



### La importancia del propósito corporativo

El propósito hace referencia a la identidad de una organización, a su ADN. Es el marco de referencia desde donde las empresas guían su estrategia global y sus decisiones de negocios. En un contexto de enormes desafíos globales, es común que las compañías vinculen su propósito con alguna causa social. En un mundo en constante cambio, en el que las personas se sienten crecientemente decepcionadas de sus autoridades, las

compañías han comenzado a ser vistas como actores sociales que tienen el deber de generar valor en el largo plazo para las personas y el planeta. En este ambiente, se le ha comenzado a exigir a las empresas un compromiso con ciertas causas sociales, tales como el cambio climático, la desigualdad, el acceso a la salud, la educación, entre otros, con lo que el propósito corporativo ha ido tomando cada vez mayor relevancia.

Una empresa que es una clara representante de esta nueva tendencia es la compañía de vestuario outdoor, Patagonia



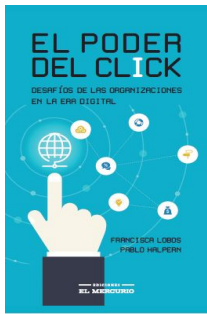
El año 2017, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, dio la orden de reducir el tamaño de dos parques nacionales en Utah. Ante esto, desde Patagonia reaccionaron y el día que el presidente hizo el anuncio, en el sitio web de la empresa apareció solo un mensaje: "The President Stole Your Land" ("El Presidente Robó Tu Tierra"). Junto con desarrollar una campaña de marketing digital en la que exponían su postura y educaban sobre el tema, la compañía se sumó a una demanda colectiva contra el gobierno estadounidense.

En la declaración del propósito de la empresa, está plasmado su anhelo de inspirar e implementar soluciones a la crisis ambiental. Es decir, su respuesta no solo fue legítima y justificada, sino que necesaria dado el propósito que defiende

La creciente importancia del propósito no es solo un fenómeno que esté presente en países desarrollados...

Un estudio realizado por el Centro de Reputación Corporativa del ESE el año 2020, reveló que los colaboradores de grandes empresas creen que las firmas pueden hacer más que el gobierno de turno para resolver los problemas sociales; y que el compromiso de las empresas con una causa social es especialmente creíble cuando las compañías vinculan su estrategia de largo plazo con esa causa\*

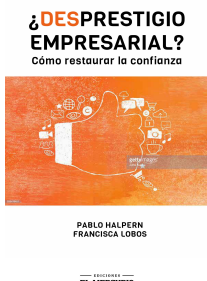
### Novedades del centro



#### El Poder del Click: Desafíos de las organizaciones en la era digital

En el mundo globalizado, la modalidad online se ha transformado en una nueva forma de relacionamiento, lo que ha implicado un gran desafío para las empresas. De esta manera, obtener y mantener la confianza de las personas será la clave del éxito y dónde se fundará el verdadero poder del click.

Ediciones El Mercurio  
Disponible en librerías, Amazon y Google Play.  
Para comprar el libro en formato eBook, haga click en uno de los siguientes links: [Amazon](#) o [Google Play](#)



#### Desprestigio Empresarial: ¿Cómo restaurar la confianza?

Los escándalos ocurridos en los últimos años han provocado una caída en la reputación de las empresas y han dañado su legitimidad. Pero ¿cuáles son las verdaderas causas y efectos de esta pérdida de confianza? Y más necesario aún, ¿cómo se puede recuperar?

Ediciones El Mercurio  
Disponible en librerías, Amazon e iTunes.  
Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: [Amazon](#)



#### Reputación empresarial en Twitter durante la crisis social y sanitaria

Estudio que analiza la evolución de la reputación de las grandes empresas en Twitter durante la crisis social y sanitaria, por sector económico. Para realizarlo, se analizaron 861.266 tuits -entre el 18 de octubre de 2019 y el 31 de mayo 2021- referidos a grandes empresas.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [ver informe](#)



#### Rol de la Empresa en Procesos Constituyentes Reciente

Estudio que busca entregar insights al sector empresarial sobre el rol que debiera jugar en la discusión constitucional que se avecina. Para ello, repasa la participación que tuvieron los gremios empresariales de Bolivia, Ecuador, Islandia, Marruecos y Túnez en sus respectivos procesos constituyentes y las lecciones aprendidas por estos.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [ver informe](#)



#### ¿Deben las Empresas Involucrarse en Causas Sociales?\*

Estudio que busca conocer las percepciones que poseen los trabajadores sobre el involucramiento de las empresas en diversas causas sociales.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [Ver Informe](#)

¡Síguenos en nuestro LinkedIn!  
[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)

1 Chirchilla, Nuria, Lico, Álvaro, Rey, Carlos, Aliza, Ángel y Pitta, Nuno. (2019). Purpose Strength Model: en busca de un propósito compartido. <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/research-pdfs-ST-0524-pdf-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
2 Chevreux, L., Lopez, J., y Mesnard, X. (2017). "The Best Companies Know How to Balance Strategy and Purpose", Harvard Business Review, pp. 2-6.  
3 Oxford University Centre for Corporate Reputation, Reputation: issue 26, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/9-12-reputationmagazine26-pdf-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
4 PwC Chile y Acción Empresas, Primer Barómetro de Empresas con Propósito, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/3mpresas-con-Proposito-PwC-pdf-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
5 Jessica Vredenburg y Amanda Spry, What makes a 'transformative' brand? Reputation 26 (2019): 8, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/9-12-reputationmagazine26-pdf-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
6 Oxford University Centre for Corporate Reputation, Reputation: issue 26, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/9-12-reputationmagazine26-pdf-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
7 Lizz Kanenbergs, Buying a Seltzer, 4 Brands That Won by Taking a Stand, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/ights-brands-taking-a-stand-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>  
8 Centro de Reputación Corporativa, ¿Deben las empresas involucrarse en causas sociales?, <https://e-ese.uandes.cl/e/799403/3tales-2021-01-20-145747.html-7f8382645724257ny46hx-C-h-R-V5Xk3pH4Xw64Dy236ghRNGhdhw>

