

Historia:

Imaginemos 2 empresas creciendo juntas en la misma calle. Primero, un pequeño negocio con la idea de “cumplir y satisfacer los sueños de sus clientes”, su sentido era el de aportar algo a la sociedad (una propuesta de transformación masiva). La segunda, abrió puertas una semana después, pues evidenció el éxito de la primera y decidió ofrecer el mismo producto. Por un momento esto funcionó. Ambas comenzaron con buenos números de ventas, hasta que un gran problema social hizo que todas las personas se aislaran en sus hogares; esto era un gran problema para estos negocios ya que no registraban ventas.

Ambos buscaron soluciones para sobrevivir a este problema social, es aquí cuando la empresa **uno**, fundada en un “¿por qué?” recordó su motivación empresarial y regreso a entender el por qué había fundando la empresa en un inicio, “cumplir y satisfacer los sueños de sus clientes”, razón por la que se refugió en los medios digitales para desarrollar su nuevo canal de venta bajo la misma motivación. Se adaptó sin perder el sentido del negocio, los clientes continuaron comprando el producto con gran dicha. Mientras que la empresa **dos** carecía de un sentido y no sabía cómo continuar, ya no podía copiar a su competencia y comenzó a registrar pérdidas rápidamente. A eso, añadir que no lograron una transformación digital, ni mucho menos mantener la funcionalidad para responder a la necesidad del público. Por tal motivo, sus pocos clientes se fueron a comprarle a la empresa pionera.

Es aquí donde se demuestra que el sentido de negocio y la adaptabilidad a las circunstancias es lo que asegura que las empresas puedan sobrevivir a cualquier problema en el mundo.

¿Cómo podemos **intención+fuelle de innovación en magnitud en plazo?**

¿Cómo fortalecer la permanencia de las empresas por medio de una misión fundamentada en las necesidades del usuario y su adaptabilidad creada en base a la creatividad, para cinco empresas en una semana?