



REPLANTEAR LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO TRAS COVID-19

Las condiciones disruptivas bajo las que nos encontramos generan incertidumbre, lo cual nos obliga a reflexionar sobre los efectos ambientales, sociales y económicos que influyen en la toma de decisiones de los negocios. No solo se trata de las decisiones que usualmente se consideran para realizar la operación de los negocios donde se contempla la medición de la rentabilidad, la liquidez, la solvencia y estabilidad en las empresas, ya que el entorno económico ha cambiado y con ello debemos repensar la manera de hacer negocio.

El momento en el que nos encontramos, da pie al surgimiento de nuevos modelos de negocio a considerar por parte de las empresas, donde su papel se vuelve crucial en la reactivación de la actividad económica, reforzando la cultura organizacional considerando como herramienta la Responsabilidad Social, bajo la cual se busque proporcionar inclusión y condiciones de valoración que enaltezcan lo humano.

Tras la pandemia, las decisiones ya no solo repercuten en la operación del negocio, sino en todas las personas involucradas dentro y fuera de la empresa, podríamos hablar de la cadena de valor, de los stakeholders, de su materialidad, de ¿cómo crea valor la empresa?, sin embargo la estrategia que debemos de considerar es una aproximación a la teoría de juegos preguntándonos: ¿qué haremos teniendo en cuenta lo que harán los demás?; ya no es suficiente preguntarnos solamente ¿qué haremos?, ahora debemos anteponer la cooperación que nos lleva al bien común, trabajando en colaboración y fortaleciendo la confianza.

Esta nueva realidad nos permite concebir a las empresas cada vez más conscientes de que velando por los intereses de la sociedad, en realidad, están velando por sus propios intereses. Lo que nos lleva a replantear realmente el hacer empresa y no modelos negocios pensados a corto plazo.

Con este impacto positivo a la sociedad, se motiva que la gestión de las Pymes desarrolle nuevos modelos de negocio, considerando la cultura como parte esencial de su negocio y manteniendo un rendimiento adecuado sobre la inversión realizada por los dueños, permitiendo un crecimiento sostenido del negocio que genere también un beneficio a los empleados y la sociedad en su conjunto, proporcionando los medios para configurar una verdadera cultura de trabajo.

Éstas ideas se alinean con lo que el catedrático de Harvard Michael Porter menciona: las corporaciones tienen una profunda y positiva influencia sobre la sociedad. Lo más importante que una corporación puede hacer por la sociedad y por cualquier comunidad es contribuir a una economía próspera.

DRA. LORENA MIRANDA NAVARRO

**COORDINADOR DEL CENTRO LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL,
FACULTAD DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO
CORREO: LORENA.MIRANDA@ANAHUAC.MX**

