



**COLECCIÓN E-BOOKS**

2022  
**PEDET**

# PROPÓSITO EMPRESARIAL



Proyecto apoyado por



# PROPÓSITO EMPRESARIAL

Ahora es momento de entrar en el desarrollo de propósitos para emprendimientos, proyectos de negocios, iniciativas sociales o tecnológicas, empresas comunes o innovaciones socioconscientes, y para ello utilizaremos este método denominado Propos-it, orientado a la construcción de propósitos en startups y proyectos innovadores, con el fin de plasmar el sueño del equipo fundador en una declaración fiel a sus principios y valores, explicitando el impacto que se busca generar de forma clara y breve, y considerando aspectos técnicos y comerciales, transformando este método en una solución integral que viene a reforzar la promesa de valor y el producto o servicio que hay detrás.

El propósito de un emprendimiento es reconocido como una declaración co creada entre los miembros fundadores de un startup. Representa el fin último de toda iniciativa empresarial, comprendiendo el qué y el cómo de un proyecto, y alineando la visión del equipo con el impacto social y medioambiental, sobre el éxito económico, lo que da origen a Propos-it.

Para comenzar, debes considerar que Propos-It cuenta con 8 etapas:

1. Up line & Down Line
2. Introspección
3. Scanner Interno
4. Scanner Externo
5. Brainwriting
6. Declaración y Ajuste
7. Validación
8. Lealtad y Medición



**Cada una de estas etapas es un paso correlativo en la construcción del propósito empresarial, por lo que debes ejecutarlas de forma integral en el tiempo en el “Panel de Propos-it”**



## PANEL PROPOS-IT

<p><b>1) DOWN LINE &amp; UP LINE</b> </p> <p>Separa lo positivo de lo negativo de tu proyecto y equipo.</p> <div style="border: 1px solid black; height: 150px; margin: 5px 0; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 50%; left: 50%; transform: translate(-50%, -50%);"> <p>UP LINE</p> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p>DOWN LINE</p> </div> </div>	<p><b>2) INTROSPECCIÓN</b> </p> <p>Revisa los aspectos positivos que rescatamos en el paso anterior.</p> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; margin: 5px 0;"></div> <p>Toma los factores negativos, y transfórmalos en positivos por medio de la creación de desafíos internos.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <span>NEGATIVO</span> <span>DESAFÍO INTERNO</span> </div>	<p><b>3) SCANNER INTERNO</b> </p> <p>Transforma los aspectos positivos en ventajas.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 5px;"> <span>POSITIVO</span> <span>VENTAJA</span> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 150px; margin: 5px 0; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 50%; left: 50%; transform: translate(-50%, -50%);"> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> </div> </div>	<p><b>4) SCANNER EXTERNO</b> </p> <p>Analiza todos los aspectos externos que rodean el proyecto y rescata los atributos valorados.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 5px;"> <span>VALORIZACIÓN DE MERCADO</span> <span>ATRIBUTO VALORADO</span> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 150px; margin: 5px 0; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 50%; left: 50%; transform: translate(-50%, -50%);"> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> </div> </div>												
<p><b>5) BRAINWRITING</b> </p> <p>Registra las ideas de propósitos.</p> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; margin: 5px 0;"></div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">IDEA 1</td> <td style="width: 50%; padding: 2px;">PUNTAJE OBTENIDO</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">IDEA 2</td> <td style="padding: 2px;">PUNTAJE OBTENIDO</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">IDEA 3</td> <td style="padding: 2px;">PUNTAJE OBTENIDO</td> </tr> </table>	IDEA 1	PUNTAJE OBTENIDO	IDEA 2	PUNTAJE OBTENIDO	IDEA 3	PUNTAJE OBTENIDO	<p><b>6) DECLARACIÓN Y AJUSTE</b> </p> <p>Realiza ajustes a cada una de las 3 ideas y conviértelas en propósitos declarados.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 3</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITO FINAL</p> </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 3</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITO FINAL</p>	<p><b>7) VALIDACIÓN</b> </p> <p>Valida tu propósito con tus early adopters.</p> <p style="font-size: small; margin-bottom: 5px;"><b>SIMPLE PROPOS-IT</b> Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 10 debe ser considerado como antecedente.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">CANTIDAD DE ENTREVISTADOS</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p> </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center; font-size: small;">CANTIDAD DE ENTREVISTADOS</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p>	<p><b>8) LEALTAD Y MEDICIÓN</b> </p> <p>Revisa si el propósito sigue siendo representativo para la startup.</p> <p style="font-size: small; margin-bottom: 5px;"><b>MEDICIÓN PROPOS-IT</b> Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 20 es señal de que nuestro propósito ha quedado obsoleto.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">INTEGRANTE DEL EQUIPO</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p> </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center; font-size: small;">INTEGRANTE DEL EQUIPO</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p>
IDEA 1	PUNTAJE OBTENIDO														
IDEA 2	PUNTAJE OBTENIDO														
IDEA 3	PUNTAJE OBTENIDO														
<p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p>PROPÓSITO PREVIO 3</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PROPÓSITO FINAL</p>														
<p style="text-align: center; font-size: small;">CANTIDAD DE ENTREVISTADOS</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p>														
<p style="text-align: center; font-size: small;">INTEGRANTE DEL EQUIPO</p>	<p style="text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</p>														

Esta herramienta de trabajo, denominada “Panel de Propos-it”, es un recurso que debe ser utilizado como la gran bitácora del propósito empresarial, y se completa a medida que se avanza en cada una de sus etapas.

Es importante destacar que este método no es aplicable en una hora o en un día, es más bien una metodología que te apoyará en el plazo que tu equipo requiera para poder crear el propósito, ya que parte de estas fases requieren de la interacción con terceros.

Descargar Panel Propos-It



Para iniciar debemos entender que al igual que un propósito de vida, el propósito de un emprendimiento debe representar el alma de la iniciativa y desarrollarse desde la empatía con nuestros clientes y usuarios, además de ser fiel a lo que decimos, hacemos y pensamos.

Y para ello, proponemos seguir los siguientes pasos que contempla la metodología de Propos-it para estos fines:

**Paso 1 – Down Line & Up Line:** Como punto de partida es necesario descubrir cuales son los aspectos positivos y negativos que identificamos en nuestro futuro emprendimiento. Para ello, utiliza el panel de Propos-It y considera la línea horizontal como un punto de división, dónde todo lo que vaya sobre ella represente lo positivo de tu emprendimiento, y todo lo que están por debajo de la línea represente los aspectos negativos. La idea es saber con claridad los conceptos positivos de nuestra propuesta y de nuestro equipo de trabajo, con el fin de recoger todo aquello que sea beneficioso para la construcción del propósito y dejar de lado el residuo de la negatividad y lo que no nos permite avanzar.

### 1) DOWN LINE & UP LINE

Separa lo positivo de lo negativo de tu proyecto y equipo.

---

UP LINE

---

DOWN LINE

**Paso 2 – Introspección:** En este paso es necesario analizar con tu equipo de trabajo los aspectos positivos que rescataron en el paso anterior, destacando los principales conceptos que definan de forma fiel lo que son y lo que harán. También se debe analizar los factores negativos, y transformarlos en positivos por medio de la creación de desafíos internos. Este es el momento de la autocrítica, por lo que el análisis debe ser en un estado de colaboración y calma, que permita hacer surgir lo mejor de todo el team. En el panel, específicamente en la parte superior, escribe o coloca los post-it con los aspectos positivos del recuadro anterior, y abajo los aspectos negativos, transformándolos en desafíos concretos. Ejemplo:

- Aspecto Negativo: Falta de comunicación en el equipo.
- Desafío: Establecer reuniones diarias para aumentar el diálogo.

## 2) INTROSPECCIÓN

Revisa los aspectos positivos que rescatamos en el paso anterior.

Toma los factores negativos, y transfórmalos en positivos por medio de la creación de desafíos internos.

NEGATIVO	DESAFÍO INTERNO

**Paso 3 – Scanner Interno:** Con los aspectos positivos y negativos analizados, damos paso a un scanner interno de tu emprendimiento, destacando sus principales ventajas. Aquí sólo se incluye lo relacionado con tu proyecto y el equipo, y se realiza desde el punto de vista emocional más que técnico y rescatando la propuesta de valor como un elemento clave, si es que está construida. En caso contrario, debemos desarrollarla o identificar cuál es el elemento emocional que tu cliente más valora de tu producto o servicio. Utiliza el recuadro de este tercer bloque para rescatar nuevamente los aspectos positivos y transformarlos en ventajas declaradas. Ejemplo:

- Aspecto Positivo: Buen clima laboral y fácil toma de acuerdos.
- Ventaja: Cohesión.

3) SCANNER INTERNO 	
Transforma los aspectos positivos en ventajas.	
POSITIVO	VENTAJA

**Paso 4 – Scanner Externo:** En este paso corresponde el análisis de todos los aspectos externos que rodean nuestro proyecto, como el mercado, los usuarios, clientes, proveedores, aliados y stakeholders en general. Este análisis no debe sustentarse en indicadores duros, por el contrario, debe enfocarse en lo que ellos esperan de tu producto o servicio, y como interactuamos a nivel emocional para cubrir sus necesidades. Aquí es clave no confundir este análisis con una investigación de mercado. El scanner debe ser realizado para obtener antecedentes que sean de uso interno, y que permitan perfilar la construcción de un propósito, el cual nunca se debe confundir con un slogan marketero.

Para esto es necesario que escojas una muestra de tus clientes, early adopters (en caso de tenerlos), o lo que serían eventualmente tus usuarios, y para ello escoge una muestra de personas y consúltales los 3 aspectos que más valoran de tu producto, servicio o iniciativa, luego anótalos en el bloque 4 del panel de Propos-it, específicamente donde dice “Valorización de Mercado”, y luego transfórmalos en “Atributos Valorados” que queden claramente estipulados. Ejemplo:

- Valorización de Mercado: Valoran que habrá mi panadería todos los días a la hora indicada.
- Atributo Valorado: Puntualidad.

### 4) SCANNER EXTERNO

Analiza todos los aspectos externos que rodean el proyecto y rescata los atributos valorados.

VALORIZACIÓN DE MERCADO	ATRIBUTO VALORADO

**Paso 5 – Brainwriting:** Para continuar con la construcción del propósito de tu emprendimiento debes reunir a tu equipo de trabajo para ejercer una dinámica de brainwriting, que permita consensuar criterios de mejor forma. Para quienes no conocen este término explícito que: “El brainwriting o escritura de ideas es una dinámica de grupo similar al brainstorming, pero con la peculiaridad de que los participantes escriben en un papel sus ideas antes de ponerlas en común con los demás”. Sus creadores, Leigh Thompson y Loran Nordgren, profesores en la Kellogg School of Management, en Estados Unidos.

## 5) BRAINWRITING

Registra las ideas de propósitos.

IDEA 1	PUNTAJE OBTENIDO
IDEA 2	PUNTAJE OBTENIDO
IDEA 3	PUNTAJE OBTENIDO

Las fases para desarrollar esta técnica en Propos-It son:

**a) Define el problema a tus invitados:** Cuando hayas decidido quiénes son los participantes en tu sesión de brainwriting, explícales el tema sobre el que tratará la reunión, en este caso el desarrollo de ideas para el propósito empresarial. Es importante que puedan preparar la sesión para que sean más productivos y creativos cuando los cites.



**b) Generar ideas individualmente:** Ya sea en la sesión o antes de ella, ésta es la clave del éxito del Brainwriting: el trabajo individual previo a la puesta en común. Cada uno de los invitados escribirá sus ideas de propósitos de forma individual, considerando lo contenido en los bloques precedentes.

Es importante aclarar que Brainwriting es la forma en que se salvan la mayoría de los inconvenientes que presenta el brainstorming. Hay tiempo para pensar sin interrupciones, las ideas de todos valen lo mismo, no existe el efecto de primacía y recencia al expresar las ideas.

**c) Recopilar las ideas:** Es el momento de recoger las ideas que todos han escrito. Lo puedes hacer por correo electrónico o hojas individuales escritas a mano, esto dependerá del método de como apliques el brainwriting. Una vez obtenidas, pega cada idea en el Panel de Propos-It, específicamente en la parte superior del bloque 5.

**d) Explicar las ideas:** A cada persona se le asigna un tiempo para que explique al resto sus ideas. No hay interrupciones, ni opiniones, ni valoraciones. Sólo habla el autor y el resto escucha.

**e) Discusión sobre las ideas de todos:** Es el momento de hablar sobre las ideas, en torno al propósito, de cada integrante. Es importante destacar, que no es el momento de generar más ideas, sino de opinar sobre ellas, evaluarlas y medir sus efectos. Se recomienda no más de 10 minutos para esta actividad.

**f) Votar las ideas:** Es momento de decidir cuál de estas propuestas es la más conveniente para lograr el objetivo planteado. Para esto utilizaremos un nuevo recurso denominado “Propos-It Brainwriting”, con el cuál cada podrá votar al igual que una papeleta de elecciones, la cual te da la posibilidad de evaluar hasta 4 ideas. En caso de haber más ideas en el panel sólo imprime las papeletas que se requieran para ejercer la votación.

### PROPOS-IT BRAINWRITING

IDEA:	5	4	3	2	1	
Me representa						TOTAL
Representa al equipo						
Representa al producto/servicio						
Representa al "qué es"						
Representa al "cómo lo hago"						
PUNTAJE						

IDEA:	5	4	3	2	1	
Me representa						TOTAL
Representa al equipo						
Representa al producto/servicio						
Representa al "qué es"						
Representa al "cómo lo hago"						
PUNTAJE						

IDEA:	5	4	3	2	1	
Me representa						TOTAL
Representa al equipo						
Representa al producto/servicio						
Representa al "qué es"						
Representa al "cómo lo hago"						
PUNTAJE						

IDEA:	5	4	3	2	1	
Me representa						TOTAL
Representa al equipo						
Representa al producto/servicio						
Representa al "qué es"						
Representa al "cómo lo hago"						
PUNTAJE						

Posterior a esto, las 3 ideas con más votos se identifican en el panel. Puedes introducir una variante en la votación y decidir seleccionar 3 de las propuestas y ponderarlas. De esta forma, podrás debatir sobre ellas con tu equipo y tener 3 opciones tangibles. La votación para elegir las tres ideas base debe ser anónima.

**Paso 6 – Declaración y Ajuste:** En este paso se analizan en profundidad las 3 ideas que surgieron en el paso anterior, y se desarrollan ajustes para transformarlos en propósitos declarados. Esta declaración, como especificamos anteriormente, debe ser sencilla y concisa, y envuelta en tan solo una frase.

Para transformar las ideas en propósitos, utiliza el panel de Propos-It, y considera el siguiente ejemplo:

- Idea: Apoyar al adulto mayor en evitar la caída de pelo con nuestro bálsamo especial.
- Propósito Previo: “Aportar al bienestar y la salud de la tercera edad, desde su cuidado físico e integral”.

## 6) DECLARACIÓN Y AJUSTE

Realiza ajustes a cada una de las 3 ideas y conviértelas en propósitos declarados. 

PROPÓSITOS PREVIOS	PROPÓSITO FINAL
PROPÓSITO PREVIO 1	
PROPÓSITO PREVIO 2	
PROPÓSITO PREVIO 3	


Con los tres propósitos previos armados se desarrolla una siguiente votación que, a diferencia de la realizada en el brainwriting, es abierta y dónde cada integrante justifica su respuesta. En caso de no haber consenso en una opción se reducen a dos los propósitos y luego se vota nuevamente hasta lograr el propósito final.

Una variación interesante que se puede aplicar es que, una vez obtenido el propósito final, se vuelva a ajustar con elementos de los propósitos descartados. Puede que algo de esos propósitos sirvan.

**Paso 7 – Validación:** Con el propósito definido, y aprobado por los miembros del equipo, se da paso a la publicación y difusión del propósito en las herramientas comunicacionales, redes sociales, imagen corporativa y sitio web. En caso de que la empresa que está desarrollando su propósito sea de mayor tamaño es importante informar al resto de los trabajadores de este proceso. El propósito debe ser comunicado a todos los colaboradores para generar compromiso con los nuevos desafíos.

Esta comunicación del propósito se debe complementar con una validación externa con los principales clientes, aliados y proveedores, sin embargo, debe ser considerada sólo como una referencia, ya que el propósito no es como la visión o misión, no busca mostrar una imagen empresarial para generar dinero, sino más bien alinear los objetivos de los fundadores y unificar criterios respecto al motor de la iniciativa y el camino que se debe recorrer para alcanzar las metas.

## 7) VALIDACIÓN



Valida tu propósito con tus early adopters.

### SIMPLE PROPOS-IT

Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 10 debe ser considerada como antecedente.

CANTIDAD DE ENTREVISTADOS	PUNTAJE OBTENIDO

Para validar debemos seleccionar nuevamente un grupo de clientes y/o usuarios, de preferencia early adopters, y le consultamos mediante la herramienta "Simple Propos-It", si el propósito seleccionado representa tu empresa, si representa tu producto o servicio, y luego califican el propósito empresarial en esta misma papeleta, puntuando en 5 como máxima puntuación y 1 como mínimo. Un puntaje menor a 10 por papeleta debe ser considerada como antecedente.

### SIMPLE PROPOS-IT

ENTREVISTADO:

	5	4	3	2	1	
¿Nuestro propósito representa a nuestra startup?						
¿Nuestro propósito representa nuestro producto/servicio?						
¿Cómo calificas nuestro propósito?						TOTAL
<b>PUNTAJE</b>						

\* Una respuesta menor a 10 puntos debe ser considerada como antecedente.

Con los resultados totales obtenidos los traspasamos al panel, en el bloque 7, especificando la cantidad de entrevistados y el puntaje total obtenido.

**Paso 8 – Lealtad y Medición:** Una vez realizada la validación se da paso a dos aspectos claves para el reforzamiento del propósito. El primero es la lealtad a él, eso significa que como miembros de un startup o un emprendimiento emergente tenemos que ser fiel a nuestro propósito, ya que fue creado por el equipo de trabajo y los fundadores de la empresa, por lo que sería ilógico ir en contra de nuestros mismos postulados. Sin embargo, este fenómeno es más frecuente de lo que pensamos.

Recordemos que vivimos en una sociedad que sufre de disonancia cognitiva generalizada, y es más frecuente ver a alguien que no cumple que con lo que dice, que a alguien que si lo hace. Cuando no somos leales a nuestro propósito es porque no se asumió el compromiso necesario para esto.

Por otro lado, está la medición. Es importante contemplar un sistema que nos permita evaluar, constantemente, si el propósito sigue vigente o ya caducó, según nuestros objetivos, y por otra parte, levantar indicadores respecto al grado de alineamiento entre los colaboradores y el propósito. Para ello, se pueden utilizar otro recurso denominado “Medición Propos-It”, que es otra papeleta de evaluación del propósito empresarial, pero visto ahora desde la perspectiva de los socios, y dónde deben evaluar su vigencia.

<b>MEDICIÓN PROPOS-IT</b>											
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
¿El propósito aún me representa?											
¿El propósito aún representa la startup?											
¿El propósito aún representa mi producto?											
<b>PUNTAJE</b>											
										<b>TOTAL</b>	

En la papeleta 10 significa el máximo y 1 el mínimo. En el panel anota los nombres de cada integrante y su puntuación final.

Si el puntaje promedio, de la votación de todos los miembros del equipo, es menor a 7, el propósito debería ser cuestionado y preferentemente rearmado volviendo al bloque número 1 del “Panel de Propos-It”, lo que significa un ciclo cumplido desde el inicio del propósito. Recordemos que el propósito puede variar en el tiempo, ser mejorado y optimizado. No es una declaración inamovible y escrita en roca, por el contrario, es un organismo vivo que representa a tu equipo y sus fines, y como estos cambian, el propósito de ser también adaptado.

## 8) LEALTAD Y MEDICIÓN

Revisa si el propósito sigue siendo representativo para la startup

### MEDICIÓN PROPOS-IT

Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 20 es señal de que nuestro propósito ha quedado obsoleto.

INTEGRANTE DEL EQUIPO	PUNTAJE OBTENIDO

## PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Como complemento de la metodología de Propos-It, hemos creado un plan de implementación para aquellas empresas o startups que lleven un periodo más amplio de funcionamiento, y que deseen integrar su propósito actualizado a la organización.

Para ello se proponen estos 9 pasos:

**1. Validación de Propósito Empresarial:** Una vez desarrollado el propósito empresarial, con la metodología de Propos-It, es bueno volver a validarlo en caso de que no haya sido construido por los socios principales. Existen muchos casos, en los que jefaturas y gerencias llevan a cabo procesos como estos y luego lo informan a los directores y socios.

Si bien siempre se recomendará que los socios de una startup sean los encargados de diseñar el propósito empresarial, existen casos donde las organizaciones son de mayor tamaño, y en este caso se recomienda complementar Propos-It con este plan de implementación.

Para validar el propósito empresarial con una plana ejecutiva o directores (en caso de ser necesario), se puede utilizar la herramienta de “Medición Propos-It” y definir su permanencia y reforma.

MEDICIÓN PROPOS-IT										
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
¿El propósito aún me representa?										
¿El propósito aún representa la startup?										
¿El propósito aún representa mi producto?										
PUNTAJE										
										TOTAL

**2. Planteamiento de Objetivos:** Una vez obtenida la validación es momento de plantear los objetivos de cómo se implementará el propósito empresarial en la organización. Para ello, debes generar un objetivo general y 3 a 4 objetivos específicos. Se recomienda seguir los consejos señalados en este mismo libro, en “Proyecto de Vida”, para objetivo general y específicos. El planteamiento de objetivos debe ser claro y deben contener la totalidad de las metas a obtener con las acciones que se realizarán.

**3. Planificación Multi Estratégica:** Antes de continuar con las actividades de implementación, se recomienda realizar una planificación multi estratégica que reúna a representantes de departamentos de finanzas, innovación, producción, comercial, marketing y administración. Para ello, se debe realizar una reunión para que cada equipo establezca sus estrategia interna para difundir el propósito empresarial en sus respectivos departamentos, alineándose con las otras gerencias para una coordinación exitosa.

**4. Actividades de Implementación:** Una vez establecidos el formato en que se informará el propósito empresarial a los colaboradores, es momento de que cada departamento establezca acciones con resultados e indicadores asociados, con el fin de medir el proceso.







**6. Comunicación Interna:** Con todo lo anterior resuelto, es momento de llevar a cabo la comunicación en toda la organización. No olvides, que este proceso debe ser encabezado por la o las personas que lideran la empresa, más aún si hablamos de una empresa pequeña. Y es en este punto, donde todos los colaboradores deben estar al tanto del propósito empresarial.

Está demás decir, que la estructura de marketing jugará un rol fundamental en este proceso, por lo que debes tener un departamento de comunicaciones y mkt de alto nivel, o en su defecto un profesional experto para estos fines.

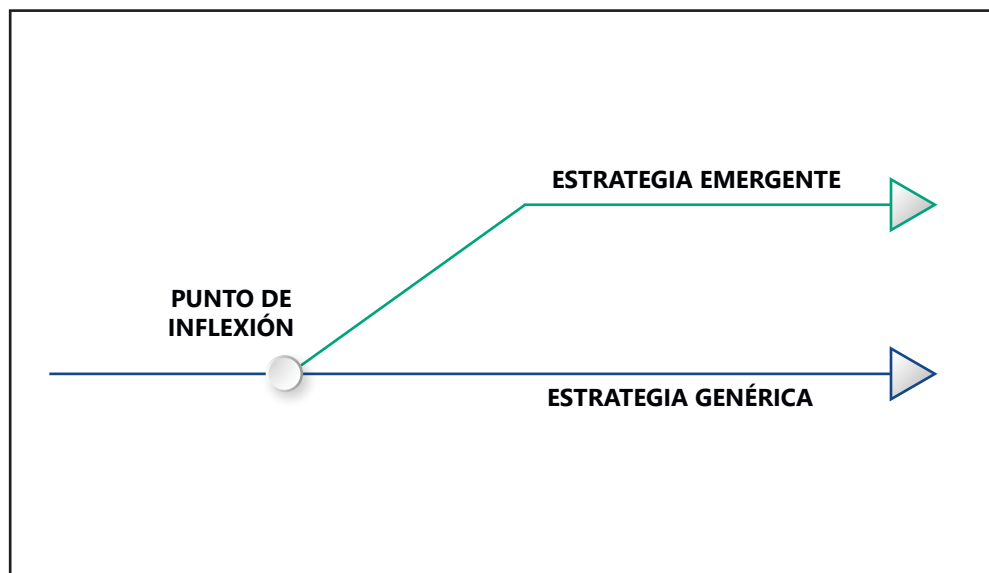
**7. Hitos y Análisis:** Una vez comunicado el propósito empresarial a los colaboradores, es necesario consultar continuamente su vigencia. Para ello se deben establecer 3 hitos de revisión cómo mínimo al año:

- Trimestral
- Semestral
- Anual

En cada hito de análisis de la vigencia del propósito empresarial, el equipo directivo debe volver a utilizar el recurso de “Medición Propos-It”.

**8. Estrategia Emergente:** En caso de que existan diferencias entre los socios, que obliguen a reconstruir el propósito, se recomienda comenzar nuevamente con la metodología de “Propos-it”, pero mantener el propósito actual y su estrategia, hasta lanzar la nueva propuesta, la que se sostiene en este concepto que denominados “Estrategia Emergente”.

Esta estrategia emergente continua su desarrollo bajo Propos-It hasta ya tener todas las aprobaciones para generar el cambio a nivel comunicacional y de marketing, y luego de eso se difunde nuevamente mediante el “Plan de Implantación”.



Una de las ventajas que tienen las empresas que ya han creado un propósito, y quieren mejorarlo, es que ya conocerán la metodología y, por ende, la libertad creativa de los socios será más amplia a nivel individual y más colaborativa a nivel colectivo.

**9. Consecuencia y Asimilación:** Cuando ya abandonamos el proceso de crear e implementar un propósito, es importante que como fundadores, socios o colaboradores de un startup estemos al tanto de la vigencia del propósito como algo que conecta nuestro propósito de vida con la forma como queremos generar ingresos e impacto, lo que sin duda nos entrega felicidad y plenitud, ya que fuimos nosotros mismos los responsables y artífices de la creación de nuestro propósito de vida. De esto se desprende, que se requiera consecuencia y asimilación de nuestra parte. Si cuestionamos al sistema tradicional por su egoísmo e inconciencia, no podemos actuar de la misma forma y prometer lo que no podemos cumplir.

Por eso, es que el propósito empresarial se vive y se respira día a día, y somos fiel a él. Es la razón por la que irás a trabajar, ya que sin un propósito claro y un entorno laboral que no nos gusta, es imposible ser feliz.

Con este plan de implementación podrás poner en ejecución tu propósito e ir revisándolo constantemente. Te recomendamos actualizar el propósito más de una vez de ser necesario, ya que como sabemos los contextos cambian y las empresas deben adaptarse a los cambios de su industria.

# 2022 PEDET

*Otra más de Origo Lab!*

Proyecto apoyado por



[WWW.PEDET.CL](http://WWW.PEDET.CL)

