

ENFOQUE

Liderar es influir



Carolina Pérez Echeverría
CEO Foresight Consulting y Directora
de empresas

Durante mucho tiempo asociamos el liderazgo a la capacidad de decidir. Saber más, hacer más, resolver más rápido. Sin embargo, esa idea empieza a cruzar cuando miramos los datos: hoy, en Chile, menos de 2 de cada 10 puestos en directorios están ocupados por mujeres, y todavía cerca de 4 de cada 10 empresas no tienen ninguna mujer en esas instancias de decisión. En los espacios donde hoy se juega el poder real como directorios, comités estratégicos o mesas de decisión ese enfoque tradicional ya no alcanza.

Hoy, liderar tiene mucho más que ver con la capacidad de influir en las decisiones que con tomarlas directamente. Los ro-

Pero cuando la conversación gira hacia innovación, transformación digital o inteligencia artificial, no siempre hay miradas claras ni liderazgo definido. Ahí es donde una voz con foco y consistencia se vuelve necesaria.

les han cambiado: no siempre se define el camino final, pero sí se puede orientar la conversación haciendo las preguntas pertinentes, aportar perspectiva y poner temas clave sobre la mesa. En contextos complejos, ese rol es tan o más relevante que el de quien firma la última palabra. No es casual que esta conversación haya ganado fuerza justo cuando se avanza, también desde lo normativo, hacia una mayor diversidad en los directorios, empujando estructuras históricamente homogéneas a abrirse a miradas diversas.

En ese escenario, una habilidad se vuelve crítica: generar consenso y atreverse a sostener conversaciones difíciles. Influir no es imponer una opinión, sino construir argumentos, leer el contexto y activar habilidades blandas que permitan que las decisiones avancen. Requiere valentía, escucha activa y claridad estratégica. Para muchas mujeres que hoy llegan, o buscan llegar, a estos espacios, la influencia se transforma en una herramienta clave para incidir

en culturas donde el poder no siempre ha sido compartido.

Otro punto central es entender que participar en todas las conversaciones no equivale a tener mayor impacto. En muchos directorios se habla mucho, pero se escucha poco. Cuando se intenta opinar de todo, el aporte se diluye.

En la mayoría de las empresas, cuando se revisan balances o estados de resultados, las opinio-

nes abundan. Pero cuando la conversación gira hacia innovación, transformación digital o inteligencia artificial, no siempre hay miradas claras ni liderazgo definido. Ahí es donde una voz con foco y consistencia se vuelve necesaria.

Elegir dónde aportar valor permite pasar de estar presente a ser influyente, de participar a incidir. En un entorno marcado por la transformación digital, la inteligencia artificial y el cambio permanente, el liderazgo ya no se mide por cuántas decisiones se toman, sino por la capacidad de orientar las conversaciones correctas. Porque hoy, más que decidir, liderar es influir.

D