



Resumen ejecutivo Pulso Propósito



Contexto del estudio

Propósito

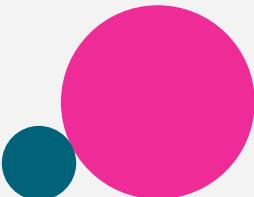
Levantar percepciones cuantitativas acerca de la urgencia de crear modelos de negocios pensados para asegurar la sostenibilidad organizacional.

Objetivos

- Concientizar a las empresas de la necesidad de tener el triple impacto como objetivo organizacional.
- Entender qué elementos se posicionan como más relevantes a considerar cuando se quiere tener el triple impacto como un norte.

Metodología

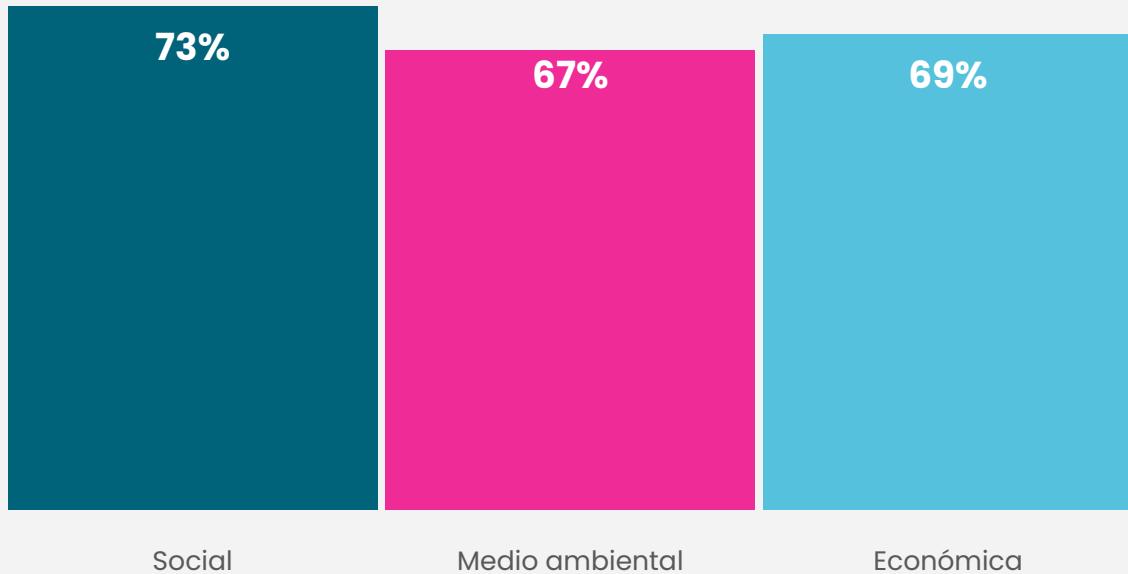
- Encuesta online realizada a 159 representantes de empresas pertenecientes a Sistema B diferentes países de Latinoamérica.
- Período de recolección de respuestas: agosto-septiembre 2022
- Extensión: 27 preguntas
- Resultados de las respuestas se consideran sobre la base de preguntas efectivamente respondidas.
- Se incluyen empresas de todos los tamaños (micro, pequeña y grandes empresas) de diversos sectores productivos.





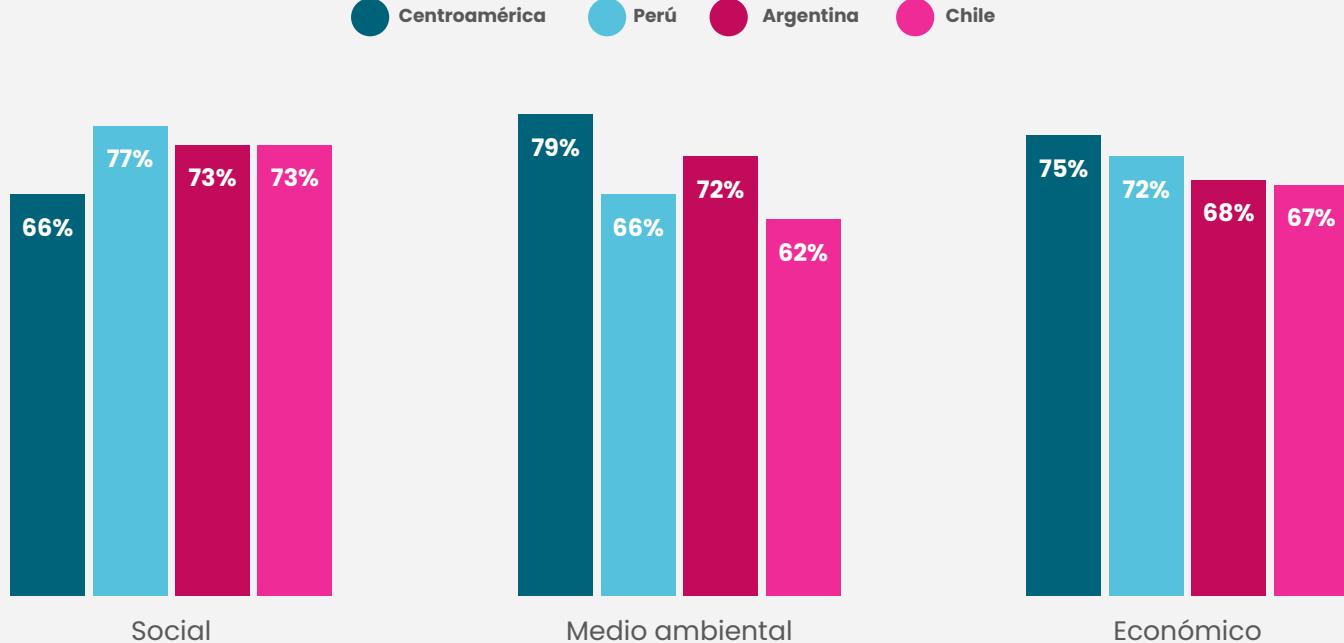
Principales hallazgos

1. Existe mayor percepción de impacto a nivel social.



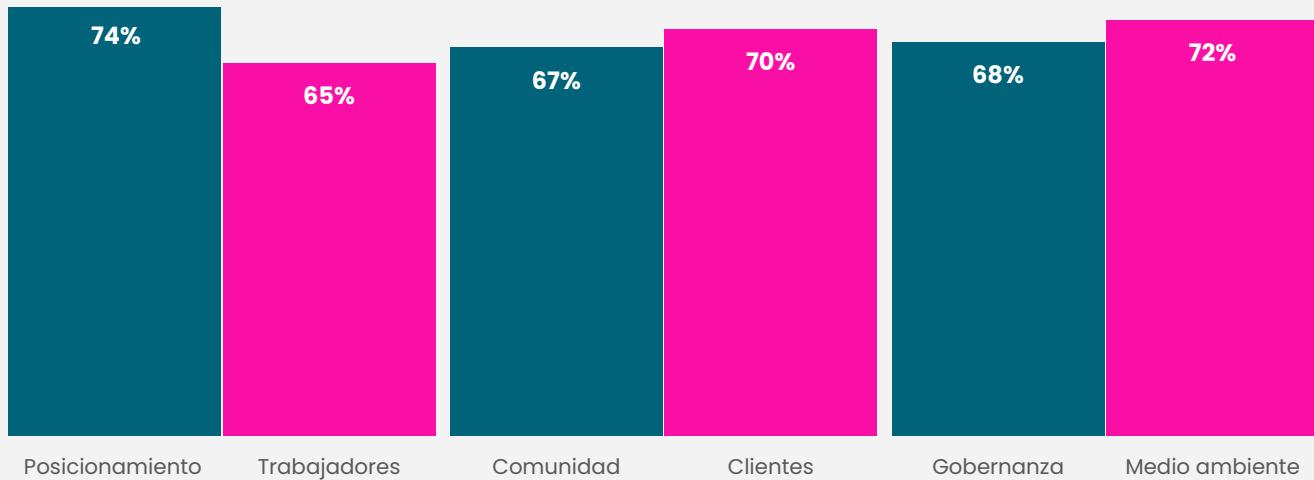
Al pedirle a los encuestados que hagan una evaluación general sobre cuánto impacto están generando su empresas en las tres esferas (social, medioambiental y económico) los resultados muestran que las empresas comprometidas con este modelo creen que están generando más impacto a nivel social que en lo económico y medioambiental. A pesar de las pequeñas diferencias de visión los resultados de los tres ámbitos son similares y muestran que hay impacto en los tres niveles.

2. Visión diversa respecto al triple impacto entre países latinoamericanos



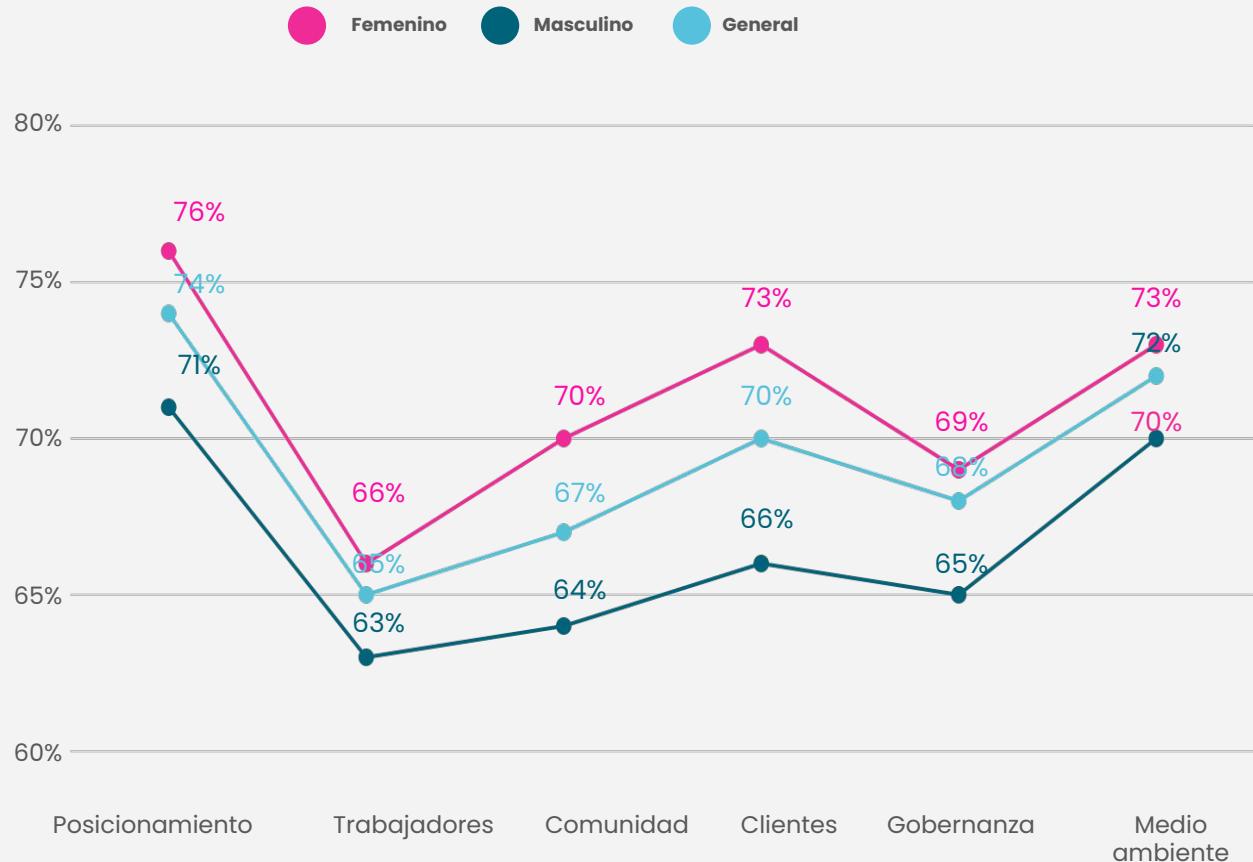
La percepción de triple impacto se vive de diferentes formas entre los países de Latinoamérica que participaron del estudio. En Chile, Perú y Argentina el mayor impacto es el social. Mientras que en Centroamérica la mayor percepción de impacto está en lo medioambiental. El segundo lugar del impacto económico es compartido por Chile, Perú y Centroamérica, mientras que para Argentina este está en lo medioambiental.

3. El compromiso con el triple impacto trae un mayor efecto en el posicionamiento de la organización.



Al entrar en ámbitos más específicos, las empresas comprometidas con el triple impacto perciben que esto ha traído un mayor beneficio en el posicionamiento de la organización. Específicamente para diferenciarse de la competencia y en mayor medida para las grandes empresas. El segundo ámbito que se percibe con una mayor importancia es el medioambiental, concretamente relacionado con la gestión de residuos y la minimización del impacto en el entorno físico.

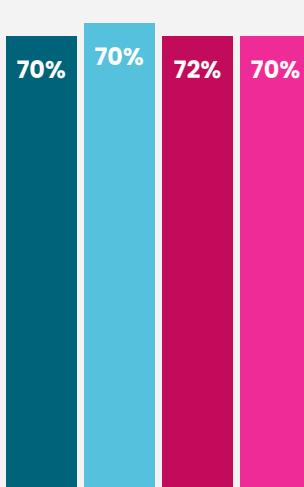
4. Las mujeres le otorgan mayor importancia al triple impacto de forma transversal.



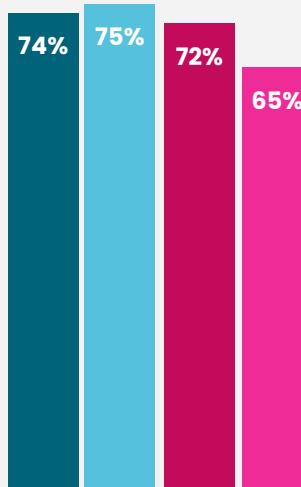
Las mujeres parecen atribuirle mayor importancia al triple impacto de forma transversal. En todos los ámbitos específicos las mujeres tienen una percepción de una huella más profunda del triple impacto en estos aspectos. Esto se acentúa en la variable comunidad y clientes, donde las mujeres están 6 y 7 puntos porcentuales arriba de los hombres, respectivamente.

5. Empresas medianas comprometidas con el triple impacto muestran mayor efectividad durante la crisis

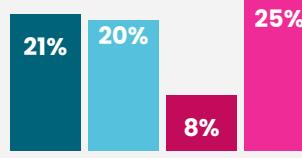
Micro Pequeña Mediana Grande



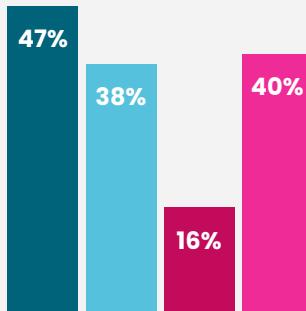
¿Tu empresa tuvo que ampliar su(s) línea(s) de negocio(s) durante el último año?



¿Tu empresa tuvo que buscar nuevos mercados durante el último año?



¿Tu empresa tuvo que reducir su personal durante el último año?



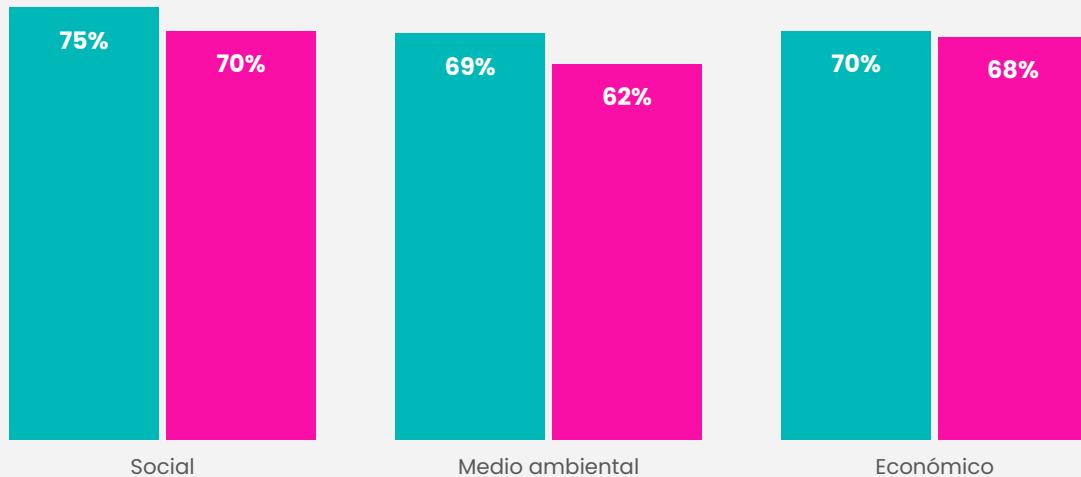
¿Tu empresa tuvo una disminución en los ingresos durante el último año?

Las empresas medianas comprometidas con el triple impacto muestran un mejor desempeño durante el último año de crisis. Esto se ve reflejado en que a pesar de tener que ampliar sus líneas de negocio y buscar nuevos mercados en una medida similar a los otros tamaños de empresas, son las organizaciones que tuvieron una menor reducción de personal y disminución de ingresos en comparación con las demás. Esto implica que tomaron riesgos pero de forma eficiente.

6. El triple impacto es un impulsor relevante de flexibilidad en la búsqueda de nuevos mercados.

 Sí  No

¿Tu empresa tuvo que buscar nuevos mercados durante el último año?



Las empresas con mayor percepción de triple impacto fueron capaces de ir en búsqueda de nuevos mercados durante el último año. Esto sugiere que el compromiso con el triple impacto es un impulsor relevante de flexibilidad en la búsqueda de nuevos mercados. Esto se da principalmente en el ámbito medioambiental donde la percepción de impacto aumenta significativamente entre empresas que sí tuvieron que buscar nuevos mercados.

**¿Quieres conocer más
información sobre este estudio?**



Acerca de CLA Consulting

Es una consultora internacional de alta dirección comprometida con el cambio adaptativo en las organizaciones. La experiencia nos ha confirmado que el cambio organizacional no sólo es necesario, sino que posible. Y ello va de la mano de un liderazgo que se mueve desde un propósito, que actúa con convicción, y que escucha e involucra a otros. Lo hemos visto en nuestros clientes. Lo vivimos nosotros. Lo queremos para nuestra sociedad.

www.claconsulting.com

Acerca de Sistema B

Es una organización sin fines de lucro que promueve a las Empresas B y que junto a otros actores económicos, gobierno, sociedad civil, academia y ciudadanos trabaja para construir una nueva economía donde el éxito y los beneficios financieros incorporen en igual medida el bienestar social y ambiental.

www.sistemab.org