay que saber cómo satisfacer sus necesidades.

*“Hay gente que necesita consumir, hay mercado, y lo que debemos hacer como empresa es decir cómo puedo proveer a ese mercado **cosas que a mí me den ingreso y a ellos les den una satisfacción**, y eso nos mantenga haciendo negocio por mucho tiempo”, dijo Duron.*



width="900" loading="lazy">

Una nueva dinámica entre empresas y consumidores en Internet

A raíz de la pandemia, la interacción que hay entre los negocios y sus clientes ha cambiado a través de un canal que ha permitido nuevas dinámicas de comunicación: la Internet, aseveró el Dr. Aguirre.

*“Si bien, Internet antes era nada más para **comunicarse**; ahora (la gente) lo está utilizando para ver qué servicios hay o cómo **solucionar problemas de productos o servicios** que tiene a su alrededor”, añadió Aguirre.*

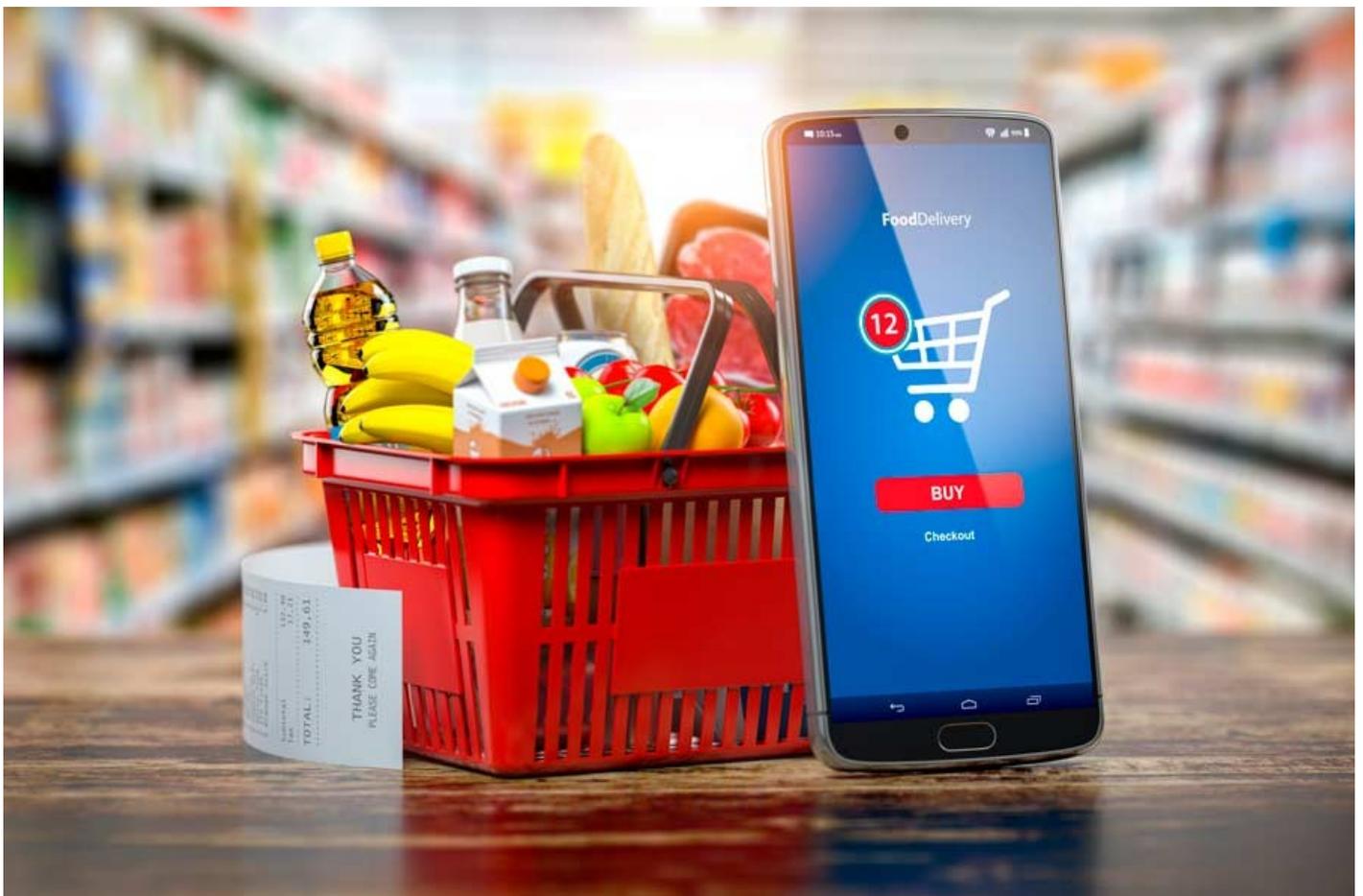
*“**Todos los negocios van a adoptar Internet**; no quiere decir que todos van a vender como Amazon, más bien **será para comunicarse y complementar sus servicios**”, agregó.*

Esta **interacción** empresas-consumidores a través de la Red tarde o temprano iba a ocurrir y **con la pandemia se aceleró**, aunque, considera que algunas generaciones ya estaban listas para el cambio, aseguró el Dr. Aguirre.

*"Estamos en un momento en que **la generación de consumo es gente que ya habla el lenguaje de Internet.***

*"La gente más joven, como los Millennials, ya son una generación productiva: tienen empleos, familia, compran casas y están habituados a este medio de comunicación y **escogen este medio para hacer transacciones y consumo**", dijo.*

El Dr. Aguirre señala que eventualmente en una nueva normalidad habrá **un nuevo modelo de consumo que será híbrido**, fusionando el estilo tradicional con las nuevas formas de interactuar que ofrece el internet.



width="900" loading="lazy">

Consejos para adaptarse ante la nueva realidad y ser creativos

Los expertos del Tec compartieron a **CONECTA** tres consejos para emprendedores que buscan **innovar y transformar su modelo de negocio** para sobrevivir a la pandemia:

- Salir del edificio

*“Los problemas no los resuelve uno sentado en su escritorio, hay que salir. Me refiero a que hables con tus clientes, ve qué nuevas necesidades tienen tus mercados, ve qué está haciendo tu competencia, o sea, **entiende tu entorno**”, comentó.*

- Hacer un zoom out

*“Entiende bien la situación en la que estás y luego súbete a 20 mil pies de altura a ver qué está pasando alrededor para tener ideas de polinización cruzada. Como en el caso de Oxxo, de repente dijeron '**¿Qué necesita la gente? Eventos pueden funcionar**'”.*

*“Haces el zoom out y luego vas de regreso a **aplicar eso a tu modelo de negocios**”, agregó Duron.*

- Tener una cultura de innovación

*“Adopta la pregunta de **¿Cómo podríamos?**, que al final es una gran solución. Si uno tiene cerebros en la empresa trabajando, que es parte de la calidad y los activos humanos, vamos a ponerlos a pensar,*

*“No de manera disparatada, que no sean ocurrencias, sino **cómo podríamos hacer que más clientes tengan acceso a nuestros servicios**, en dónde, cómo dar ofertas diferentes; hay que enfocar a la gente en su creatividad”*, sugirió Duron.

- Entender al cliente

*“Hay que **entender quién es el cliente y qué es lo que quiere de la empresa**, de la tienda, del servicio.*

“Entender de acuerdo al perfil del consumidor cómo se puede utilizar mejor el servicio de internet, para informar, vender o para otro tipo de servicios”, aconsejó.

- Robustecer tus procesos y sistemas

*“El consumidor al interactuar vía Internet se va ir acostumbrando a cierta calidad: lo primero que el sistema sea muy estable, fácil de navegar, con **transacciones sencillas y válidas que puedas cumplir**”, sugirió Aguirre.*

- Asociarte con otros negocios

“La asociación es importante especialmente entre pequeños negocios que no pueden sostener una operación en Internet por sí solos.

*“Entre **varios negocios se pueden complementar** y además empezar a ofrecer otros servicios adicionales, por ejemplo, de entrega”, agregó.*

LEE TAMBIÉN: