

# CLAVES DE LA COMUNICACIÓN

#ATREVIACovid19

Héctor López

## Liderazgo, empatía y responsabilidad: claves de una comunicación estratégica

“Nunca desaproveches una buena crisis”. Es casi imposible reflexionar sobre las oportunidades que brinda un momento difícil como el actual sin llegar más tarde o más temprano a alguna frase de Sir. Winston Churchill. Una idea que sería más tarde reutilizada por el jefe de gabinete de Barack Obama, Rahm Emanuel, para señalar las crisis como el contexto idóneo para realizar o acelerar esos cambios que veníamos posponiendo por la falsa premura de lo ‘urgente’.



**Héctor López**

Country Manager ATREVIA  
en Paraguay



Es tiempo de comunicar liderazgo, empatía y responsabilidad. Un liderazgo que identifique claramente el posicionamiento que buscamos en un mercado y una sociedad más globales y conectados que nunca. Si una cosa nos ha demostrado la amenaza del Covid-19 es que uno no existe sin el otro. A ello debemos sumar que las necesidades y prioridades de los clientes han cambiado tras el confinamiento y los canales digitales han jugado ese papel central que todos señalaban desde hace años, pero pocos identificaban como player fundamental de su estrategia. Y es que la presencia digital de una compañía ha sido durante más de 2 meses de confinamiento estricto el único canal de comunicación con el cliente o el propio colaborador.

La empatía siempre es clave en momentos de gran desconfianza e incertidumbre, algo que estamos más acostumbrados a practicar cuando quien está al otro lado es el cliente final; sin embargo, estos meses nos han señalado la necesidad de demostrar empatía también con nuestros públicos internos. Unos públicos internos abocados de la noche a la mañana a adaptarse a nuevas rutinas y métodos de trabajo en los que la flexibilidad horaria no siempre es una aliada, y además demanda un esfuerzo extra de trabajo y coordinación entre todos.

Y, por último, la responsabilidad entendida en el sentido más amplio de la palabra. Responsabilidad con nuestros clientes, a los que debemos decirles que seguiremos estando ahí para ofrecerles siempre un producto o servicio de calidad independiente del canal que elijan.

Responsabilidad también con nuestros colaboradores, quienes esperan que el talento, esfuerzo e iniciativa se vean reconocidos no necesariamente en términos económicos. Y, en tercer lugar, pero no menos importante, responsabilidad con una sociedad que espera del tejido empresarial una respuesta coherente que aproveche esta situación para ser más competitivos sin renunciar a sus principios y valores.

En estos tres elementos la comunicación juega un papel central, y por lo tanto debe ser entendida como un elemento estratégico de la compañía o institución. Sólo con una política de comunicación clara y alineada con los objetivos lograremos liderar el sector, ofrecer un posicionamiento diferencial en el mercado y trasladar a nuestros productos o servicios el valor añadido que todos buscamos.

