



RETOS DE LIDERAZGO en el futuro postpandemia

Las organizaciones que hayan sobrevivido o nazcan después de la pandemia, deberán tener una visión y propósito adaptable a entornos complejos, donde, claramente, los consumidores han tenido un tiempo importante para acceder a una amplia oferta de productos y servicios en digital.



Por: **Adriana María Flórez**,
socio director y gestor de negocios
de Aglaia Consultores

No se pueden calcular el sinnúmero de artículos y documentos sobre la pandemia que han ilustrado los retos para los líderes en estos tiempos de una crisis inimaginable desde hace poco más de un año. Sin embargo, los quiero invitar a pensar en un nuevo escenario

“*Es el momento de dejar que brillen los talentos jóvenes y aprovechar a quienes puedan adaptarse fácilmente a trabajos menos operativos y de mayor generación de conocimiento.*”

y cómo vamos a tener que restaurar, no solo la confianza del equipo de trabajo, sino también, reinventarnos con mentalidad positiva en un panorama con la salud restaurada para todos y la visión de un nuevo futuro, que aunque todos debemos construir, sobre los hombros del líder está el deber de dirigirnos hacia el bienestar de la organización y estar al servicio de todos.

Uno de los principales factores de éxito estará asociado a la agilidad con que las organizaciones operen en los mercados, donde estos nuevos consumidores y clientes en general nos obligan a cambiar la forma en la que hemos considerado los procesos de producción y/o modelos de servicio, hasta cómo entender las cambiantes preferencias o necesidades de nuestro clientes, basados en la inmediatez con la que después de la pandemia podemos obtener información invaluable, gracias a la aceleración de los procesos de transformación y pensamiento digital.

Esto me lleva a hablar de la importancia de la transformación di-

gital asociada a los procesos, no solo operativos y hacia clientes, sino también al servicio de nuestro equipo de trabajo, vista como un aporte para que las personas que nutren una organización puedan generar conocimiento y valor, aprovechando la automatización, la información oportuna y el procesamiento veloz de los datos para la toma de decisiones.

Es el momento de dejar que brillen los talentos jóvenes y aprovechar a quienes puedan adaptarse fácilmente a trabajos menos operativos y de mayor generación de conocimiento. Resulta imprescindible invertir en la formación y desarrollo de competencias para ser exitosos en la nueva era digital en la que hoy ya estamos.

Así mismo, nos enfrentamos a un mundo donde las personas han generado habilidades de comunicación sin contacto físico, esto ya no es un tema netamente de jóvenes y niños jugando en línea; los líderes están llamados a promover el trabajo en remoto como nuevo aporte a la calidad de vida y el acceso a más talento en otras geografías que antes no imaginábamos.

Ser parte de un ecosistema agiliza los procesos de innovación, asegura acceso rápido a ciertos mercados, evita proyectos fallidos y promueve el *networking*.

El reto más grande está en seguir cultivando la cultura organizacional a distancia y copiar las habilidades positivas de los influenciadores que logran tener credibilidad y validan las tendencias a través de medios digitales y redes sociales, llegando así, de manera remota, a comprometer a nuestro equipo de trabajo, motivándolos a alcanzar el éxito profesional y personal que aporte a la compañía y a su posicionamiento en estos nuevos e interesantes mercados.

Las organizaciones que hayan sobrevivido o nazcan después de la pandemia, deberán tener una visión y propósito adaptable a entornos complejos, donde, claramente, los consumidores han tenido un tiempo importante para acceder a una amplia oferta de productos y servicios en digital. Podemos obtener información valiosa sobre el consumo a través de las plataformas digitales y desarrollar nuestra capacidad de interpretar esa data para transformar nuestra oferta de productos y/o servicios, de ser el caso, y destacarnos al llegar a nuestros clientes en el tiempo y modo que lo requieran. Debemos preparar a nuestras organizaciones para generar estrategias aprovechando la inteligencia de negocios.

Una nueva tendencia que ya venía en boga, pero a la que hoy ninguna empresa puede ser ajena, se refiere a los ecosistemas empresariales. Los líderes pueden aprovechar esta tendencia y detectar a qué tipo de



ecosistema se pueden unir para garantizar más posibilidades de éxito para sus compañías, según lo que pueda aportar y tenga como ventaja competitiva, así como lo que necesite suplir o complementar pero que, siendo parte de dicho ecosistema, se pueda hacer más rápido y al menor costo.

Ser parte de un ecosistema agiliza los procesos de innovación, asegura acceso rápido a ciertos mercados, evita proyectos fallidos y promueve el *networking* generando un trabajo solidario que mucha falta hará después de la pandemia para contribuir al desarrollo económico de las comunidades.

Finalmente, como al terminar la guerra, todo líder debe procurar haber tenido la menor cantidad de bajas y haber protegido a sus hombres, como el alma de la compañía que son. Se deben redefinir las metas, nuevas formas de trabajar y comunicar de manera clara y con actitud esperanzadora para subir el ánimo de la tropa, con la fortuna de la lealtad y el compromiso por haber cuidado de ellos y haber librado una batalla juntos.

Todo líder deberá adoptar como libro sagrado los principios de resiliencia y las metodologías ágiles enfocadas a la transformación de procesos y al servicio de mercados dinámicos, de la mano del desarrollo de su equipo de trabajo y hacia el logro de los objetivos de generación de valor para la compañía en el corto y largo plazo. 🎯