

Estado del arte del *propósito*

2ª Medición Empresas en Chile - 2024

almabrands

The Purpose Transformation Company



¿Qué
buscamos y
cómo
medimos?





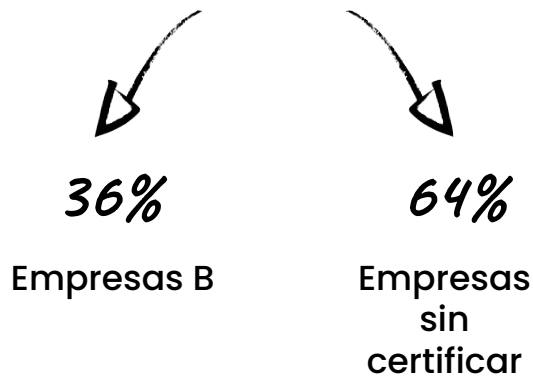
Objetivo
del
estudio

Evaluar el estado del arte del propósito en las empresas chilenas para identificar los **avances y desafíos en la construcción y activación del propósito.**

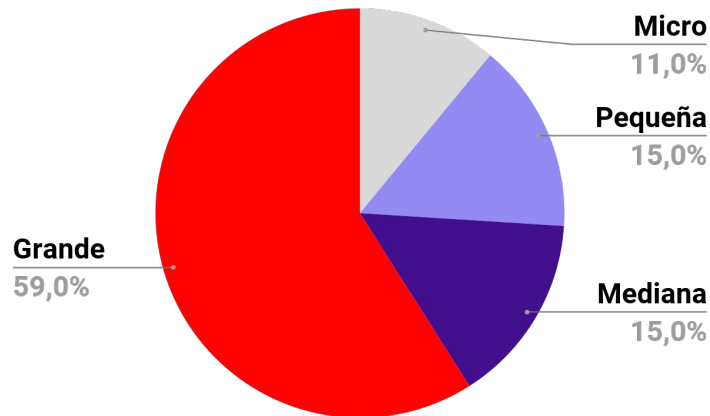
METODOLOGÍA

Estudio cuantitativo a Directivos y Gerentes de empresas

234 encuestas



Tamaño
(número de trabajadores)

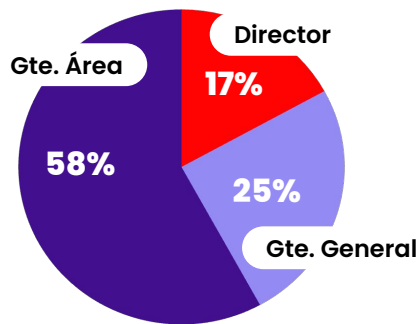


METODOLOGÍA

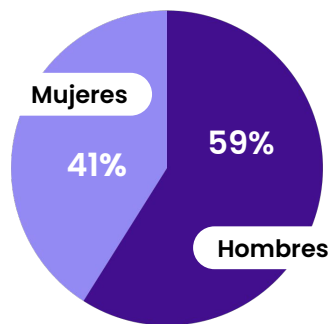
Perfil encuestados

Son mayoritariamente **gerentes de área**, de **edades medias** y **hombres**, pero las **mujeres** les siguen muy de cerca.

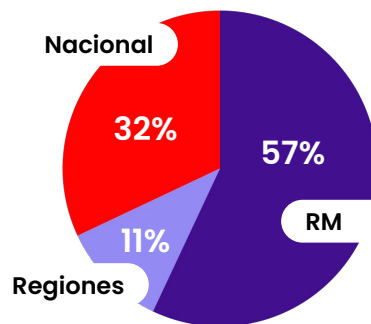
Cargo



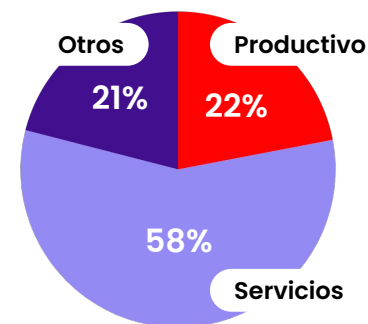
Sexo



Alcance



Sector



¿En qué
contexto
estamos
hoy?



En un contexto *exigente*

- Aumento de las expectativas de los clientes
- Transformación tecnológica acelerada
- Necesidad de tener instituciones ágiles y flexibles
- Un mundo que reclama empresas sostenibles
- Problemas de ciberseguridad y gestión de datos

Y a la vez *incierto*

- Conflictos globales
- Crisis climática
- Inteligencia artificial y desinformación
- Democracia puesta a prueba

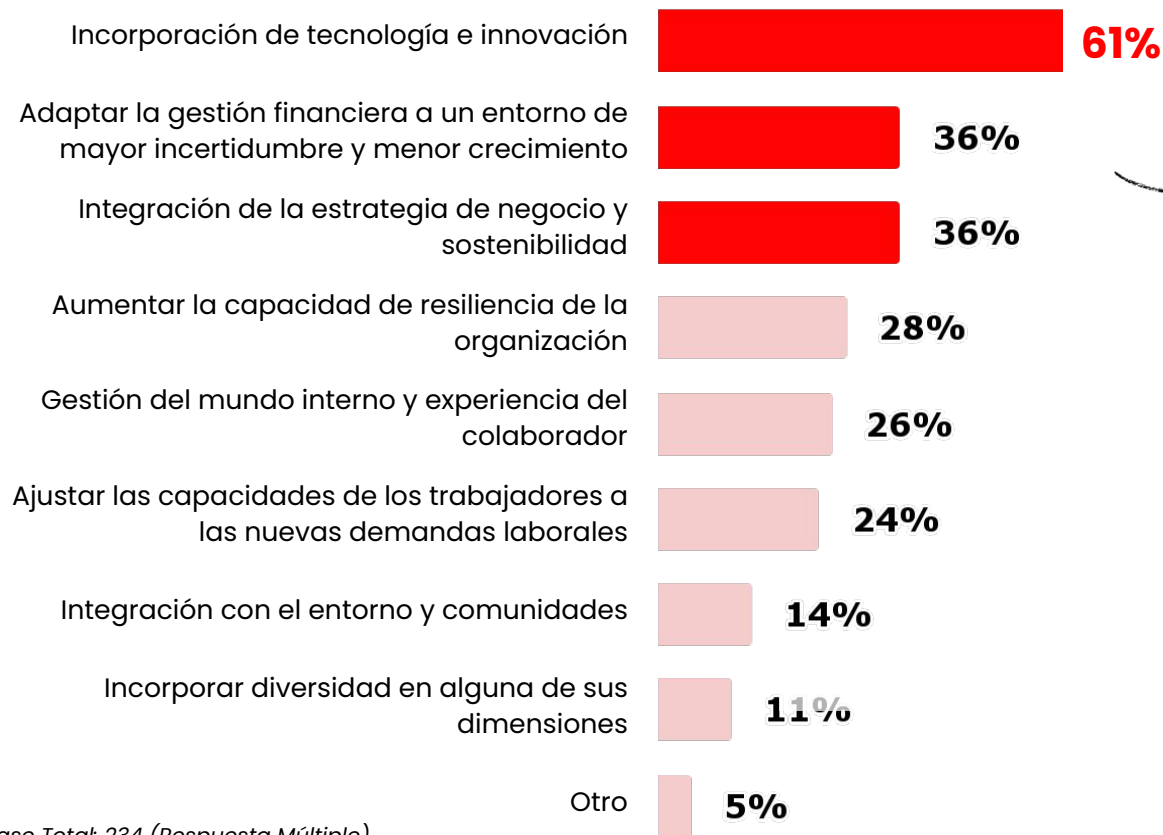
**Una economía
que necesita
retomar el
camino del**

crecimiento 

“Un desafío clave de Chile es avanzar hacia un crecimiento mayor y más inclusivo”

(Banco Mundial, 12 de abril 2024)

¿Cuáles son los desafíos más relevantes a los que se enfrentan hoy las empresas?



Para enfrentar el contexto, las empresas reconocen que necesitan incorporar **tecnología e innovación**, adaptar su estructura financiera e integrar negocio y sostenibilidad

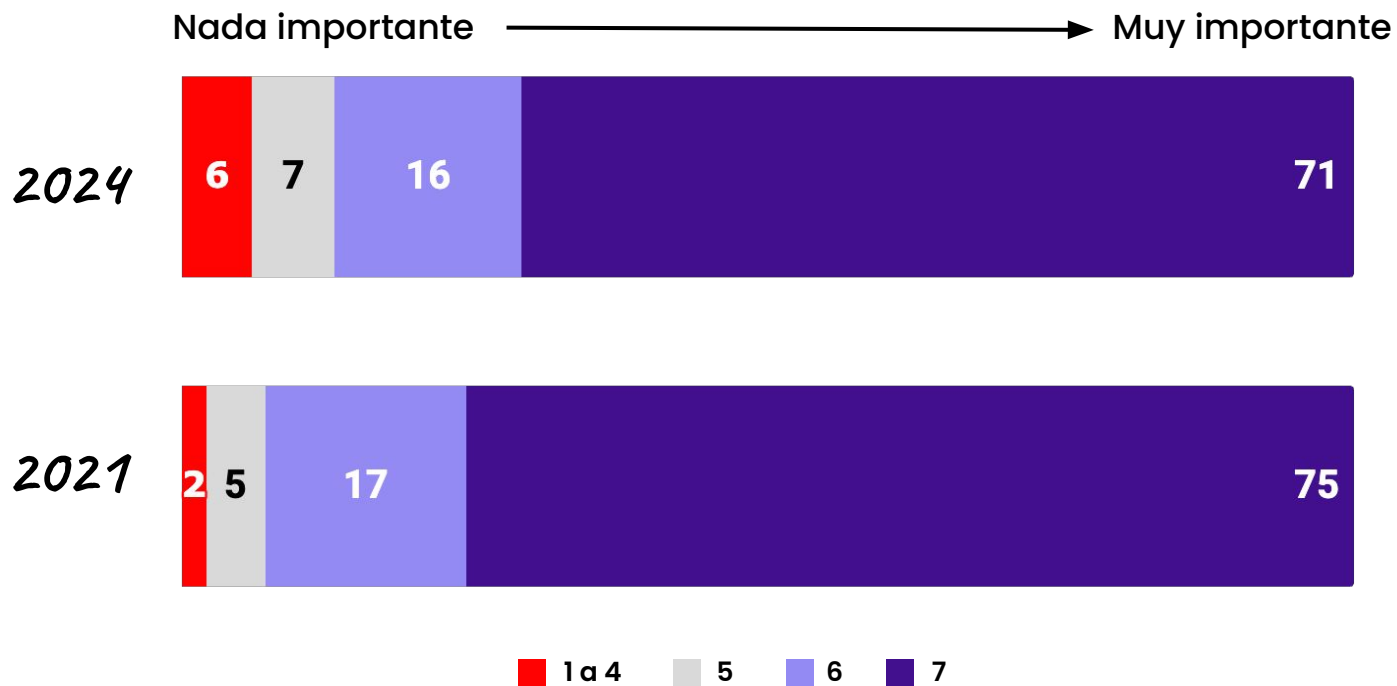
Estado del Arte del Propósito

¿Qué nos muestran
los **resultados 2024?**

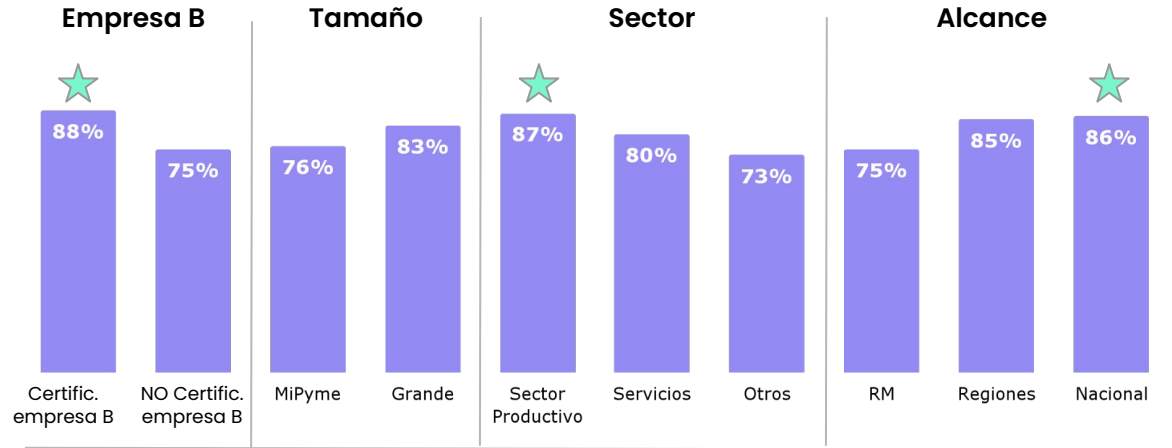
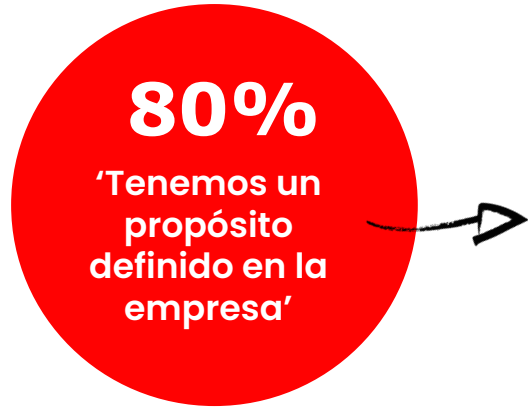
¿Cuál es el
**valor del
propósito**
para las
empresas?



¿Cuán importante es para las empresas tener un Propósito?



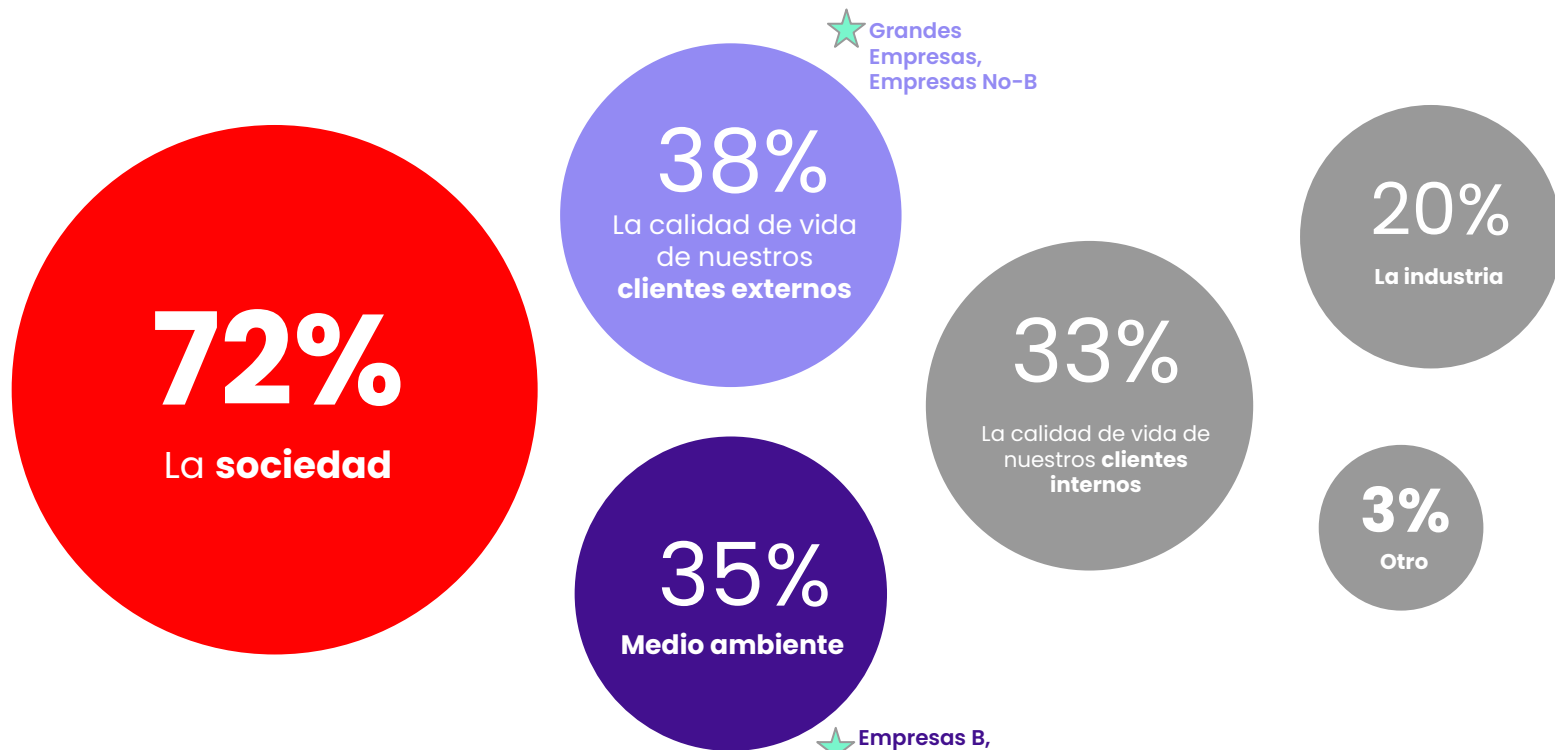
¿Qué porcentaje de empresas dicen tener definido Propósito?



★ Con diferencias significativas

Base Total: 234 (Porcentaje de notas 6 y 7)

¿Cuál es el foco principal del Propósito de tu organización/empresa?



★ Con diferencias significativas

Base Total: 234

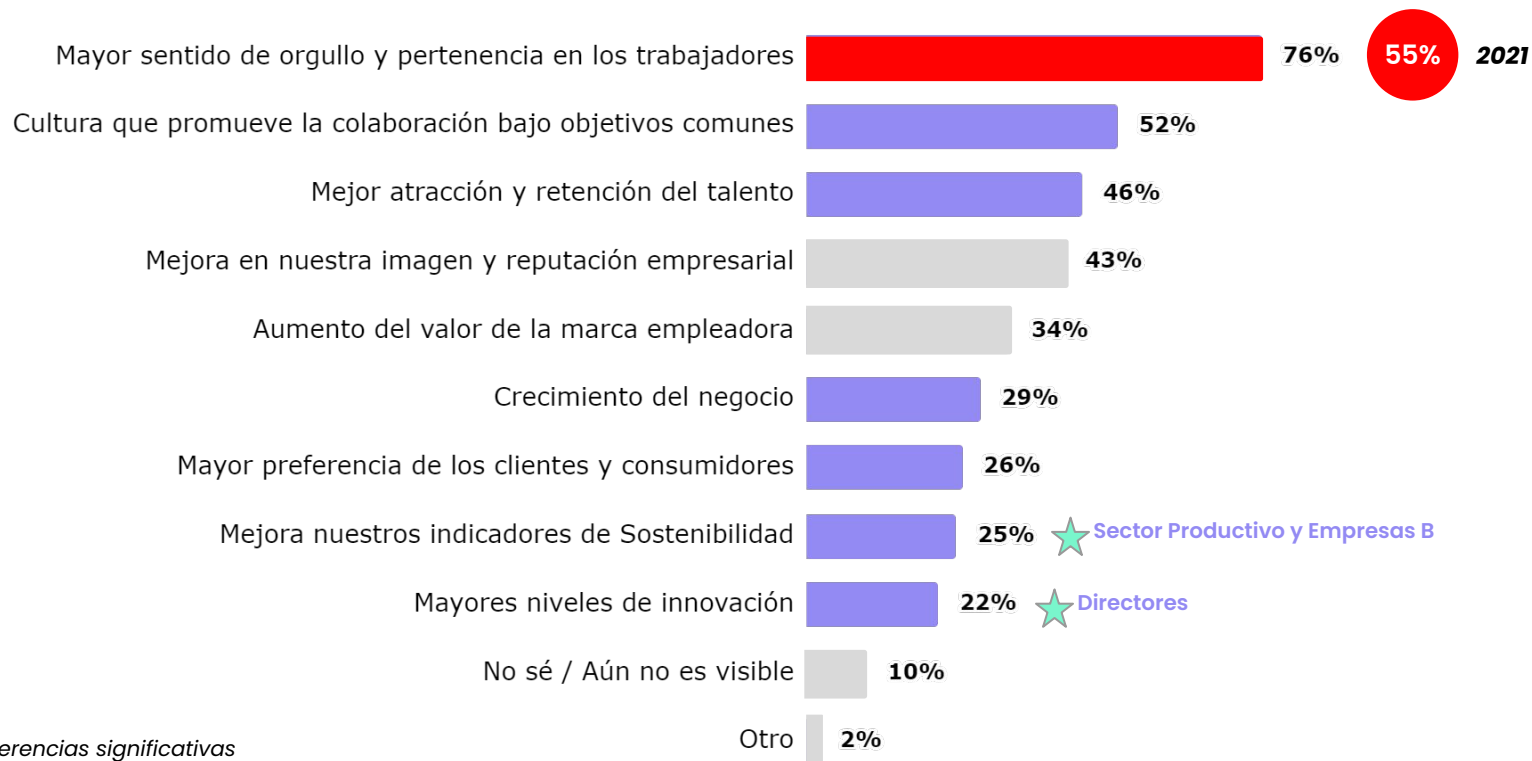
¿A quiénes beneficia hoy el propósito que han definido?



★ Con diferencias significativas

Base Tiene un propósito definido: 187

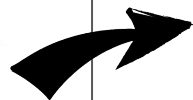
¿Cuál ha sido el impacto de tener un propósito en su organización?



★ Con diferencias significativas

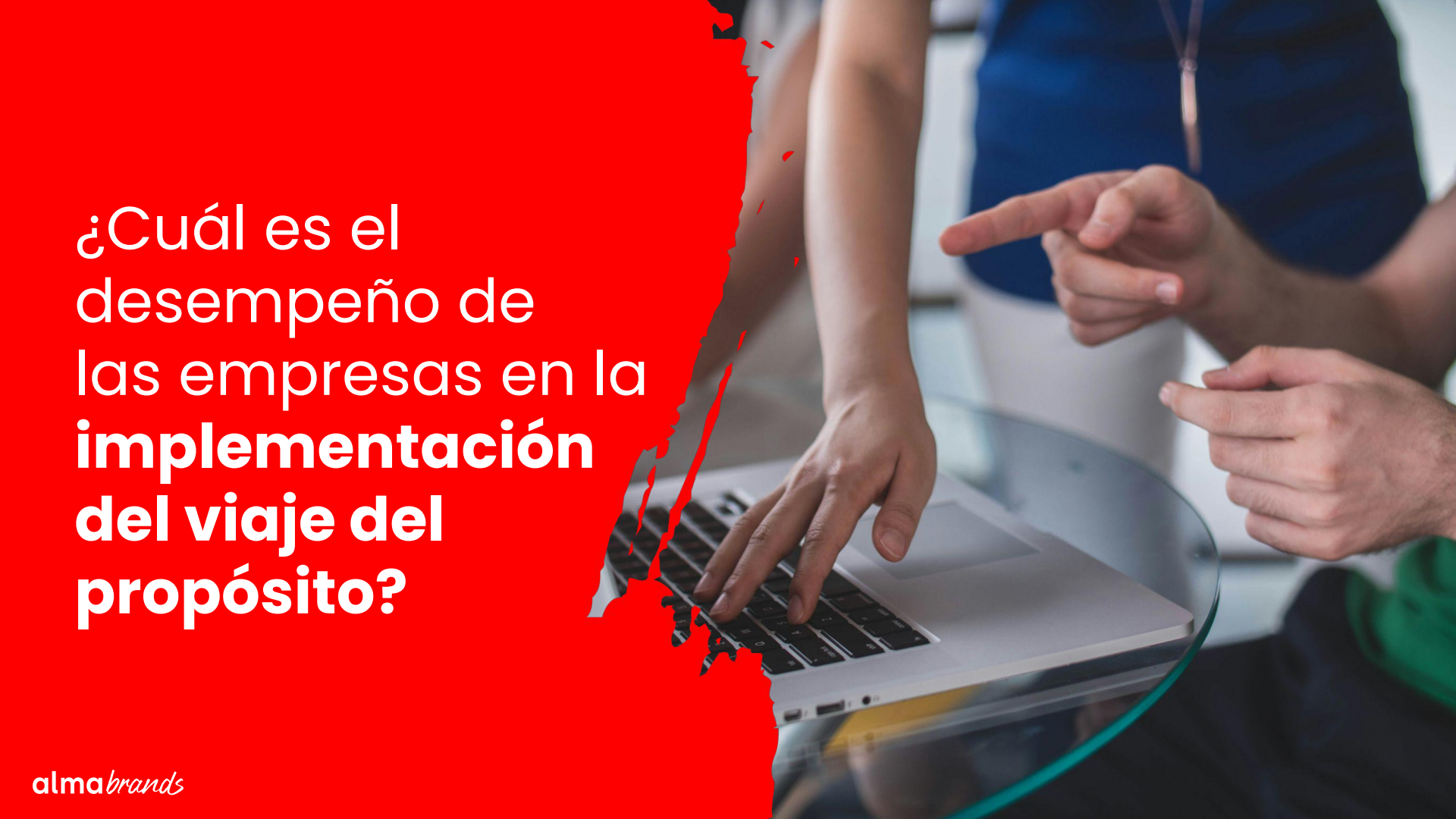
Base Tiene un propósito definido: 187

Empresas Referentes de Propósito para sus pares



Como referentes aparecen marcas de **diversas categorías y tipos de empresas**: desde grandes compañías internacionales a empresas de nicho y organizaciones sin fines de lucro.

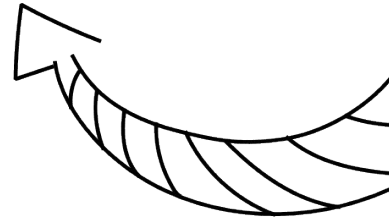
Los bancos, aparecen como un sector con más de un referente.

A group of people are gathered around a glass table, looking at a laptop. One person's hand is on the keyboard, while others point at the screen. The scene is brightly lit, suggesting an office or meeting environment.

¿Cuál es el
desempeño de
las empresas en la
implementación
del viaje del
propósito?

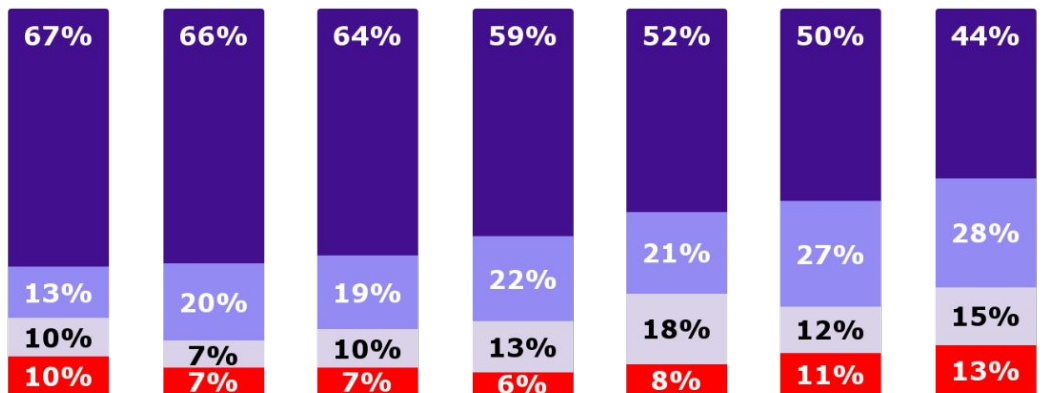
**Si bien la mayoría declara contar con
una definición de Propósito,**

aún existen *brechas* en su implementación



■ Notas 7 ■ Notas 6 ■ Notas 5 ■ Notas 4 y menos

Construcción y definición



Tenemos un propósito definido en la empresa

Hemos comunicado el propósito a toda la organización

Hemos involucrado activamente a los Ejecutivos y Directorio

El propósito está integrado a la estrategia de negocios

Existe un liderazgo claro para implementar el propósito

Nuestro propósito está integrado a nuestra estrategia de sostenib.

Tenemos las capacidades necesarias para implementar el propósito

P. Utilizando una escala de 1 a 7, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 7 es "Muy de acuerdo" ¿Cómo evalúa cada una de las siguientes afirmaciones en relación al estado del Propósito en su empresa u organización que dirige?



Activación e implementación



Hemos comunicado hacia afuera y a nuestros stakeholders nuestro propósito

Hemos implicado a todos los colaboradores en su construcción e implementación

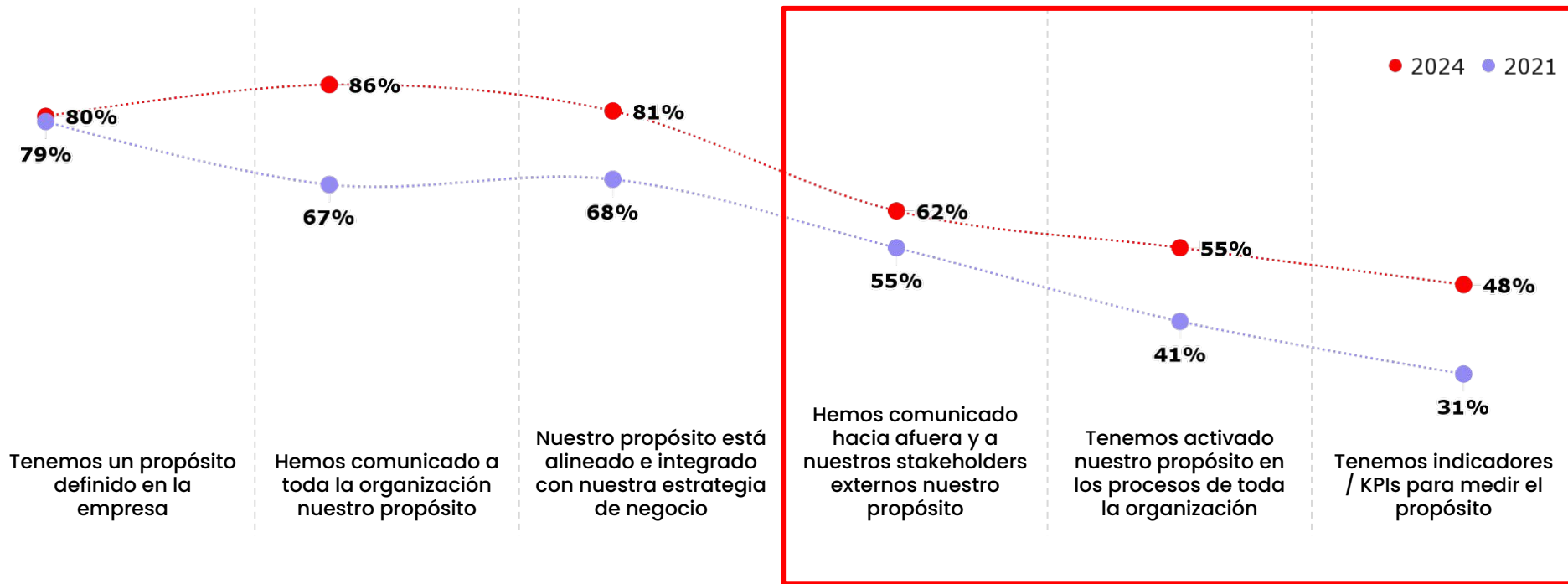
Tenemos activado nuestro propósito en los procesos de toda la organización

Se reconoce cada vez que el propósito se activa en el día a día de la organización

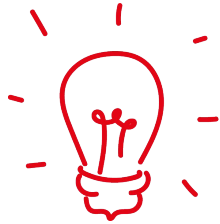
Tenemos indicadores / KPI's para medir el propósito

¿Cuánto se ha avanzado en las empresas los últimos años?

Comparativo 2024 y 2021



**¿Cómo seguir avanzando en el
proceso de implementar
adecuadamente el *propósito* en las
organizaciones?**



¿Cuáles son las principales barreras que existen al momento de implementar el propósito en una empresa u organización?



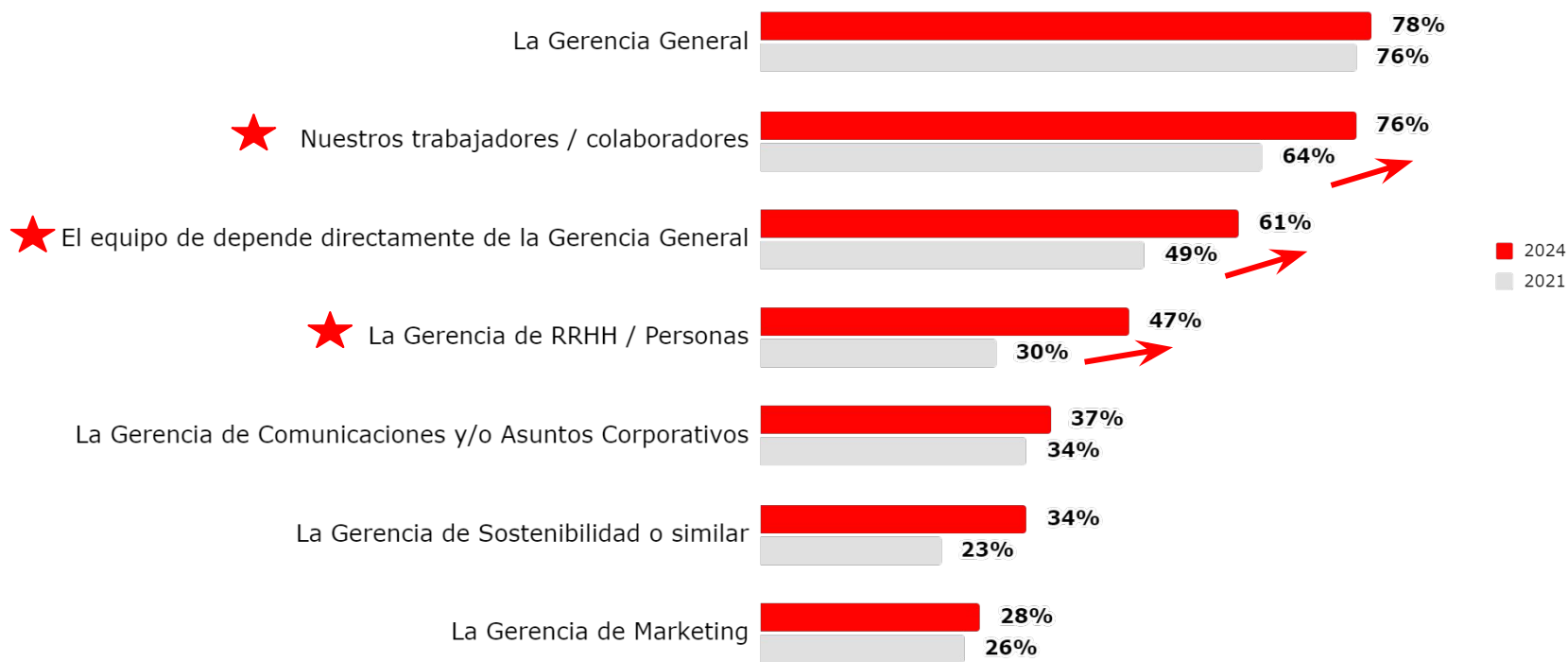
MÉTRICAS
(impacto/seguimiento)

LIDERAZGO

VISIÓN COMPARTIDA



¿Quiénes los responsables de implementar y dar vida al propósito en su empresa u organización?

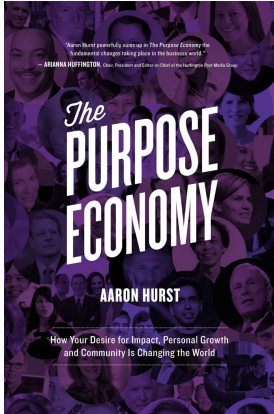


Si buena parte de la responsabilidad de implementar el propósito está en los colaboradores

¿Qué puede hacer la empresa para posibilitar que ésto ocurra?

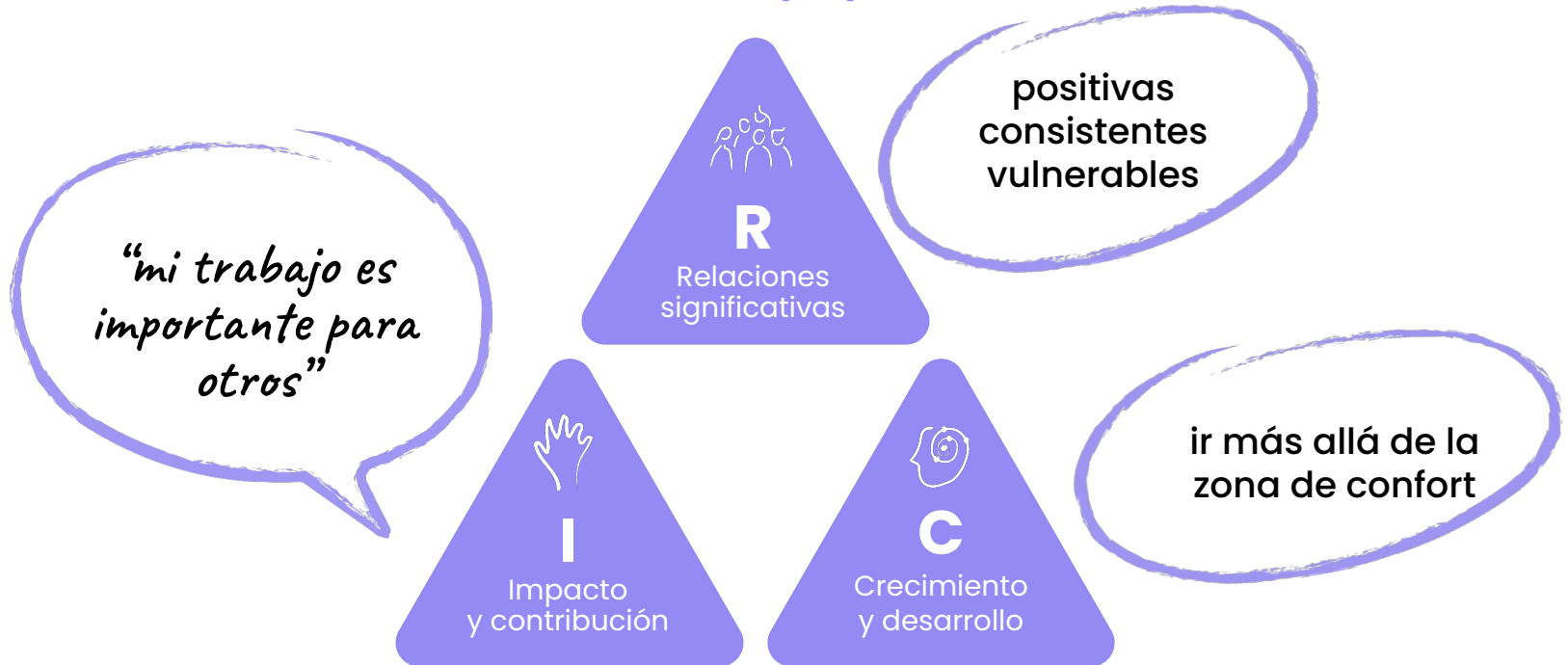


Para **activar** el propósito en las organizaciones es clave conectar con el **propósito personal** y de los equipos

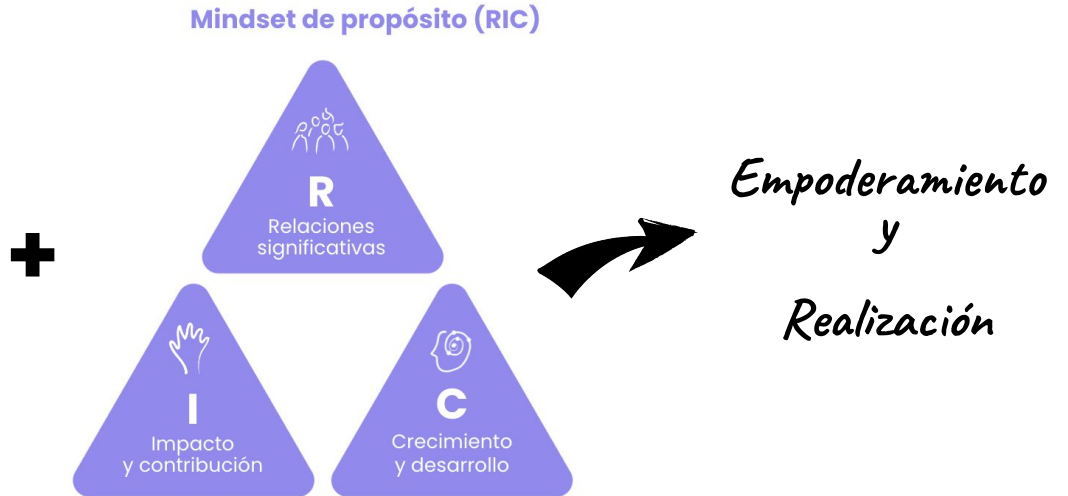
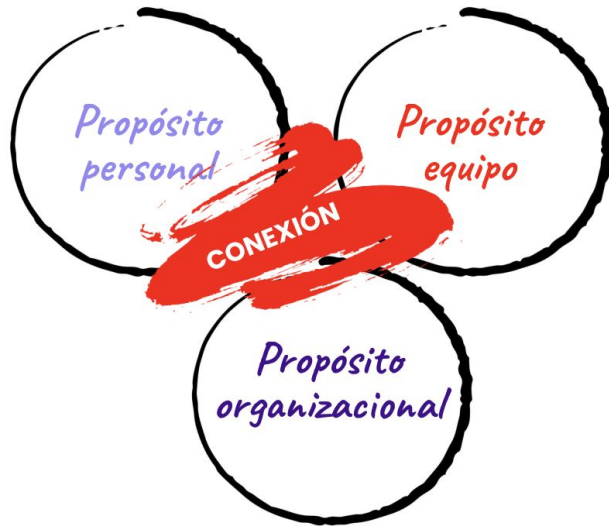


Y junto con lo anterior desarrollar un Mindset del Propósito en líderes, equipos y cada una de las personas de la organización

Mindset de propósito (RIC)



Estos dos elementos son los que tienen una mayor capacidad movilizadora del impacto transformador del propósito en las empresas/organización, **y se pueden medir**



**Esta medición muestra y destaca la importancia
de conectar con las personas al interior de las
organizaciones**



Es este trabajo **CON** las personas el que facilita y hace posible que la organización viva e implemente su *propósito*



Estado del arte del *propósito*

2ª Medición Empresas en Chile - 2024

Para más información, contáctanos:

Cali Trivelli, gerente general Almabrand
ctrivelli@almabrand.com

almabrands

The Purpose Transformation Company

