

POTENCIANDO SERES

# EMPRESAS

---

# CON PROPÓSITO

[www.potenciandoseres.com](http://www.potenciandoseres.com)

## BREVE INTRODUCCIÓN

Existe una tendencia irreversible en estos tiempos de concebir, lo que se llama una vida con propósito, concepto que permea cada día más en las organizaciones. En este sentido, lo ideal es que las empresas se esmeren por no únicamente parecer si no ser: ***Empresas con propósito.***

A lo largo de mi trayectoria profesional, he tenido la dicha de conocer diferentes tipos de empresas y sin duda cada una tiene características que las hacen únicas y desde mi entendimiento, es porque el alma de las empresas, las conforman los seres humanos que habitan en ellas.

No basta empapelar las paredes con la visión, misión y valores de la organización, si estos no se viven de manera genuina y si estos no son congruentes en nuestro desempeño con colaboradores, clientes, competencia, sociedad, procesos, políticas y sobre todo liderazgo.

Creer realmente dentro de una organización implica muchos factores que deben activarse, pero hacer crecer a una empresa desde su raíz, atándola a un propósito sentido y vivido es lo más retador. Al final, ese valor diferencial único, que muchas veces no es cuantificable pero se percibe en el aire, es lo que permitirá ser la elección para cualquiera de los actores, a quienes les correspondan entrar en ese mundo.

### *Reflexionemos*

¿Estamos en la empresa que queremos estar?  
¿Cuál ha sido la máxima contribución a la organización?  
¿Entiendo, siento y comprendo el propósito de esta empresa?  
Y sobre todo,  
¿En qué medida mi propósito personal, encaja con el propósito organizacional?  
Te invito a hacer el ejercicio.



**El propósito de una empresa** tiene que ver con el eje estratégico que te permite activar la motivación base para tomar decisiones cada día. Es aquello que te inspira y te hace formar parte de un todo más grande, que sin duda busca causar un impacto donde la transcendencia sea el norte.

Ese propósito debe ser genuino y congruente para que genere credibilidad. Todo lo que no se sienta auténtico, tiene un destino único: se cae por su propio peso. Con esto no estoy indicando que no deben desarrollarse factores como el comercial, la marca empleador, la proyección del crecimiento, la responsabilidad social empresarial, las competencias organizacionales y gerenciales, entre otros. El punto álgido aquí, es que sin ese propósito definido, claro y compartido todo lo demás se desarrolla a medias.

***Uno de los tantos ejemplos en este tema, lo representa Nokia y Apple.***

Hace años atrás, **NOKIA** desarrolló una campaña denominada: Connecting People (Conectando gente), que se convirtió en una frase hueca y sin sentido, la estrategia nunca estuvo atada al propósito, por lo que simplemente era un slogan publicitario, que no logró su objetivo fundamental que era conectar gente.

Por otro lado,  lanza Iphone donde logra atrapar al consumidor, con un producto que desde un objetivo superior conecta a la marca con la gente de manera fácil, amigable y con grandes valores diferenciadores en atención y trato al cliente, el resultado aún lo vivimos hoy.

Cada día menos los clientes compran solo productos, la gente va en busca de empresas que compartan y vivan sus valores, porque en el fondo el sentimiento es poder aportar y contribuir en otros y para otros.



## LA GENERACIÓN Y

se caracteriza por buscar este tipo de empresas, no solo para consumir, sino para formar parte de un ecosistema organizacional, donde realmente sientan que contribuye al logro de un objetivo superior. La pregunta que esta generación, hace a estas organizaciones es: ¿qué tienes para mí? y ¿en qué medida tus valores se unen a los míos para potenciarnos?



Un factor clave en este tipo de empresas es el **liderazgo**, un liderazgo comprometido que logra generar fidelidad en clientes y colaboradores. La capacidad de influir, de servir, de hacer brillar a otros y de generar valor diferencial en todo lo que se hace es piedra angular para las empresas con propósito. Por eso, es que el proceso de elegir quien formará parte del equipo, cada día se vuelve más exigente y retador.

No es suficiente un p nsum académico, cinco idiomas y muchos estudios complementarios, el estilo de personalidad, las competencias blandas y la actitud, marcan la diferencia para lograr el éxito en una empresa con propósito.

**La filosofía de trabajo en una empresa con propósitos facilita la toma de decisiones**, es capaz de incorporarse de manera natural a ciclos de innovación recurrentes y potencia lo mejor de cada ser humano que forma parte de la organización. El antil der es desechado de las empresas con propósito.

**Te comparto algunas características de este antil der, por si te es útil pasar un scanner en tu organización y tomar decisiones, para fortalecer el propósito real de tu empresa.**

## CARÁCTERÍSTICAS DE UN ANTI LÍDER

- Se siente superior a otros, por esa razón los humilla y desmerece.
- Su foco es en lo negativo, o lo que no se logró. Incapaces de fomentar una cultura de reconocimiento.
- Se atribuyen el éxito de otros.
- Se empeñan en tener el control de todo.
- Su trato hacia otros, se caracteriza por la soberbia y agresividad, ya que es su mecanismo de defensa.
- Constantemente abusa de su poder.



Cada día más se demuestra que el desarrollo de las habilidades blandas es más importante para el éxito de cualquier organización que las habilidades duras. Sin establecer una verdadera relación con la gente y con los equipos, es cuesta arriba marcar una diferenciación, generar valor y construir en positivo.

**Comparto con ustedes, algunas marcas exitosas que han entendido e internalizado en su ADN que una empresa con propósito es mucho más que una empresa que genera dinero.**

- **Disney:** “Crear felicidad”.
- **Samsung:** “Dedicar nuestro talento y tecnología a crear productos y servicios que contribuyan a una mejor sociedad”.
- **Google:** “Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil”.
- **Facebook:** “Dar a las personas el poder de compartir y hacer el mundo más abierto y conectado”.
- **Starbucks:** “Inspirar y nutrir el espíritu humano: una persona, una taza y una comunidad a la vez”.
- **Nike:** “Llevar inspiración e innovación a cada atleta en el mundo. Si tienes un cuerpo, eres un atleta”.



El propósito si bien pareciera un concepto etéreo, **es aquello que te inspira a cada día levantarte e ir a colocar tu granito de arena**, para construir ese castillo organizacional.

Una empresa con propósito maneja un código de ética donde el fin último sea el bienestar a pesar de que eso no siempre sea lo que más rentabilidad genere, por ejemplo:

**Andrés White**, académico y experto en innovación en un artículo desarrollado para Harvard Business Review, menciona la historia de una empresa de alimentos azucarados, donde su **CEO** plantea lo siguiente: “podríamos vender esos negocios, pero le daríamos el problema a alguien más. Podríamos cerrarlos, pero el mercado no se iría a ningún lado y otra empresa llenaría la demanda. La única reacción responsable es ayudar a que el gusto de los consumidores evolucione más allá del consumo excesivo de productos dañinos. Es nuestra responsabilidad ética y tomará tiempo.”



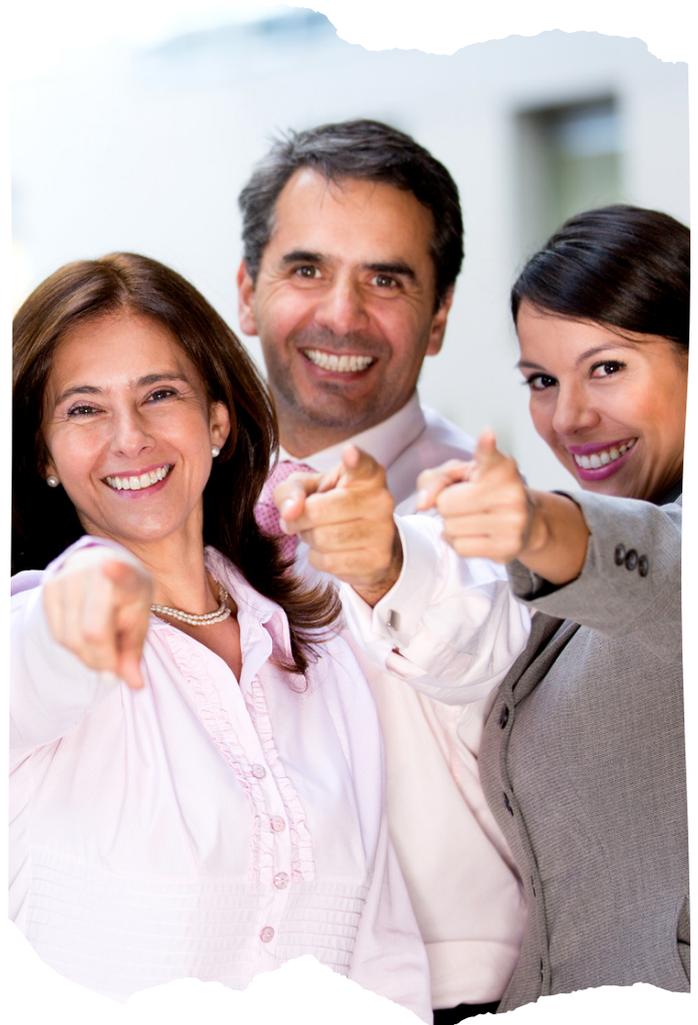
El buscar la trascendencia es fundamental para la solidificación de una empresa con propósito y eso la mayoría de las veces implica una dosis de valentía, que no siempre se está dispuesto a asumir. Implica también la capacidad instaurada de crear cada día más espacios de innovación para la generación de productos y servicios diferentes, donde el norte sea dejar huellas, apoyar a otros y generar crecimiento sostenido.

Por otro lado, está demostrado que **las empresas con propósito generan contratos emocionales más fuertes y conexiones humanas más genuinas y duraderas** (estudio de propósito Cone/Porter Novelli 2018.) Demuestra el estudio una vez más, que es imperante liderar con propósito y desde allí se ven grandes beneficios para colaboradores y clientes. El precio y el producto pasan a tener básicamente el mismo peso que el propósito organizacional a la hora de tomar decisiones por parte de candidatos, colaboradores y clientes. Un fenómeno adicional, es que los clientes se sienten complacidos de compartir las historias de éxito de las empresas con propósito en sus redes sociales, potenciando sin duda el marketing digital de cualquier empresa.

Muchas veces la alta gerencia elude el trabajar o cuestionar el propósito de sus empresas, dado que esto implicaría desafiar lo aprendido en las universidades o academias de negocios. Sin duda, se requiere ser valiente para aceptar, confrontar, cambiar y lograr trascender.

**Los líderes** de **DTE Energy**, se dedicaron a diseñar una **empresa con propósito**, esto trajo como consecuencia, que la empresa recibiera un premio **Gallup Great Workplace** por cinco años consecutivos, triplicándose el precio de las acciones desde finales de 2008 hasta finales de 2017.

Comparto de manera resumida, los 8 pasos que ellos mencionan como determinantes para construir una empresa con propósito:



# 8 PASOS

## PARA CONSTRUIR UNA EMPRESA CON PROPÓSITO

- **Visualizar una fuerza laboral inspirada:** capacitar e inspirar son las claves.
- **Descubrir el propósito:** a través de la empatía, del legado, de las necesidades existente y como se contribuye a cerrar esas brechas. Implica hacer preguntas irreverentes, provocativas y reflexionar.
- **Autenticidad:** congruencia en el hablar, sentir y actuar.
- **Convertir el mensaje auténtico en un mensaje constante:** el propósito debe ser consistente, incorporarse en todos los ámbitos organizacionales, ser capaz de acomodarse a la conciencia colectiva, para que se produzcan resultados superiores.
- **Estimular el aprendizaje individual:** Los líderes inspiran a otros a adquirir nuevos conocimientos y habilidades que fortalezcan su desempeño dentro de la organización. Los colaboradores deben empoderarse de su crecimiento y de esta manera impactar el propósito de sus empresas. Los colaboradores requieren que se les rete y quieren pensar, aprender y crecer.
- **Convertir a los gerentes de nivel medio en líderes impulsados por el propósito:** empoderar para comprometer y avanzar.
- **Conectar a las personas con el propósito:** los líderes deben ayudar a lograr la conexión entre tareas y funciones cotidianas con el propósito organizacional, para generar una cultura robustecida en su legado.
- **Liderar los energizantes positivos:** Identificar talentos que sirvan para impregnar a los otros de la importancia de una empresa con propósito. Muchas veces son personas que pasan desapercibidas y que sin embargo, por sus características de madurez, capacidad para tomar riesgos, experiencia e impulso son capaces de movilizar la cultura organizacional.





*La gente que nos rodea es fundamental para propiciar una empresa con propósito o para morir en el intento, la gente es la clave de todo el circuito empresarial. Los líderes son el puente para ayudar a entender la diferencia entre tener un propósito y no tenerlo.*

Los esfuerzos de aprendizaje, acompañamiento y cuestionamiento constante son básicos para el desarrollo de una empresa que pretenda dejar un legado, más allá de su rentabilidad.

**HOY EN DÍA VIVIR SIN UN PROPÓSITO  
ORGANIZACIONAL, NO ES OPCIONAL.**

**¿ESTAMOS LISTOS?**



POTENCIANDO SERES

Nuestro enfoque  
**«Potenciar seres de  
manera ilimitada»**

Contribuir a generar historias de éxito potenciando y ayudando al individuo en el desarrollo integral de sus habilidades y cumplimiento de objetivos.

**CONSULTORES EN GESTIÓN HUMANA**

Potenciamos y transformamos tu cultura organizacional

**¡CONTÁCTANOS!**

✉️ [potenciandoseres.fb@gmail.com](mailto:potenciandoseres.fb@gmail.com)     [@potenciandoseres](https://www.linkedin.com/company/potenciandoseres)  
 Potenciando Seres    ✉️ [potenciandoseres.ps@gmail.com](mailto:potenciandoseres.ps@gmail.com)

[www.potenciandoseres.com](http://www.potenciandoseres.com)