



Combatiendo el COVID-19 con resiliencia

Septiembre 2020



Si partimos de un concepto o definición de **resiliencia**, nos encontraremos que en algunos sitios y textos lo definen como una habilidad, otros como una actitud del individuo. Personalmente, me gusta visualizarla como una **aptitud** que adoptan algunos individuos que se caracterizan por su postura ante la superación de una adversidad y de mucho estrés, con el fin de pensar en un mejor futuro; es decir la **capacidad de sobreponerse a momentos críticos y adaptarse** después de experimentar alguna situación inusual e inesperada, incluyendo volver a la normalidad.

“La resiliencia se entiende como la capacidad del ser humano para hacer frente a las adversidades de la vida, superarlas y ser transformado positivamente por ellas”
- Edith Grotberg



Ubicándonos en el contexto actual no me cabe duda de que esta pandemia provocada por el virus COVID-19 ha dejado al descubierto varios aspectos en diferentes ámbitos, por ejemplo, como seres humanos se ha puesto de manifiesto lo débiles y frágiles que somos; como regiones países y comunidades, hemos visto que no somos tan grandes como pensábamos; en lo económico de repente no somos tan poderosos como sentíamos, sobre todo cuando sobrepasamos los límites de lo que no estábamos preparados para bregar, y como empresas es donde encuentro el mayor cambio de paradigma porque todas estas variaciones se están produciendo como una avalancha y la COVID-19 lo único que hizo fue precipitarlos.

Desde mi punto de vista, en realidad ya sabíamos que teníamos que impulsar estas transformaciones desde que empezó esta última década. Hace ya algún tiempo que el mundo viene anunciándonos que vamos

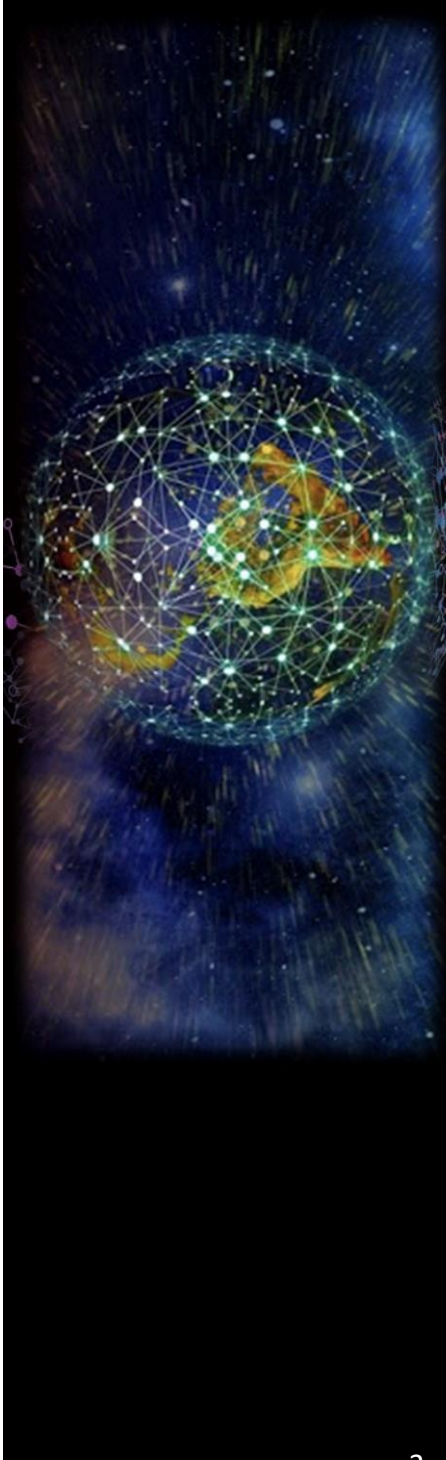
a entrar en una nueva realidad que es cada vez más caótica, como lo menciona **Kotler en su libro la “Ciencia del Caos”** y en donde se definen entornos cada vez más volubles y agresivos por los avances tecnológicos cada vez más disruptivos.

Sin embargo, pese a este caos que afrontamos a nivel global tanto en lo sanitario como en lo social, económico, político, ambiental y sin duda en lo tecnológico, esta nueva etapa o realidad como empresarios nos invita a que **sensibilicemos nuestros sentidos con el entorno de negocios y su comportamiento y que seamos más agudos en nuestro pensamiento estratégico.**

¿Qué significa esto? ¿Qué es ser más sensible y agudo en el actual ámbito de negocios?

Significa salir de nuestro estado de *comfort* mental y pensar fuera de la caja, es decir, incorporar como eje transversal de la gestión la **innovación**, en vez de ser flemático o impulsivo en nuestras actuales decisiones. Esto se traduce también en ir más allá de solo pensar en recortar gastos o renglones de manera indiscriminada, o correr para acogerse a regímenes legales, laborales y tributarios que pareciera que son positivos para beneficiar a las empresas, pero que ni los mismos que las han creado han medido las consecuencias e implicaciones positivas o negativas que estas medidas pueden generar en el futuro cercano.

Hemos escuchado comentarios de líderes empresariales que han tenido expresiones hacia sus colaboradores como: “vendan como puedan, como si no hubiera pasado nada”; “mejor cerremos, no hay una empresa que pueda soportarlo”; “necesitamos ayuda del gobierno para operar”... y realmente yo no digo que estas expresiones no sean legítimas o lógicas, pero es ahí donde como empresarios descubrimos nuestra verdadera fragilidad ya que preferimos tirarlo todo por la borda, en vez de replantear nuestro modelo de negocios, preferimos cerrar las empresas o recortar costos sin criterio casi hasta desaparecer en vez de innovar. He ahí pues que **nuestra verdadera fragilidad está en nuestra mentalidad** y nuestra forma de pensamiento que, durante las primeras dos o tres semanas de aislamiento, podemos aceptar que estén a flor de piel por navegar en un entorno desconocido, pero después de eso lo que estamos demostrando es nuestra falta de agudeza y sensibilidad de pensamiento estratégico para encontrar que en medio del escenario más lúgubre existen verdaderas oportunidades con las que no solo podemos crecer, sino recomponer una serie de vicios (culturales, organizacionales, financieros etc.) que como empresas arrastramos consecuencia de nuestros crecimientos desordenados.



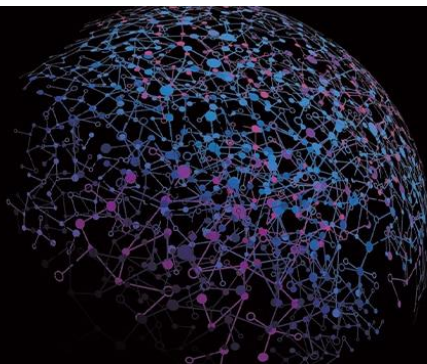
Es cierto la pandemia es una verdadera catástrofe sanitaria y humana que no podemos ignorar, pero de igual manera tampoco es menos cierto que no es la primera pandemia que atraviesa la humanidad, ni tampoco es en la que más personas se han infectado, o en las que más han fallecido. Perdón por la frialdad, pero me ha tocado ver colegas que lejos de enfrentar esta crisis con resiliencia lo que tienen es una mentalidad casi apocalíptica del futuro de sus vidas y sus negocios.

“El carácter no puede ser desarrollado en tranquilidad y quietud. Sólo a través de pruebas y sufrimiento se puede fortalecer el alma, despejar la visión, inspirar ambición y lograr el éxito.”

Helen Keller

Como líderes o empresarios tenemos dos alternativas: o vemos con agudeza y sensibilidad esta crisis para identificar la enfermedad COVID-19 como la oportunidad para reinventarnos de pies a cabeza y conectarnos mejor con nuestros públicos objetivos para explorar nuevos negocios, aunque esto implique salir de la zona de confort en que hemos estado por décadas ; o bien antepongo la pandemia a mi empresa aunque mis empleados no tengan el virus en su cuerpo, pero nos contagiamos de pensamientos negativos que llevarán a un fatal desenlace.

Por tanto, a las estadísticas mundiales de infectados, recuperados y fallecidos por COVID-19 tendríamos que sumar también las empresas cerradas porque sus líderes las contagiaron con una pandemia emocional y mental al no detenerse a pensar y planificar. Hay un dicho que dice que hay dos formas de encarar una crisis o catástrofe: están los que venden los pañuelos y los que los compran para llorar, la pregunta es ¿de qué lado queremos estar nosotros como empresarios?





Edwin Leonardo Gómez es CEO y fundador de **Inter Consulting Group ICG**, especialista en el desarrollo de estrategia y cambio organizacional para empresas y organizaciones de diferentes sectores y el diseño de programas de fortalecimiento institucional para el sector público.



Honduras, Centro América

**NHBC, Nuevos Horizontes Business Center, piso 18, Col. Rancho El Coco
San Pedro Sula, Cortés.**

ICG, firma de consultoría dedicada a la investigación aplicada y al planeamiento estratégico de empresas privadas y organizaciones del sector público, con la finalidad de apoyarles en reinventar sus modelos de gestión y la generación de estrategias para mejorar el desempeño de estas organizaciones asegurando el logro de sus metas y su adaptación a los diferentes entornos de negocio.