

**Cultura & Creatividad**

**engage**

Ayudamos a construir empresas cada vez más humanas

**Cultura & Creatividad**

**engage**

Ayudamos a construir empresas cada vez más humanas

The background features several large, thick, yellow curved shapes that resemble stylized letters or abstract forms, positioned in the corners and along the edges of the slide.

Felipe Thomas - Socio Gte Gral Engage

---

# **El propósito al interior de las organizaciones ¿Cómo comunicarlo?**



Da sentido



El propósito

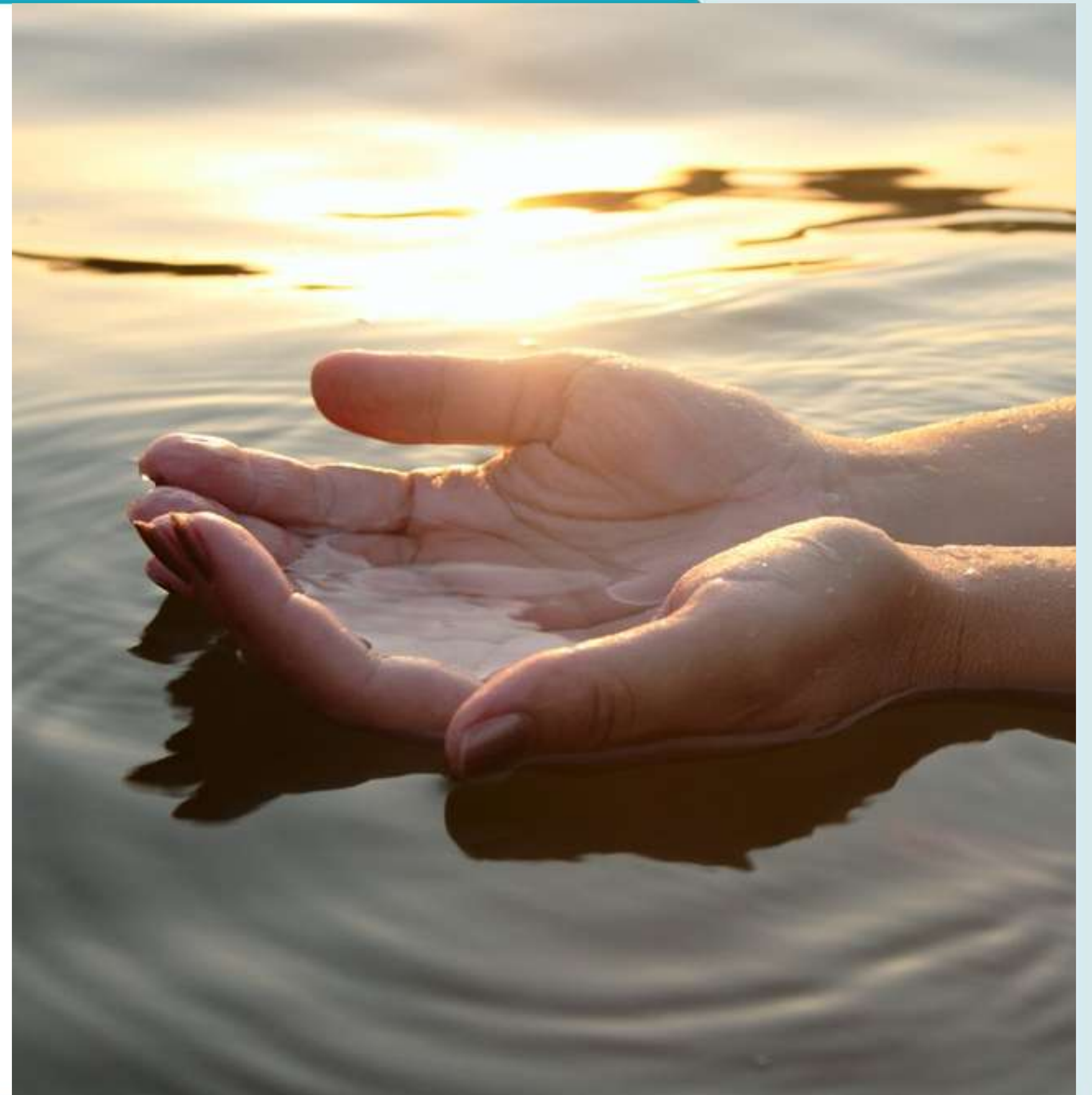
**Transforma lo  
sencillo en  
trascendental.**



La pregunta que responde es:

**¿Cuál es el impacto  
que la empresa  
quiere tener sobre  
el mundo para  
cambiarlo y  
mejorarlo?**

Alcance





El propósito inspira

**Lo que nos  
motiva para  
levantarnos a  
trabajar todos  
los días.**





## **El propósito**

Le da sentido a la estrategia, porque la estrategia no es suficiente por si misma sin un propósito.

Nos ayuda a discernir (cuando no existe un protocolo)

Nos indica desde dónde tomar las decisiones.

# **Requiere coraje declararlo**





**Es un elemento central de  
la cultura organizacional.**

**Nos define!**





Engage Chile · Cultura & Creatividad >

---

# **Algunas consideraciones para una correcta instalación**



A close-up photograph of a person's legs and hands as they tie their white and black running shoes on a paved path. The person is wearing a black sports watch on their left wrist. The background is a blurred outdoor setting. A black text box is overlaid on the image, and there are blue decorative shapes at the bottom.

**Es una carrera de largo aliento.**



**Mucho más que una campaña ...**



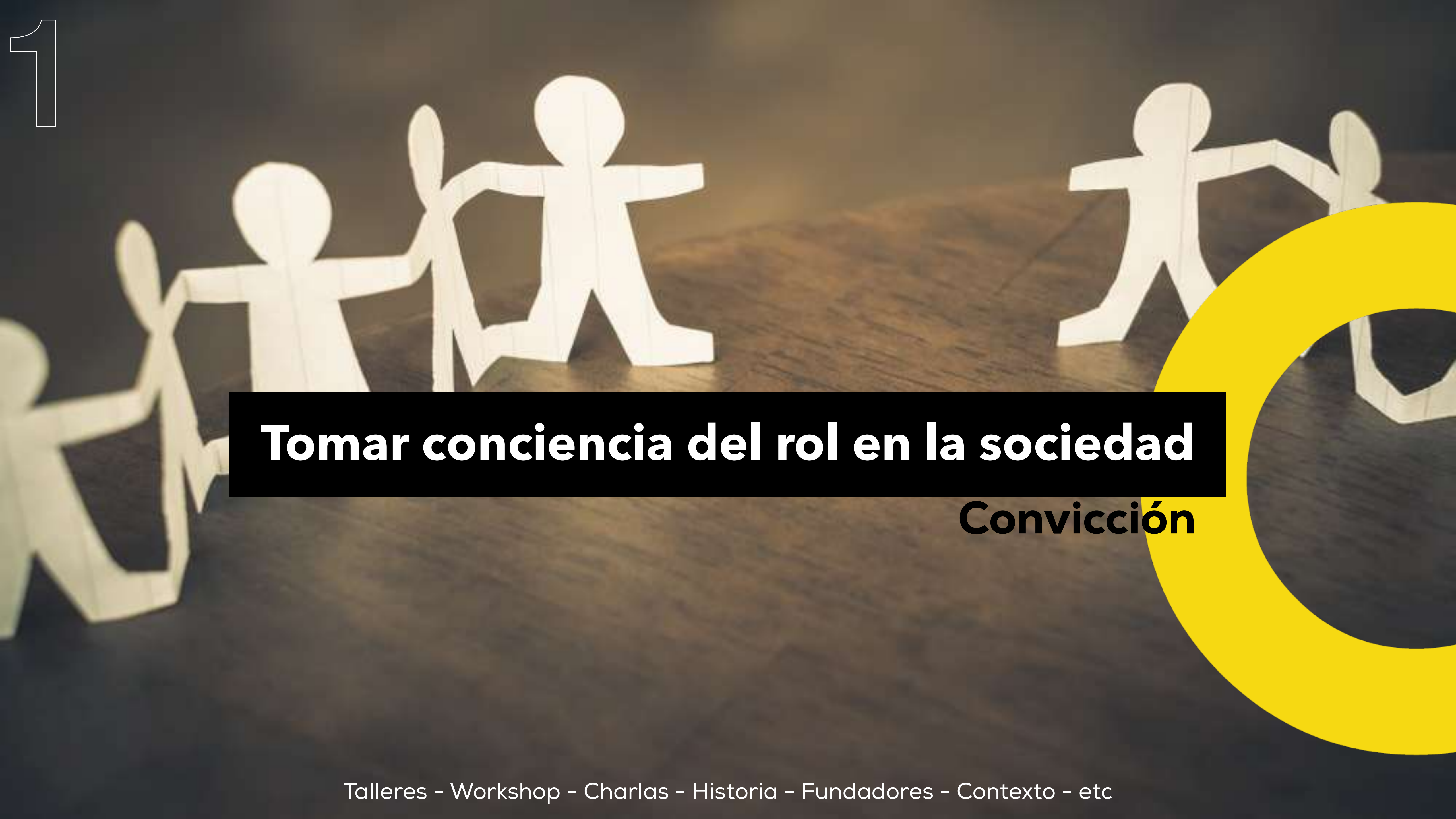


**... Se trata de asegurar coherencia y consistencia**

No es solo una declaración ... se trata que se "viva" en las decisiones y acciones.



1

The background of the slide features a row of white paper cutouts of human figures holding hands, set against a dark, textured wooden surface. A large, bright yellow circle is partially visible on the right side of the frame.

# **Tomar conciencia del rol en la sociedad**

## **Convicción**

Talleres – Workshop – Charlas – Historia – Fundadores – Contexto – etc



2

## **Preocupación por los aspectos higiénicos**



3

## Asegurar la participación ...







4

**... y escuchar**

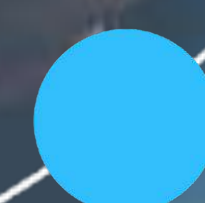




5

# **Necesidad de explicar**

## **Instalar y dar sentido**







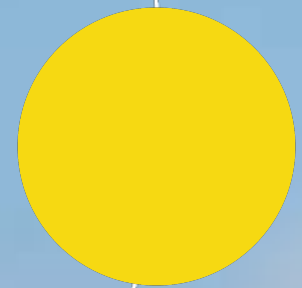
**La fuerza de un relato**





**Primero los líderes!**





**Desde la emocionalidad**







# Conocer a los principales stakeholders...

**Clientes – Colaboradores – Comunidades – Proveedores**

Historias – Testimoniales – Cartas de clientes – Visitas – Conversaciones





10

**... Y entender el impacto que generamos**



A photograph of a man and a young boy, both wearing light blue surgical face masks. The man is on the left, wearing a red and black plaid shirt. The boy is on the right, wearing a red shirt. A hand is visible adjusting the boy's mask. The background is blurred, showing some yellow lights. A black banner with white text is overlaid across the middle of the image. A yellow circle is in the bottom right corner, containing black text. A blue circle is on the left side, connected by a white line to the man's mask.

**Se vive con mayor fuerza en contingencias**

***Aquellas empresas que lograron  
ser coherentes con su propósito,  
saldrán más fortalecidas que el  
resto de las organización.***





En específico:

---

**¿Cómo estructurar un plan?**





# Modelo coherencia interna





1. Definición del propósito
2. Relato (sentido a la estrategia)
3. Estructura de trabajo
4. Toma de conciencia (talleres, charlas, etc)





1. Definición del propósito

2. **Relato** (sentido a la estrategia)

3. Estructura de trabajo

4. **Toma de conciencia**





1. Definición del propósito
2. Relato (sentido a la estrategia)
3. Estructura de trabajo
4. Toma de conciencia



5. Plan de bajada - explicar
6. Video inspirador
7. Hito Compromiso
8. Revisión medios internos
9. Nuevo tono y estilo (sistema comunicación)
10. Discursos y mensajes internos
11. Campaña comunicacional
12. Visibilidad del Cliente
13. Historias de colaboradores y clientes
14. Testimonios comunidades
15. Plan focalizado en públicos offline
16. Lideres como comunicadores (herramientas)



1. Definición del propósito
2. Relato (sentido a la estrategia)
3. Estructura de trabajo
4. Toma de conciencia



5. Plan de bajada - **explicar**
6. **Video inspirador**
7. Hito Compromiso
8. Revisión medios internos
9. Nuevo tono y estilo (sistema comunicación)
10. **Discursos y mensajes internos**
11. Campaña comunicacional
12. **Visibilidad del Cliente**
13. **Historias** de colaboradores y clientes
14. **Testimonios** comunidades
15. Plan focalizado en **públicos offline**
16. Lideres como comunicadores (herramientas)



1. Definición del propósito
2. Relato (sentido a la estrategia)
3. Estructura de trabajo
4. Toma de conciencia



5. Plan de bajada - explicar
6. Video inspirador
7. Hito Compromiso
8. Revisión medios internos
9. Nuevo tono y estilo (sistema comunicación)
10. Discursos y mensajes internos
11. Campaña comunicacional
12. Visibilidad del Cliente
13. Historias de colaboradores y clientes
14. Testimonios comunidades
15. Plan focalizado en públicos offline
16. Lideres como comunicadores (herramientas)

17. Subsistemas internos
18. Rol del Líder
19. Reconocimiento
20. Hitos, ritos y ceremonias
21. Prácticas cotidianas
22. Realidad en contingencia



- 1. Definición del propósito
- 2. Relato (sentido a la estrategia)
- 3. Estructura de trabajo
- 4. Toma de conciencia



- 5. Plan de bajada - explicar
- 6. Video inspirador
- 7. Hito Compromiso
- 8. Revisión medios internos
- 9. Nuevo tono y estilo (sistema comunicación)
- 10. Discursos y mensajes internos
- 11. Campaña comunicacional
- 12. Visibilidad del Cliente
- 13. Historias de colaboradores y clientes
- 14. Testimonios comunidades
- 15. Plan focalizado en públicos offline
- 16. Lideres como comunicadores (herramientas)

17. Subsistemas internos

**18. Rol del Líder**

19. Reconocimiento

20. Hitos, ritos y ceremonias

**21. Prácticas cotidianas**

**22. Realidad en contingencia**



1. Definición del propósito
2. Relato (sentido a la estrategia)
3. Estructura de trabajo
4. Toma de conciencia



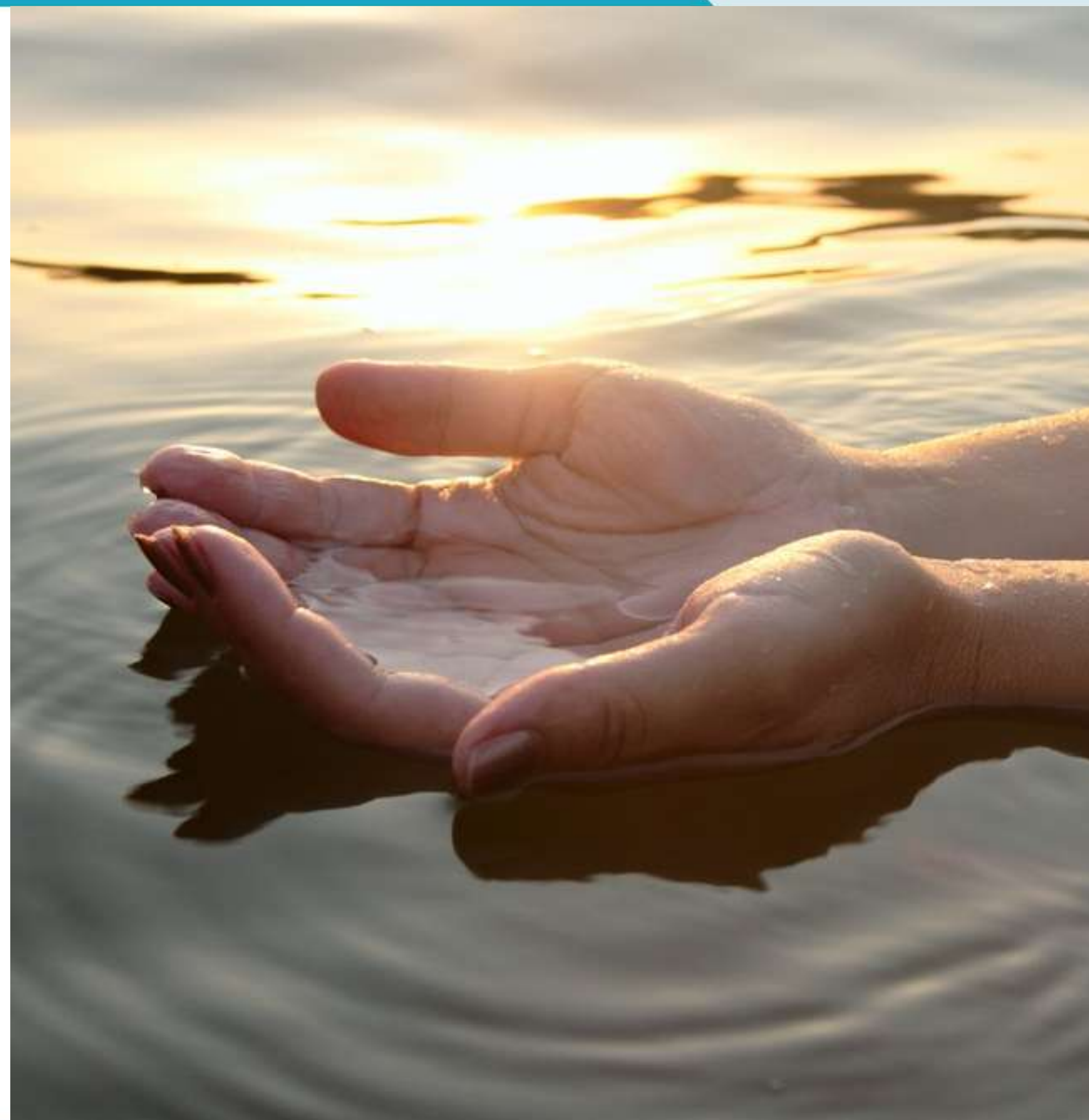
5. Plan de bajada - explicar
6. Video inspirador
7. Hito Compromiso
8. Revisión medios internos
9. Nuevo tono y estilo (sistema comunicación)
10. Discursos y mensajes internos
11. Campaña comunicacional
12. Visibilidad del Cliente
13. Historias de colaboradores y clientes
14. Testimonios comunidades
15. Plan focalizado en públicos offline
16. Lideres como comunicadores (herramientas)

17. Subsistemas internos
18. Rol del Líder
19. Reconocimiento
20. Hitos, ritos y ceremonias
21. Prácticas cotidianas
22. Realidad en contingencia



Si somos coherentes y  
consistentes con el  
propósito y nuestros  
valores (manera de hacer las cosas)

**¿Qué se logra?**





A field of white tulips with one red tulip in the center. The background is a soft-focus field of white tulips. A single red tulip stands out in the center. In the bottom left corner, there is a blue graphic element consisting of a stylized arrow pointing up and to the right, and a semi-circle. A yellow circle is in the top left corner, connected by a thin white line to the blue graphic.

**Diferenciarnos y hacernos únicos**

**Ventaja Competitiva**

Facilita procesos de atracción y retención de talento





**Acercar a clientes y comunidades**



**Un buen ambiente laboral**

**Ganas de trabajar en esta empresa**





A close-up photograph of a person's chest and neck. They are wearing a red and black horizontally striped knit sweater. Their right hand is placed over their heart. The background is a solid light blue. There are decorative elements: a yellow circle in the top left, a blue circle in the bottom right, and a black abstract shape at the bottom center.

**¡Nos llena de orgullo!**





**Nos identifica**

**y nos compromete**



**Cultura & Creatividad**

**engage**

Ayudamos a construir empresas cada vez más humanas



**Cultura & Creatividad**

**engage**

Ayudamos a construir empresas cada vez más humanas



***Hacer feliz a la gente***

***Mejorar la calidad de vida y  
contribuir a un futuro más saludable***

***Hacemos que las personas se sientan bien***

***Simplificar la vida de las personas***

***Enriquecemos la vida de todas las personas  
en el viaje a su destino***

***Trabajamos para un mundo más limpio y sostenible***

***Ayudamos a construir empresas  
cada vez más humanas***

