



NUEVA REALIDAD: ESTRATEGIA, PROPÓSITO Y DIGITAL

A mediados de julio ya se hacía evidente que los efectos y alcance de la pandemia serían más profundos, modificando la creación de valor público y valor privado de las instituciones del Estado y de las empresas.

Durante el año hemos trabajado con ambos tipos de organización, estando cada una desafiadas, como no conocían y, lo más importante, obligadas a cambiar su mirada para responder a los ciudadanos y a los clientes. Así, visualizamos tres desafíos mayores.

Primero: más Estrategia. No hay tiempo para demoras, no hay espacio para errores y, más que nunca, se requiere foco; es decir, fijar una dirección prioritaria de largo plazo que oriente las decisiones. A modo de ejemplo, inversiones en centros de distribución; entrega de pisos enteros de oficinas, complementando el trabajo remoto, y compra de compañías muestran el tranco firme de aquellos que tienen una dirección con sentido estratégico.

Segundo: más Propósito. Cada vez más las personas y, por tanto, las organizaciones necesitan sentido de trascendencia, como razón movilizadora para lo que hacen cada día. El porqué y para qué de nuestra organización aterrizan en lo concreto y en lo emocional nuestro quehacer cotidiano. Las utilidades son el resultado de hacer muy bien nuestro

trabajo, dado un propósito que entrega sentido, siendo la respuesta a por qué nos levantamos todos los días.

Tercero: más Digital. Las organizaciones están obligadas a desarrollar nuevos conocimientos y capacidades, ya que el comportamiento de las personas se vuelve digital, exigiendo respuestas digitales, tanto de los organismos del Estado como de la empresa privada. La Cuarta Revolución Industrial no se trata de tecnología, sino de cultura, prácticas y hábitos, en muy distintos ámbitos de la sociedad.

En este contexto, parece ineludible integrar con más fuerza la vida pública y privada. Ya no es posible retirarse a temas e intereses propios, esperando que "otros" se hagan cargo de los temas públicos que nos atañen a todos. El Estado y las empresas deben impulsar transformaciones en su modelo de negocio y el modelo de gestión, poniendo a la comunidad como un aspecto clave de su estrategia; sin desatender al ciudadano y al cliente.

En definitiva, enfrentamos una Nueva Realidad. En muchos sentidos debemos aprender de nuevo, porque son problemas más complejos, cuyas soluciones no conocemos aún del todo. Ya no se trata de individualismo, sino que de comunidad. Esta es una discusión central de los directorios.