

Modelos de negocio resilientes: la nueva realidad empresarial

El virus SARS-CoV-2 o coronavirus, fue la competencia invisible, que nadie tomó en cuenta.

-  FACEBOOK
-  ENVIAR
-  TWITTER
-  LINKED IN
-  GOOGLE PLUS
-  GUARDAR



ISTOCK

POR: PORTAFOLIO · JUNIO 12 DE 2020 - 08:14 A.M.

Dice un adagio popular: “si del cielo te caen limones, aprende a hacer limonada.” Nada más cierto para entender lo que las oportunidades brindan en tiempos de crisis y que muchas veces no las vemos, por estar ocupados esperando que otros hagan y solucionen lo que deberíamos estar solucionando nosotros mismos.

(Lea: Teletrabajo le impone nuevo ritmo al diseño de interiores)

El virus SARS-CoV-2 o coronavirus, fue la competencia invisible, que nadie tomó en cuenta, que se veía lejana y que cuando llegó, lo hizo para quedarse e imponer su nueva realidad.

(Lea: Cómo reinventarse haciendo un análisis de procesos en la empresa)

Nunca antes la resiliencia había tenido la oportunidad de mostrar su poder para impactar la vida de las personas como ahora y generar la habilidad de enfrentar con tesón, lo que es una de las crisis más profundas que ha experimentado la humanidad.

Dentro de las tantas definiciones que tiene la resiliencia, está la del reconocido neurólogo y psiquiatra francés, Boris Cyrulnik, quien dice: “La resiliencia es comenzar una nueva iniciativa después de enfrentar una crisis profunda, el dolor es inevitable pero el sufrimiento es opcional.”

Juan Carlos Echeverry, exministro de hacienda y expresidente de **Ecopetrol**, hace poco en una columna expresó: “el Covid-19 puede ser la preocupación más urgente, pero no necesariamente la más importante.”

Después de aparecer el virus, las empresas se dieron cuenta de que se la pasaban pensando en lo urgente, sin tener en cuenta lo importante, y al querer reaccionar, se encontraron que nada era importante porque todo se había vuelto urgente.

Esta crisis inesperada, ha llevado a varias organizaciones a demostrar su capacidad de desarrollar nuevas estrategias para enfrentar con dolor, pero sin sufrimiento, cómo generar nuevos modelos de negocio resilientes, que les permita construir promesas de valor compartido que garanticen sostenibilidad económica, social, ambiental y tecnológica.

Dean Robb, Phd., experto investigador en gestión de la calidad y efectividad organizacional en la ciudad de Nueva York, determina que una organización resiliente se destaca por la capacidad de mantener ventaja competitiva, gestionando dos estrategias a la vez:

1. Mantener un alto desempeño, aún contra las metas y objetivos. Las estrategias que se habían planteado antes del covid-19, se derrumbaron como un castillo de naipes, pero el desempeño alcanzado, tuvo que ponerse como base para escalar el modelo de negocio hacia la nueva normalidad.
2. Innovar y adaptarse de manera efectiva a los cambios turbulentos y acelerados. Adaptarse requiere que los nuevos modelos de negocio se diseñen con base en el riesgo y no en el éxito. Es más fácil predecir los riesgos, aun si estos no ocurren, pero que al estar identificados, se desarrollan las estrategias para mitigarlos y se ponen en acción cuando el riesgo aparece.

Ernesto Sandoval, líder del gremio de taxis ante Fenalco y empresario del transporte público, es un ejemplo de ello. Después de enfrentar con dolor lo que Uber resolvió del mal servicio y la inseguridad de los taxis amarillos, con innovación.

Ernesto de manera resiliente, entendió que la pelea no se ganaba con marchas ni paros, sino trabajando en el cambio mental de su mejor recurso; los conductores, además de aprovechar el conocimiento del transporte público, migró hacia un modelo de servicio innovador elite.

Con la llegada del Covid-19, Ernesto, que ya venía desarrollando su nuevo modelo de negocio, con más de 80 voluntarios taxistas, ofreció prestar el servicio de transportar al personal médico a los hospitales y llevar los mercados a la población más vulnerable del programa de la alcaldía de Bogotá, sin ningún costo.

Al entender el riesgo al que se exponía, se preparó para mitigarlo y creó un plan de bioseguridad, para proteger no sólo al usuario, sino también al conductor. Logró crear la cultura de servir, preparar los taxis y aprender de la prueba con todo éxito. Su modelo ya está desarrollado para el nuevo transporte público con distanciamiento social, garantizar la bioseguridad y prestar un muy buen servicio, a través de su nueva aplicación tecnológica Elite.

En estas decisiones que toma el empresario, se identifican tres características esenciales en la operación del modelo de negocio resiliente: la primera, es capaz de crear estructuras y disolverlas rápidamente. La segunda, gestiona las consecuencias emocionales de la continua transformación y el cambio, como es el caso de los conductores y usuarios.

La tercera, se adapta rápidamente a las oportunidades que da la crisis y lleva a la acción con el riesgo de equivocarse.

Ahora el nuevo adagio será: "si del cielo te caen los virus, ¿Qué vas a aprender a hacer?"

Jorge Hernández
Profesor, Facultad de Administración, Universidad de los Andes

REPORTAR ERROR | IMPRIMIR

Recomendados

[NEGOCIOS](#)
[TENDENCIAS](#)
[MIS FINANZAS](#)
[OPINIÓN](#)

VER MÁS

Siga bajando

PARA ENCONTRAR MÁS CONTENIDO



Consejos para aprender a enfrentar los momentos difíciles

Expertos aseguran que la capacidad para salir adelante se basa en conductas y pensamientos que todos pueden aprender y desarrollar.

- FACEBOOK
- ENVIAR
- TWITTER
- LINKEDIN



Lo más leído

1. No habrá penalidad por incumplir el pago de la administración