

Liderar empresas cuando hay tormenta, por Milagros Avendaño

Remontar la reputación de la empresa es el gran reto de esta crisis y cada quien puede contribuir con acciones concretas desde sus organizaciones. Escribe Milagros Avendaño, gerenta general de Apoyo Comunicación.



Por Colaboradora Externa

9 de octubre de 2021
Lectura de 4 min



Es evidente: hay desesperanza y demandas de cambio. Las elecciones nos demostraron que Lima y el resto del país están divididos, y que la legitimidad del modelo económico y de la empresa privada es cuestionada. ¿Qué podemos hacer, desde nuestras posiciones, para revertir esta situación? Hacer empresa de manera distinta.

1. Construyamos una relación más cercana con nuestros colaboradores. Entendamos qué los motiva y cuáles son sus necesidades personales. La pandemia nos ha golpeado duro y nos ha hecho más conscientes de nuestra vulnerabilidad. Tener un buen clima laboral y una cultura es imprescindible en este contexto, tanto por los retos sociales como por la innovación que tenemos que afrontar. Todo empieza de adentro hacia afuera.

2. Hagamos mentoría con gente diversa. No solo vamos a impactar en ellos, sino que saldremos energizados y aprenderemos más de lo que creemos.

3. Salgamos de nuestra burbuja. Empecemos a viajar al menos una vez al mes a una provincia distinta del país. Vayamos a ver cómo van nuestros negocios —si los tenemos allí—, pero también conversemos con la población de manera empática, para entender cómo piensan y por qué.

4. Busquemos participar de grupos diversos de todo tipo. El pedazo del Perú que ya entendemos no nos basta. La legitimidad del sector privado se juega en que cada vez más líderes empresariales entiendan más lo que hoy no entendemos del Perú.

5. Escuchemos para entender, no para responder. Practiquemos la escucha activa, y de manera genuina preguntemos mucho. Mostremos interés.

6. Usemos un lenguaje que no polarice sin motivo. Apostemos por uno más moderado y con menos etiquetas. Digámosle adiós a los términos peyorativos —rojetes, caviares, progres, ‘cojudignos’, cholos, DBA (derecha bruta y ahorada), fachos, etc.—, que solo dificultan la posibilidad de llegar a acuerdos necesarios y construir un futuro común. Cualquier tema puede ser abordado con respeto, lo que genera más opciones de lograr acuerdos.

7. Consumamos distintos medios y plataformas. Un poco de TikTok con Twitter no hacen daño, así como medios y blogs de todo el espectro político. Nuevamente, nos servirá para entender cómo piensan otras facciones.

8. Involucrémonos de manera activa en organizaciones que promueven el capitalismo consciente y la sostenibilidad. Definamos qué afinidad y qué oportunidades tiene nuestra empresa con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y trabajemos por ellos. La empresa privada debe ser un agente de cambio. Le gana de lejos al Estado en velocidad, pero tiene que comprarse pleitos socialmente más valorados para ser percibida como parte de la solución, como lo es.

9. Comuniquemos lo que hacemos. Pero hagámoslo conectando con las necesidades del otro y con humildad. Pongamos en valor las buenas prácticas del sector privado y expliquemos su círculo virtuoso en la sociedad. Rompamos mitos: hay mucha desinformación y lideremos de manera articulada la narrativa de nuestros sectores. Y tengamos cuidado: no es estratégico cortar presupuestos a la loca y dejar sin armas a las áreas que nos resguardan en tiempos de crisis. No nos disparemos a los pies.

10. Hagamos voluntariado. Comprometernos con una causa social nos enriquece humanamente y sensibiliza frente a las necesidades de los otros. Seamos activistas: levantemos la mano con pasión, pero con respeto, empatía, humildad y humanidad.

Este es mi decálogo personal. Tomemos lo que nos motive y sea posible de accionar, y escribamos el nuestro con el mismo fin: construir un país de respeto, que transite del crecimiento al desarrollo, y sea más justo y equitativo.

Sobre el autor

Milagros Avendaño es gerenta general de Apoyo Comunicación. Ha sido gerenta de comunicación corporativa de Química Suiza, gerenta comercial y de marketing de Latina, y gerenta de comunicaciones de Nextel. Es comunicadora de la Universidad de Lima y máster en Marketing y Gestión Comercial de ESIC Business & Marketing School.

ADVERTISEMENT

EVENTO ORGANIZADO POR

IPAE
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL

“¿Qué podemos hacer desde nuestras posiciones? Hacer empresa de manera distinta”

Más en Reputación

Reputación

13 de agosto de 2021

Empresarios por la Integridad: “La agenda [anticorrupción] no solo debe ser declarativa, sino evidenciada”



Lectura de 5 min

Reputación

21 de junio de 2021

Compliance electoral: ¿se prenden las alarmas en los estudios de abogados?



Lectura de 5 min

Reputación

8 de mayo de 2021

Denuncias a ejecutivos: cómo evitar riesgos reputacionales



Lectura de 4 min