

El propósito de una organización y su relación con los públicos

Angie Lorena Castellanos

Estudiante de 9 semestres de Administración de Empresas de la UNAC

Introducción

El planteamiento del propósito comprende de acciones definitivas y contundentes que llevarán a la organización a tierra firme. Es importante abordar este tema porque en la actualidad está tomando fuerza en las grandes empresas del mundo, de este modo se torna atractivo para el modelo de gerencia estratégica que pueda usarse dentro de la organización.

En este apartado vamos a tratar de entender la relación entre los conceptos de propósito - públicos dentro de una organización, y cómo su manejo adecuado puede llevar indudablemente al éxito de una empresa; a entender mejor sus objetivos y plantar un horizonte claro, donde cada miembro de la organización es pieza importante, fundamental para conseguir los objetivos de la misma.

De este modo, teniendo como base la idea de llevar más a la práctica los conceptos aprendidos durante el semestre, vamos a plantear varios interrogantes que nos ayudarán a llegar al objetivo de este escrito. ¿Qué se necesita para que una organización pueda llevar a cabo sus propósitos

adecuadamente y satisfacer a sus públicos? ¿Cómo plantar el propósito de la organización? ¿Qué relación debe existir entre la organización y los públicos?

¿Cómo plantar el propósito?

El propósito de una organización es de suma importancia en la consecución de logros y objetivos dentro de la misma; como hemos venido vislumbrando a lo largo del semestre académico, el propósito es la parte fundamental del crecimiento de una organización; si se plantea un buen propósito, la empresa tiene un camino por donde se guiará a lo largo del tiempo; si por lo contrario, el propósito no es adecuado para la organización, ni se logra hacer un acople, cada ente participante de la organización empieza a desviarse de la meta, ya que esta no es clara.

Para que la organización logre un propósito adecuado debe poner los públicos de su entorno empresarial e integrarlos mediante la propuesta de valor; la propuesta de valor es lo que guiará definitivamente a los públicos a llevar una estrecha relación con la organización, y aquella se refiere al papel que juegan los públicos o qué tan importante es para la organización

satisfacer e integrar las necesidades de estos como materia inamovible para trabajar dentro de la organización; cuando se logra integrar estos dos componentes, se crea una relación de Valor que sobrepasa la publicidad, el marketing, las promociones y hasta los productos, ya que a lo que lleva esa relación de valor es a que los públicos vivan la una experiencia dentro de la organización.

Para aplicar este modelo de generación de valor, se debe observar cuál es la percepción que tiene el cliente de la organización y cuáles son sus expectativas o necesidades por atender; a partir de este punto, la organización diseña el propósito con la propuesta de valor que llegue a cubrir parte de las necesidades y expectativas que desvela la observación hecha a los públicos. La propuesta de valor se relaciona estrechamente con el bienestar de los públicos, cuidar de las personas, crear una relación que sea de servicio mutuo, todo ello intentando construir una mejor sociedad.

Según Robert K. Greenleaf (1990) estas empresas se desempeñen como buenas servidoras a través de fuerzas regenerativas operando desde su interior, lo que permite entender que las organizaciones que deseen aplicar este modelo servidor, deben hacerlo reestructurando sus objetivos desde

dentro, “hacer felices a los nuestros, para poder hacer felices a otros” (Fournier, 2013).

Conclusiones

Podemos destacar que el propósito de una organización debe estar unido en pro de un liderazgo servidor, ello quiere decir que con el cumplimiento o logro de los objetivos no sólo se beneficia la organización, sino también sus públicos interesados, los cuales son clientes, empleados, proveedores y demás. Asimismo, cuando se tiene un propósito servidor en la organización, el entorno lo nota, lo que ayuda a que muchas personas conozcan la empresa y se familiaricen con su propósito. Las organizaciones que incluyen en sus objetivos la felicidad y el desarrollo de sus clientes y empleados, reciben más de lo que planeaban recibir y sin mucho esfuerzo.

Cuando el propósito logra ser convincente para todos, se trabaja con pasión y ahínco, apoyando los objetivos organizacionales, tratando de todas las maneras posibles de cumplir los objetivos organizacionales propuestos, orientando hacia los resultados que la organización desea, planteando no solo una visión momentánea, sino a futuro, lo que crea confianza para sus interesados y colaboradores.

Referencias

Greenleaf, R. K. (2009). *The institution as servant*. Westfield, IN, USA: Greenleaf Center for Servant Leadership.