

EL PROPÓSITO: LA MEJOR HOJA DE RUTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO DE LAS EMPRESAS

-4 CLAVES PARA DEFINIR LOS OBJETIVOS Y VALORES QUE VAN A MARCAR LAS ESTRATEGIAS DE UNA ORGANIZACIÓN A LO LARGO DE SU HISTORIA-

El [Club Excelencia en Gestión](#), asociación empresarial dedicada a mejorar la gestión y resultados de las organizaciones, lleva tiempo impulsando sus llamados [Management Talks](#), que buscan compartir e impulsar el conocimiento. Se trata de sesiones de co-creación en las que, desde un punto de vista multidisciplinar, diversas organizaciones comparten experiencias con el fin de aprender conjuntamente estrategias y formas de hacer en áreas que influyen notablemente en la gestión excelente de las organizaciones.

El último, celebrado de forma online, se ha dedicado a la construcción del propósito que debe tener cada organización, con Ibercaja como anfitrión y con la participación de voces expertas de algunos de los socios del Club Excelencia en Gestión. Todos ellos han compartido la idea de que tener un fin a lograr es la principal guía de una organización a lo largo del tiempo, y que siempre ha de estar unido a unos valores.

Ese propósito debe ser inspirador y atractivo, beneficioso para el ecosistema en el que se mueve la organización y compartido por todos sus grupos de interés. Aquellas organizaciones con un objetivo final correctamente definido obtienen mejores resultados y sobresalen en su entorno.

Gracias a la reflexión y el debate propiciado en este [Management Talks virtual](#), el Club Excelencia en Gestión ha elaborado un listado de conclusiones y recomendaciones que a continuación propone:

LAS 4 CLAVES PARA CONSTRUIR DE FORMA IDÓNEA UN PROPÓSITO PARA NUESTRA ORGANIZACIÓN

- 1) **Saber cuál es el propósito del propósito.** Para dar con esa idea inspiradora y motivadora que va a acompañar a nuestra organización a lo largo del tiempo, debemos pensar en cómo nos gustaría que fuese recordada: por lo que aportó, por sus logros, etc. Ha de ayudar a contextualizar acciones tácticas y operativas, estratégicas o de difusión de marca, y estar ligada en todo momento con la misión, la visión y los valores de nuestra empresa.

Ha de servir para crear cultura y mostrar a todos sus equipos, desde los directivos hasta los empleados base, el 'para qué' van a desarrollar su trabajo. Debe resumirse en una sola frase y estar siempre presente en los discursos habituales. Y, por supuesto, no ser sólo un enunciado, sino la motivación que mueva las bielas de la organización.

- 2) **No puede ser cortoplacista.** A pesar de los cambios que se puedan dar en el ecosistema de la empresa y del entorno VICA (volatilidad, incertidumbre, complejidad, ambigüedad) en el que tenga que lidiar, el propósito debe mantenerse en el tiempo. Incluso en situaciones tan complicadas como la que estamos viviendo en estos momentos. Lo que sí ha de ser flexible es la estrategia, que debe poderse cambiar en función de las circunstancias. Aunque siempre ha de estar diseñada alineada con ese objetivo global y acompañada de la visión y los valores de la organización.
- 3) **Un mensaje único y adaptable a cada grupo de interés.** Es importante dar con una idea que nos diferencie de otras organizaciones y que pueda aportar valor a cada uno de nuestros grupos de interés. El propósito ha de llegar a todos ellos e involucrarles. Para ello, se pueden establecer mecanismos de diálogo con cada uno desde una perspectiva de igualdad, huyendo de jerarquías y con un enfoque *win-win*.

Esto debe llevarse a cabo con especial interés entre las personas que forman parte de la empresa. Es decir, sus trabajadores, a los que hay que implicar en la definición del propósito e identificarles con él. En este sentido, es importante contar con mecanismos de medición con los que se pueda comprobar si la cultura de la organización está calando entre quienes la conforman.

- 4) **Sucumbir al impacto de la actualidad sólo en caso de reinvención.** Como ya se ha comentado anteriormente, situaciones como la que estamos viviendo en estos momentos no debería ser excusa para modificar el propósito. Sin embargo, si la empresa ha optado por reinventarse, sería interesante plantear un nuevo fin.

La vía de la refundación no ha de desdeñarse si se han producido cambios profundos relacionados con los grupos de interés. Y teniendo en cuenta la tremenda alteración que ha sufrido el ecosistema empresarial en las últimas semanas, no será extraño

encontrar casos de organizaciones que renazcan de sus cenizas con otro enfoque y, en consecuencia, con otro propósito.

Construir el propósito de la organización es una parte fundamental del [nuevo Modelo EFQM 2020](#), impulsado en España por el Club Excelencia en Gestión, que está vigente desde principios de año. El Modelo EFQM es una herramienta eficaz para afrontar el cambio y la transformación necesarias para la sostenibilidad de cualquier organización a lo largo del tiempo, buscando un equilibrio entre la mejora de su funcionamiento en el presente y su preparación para el futuro.

Para acceder a la información de este Management Talks, pincha en el siguiente enlace: <http://www.agoraceg.org/banco-conocimiento/documentos-management-talks-online-la-construccion-del-proposito-en-las-organizac>

Contacto de prensa Club Excelencia en Gestión

Gema Lloret 630 78 95 45 gema@alivecomunicacion.com

Gema López 606 17 89 71 comunicacion@alivecomunicacion.com

Susana Fábregas

sfabregas@clubexcelencia.org

913836218

Sobre el Club Excelencia en Gestión

El [Club Excelencia en Gestión](#), asociación empresarial dedicada a mejorar la gestión y los resultados corporativos, tiene por objetivo contribuir a la transformación de las organizaciones a través de una **gestión excelente, innovadora y sostenible**, para convertir a sus socios en referentes de sus sectores, mostrar su compromiso con la sociedad, reforzar su visibilidad y reconocimiento, e impulsar su competitividad en un entorno VUCA. Bajo el lema “Compartiendo y mejorando juntos” impulsa proyectos de Benchmarking y de co-creación, incorporando todo el conocimiento generado en la plataforma **ÁGORA CEG**, entre otras iniciativas.

Fundado en España en 1991, el Club Excelencia en Gestión está integrado por más de 245 socios de los más diversos sectores y tamaños que en la actualidad representan el 20% del PIB. Asimismo, más del 50% de empresas del IBEX35 han contribuido al Club que, además, es el **representante oficial de la EFQM para España**, siendo la única organización en el territorio nacional con licencia para ofrecer productos y servicios relacionados con el **Modelo EFQM**, destacando el Sello de Excelencia EFQM.

“Mejores organizaciones, hacen una sociedad mejor”

Para más información: www.clubexcelencia.org y www.agoraceg.org

Síguenos:

