AGOSTO 2021

PRESENTACIÓN DE ESTUDIO Y CONVERSATORIO

La irrupción del PROPÓSITO

¿viaje o destino?

Con la participación de:

alma brands

Sistema B

Agradecimientos especiales a:

FASES Broker Intelligence

Fotografía por Luis Gavilán

almabrands

¿A qué
contexto
nos enfrentamos?

Esperanza

&

Indignación

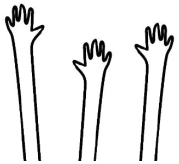
Indignación

CONCIENCIA DE LOS DESAFÍOS URGENTES QUE TIENE LA HUMANIDAD

CAMBIO CLIMÁTICO

TRATO IGUALITARIO

RELEVANCIA DE LOS TRABAJADORES



DESIGUALDAD SOCIAL

SALUD MENTAL

SIN ABUSOS

Esperanza

CREENCIA PROFUNDA DE QUE PODEMOS VIVIR EN UN MUNDO MEJOR

Nuevas exigencias y expectativas de rol para las empresas dentro de la sociedad

- SALVAR EL FUTURO
- ROL SOCIAL
- PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Se espera que sean parte de la solución

UN EJEMPLO DE ESTE CONTEXTO

es la Convención Constituyente

ASÍ, TOMAN *fuerza* CONCEPTOS COMO...

Propósito

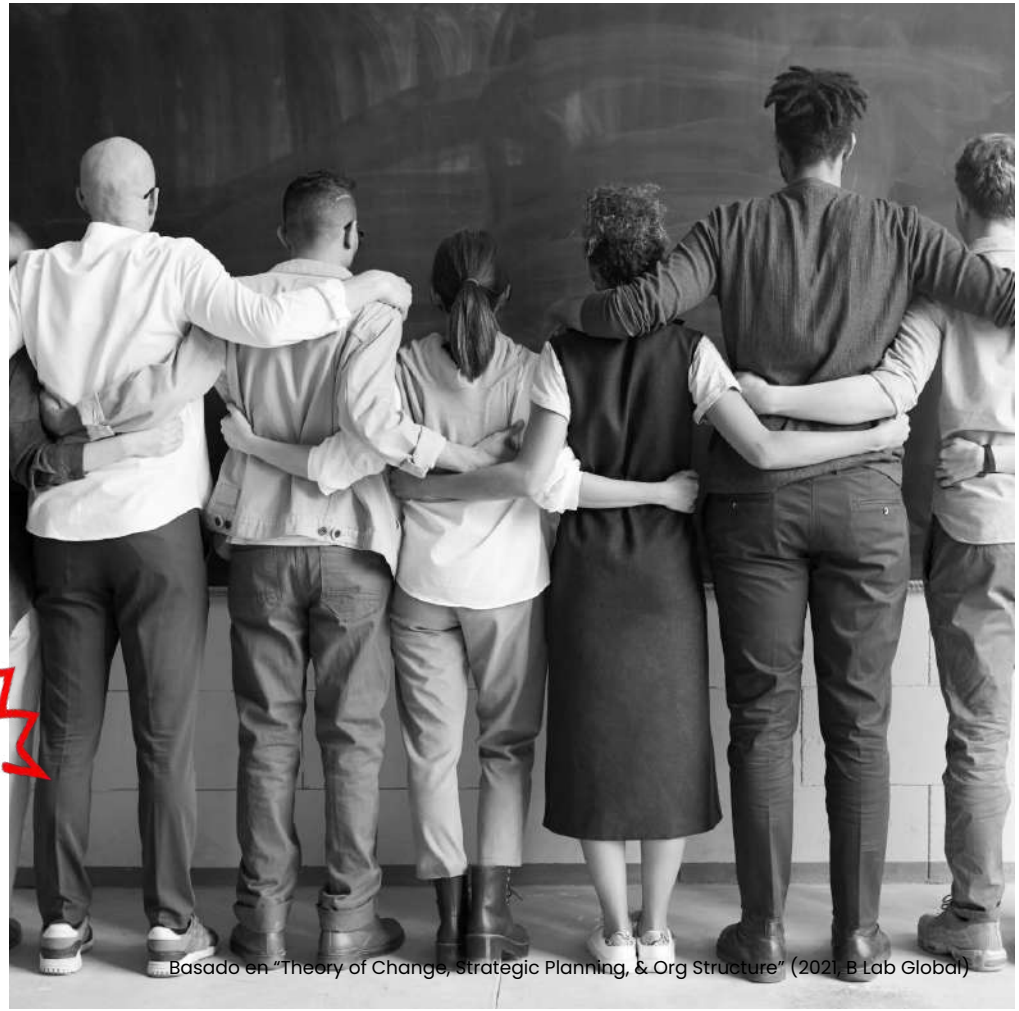
*"Una empresa con **propósito** es aquella que está comprometida no sólo con tener buenos resultados en su negocio, sino además con generar un **impacto positivo** en el mundo y la sociedad."*

Triple IMPACTO

*"La propuesta de Sistema B apunta a una economía que pueda crear valor integral para el mundo y la Tierra, promoviendo formas de organización económica que puedan ser medidas desde el bienestar de las personas, las sociedades y la Tierra, de forma simultánea y con **consideraciones** de corto y largo plazo."*

Hoy, el terreno está más fértil que nunca para el cambio

estamos en un momento de **transformación**



Basado en "Theory of Change, Strategic Planning, & Org Structure" (2021, B Lab Global)

¿Cómo están viendo el

Propósito

las empresas?

¿qué

hicimos?

ESTUDIO CUANTITATIVO

153 encuestas

a PYMES y grandes empresas

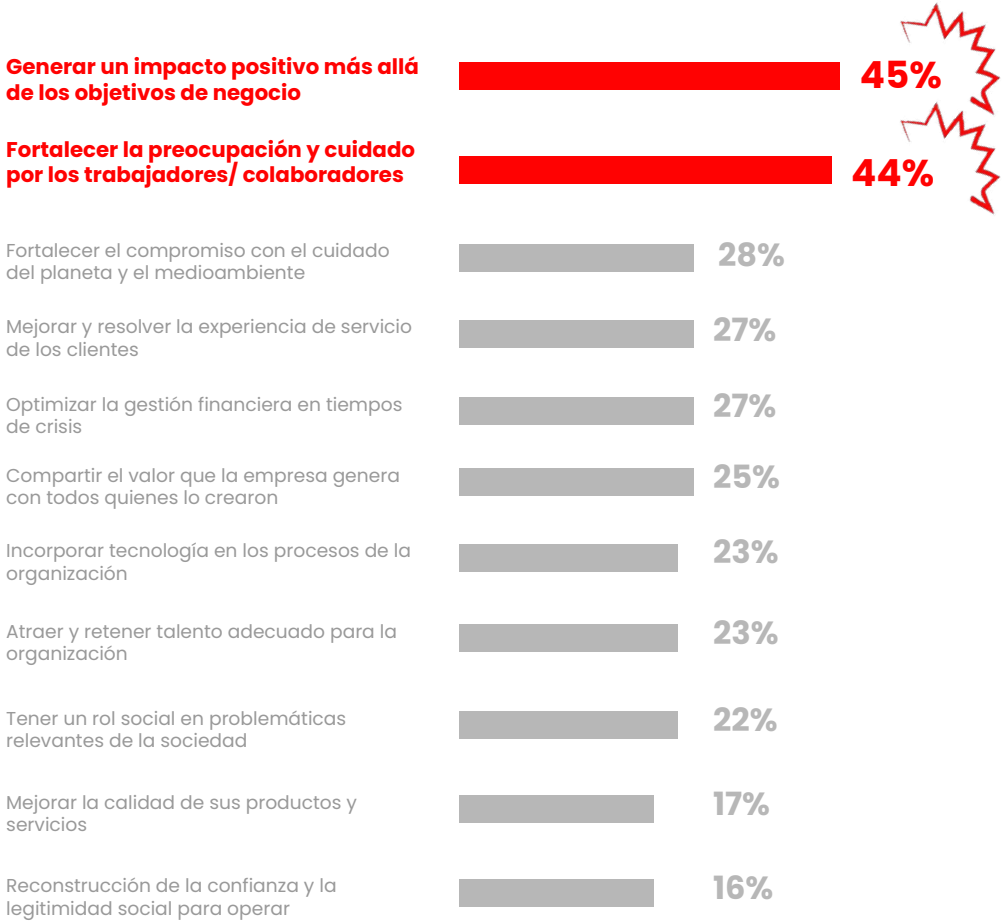
ESTUDIO CUALITATIVO

20 entrevistas

a Empresas
Certificadas B y no certificadas

Las empresas reconocen ampliamente que los desafíos a los que se enfrentan hoy, más que nunca están conectados con ser un *aporte a la sociedad* desde diferentes ámbitos

Según su percepción, ¿Cuáles son los desafíos más relevantes a los que se enfrentan hoy las empresas?



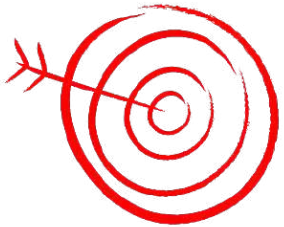
N: 153

De las siguientes temáticas, ¿En cuáles consideras que las empresas debieran participar e involucrarse activamente?

N: 153

Un alto porcentaje de empresas reconoce

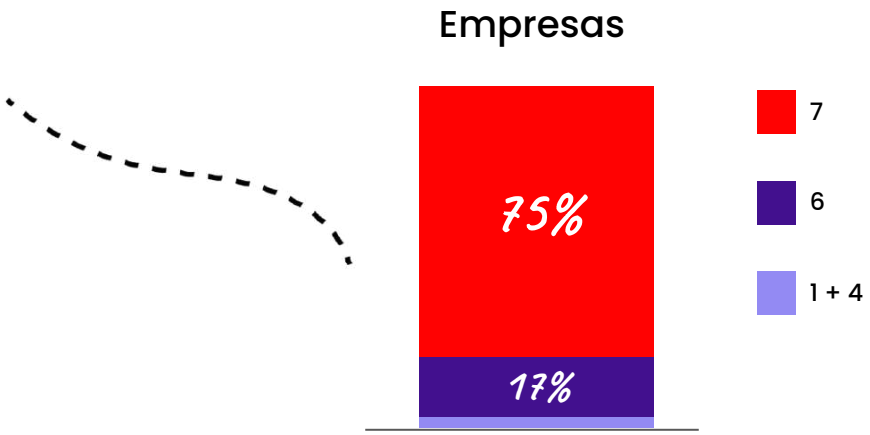
la importancia de definir un Propósito



Entre las empresas que participaron del estudio, 9 de cada 10 reconoce que la definición de un Propósito es importante

"Una empresa con propósito es aquella que está comprometida no sólo con tener buenos resultados en su negocio, sino además con generar un impacto positivo en el mundo y la sociedad."

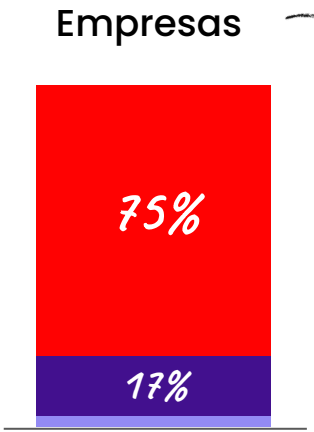
***P**: Desde esta definición y en una escala de 1 a 7, donde 1 es "no es nada importante" y 7 "es muy importante", ¿cuán importante es para su empresa tener un propósito definido en la organización?*



N: 153

De todos modos, existen diferencias relevantes en la percepción sobre la importancia del Propósito entre empresas B y empresas tradicionales

P: *Desde esta definición y en una escala de 1 a 7, donde 1 es "no es nada importante" y 7 "es muy importante", ¿cuán importante es para su empresa tener un propósito definido en la organización?*



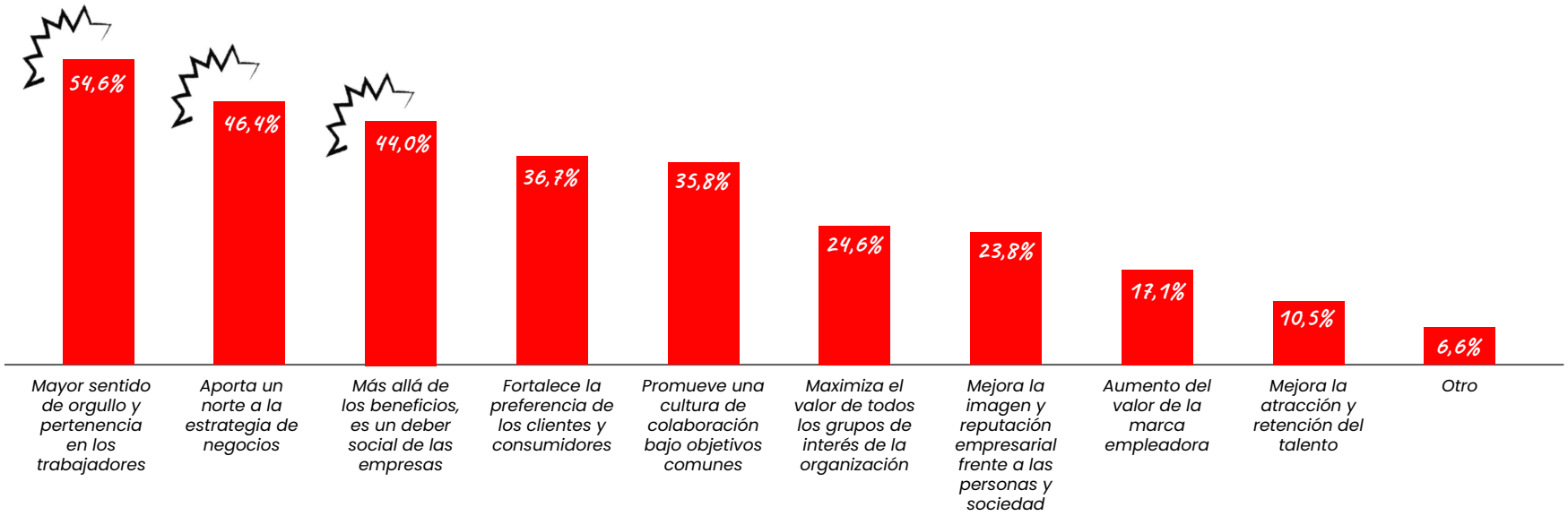
Empresas B	Empresas tradicionales
93%	64%
2%	26%
0%	-3%

N: 153

Dada la relevancia de Propósito

¿cuáles son los beneficios que aporta?

Los principales beneficios identificados en el desarrollo de un Propósito conectan ejes centrales para las empresas hoy: sus trabajadores, el negocio y su involucramiento a nivel social

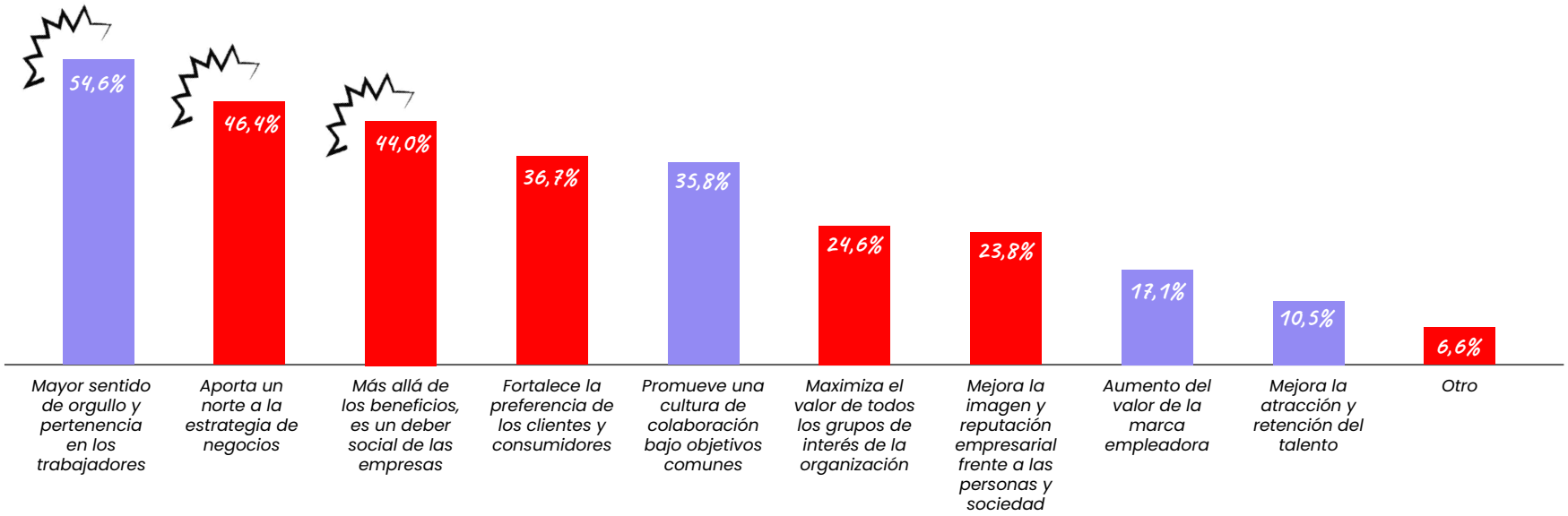


almabrands

P: *¿Cuáles diría Ud. son los beneficios para una organización de tener un propósito? Marque los 3 más importantes en orden de importancia*

N: 153

Los principales beneficios identificados en el desarrollo de un Propósito conectan ejes centrales para las empresas hoy: sus trabajadores, el negocio y su involucramiento a nivel social



almabrands

P: *¿Cuáles diría Ud. son los beneficios para una organización de tener un propósito? Marque los 3 más importantes en orden de importancia*

N: 153

El foco en el Propósito es un ejercicio reflexivo y de acción que exige poner

el mundo interno al centro

Junto a los consumidores, un público objetivo clave para el desarrollo del Propósito consiste en el Mundo Interno...

P: *De los siguientes stakeholders (públicos objetivos), ¿a quiénes considera el propósito que tienen definido?*

STAKEHOLDERS CONSIDERADOS EN EL PROPÓSITO:

A las personas/ consumidores/ clientes	52%
Al mundo interno/ nuestros trabajadores/ colaboradores	**50%**
A la comunidad en la que nos insertamos	28%
A todos los stakeholders (público objetivo) anteriores	27%
A nuestros accionistas	27%
A la sociedad en su conjunto	23%
A nuestros proveedores	22%
Al planeta y su cuidado/ preservación	15%
Total	140

N: 140

El Mundo Interno, además, aparece como uno de los principales garantes del Propósito, luego de la Gerencia General

***P**: Pensando en la implementación y alineamiento en torno al propósito que tienen definido, ¿quiénes son los garantes del propósito en la organización?*

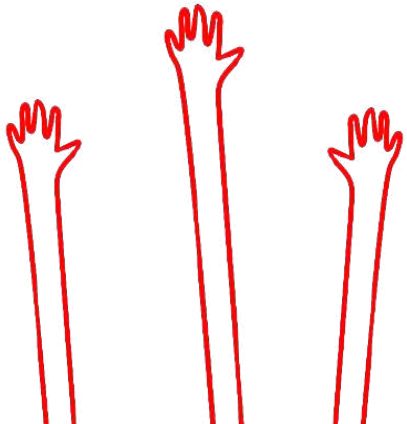
STAKEHOLDERS GARANTES DEL PROPÓSITO:

La Gerencia General	76%
Nuestros trabajadores / colaboradores	**64%**
El equipo que depende directamente de la Gerencia Gral.	49%
La Gerencia de Comunicaciones y/o Asuntos Corporativos	34%
La Gerencia de RRHH / Personas	30%
La Gerencia de Marketing	26%
La Gerencia de Sostenibilidad o similar	23%
Otra gerencia /Área especificar:	13%
Total	140

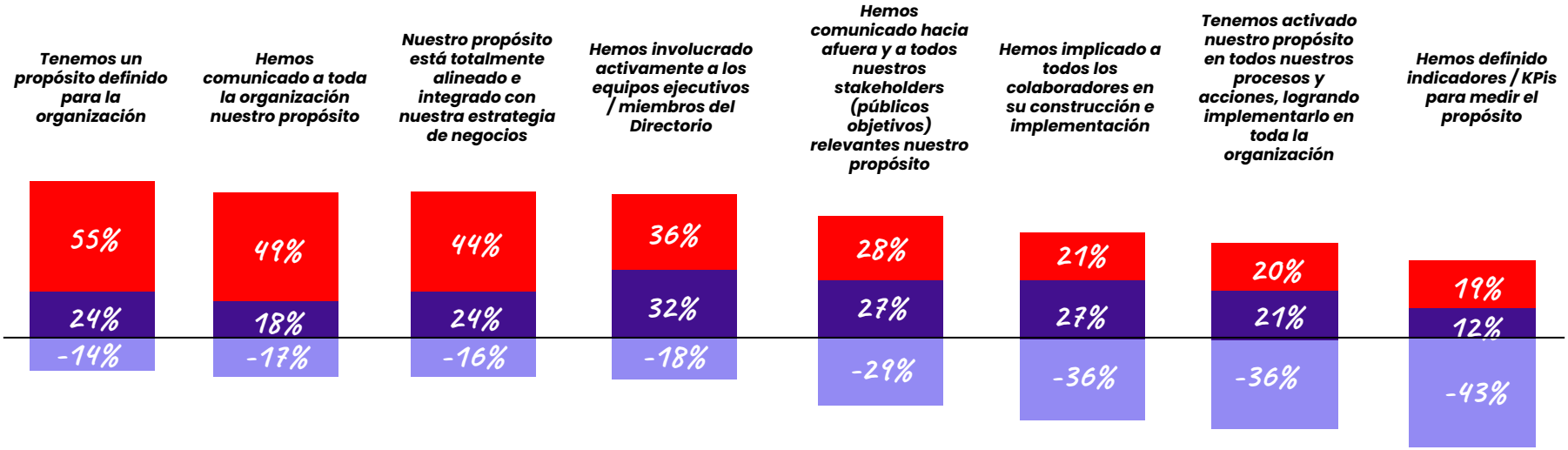
N: 140

Si bien la mayoría de las empresas declara contar con una definición de Propósito

aún existen brechas en el viaje para construirlo



/ ¿cómo están viendo el propósito las empresas? /



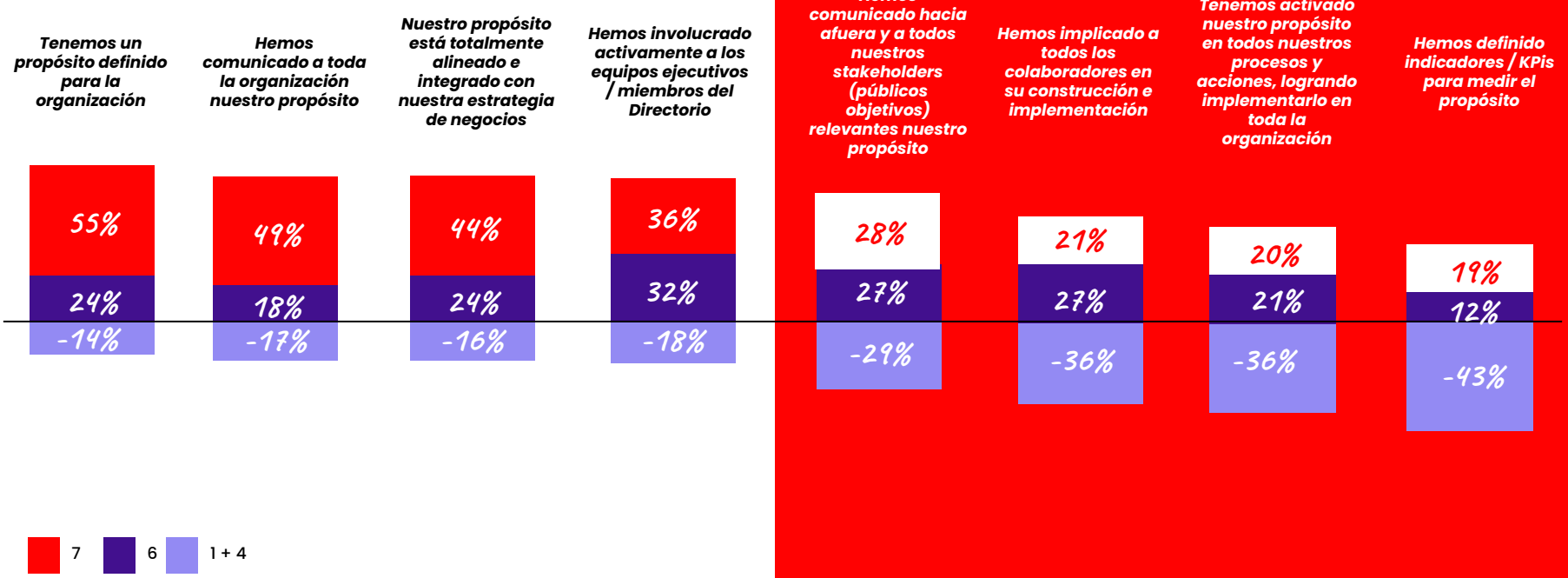
***P*:** *De las siguientes acciones en torno al propósito, entendiendo que una empresa con propósito es "aquella que está comprometida no sólo con tener buenos resultados en su negocio, sino además con generar un impacto positivo en el mundo y la sociedad", y en una escala de 1 a 7, donde 1 es "no hemos avanzado nada" y 7 es "está totalmente implementado y activado", ¿en qué nivel están en…?*

almabrands

N: 153

Construcción y definición

Activación e implementación



N: 153

Las Empresas B muestran claras ventajas *en el camino recorrido*

Economía

B Corp se consolida como el estándar global más prestigioso que reconoce a las empresas con propósito

"Para las Empresas B, el propósito es el núcleo de sus negocios"

NEGOCIOS 31 Mayo 2021

Pedro Tarak, co-fundador del Sistema B, se refirió a la "nueva genética empresarial" que tienen las organizaciones que reciben su certificación, ya que "promueven la redefinición de éxito" para las compañías.

Tenemos un **propósito definido** en la organización

97% | 68%

Hemos **comunicado** a toda la organización el propósito

84% | 57%

Nuestro propósito está totalmente alineado con **la estrategia de negocios**

82% | 60%

empresas B

Empresas tradicionales

Tenemos un **propósito definido** en la organización

97% | 68%

Hemos **comunicado** a toda la organización el propósito

84% | 57%

Nuestro propósito está totalmente alineado con **la estrategia de negocios**

82% | 60%

empresas B

Empresas tradicionales

Tenemos un **propósito definido** en la organización

97% | 68%

Hemos **comunicado** a toda la organización el propósito

84% | 57%

Nuestro propósito está totalmente alineado con **la estrategia de negocios**

82% | 60%

empresas B

Empresas tradicionales

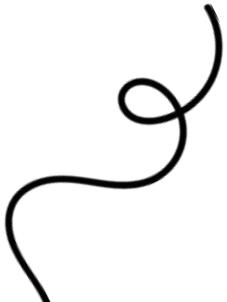
“Hay una preocupación que va más allá de lo filantrópico y de la caridad, hay una mirada de la gestión social, que además es una mirada super cuidada, estamos preocupados de conocer a nuestras comunidades, y no solamente los queremos conocer desde la mirada socioterritorial, también queremos conocer sus habilidades socioemocionales y cuales son sus fortalezas para trabajar desde ahí.”

F: *Levantamiento cualitativo Empresas B*

“Lo que más se ha visibilizado, es lo de **EMPRESAS CON PROPÓSITO,** los cabros más jóvenes hablan de que quieren trabajar con nosotros, porque somos una empresa con propósito”

F: *Levantamiento cualitativo Empresas B*

“Esto te logra estructurar con un foco
donde primero son los trabajadores, luego la comunidad, luego los clientes, etc.”



F: *Levantamiento cualitativo Empresas B*

“Es un desde, un cómo debieran ser las empresas, nosotros somos la generación de emprendedores o empresarios que están empezando a ver esta manera, pero en diez años todo lo vamos a hacer así…”

F: *Levantamiento cualitativo Empresas B*

A partir de estos resultados, ¿cuáles son los

desafíos

a los que se enfrentan las empresas?

1.

La definición propósito es una dirección,

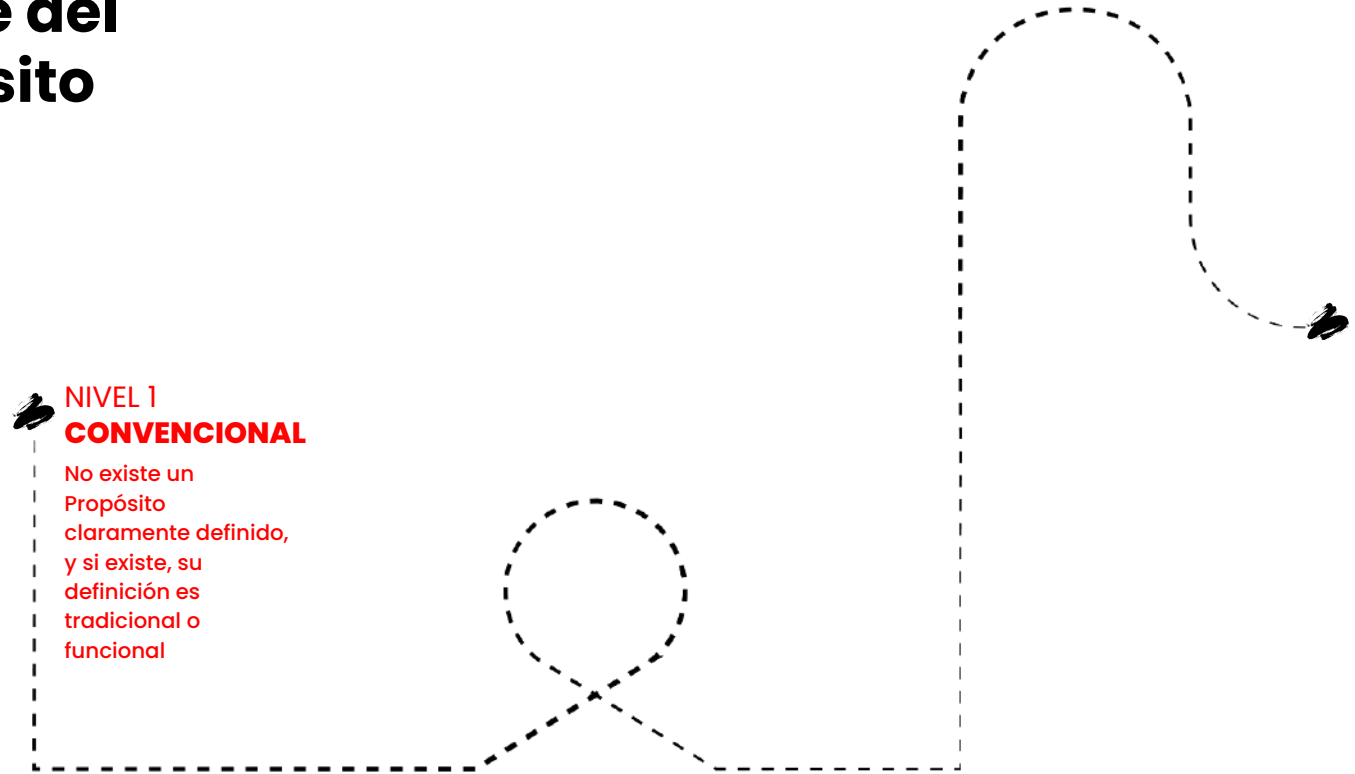
establece un camino para el viaje

2.

El propósito es un viaje de largo plazo que implica

un alto involucramiento de toda la organización

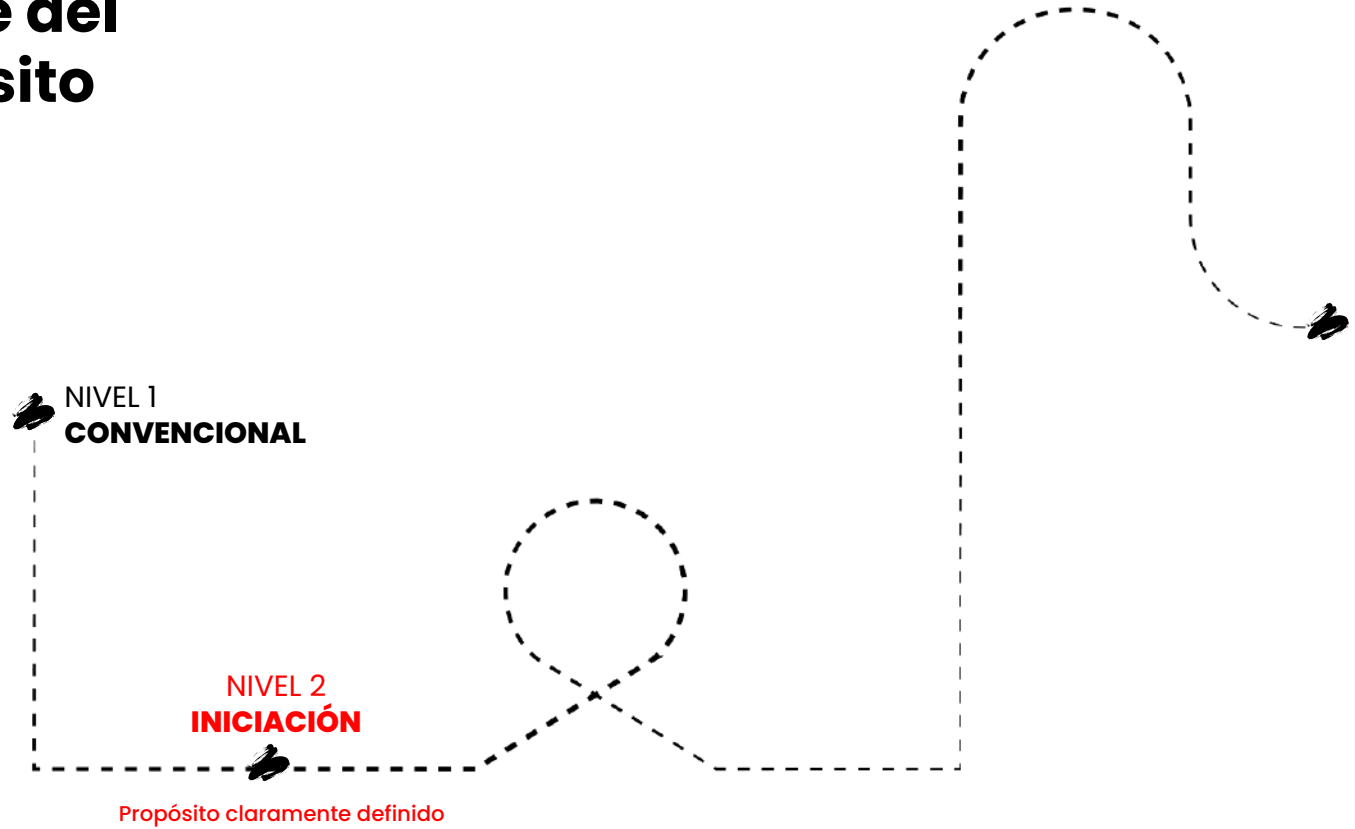
El viaje del propósito



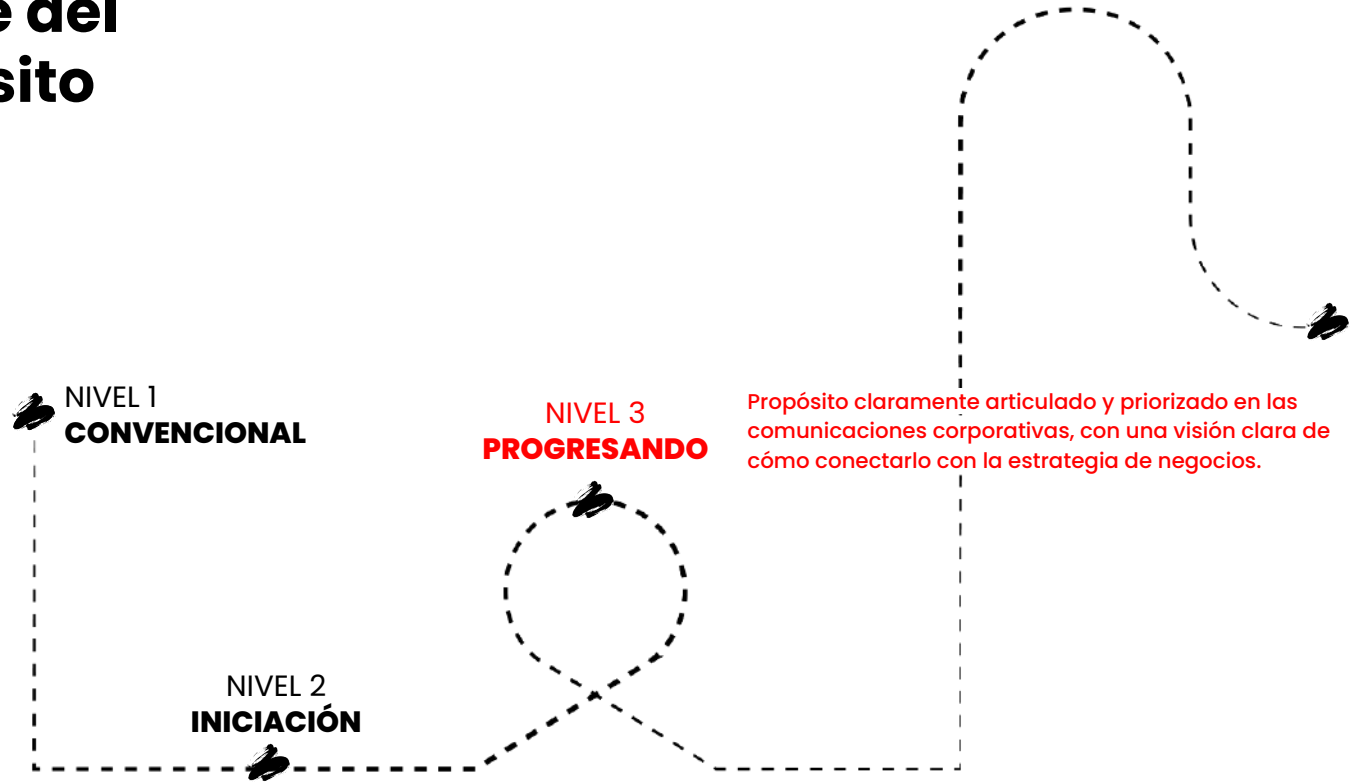
NIVEL 1
CONVENCIONAL

No existe un Propósito claramente definido, y si existe, su definición es tradicional o funcional

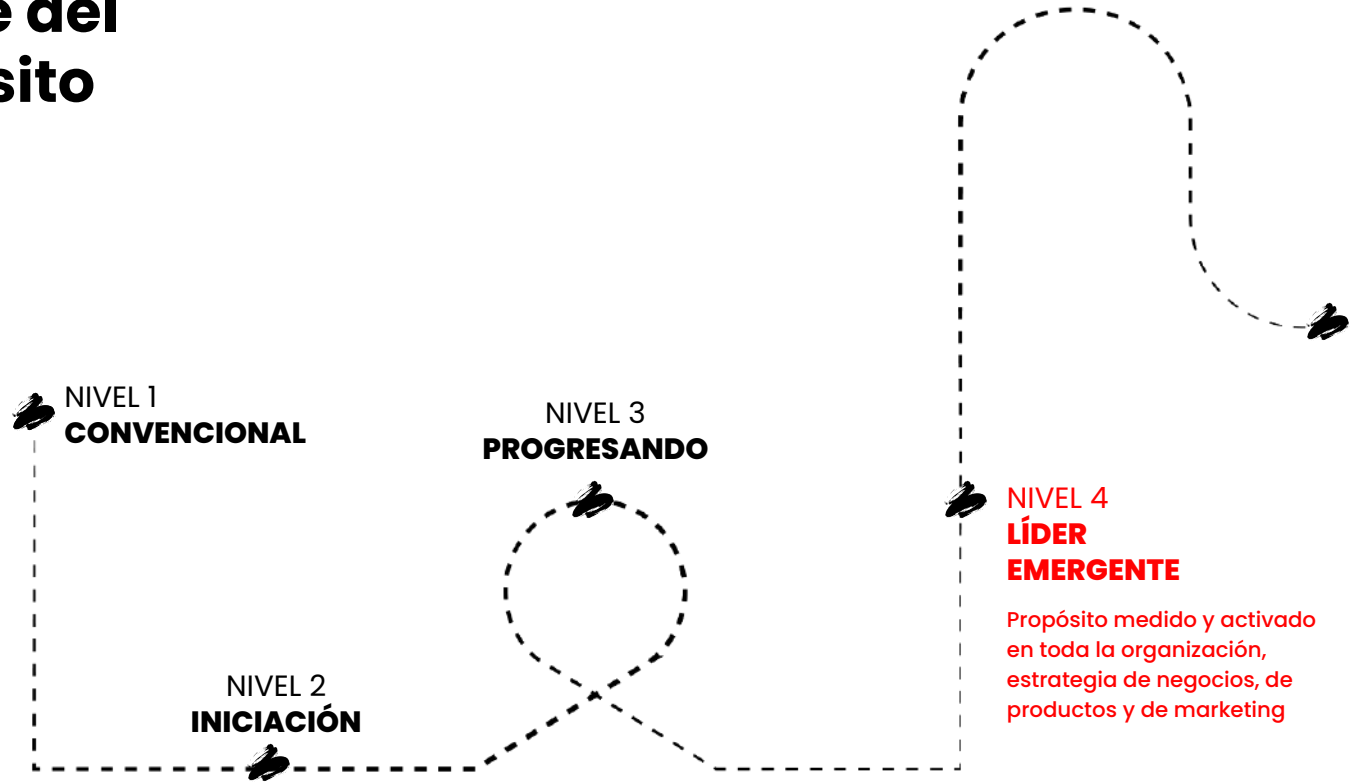
El viaje del propósito



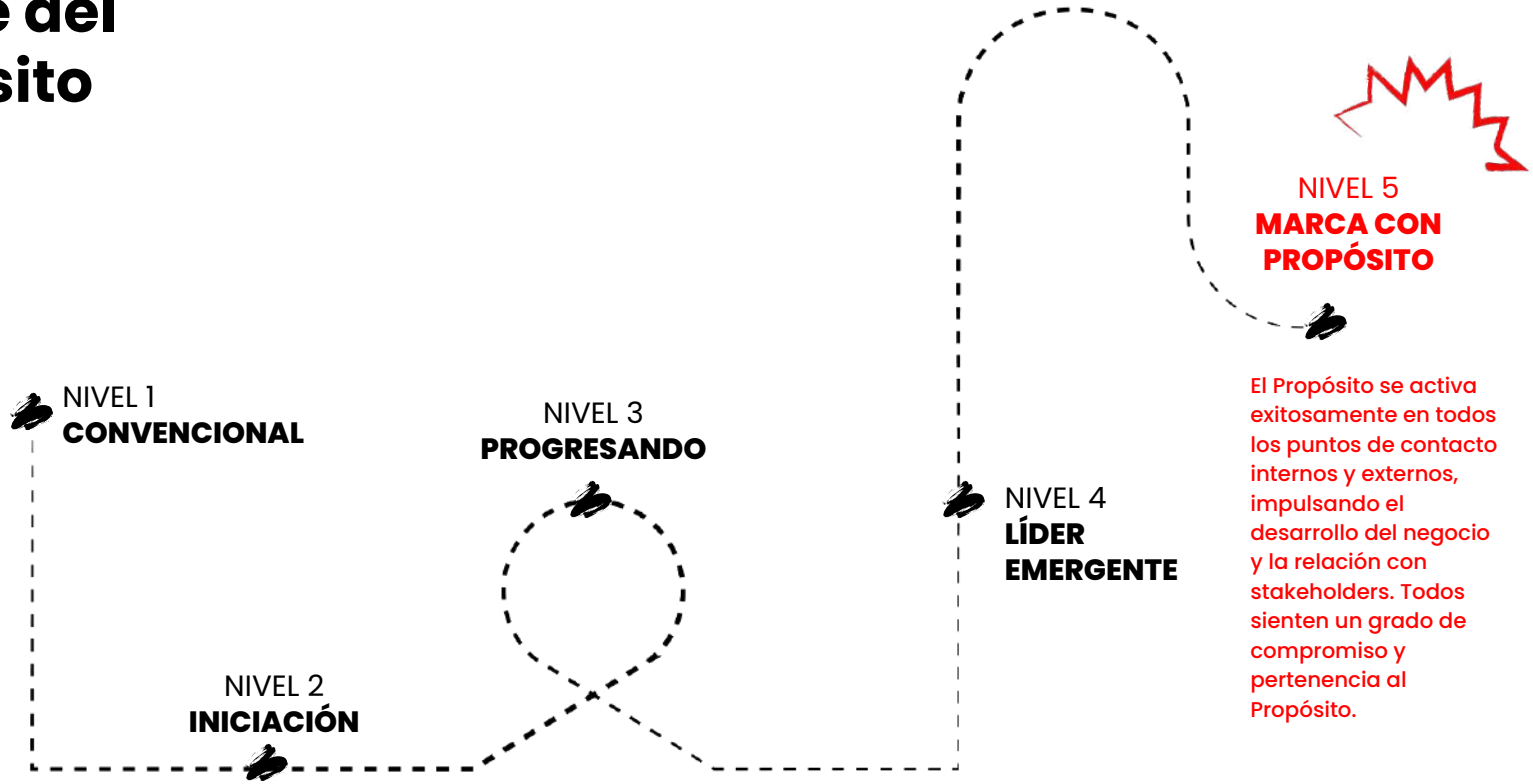
El viaje del propósito



El viaje del propósito



El viaje del propósito



El Propósito se activa exitosamente en todos los puntos de contacto internos y externos, impulsando el desarrollo del negocio y la relación con stakeholders. Todos sienten un grado de compromiso y pertenencia al Propósito.

3.

El propósito es un impulso para desarrollar

empresas y marcas regenerativas

conscientes	nutritivas	despiertas

Fuente: BBMG_GlobeScan_Radically-Better-Future-Report_2020

AGOSTO 2021

PRESENTACIÓN DE ESTUDIO Y CONVERSATORIO

La irrupción del PROPÓSITO

¿viaje o destino?

Con la participación de:

alma brands

Sistema B

Agradecimientos especiales a:

FASES Broker Intelligence