



Descubrir

# Construyendo mi propósito

**CreativeLab**

DESPEJAMOS BARRERAS PARA EL CAMBIO

 **Cámara de  
Comercio de  
Cali**

Mi empresa  
es buena  
para el  
mundo...



## **“El 'propósito' de su empresa puede aumentar los rendimientos en un 400 por ciento”**

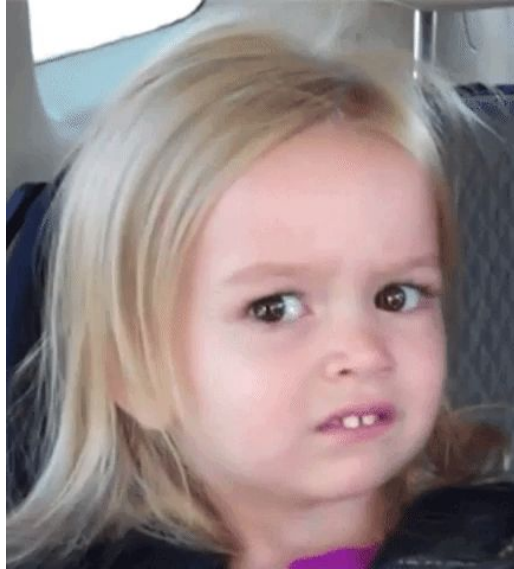
“En un mundo de consumidores que eligen cada vez más los valores de una empresa sobre el valor de lo que están comprando, significa que es más probable que las empresas rentables y con propósito sean sostenibles en una época que cambia rápidamente.”

“En un informe reciente de Great Place to Work, el 85 por ciento de los empleados de las 100 mejores empresas de Fortune informaron que su trabajo tiene un "significado especial: esto no es 'solo un trabajo'". Estos empleados estaban 11 veces más comprometidos con permanecer en sus organizaciones. y tenían 14 veces más probabilidades de tener ganas de ir a trabajar.”

“Dos investigadores, Millward Brown y Jim Stengel, desarrollaron una lista de las 50 marcas de más rápido crecimiento en el mundo (FedEx, Coca-Cola y Starbucks, por ejemplo) basándose en 10 años de investigación empírica en la que participaron 50000 empresas. Conocido como el Stengel 50, se descubrió que estas empresas impulsadas por un propósito obtuvieron un 400 por ciento más de rendimiento en el mercado de valores que el S&P 500.”



## Pongámonos existenciales...



- ¿Para qué existo?
- ¿Cuál es el sentido de vivir?
- ¿Qué legado estoy dejando en mi paso sobre la tierra?
- ¿Para qué me levanto cada día?
- ¿Cómo me recordarán?
- ¿Cuál es mi legado?

“Al igual que con los individuos, el ps empresarial no se responde, desde el quehacer o desde el logro que se espera obtener al pasar de los años, sino que trasciende las acciones, (aunque se vea reflejado en éstas), y se centra en el servicio o legado que puede dejar para su contexto directo e indirecto; es decir que el ps está relacionado con lo más íntimo de la empresa, con su visión ética, con esos intangibles que le han permitido crecer y mantenerse en el mercado, por lo tanto, el ps es parte del ADN de la empresa.”



**“El “propósito” va más allá de alcanzar un objetivo económico concreto, sino que debe dotar de sentido a lo que hace una empresa, de algún modo justifica su existencia y define un modo de comportarse en su entorno. El propósito debe tener un impacto efectivo en la sociedad y no solo maximizar el valor de la empresa para el accionista.”**



Airbnb: pertenecer a cualquier lugar.

IKEA: crear una mejor vida cotidiana para muchas personas.

First United Bank: inspirar y empoderar a otros para gastar su vida de forma inteligente.

The Motley Fool: crear un mundo más inteligente, más feliz y más próspero.

IGS Energy: construir un futuro energético juntos.

Whole foods: nutrir a las personas y al planeta.

Hewlett-Packard: Hacer contribuciones técnicas para el progreso y el bienestar de la humanidad

Mary Kay: Darle oportunidades ilimitadas a las mujeres

McKinsey & Company: Ayudar a que los gobiernos y corporaciones líderes del mundo tengan más éxito

Merck: Proteger y mejorar la vida humana

Sony: Experimentar la alegría de promover y aplicar la tecnología para el beneficio del público

Walt Disney: Hacer feliz a la gente

Kellogg's Alimentar las familias para que puedan prosperar y florecer

Nestlé: Desarrollamos todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones.

# Preguntas para identificar diferenciar

**Propósito:** la diferencia que deseas hacer en el mundo.

**Visión:** ¿cómo se verá el mundo una vez que tu propósito esté cumplido?

**Misión:** estrategia central que se debe emprender para lograr el propósito.

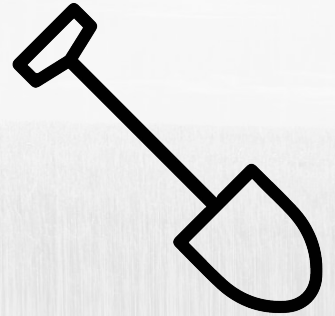


**¿Cómo identificar mi propósito superior?**

---



**El primer paso para caminar  
hacia el triple impacto es  
excavar**





# **Arqueología organizacional**





**COMPORTAMIENTOS DE VALOR**



**CREENCIAS DE VALOR**



**VALORES**



**ATRIBUTOS PROPÓSITO SUPERIOR**



**PROPÓSITO SUPERIOR**



**COMPORTAMIENTOS DE VALOR**



Ejemplos comportamientos que ayudan a: tomar decisiones, a trabajar en equipo, a solucionar conflictos o mejorar el clima laboral, a lograr objetivos, a agilizar procesos.

**CREENCIAS DE VALOR**



Ejemplos de las ideas o suposiciones que las personas de los grupos de interés de la empresa tienen sobre su cotidianidad, sus procesos, cultura, etc.

**VALORES**



Ejemplos de las ideas de lo que las personas de los grupos de interés asociación a "lo correcto" o "ético"

**ATRIBUTOS PROPÓSITO SUPERIOR**



Características fundamentales que debe incluir tu propósito superior. Se definen a partir de todos los hallazgos del proceso de excavación

**PROPÓSITO SUPERIOR**



# CONSULTA A GRUPOS DE INTERÉS



Para comprender cada capa del ADN de la empresa se requiere consultar a todos los grupos de interés, tanto internos como externos.



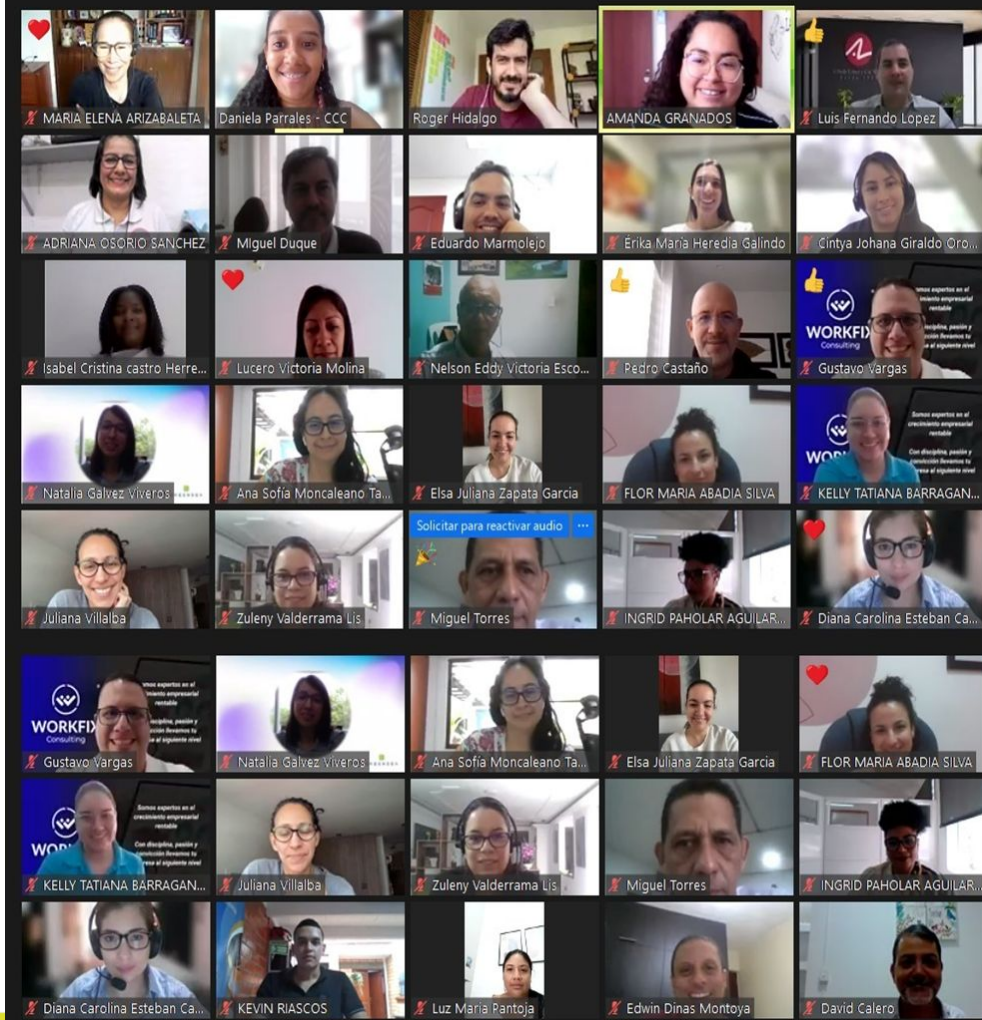
**Hay muchas malas razones para empezar una empresa. Pero solo hay una buena razón y creo que sabes cuál es: para cambiar el mundo.” – Phil Libin**



# ¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!

**CreativeLab**  
DESPEJAMOS BARRERAS PARA EL CAMBIO

 **Cámara de Comercio de Cali**



**Consejos para  
excavar en mi  
empresa**

