

NUEVA ÉPOCA 7DÍAS.
Cada domingo con **La Gaceta**.



Ofrecemos

Miércoles, 22 de Diciembre de 2010

foromarketing.com

Punto de encuentro de los profesionales de marketing y ventas...

Suscríbete al boletín

Humanizar las relaciones entre los stakeholders

Vivir tiempos turbulentos, ya sea por razones económicas, políticas, sociales, o por una combinación de todas ellas, nos sitúa ante una encrucijada en la que aquellos con visión y principios claros serán quienes ejerzan un liderazgo que marque diferencias, un liderazgo capaz de superar los obstáculos de forma responsable, en beneficio de un propósito mayor compartido por todos.

Los líderes son personas capaces de inspirar a los demás mostrando el camino a seguir y formando un equipo. En este sentido, la idea de Comunidad y de su capacidad para crear vínculos sólidos y duraderos, está atrayendo la atención de las organizaciones empresariales. La Comunidad se define como la materialización del propósito reiterado de compartir un vínculo a largo plazo por parte de un grupo de seres humanos.

Sentirse parte de una comunidad, implica sentirse bien tratado, porque lejos de maximizar la posición de cada uno de los stakeholders que la forman, ya sean en su rol de clientes, accionistas, empleados, proveedores o de otros grupos de interés, lo que se hace es optimizarla, en beneficio de una relación sostenible para cada una de las partes a largo plazo.

En esta relación, es superado el binomio material de la relación, higiénico y necesario, en tanto que el producto o servicio tiene un precio, la inversión retorna un beneficio, trabajo es retribuido por un salario o la materia prima por un precio, para trascender del tangible y pasar a construir una relación a largo plazo basada en el intangible que aporta compartir valores, creencias y actitudes y que va a ser lo que de el verdadero sentido a la relación.

El objetivo del Programa "Building Communities" (BC) es lograr que las organizaciones se reconozcan a sí mismas como una Comunidad que debe pasar de un mero estado potencial a un estado consciente. Las organizaciones empresariales pueden crear una Comunidad con todas las personas con las que se relacionan para consolidar vínculos a largo plazo y generar de esta manera ventajas competitivas reales. Ventajas que son resultado de que, no sólo en el corto plazo sino también en el largo, las personas clientes quieran adquirir sus productos y servicios, las personas empleadas aportar todo su talento, las personas proveedoras mejoras constantes y las personas accionistas mantener estable la propiedad.

Crear una Comunidad Consciente requiere de una organización con una actitud valiente e innovadora. "Building Communities" aporta a las organizaciones empresariales los elementos clave para el desarrollo y sostenibilidad de las relaciones entre los grupos humanos que forman parte de una organización. Estas claves son comunes a todos los grupos humanos, y nos sirven para entender porqué tienen éxito. Para aplicar estas claves en el entorno empresarial, las organizaciones deben colocar al ser humano en el centro del desarrollo y dinamización de la organización.

Francisco Giménez Plano, consejero delegado de Augere.
Marià Moreno, socio gerente de Integral.