

# ¿Conoces la importancia de la transformación digital?



Accenture, por medio de la Red de Mujeres Líderes en Transformación Digital, y el [Tecnológico de Monterrey](#) unieron fuerzas y crearon la iniciativa que busca formar una red de mujeres.

Recientemente se llevó a cabo la segunda sesión de la **Red de Mujeres Líderes en Transformación Digital**, organizada por Accenture y el Tec de Monterrey, en dónde se enfocaron en la experiencia digital del cliente, centrada en lo humano.

Con el propósito de que a través de mesas de diálogo y mentorías, contribuyan a la formación de líderes y a impulsar la transformación de México; con el programa **Accent on Women's Leadership Program** también buscan apoyar el desarrollo y crecimiento de emprendedoras.

La bienvenida estuvo a cargo de **Accenture**, dando unas palabras motivadoras a todas las mujeres líderes presentes en la sesión.

***“Construyamos el futuro juntas y generemos impacto positivo en la sociedad. Queremos ser el pilar del liderazgo de hoy y mañana”***, expresó **Silvia Hernández**, Managing director en Accenture México y directora de la Red.



width="900" loading="lazy">

### **Buscan darle un impulso a los proyectos en el área digital**

Por su parte **Katia Villafuerte**, profesora asistente del Departamento de Gestión y Liderazgo de la Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey en campus Santa Fe, comentó acerca del programa de mentoría.

*“Muchas gracias por la invitación y también porque **fuimos capaces de crear este proyecto**, quiero compartirles que la retroalimentación que hemos recibido de parte de las emprendedoras es muy positiva, **están muy emocionadas**, la mayoría reporta que ha hecho muy buen clic con su mentora”, señaló.*

Katia agradeció a Accenture y a todo el equipo la posibilidad que les dan a las **egresadas y estudiantes emprendedoras del Tec de darle un impulso a sus proyectos en el área digital.**

*“Ellas están muy contentas, **buscamos empezar a crear una red de networking**, una comunidad de mujeres que **se empoderan entre ellas**, sobre todo ahora que es el **mes de la mujer** en dónde **celebramos los avances que hemos podido tener***

*“y que ustedes mismas saben que muchas veces es una **cuestión de atreverse**, de desarrollar tus habilidades y de mostrarlas, de afianzar la posición con las capacidades que uno tiene y **hacerlo y aprender, eso es lo que hace la diferencia**”, expresó.*



width="900" loading="lazy">

En esta ocasión los invitados a charlar con las emprendedoras fueron **Luis Arnal**, Global Co-lead Fjord, y **directoras de industrias y compañías**, integrantes de la red de mujeres, que compartieron sus experiencias con la digitalización y el customer experience.

Ellas fueron **Sinead O'Connor** de Citibanamex, **Juana María Serna** de Cemex, **Gisela Osorio** de Coca Cola FEMSA y **Erika Falfán** de Walmart, con su plática titulada “**Lo digital y humano en múltiples industrias**”.

Luis Arnal agradeció a todas las asistentes y comentó que para él era un honor estar presente en la sesión.

*“Quiero felicitarlas por haber organizado y liderado esta cadena y comunidad de mujeres en **México, se necesitan más de estas alianzas si queremos que el mundo sea un poco más humano**”, enfatizó.*

Con su plática titulada “**Digital Experience Centered on Human**” quiso compartirlas a las emprendedoras el extraordinario efecto de una buena **experiencia del cliente**.

*“En Accenture nos hemos dado cuenta, a partir de la pandemia, de la importancia que tiene brindar una buena experiencia a las personas, **es crucial** y saliendo de esta situación seguirá muy presente.*

*Nosotros creemos que muchas más empresas van a prestarle atención a esto por lo que **es importante que conozcan de ello**”, puntualizó.*

## ¿Cómo lograr la empatía virtual?

Por su parte Sinead O'Connor, de **Citibanamex** compartió su visión y experiencia con las emprendedoras.

*“En la medida que vamos generando relaciones más digitales, nosotros tenemos muy presentes las siguientes preguntas: **¿cómo asegurar que seguimos siendo relevantes para nuestros clientes? ¿cómo conseguimos la empatía de una relación cara a cara?**”*

*Cuando pensamos en este reto nos enfocamos en cuatro características vitales para lograrlo: ser **invisibles**, es decir, llevar a cabo procesos sin que sea necesario ir presencialmente a una sucursal; estar **conectados** con nuestros clientes a través de medios digitales; ser impulsados por **insights** y por datos para generar nuevas experiencias; y tener un **propósito claro**”, dijo.*

Brindarle a los clientes una experiencia superior

Juana María Serna de **Cemex**, compartió que dentro de las prioridades estratégicas de la empresa se hace énfasis en el Enfoque en el Cliente

*“La estrategia de transformación digital ha sido la mejor palanca para mejorar la experiencia de nuestros clientes. **Cemex decidió emprender una transformación digital, pero con el foco de siempre darle a los clientes una experiencia superior.**”*

*Hoy tenemos más de 42,000 usuarios en nuestra plataforma digital con una adopción mayor al 60%”.*

Erika Falfán de **Walmart**, dijo que **los clientes están buscando actuar por sí mismos y vivir una experiencia personalizada**, pero sin hablar con nadie, persona a persona, entonces lo hacen a través de chatbots, plataformas como WhatsApp o redes sociales.

*“**Esto vuelve a poner retos a la industria del e-commerce**, por eso muchas compañías estamos optando cada vez más por utilizar la **inteligencia artificial**, la verdad es que en algunos sectores o algunas empresas **lo siguen viendo como una amenaza**”*

*“y en realidad es que si nosotros hacemos un buen uso ella **puede ser una gran herramienta** para acercarnos aún más a los socios y tener con ellos un servicio mucho más personalizado”, comentó.*



width="900" loading="lazy">

Finalmente, Gisela Osorio de **Coca-Cola FEMSA**, mencionó que uno de los retos que han tenido es determinar las prioridades de digitalización **para crear más valor a sus consumidores y a sus clientes.**

*“Ha sido todo un proceso determinar dónde hacer las inversiones correctas, actualmente estamos enfocándonos en comercial y cadena de suministro, en **el tema de distribución, creemos que lo digital transforma la manera de llegar y nos trae nuevos retos como compañía.***

*“Uno de los diferenciadores de la empresa es el tema de la **distribución digital**, por cómo desarrollamos los sistemas de ruteo y de entrega para ser muy eficientes, pero también para **satisfacer los requisitos que nuestros clientes tienen y flexibilizar nuestros modelos**”, concluyó.*

**SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN:**