

¿Qué tienen en común un atleta de triatlón y un director de una empresa en tiempos de pandemia?

Dirigir una empresa en tiempos de pandemia y competir en un triatlón parecen universos distintos, pero tienen mucho más en común de lo que parece, según John Agwunobi, presidente y director general de Herbalife Nutrition. Solo con un liderazgo organizativo y con la ayuda de la comunidad global, sobreviviremos a esta prueba definitiva de resistencia y alcanzaremos la meta

Hace unos años, Herbalife Nutrition decidió organizar un triatlón, con el que no solo daban a los atletas de todas las capacidades la oportunidad de rendir al más alto nivel, sino que mostraban la firme creencia de la compañía de que la nutrición y las elecciones saludables pueden marcar una enorme diferencia en la vida de una persona. "Lo último que pensamos cualquiera de nosotros cuando nos comprometimos con la competición fue que aquel día de mayo de 2019, en Los Ángeles, formaríamos parte, junto con el resto del mundo, de la prueba de resistencia definitiva: sobrevivir a una pandemia mundial", asegura John Agwunobi, presidente y director general de Herbalife Nutrition.

Combatir una pandemia mundial es una propuesta a largo plazo. Un triatlón, también, porque pone a prueba a los competidores en el agua, en la bicicleta, a pie y ofrece lecciones de liderazgo, también, a futuro. Estas son algunas de ellas:

Inmersión

"Empezar con fuerza es importante para liderar una crisis. Hay que mantener a la gente informada y proporcionar apoyo a las personas con las que se trabaja; en mi caso concreto, a los miembros de nuestro equipo, socios y clientes".

Como pediatra de formación y en ejercicio que pasó a ocupar puestos de liderazgo en el Cuerpo de Comisionados de los Servicios de Salud Pública de los Estados Unidos y en el Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos, Agwunobi aprendió que los líderes deben compartir objetivos claros con las partes interesadas. "Mi visión es que, si no se establecen objetivos, los públicos clave pueden sentir que no hay una hoja de ruta para gestionar la situación convulsa", añade.

En Herbalife Nutrition, tuvieron que asegurarse inmediatamente de que sus empleados pudieran realizar su trabajo de forma segura y de que tuvieran los recursos necesarios para trabajar en una oficina o en una fábrica, o las herramientas para montar una oficina en casa. "Pusimos en marcha al instante protocolos de salud que incluían un aumento de las limpiezas programadas y la modificación de los puestos de trabajo socialmente distanciados. Como servicio esencial, teníamos que asegurarnos de que nuestros productos de alimentación y nutrición siguieran llegando a nuestros clientes, ya que se trata de su bienestar. Trabajamos incansablemente para salvaguardar nuestra cadena de suministro, pivotamos rápidamente donde era necesario y continuamos operando para satisfacer la demanda", explica el directivo.

Seguir pedaleando

Mantener la comunicación durante una crisis es crucial. Explicar claramente el plan y mantener a la gente informada puede ser el mayor aliado de un líder. No decir nada puede ser devastador, ya que aviva los temores y provoca rumores para llenar el vacío de información. Esto se aplica tanto al público en general como a una organización empresarial.

El equipo directivo forma parte activa en la toma de decisiones. Determinar los próximos pasos es tarea de toda la cúpula directiva, pero, mientras los equipos de liderazgo se enfrentan al camino a seguir, el público más valioso -sus empleados- necesitan tener contacto con el líder. No es necesario tener todas las respuestas, pero hay que llegar y ser accesible para el equipo. La salud y la seguridad son la máxima prioridad, y eso incluye la salud mental. Los líderes deben hacer hincapié en que entienden que todo el mundo está sintiendo el dolor y que se les apoyará.

Cuando las emociones están a flor de piel, es importante mantener la compostura en la comunicación. La confianza de un jefe tiene un impacto directo. No hay que olvidar nunca que todo el mundo mira a la persona que está en la cima para que marque el tono, especialmente en una situación difícil.

Y una vez creado el plan, las audiencias clave deben recibir una comunicación frecuente y transparente.

Un pie delante del otro

Un líder fuerte se centra en comprender y atender las necesidades de los demás. Durante una crisis, es imperativo que la persona a cargo nunca pierda de vista cómo la organización está sirviendo a sus audiencias y nunca se aproveche de la crisis. Los CEO deben pensar no sólo en producir bienes, sino en asegurarse de que sus trabajadores estén seguros y de que se desarrollen y compartan los protocolos.

"Nuestro papel en la ayuda a los distribuidores independientes durante la crisis actual fue quizá más complicado que nuestro papel en la ayuda a los empleados. La mayoría de ellos trabajan solos o en pequeños equipos. Como no son empleados, nuestras palancas de liderazgo se limitan a la influencia, la confianza, la inspiración, la tutoría y la orientación. Teníamos que darles confianza y dirección para asegurar el crecimiento de la empresa", matiza Agwunobi, quien señala que desde el principio "aconsejamos a los distribuidores independientes reconocer que sus comunidades dependían de la entrega de los mismos productos de nutrición saludable que tenían antes de la crisis. Les animamos a innovar y a encontrar soluciones temporales a las interrupciones e imprevistos, al tiempo que intensificaban el compromiso con sus comunidades. También les aseguramos que no estaban solos".

Al final, sus distribuidores han sido su mayor fuente de ideas empresariales e innovación durante la pandemia. Gran parte de lo que les han enseñado continuará mucho después de que la crisis haya pasado.

Cruzar la línea de meta y retribuir

Una vez superado el reto, se puede seguir influyendo en el mismo mediante la retribución. "Las crisis

nos ponen a prueba a todos: descubrimos lo fuertes y lo ingeniosos que somos, y nos recuerdan que debemos pensar en los más necesitados".

La pandemia ha puesto de manifiesto y ha exacerbado los problemas de inseguridad alimentaria que asolan el mundo. Según un estudio de One Poll para Herbalife Nutrition y la ONG internacional Feed the Children, 4 de cada 10 españoles ha sufrido inseguridad alimentaria por primera vez debido a la pandemia. Feeding America, por su parte, informa que aproximadamente 54 millones de personas (1 de cada 6) sufrieron esta problemática en 2020, incluyendo 18 millones de niños (1 de cada 4 niños). Los líderes tienen la responsabilidad no solo de apoyar a sus empleados y clientes, sino también de ayudar a las poblaciones desatendidas de todo el mundo.

Como empresa global de nutrición que proporciona productos de alimentación, salud y bienestar a millones de personas en 94 países de todo el mundo, "estamos en una posición única para ayudar a nuestras comunidades. En 2019, lanzamos Nutrición para el Hambre Cero, una iniciativa global centrada en proporcionar una nutrición saludable y educación nutricional a las comunidades de todo el mundo. En abril de 2020, anunciamos que 333.000 dólares del millón de dólares prometido al Fondo de Respuesta de Emergencia del Programa Mundial de Alimentos de EE. UU ayudarían a mitigar las consecuencias provocadas por la pandemia" explica el presidente de Herbalife Nutrition. Estos fondos, donados a través de la iniciativa Nutrición para el Hambre Cero en colaboración con la Herbalife Nutrition Foundation, apoyarán los esfuerzos del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (PMA) para responder a la cadena de suministro y otros problemas logísticos relacionados con el virus.

Este tipo de donación va más allá de cualquier persona; es, quizás, el tipo de liderazgo organizativo más gratificante para los directivos, pues se esfuerzan por seguir teniendo un impacto positivo en la vida de las personas.

"Nuestra comunidad global, liderada por personas y organizaciones que proporcionan esperanza, dirección y, sobre todo, un camino hacia delante, sobrevivirá a esta prueba definitiva de resistencia que es la pandemia. Juntos, con fuerza, llegaremos a la meta", finaliza.

Datos de contacto:

Cristina Villanueva Marín
664054757

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>