

# Taller

# Propòsit empresarial i llengua

Sessió taller  
Josep Maria Canyelles  
Juny de 2024

Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya  
**Departament  
de Política Lingüística**

# Empresa PRO

## Índex

- [Presentació, estructura i objectius](#)
- [Què diuen algunes empreses](#)
- [Evolució del propòsit](#)
- [Quin resultat aporta](#)
- [La Responsabilitat Social de les Empreses](#)
- [Els temps estan canviant. Tendències](#)
- [Missió i propòsit](#)
- [Model Empresa Pro](#)
- [Activisme empresarial](#)

## Què diuen algunes empreses

# Empresa PRO

## Anuncis



# Empresa PRO

## Anuncis



# Empresa PRO

## Anuncis





# Empresa PRO

## Anuncis



# Empresa PRO

## Anuncis



 MOBILE  
WORLD CAPITAL  
BARCELONA





THE BODY SHOP

**“Existim per  
a lluitar per un  
món més just  
i més bell”**

**Dame Anita Roddick  
Fundadora The Body Shop**

# AMETLLER ORIGEN



Estem ON,  
**ONLINE**

[ametllerorigen.com](http://ametllerorigen.com)



## EL NOSTRE PROPÒSIT

A Ametller Origen promovem un estil de vida més saludable i sostenible, facilitant l'accés a una alimentació més nutritiva, plaent i neta, amb un ferm compromís amb la societat i el medi ambient.

Click & Collect



# Empresa PRO

## Evolució del propòsit

Sempre

Propòsit ha servit des de sempre com a sinònim de missió, per referir-se al sentit últim de l'empresa. I encara ara es pot fer servir així.

S.XX

De vegades es pot haver fet servir en el sentit de compromís filantròpic, especialment quan la filantropia va agafar força vinculada al màrqueting amb causa.

S.XXI

Des de fa alguns lustres, algunes empreses ho vinculen amb l'RSC com a enfocament integral de gestió.

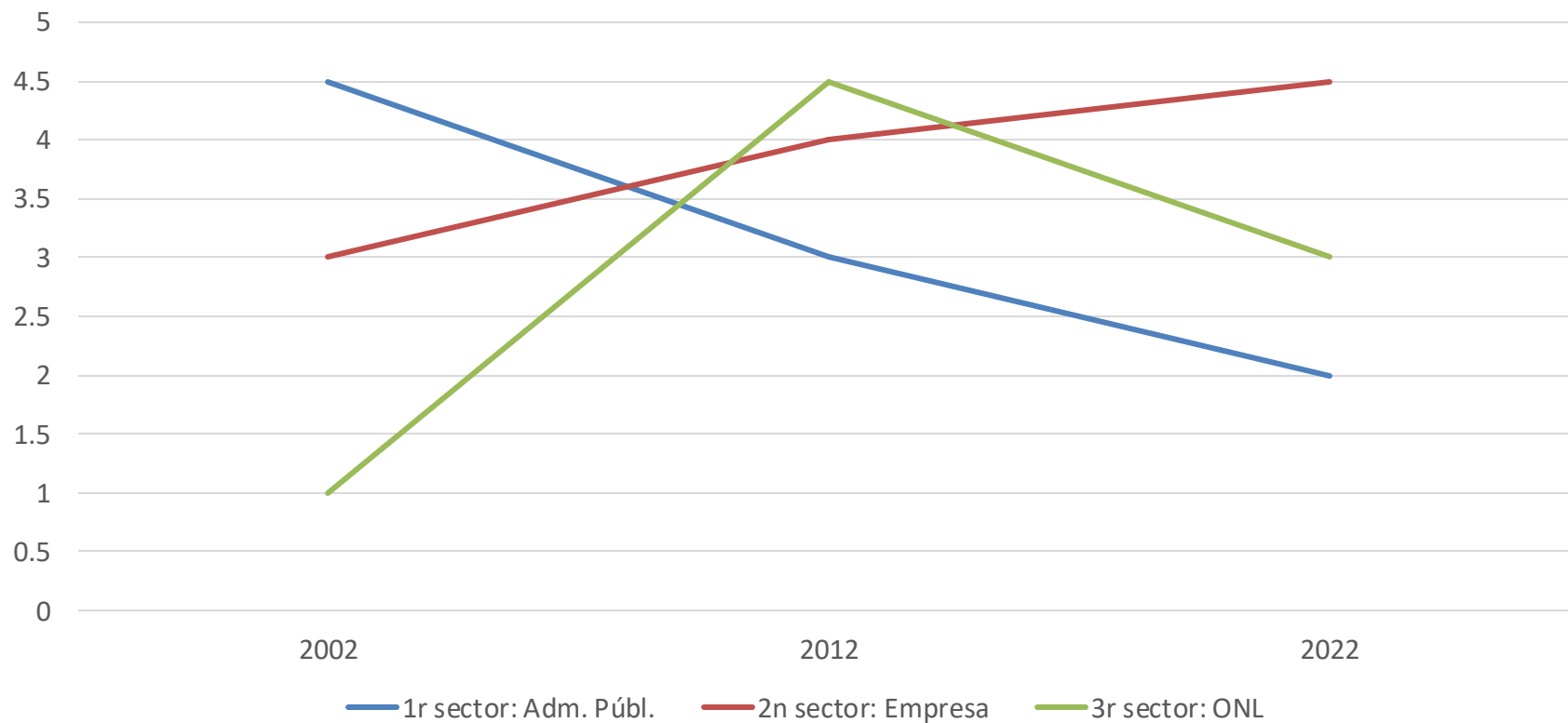
10 anys

Des de fa uns pocs anys, el propòsit se situa com a compromís de màxim nivell en RSC fins al punt de desplaçar la missió incorporant el sentit de transformació social.

# Empresa PRO

## Evolució confiança

Confiança en com cada sector pot contribuir a resoldre els problemes del món (Edelman)



# Empresa PRO

## Exemples de missió - propòsit

- **Tesla:** Accelerar la transició del món cap al transport sostenible.
- **Dove:** ajudar les dones de tot el món a crear una relació positiva amb la seva aparença, ajudant-les a elevar la seva autoestima i desenvolupar tot el seu potencial.
- **Nike:** «Brindar inspiració i innovació a tots els atletes del món. Si tens un cos, ets un atleta».
- **Starbucks:** «Inspirar i nodrir l'esperit humà, una persona, una tassa i un veïnat alhora».
- **Google:** "Organitzar la informació del món i fer que sigui universalment accessible i útil".
- **Walmart:** «Estalviant diners de les persones perquè puguin viure millor».
- **Zappos:** «Viure i lliurar WOW».

## Quin resultat té



Quan un consumidor percep que una marca té un propòsit esdevé:

- Quatre vegades més procliu a comprar productes i serveis de la marca;
- Sis vegades més inclinat a defensar aquesta marca en un moment desafiador;
- Quatre vegades i mitja més propens a recomanar a la marca amics i familiars;
- Quatre vegades més procliu a confiar en la marca.



L'estudi [Strength of Purpose 2020](#), de Zeno Group, agència global de comunicacions, va enquestar més de 8.000 persones en quatre continents.

# Empresa PRO

## Resultats

Un análisis de BrandZ de 2006 a 2018 muestra que las marcas con un buen propósito aumentaron su valor en un 175%, más del doble que las marcas con propósito, pero débil. Los datos demuestran que el buen propósito es fundamental para la marca y el negocio, y claramente se entiende la frase del CEO de BlackRock:



KANTAR



# Empresa PRO

## Resultats

**GREW 69% FASTER  
THAN THE REST  
OF OUR BUSINESS  
IN 2018**

**Crecieron 69% más rápido que el resto de  
nuestros negocios en 2018...**

▶ ▶▶ 🔊 0:22 / 0:48



## La Responsabilitat Social de les Empreses

# Empresa PRO

## Responsabilitat Social de les Empreses: definició

- La Responsabilitat Social Corporativa (RSC) és la responsabilitat que assumeix una empresa o organització davant de la societat pels impactes de la seva activitat i per la corresponsabilitat en els afers comuns que afecten la sostenibilitat del mercat, de la societat i del medi ambient. En la seva màxima expressió, i més connectada amb el sentit estratègic, pretén desenvolupar un model d'empresa amb una **excel·lència social** que li permeti crear valor compartit, és a dir, **valor econòmic i social** alhora.
- La denominació sovint incorpora variacions en funció del tipus d'organització subjecte: Responsabilitat Social de les Empreses (RSE), de les Organitzacions no lucratives ([RSO](#)), de les Administracions públiques ([RSA](#)), de les Universitats ([RSU](#))...

# Empresa PRO

## Responsabilitat Social de les Empreses: estructuració

- L'RSC s'estructura com una **política d'empresa** basada en el compromís amb el **desenvolupament humà** i amb la **sostenibilitat global**, a partir de la qual l'organització incorpora en els processos de **creació de valor** interessos i inquietuds dels agents que legítimament prenen part en el seu interès (accionistes, treballadors, clients, ciutadans, proveïdors, finançadors, reguladors, agents socials, organitzacions socials...).
- L'RSC suposa un compromís **integral i integrat** a partir dels cinc grans vectors d'impacte empresarial: **econòmic, laboral, ambiental, social, i bon govern**; integral perquè forma part del model d'empresa, afecta totes les àrees i s'estén per la cadena de valor; integrat perquè s'incorpora en la gestió, els processos i els procediments.



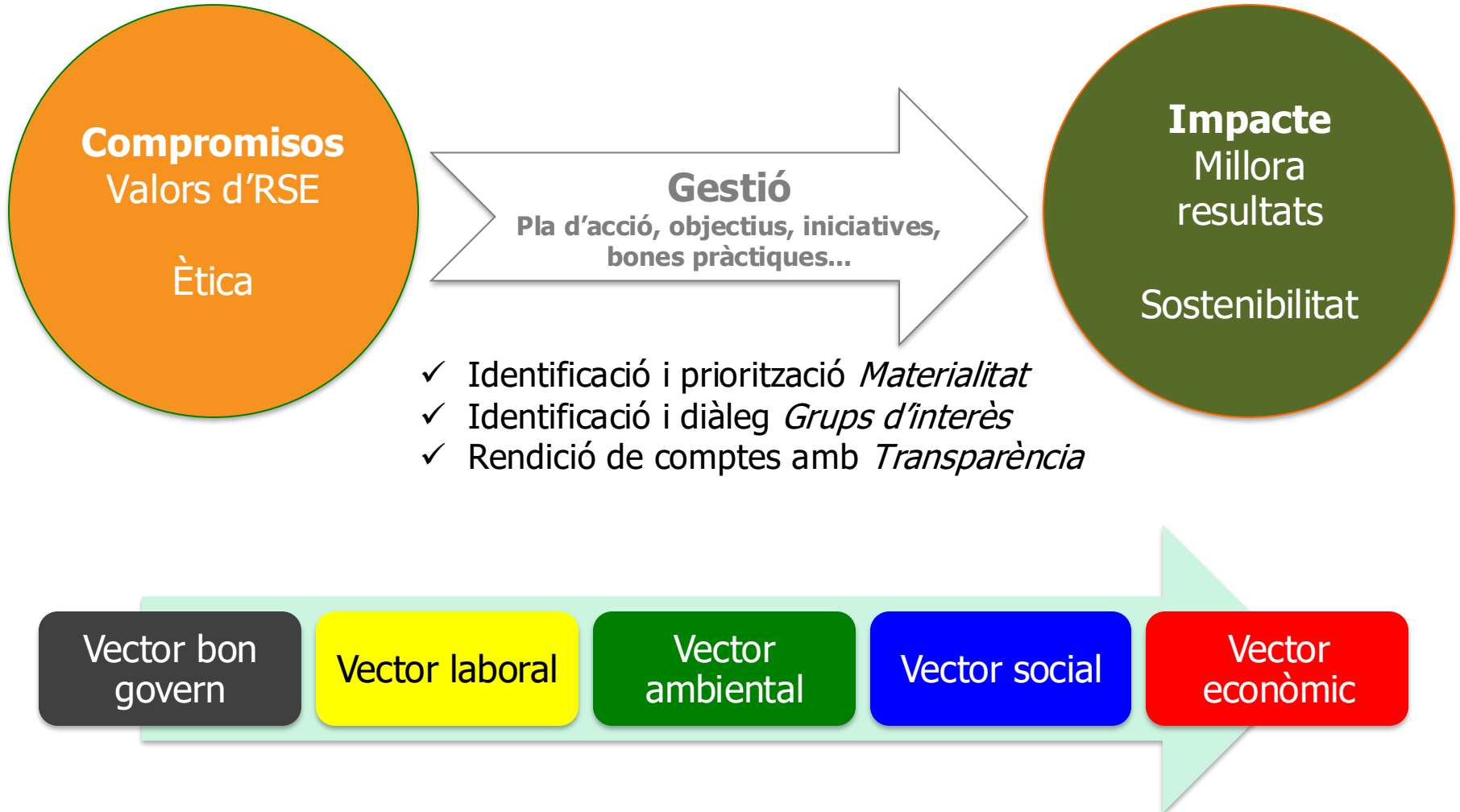
# Empresa PRO

## Responsabilitat Social de les Empreses: metodologia

- Metodològicament, l'RSC implica la formulació d'un **compromís** ètic orientat a la sostenibilitat, que afecti els diferents vectors, i es desenvolupi amb un sistema de gestió de **millora contínua** que permeti **identificar els temes** rellevants, **dialogar amb els grups d'interès**, desenvolupar **bones pràctiques** i **rendir comptes**.

# Empresa PRO

## Responsabilitat Social de les Empreses: metodologia



# Empresa PRO

## Responsabilitat Social de les Empreses: origen

L'RSC va néixer com un **enfocament empresarial** i, a més de:

- aportar un valor a la societat i **donar resposta** als reptes que aquesta planteja,

pretén legítimament garantir la sostenibilitat empresarial a partir de:

- enfortir la **capacitat adaptativa** als nous requeriments de la societat i
- desenvolupar la gestió dels **actius intangibles** (talent dels equips humans, confiança dels clients, solidesa de les relacions en la cadena, llicència social per operar, reputació, marca...).

Aquest comportament basat en el diàleg i en la bona **ciutadania corporativa** s'ha desenvolupat en general en empreses amb una cultura més avançada i amb una major capacitat de comprendre els nous contextos per als negocis del futur.

## Els temps estan canviant

# Empresa PRO

Els temps estan canviant



The New York Times

## *Shareholder Value Is No Longer Everything, Top C.E.O.s Say*

Chief executives from the Business Roundtable, including the leaders of Apple and JPMorgan Chase, argued that companies must also invest in employees and deliver value to customers.



# Empresa PRO

Els temps estan canviant





# Empresa PRO

## Els temps estan canviant

### Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial: “Me preocupa el riesgo de estallido de una crisis social”

Schwab cree que estamos en una situación similar a la del fin de la II Guerra Mundial: hay que diseñar cómo será el mundo tras el coronavirus



8



ALICIA GONZÁLEZ

Madrid - 08 NOV 2020 - 00:30 [CET](#)



Ni en épocas de pandemia, [Klaus Martin Schwab](#) (Ravensburg, Alemania, 82 años) tiene tiempo para parar y hacer una entrevista por Zoom, así que nos limitamos al móvil. La crisis del coronavirus ha obligado al fundador del [Foro Económico Mundial](#) y de las reuniones anuales en la estación suiza de Davos a reinventarse. La cumbre de enero se celebrará de forma virtual y, si la evolución de la enfermedad y el desarrollo de la vacuna lo permiten, habrá una reunión más reducida en Lucerna. Aunque, hoy más que nunca, ese futuro está por reescribir. Acaba de publicar en español *Covid-19: el gran reinicio*, sobre las implicaciones de la



# Empresa PRO

## Tendències: Capitalisme de grups d'interès

[...] les empreses necessitaran més nous paràmetres i un nou propòsit. Per exemple, quins?

1. Primer, hauria d'establir un **paràmetre que mesuri la «creació de valor compartit»** que complementés els paràmetres mètrics i permetés millorar els objectius «ambientals, socials i de governança». Ja hi ha en marxa una iniciativa encaminada a això que gaudeix de el suport de «les quatre grans» consultores, i del president de el Consell Empresarial Internacional i CEO de Banc d'Amèrica, Brian Moynihan.
2. La segona mesura que cal **ajustar és la remuneració en els nivells executius**. Des de la dècada de 1970, el salari dels executius s'ha disparat, fonamentalment per «alineat» els directius amb els accionistes. En el nou model de les parts interessades, el salari hauria d'estar alineat amb la creació de valor compartit a llarg termini. I que no hi hagi cap dubte: el fet de ser un bon líder ja resulta molt gratificant per si mateix.
3. Finalment, les empreses han de comprendre que han assolit una **mida tal que s'han convertit en una part interessada del nostre futur comú**. Òbviament, l'empresa ha d'aprofitar les seves competències bàsiques, el seu esperit empresarial i les seves habilitats, però també ha de treballar amb altres parts interessades per millorar l'estat del món. Aquesta hauria de ser la seva finalitat última.

Klaus Schwab

2 des 2019. **Quin tipus de capitalisme volem?** [\[font\]](#).

Founder and Executive Chairman, World Economic Forum

- L'organització empresarial d'EUA Business Roundtable va modificar el 2019 la seva [Declaració del propòsit d'una corporació](#) per incorporar la creació de valor per als grups d'interès.

Per a Milton Friedman, era senzill. "Hi ha una i només una responsabilitat social de les empreses", va escriure l'economista Nobel el 1970: "participar en activitats dissenyades per augmentar els seus beneficis". Les empreses han de complir la llei. Però més enllà d'això, la seva feina és guanyar diners per als accionistes.



Les empreses també es deuen als seus grups d'interès

- 2019: [Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote 'An Economy That Serves All Americans'](#)
- 2020: [One Year Later: Purpose of a Corporation](#)
- 2021: [Two Years Later, Has the Business Roundtable Statement Transformed Capitalism?](#)

# Empresa PRO

## Tendències: Propòsit

En pocs anys, la responsabilitat social ha arribat al capdamunt de les corporacions i entre grans líders s'ha generalitzat l'opinió que no n'hi ha prou amb fer les coses bé sinó que cada empresa hauria de desenvolupar un sentit de propòsit empresarial.

**No n'hi ha prou amb fer les coses bé → Sentit de propòsit empresarial**

En sentit més ampli, caldria passar del capitalisme d'accionistes al capitalisme de grups d'interès.

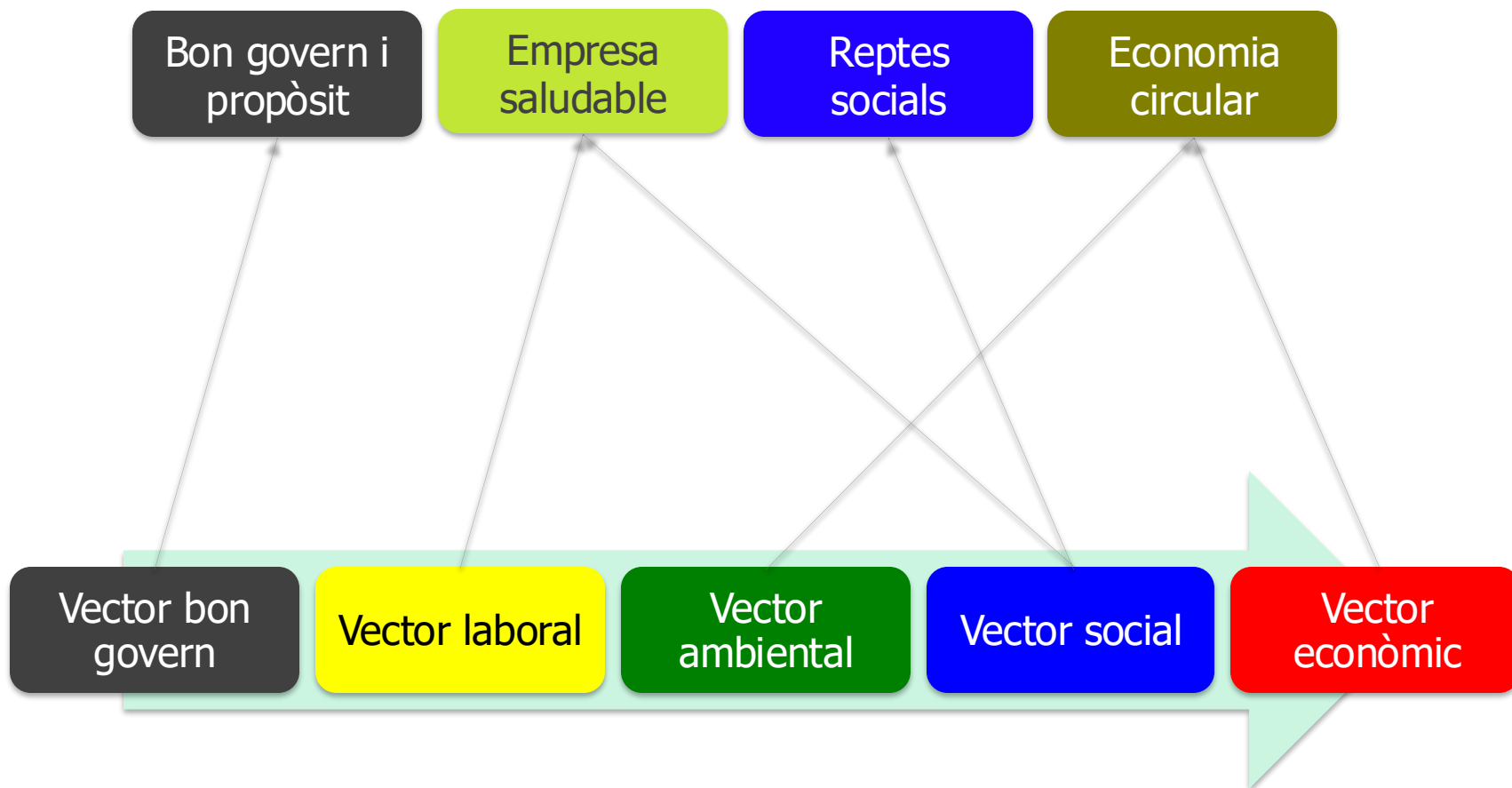
**Capitalisme d'accionistes → Capitalisme de grups d'interès**

El context ve condicionat per aspectes importants com ara:

- emergència climàtica
- reptes socials
- pressió de la clientela i la societat en general
- la pròpia lògica empresarial.

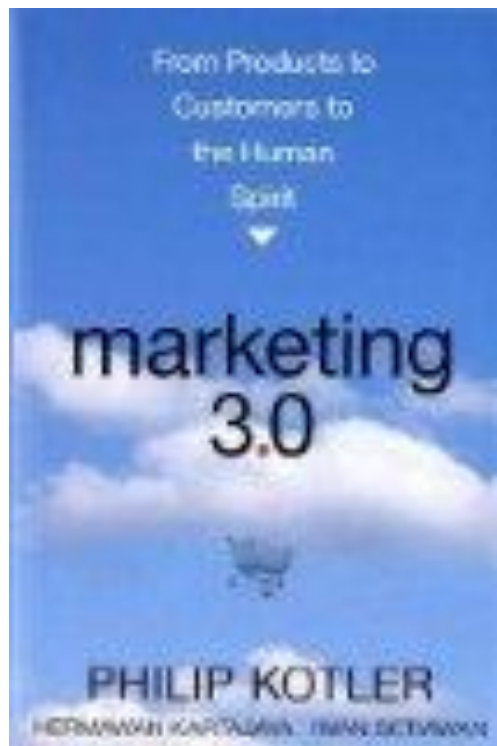
# Empresa PRO

## Tendències en l'RSC



# Empresa PRO

## Tendències: Màrqueting 3.0



Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan

La història del màrqueting es divideix en tres etapes fonamentals.

- Màrqueting 1.0, centrat en els productes.
- Màrqueting 2.0, centrat en els consumidors.
- Màrqueting 3.0, centrat en valors i causes socials.

El Màrqueting 3.0 va sorgir com a resposta davant de diversos factors: les noves tecnologies, els problemes potencials de la globalització i l'interès dels individus per expressar la seva creativitat, els seus valors i la seva espiritualitat.

Qualsevol organització que vulgui sorgir i prosperar en les circumstàncies actuals del mercat, ha d'aprendre els tres conceptes fonamentals del màrqueting 3.0:

- creació de comunitats,
- cocreació i
- integritat de marca.



# Empresa PRO

Tendències: Relat anticipant el “perquè”



**Start with why -- how great leaders inspire action | Simon Sinek | TEDxPugetSound**



# Empresa PRO

## Tendències: Propòsit en el model EFQM

### Propòsit empresarial segons model EFQM

- Explica per què la seva activitat és important.
- Estableix les bases per crear i proporcionar valor als grups d'interès.
- Proporciona un marc de referència en què assumeix la responsabilitat de la seva contribució i l'impacte a l'ecosistema en què opera.

Mentre que la declaració de creació de valor compartit hauria de tenir un caràcter molt estable en el temps, la de propòsit pot variar en funció de cada pla estratègic, si bé caldria justificar un canvi rellevant.



# Empresa PRO

## Exemples de missions

- **Abacus:** La vocació principal de la cooperativa és satisfer el soci-client oferint-li una selecció de productes i serveis per a la cultura i l'educació. Per a la cooperativa, però, la dinamització cultural, la responsabilitat social, la innovació i el lideratge són també trets propis de la nostra identitat.
- **Agbar:** Gestió de serveis que contribueixen a la qualitat de vida de les persones i generen valor per als grups d'interès.
- **Cafès Novell:** A Cafès Novell tenim molt clar on volem arribar: la nostra missió és seduir els sentits de totes les persones amb una tassa de cafè perfecta, fruit d'una llarga experiència i un gran sentit de contribució a la cultura del cafè. Aquest objectiu només es pot aconseguir liderant el mercat de l'alta hostaleria, amb una atenció especial a la formació i el desenvolupament integral d'un protocol de treball que doni lloc al millor producte i servei.
- **GasNatural:** La Missió del Grup Gas Natural és atendre les necessitats energètiques de la societat, proporcionant als seus clients serveis i productes de qualitat respectuosos amb el medi ambient, als seus accionistes una rendibilitat creixent i sostenible i als seus empleats la possibilitat de desenvolupar les seves competències professionals.
- **RACC:** La nostra missió és assistir i ajudar els nostres prop d'un milió de socis, contribuint a millorar la seva qualitat de vida i la del seu entorn familiar mitjançant uns serveis útils, àgils i eficients.
- **Suara:** Suara té com a missió transformar l'entorn social, millorant la realitat de les persones mitjançant serveis de qualitat arrelats al territori, que promoguin el seu benestar i creixement, des d'un projecte empresarial cooperatiu.

# Empresa PRO

## Exemples de missions

Es recomana que la declaració de missió sigui prou sintètica perquè pugui ser recordada amb facilitat per les persones de l'equip. Algunes empreses fan una versió més comunicativa de la missió, un lema més fàcil de recordar i també d'usar en els materials de comunicació:

- **Google:** Organitzar la informació mundial
- **Uber:** Desplaçar les persones el més ràpidament, convenientment i barat possible.
- **3M:** Resoldre problemes sense solució de forma innovadora.
- **Walt Disney:** Fer feliç a la gent.
- **Kellogg's** Alimentar les famílies per que puguin prosperar i aflorar.
- **DKV Assegurances:** Volem fer un món millor.
- **Merck:** Protegir i millorar la vida humana.
- **Coca-Cola:** refrescar al món i marcar la diferència en la vida de les persones, la societat i el planeta.
- **Fannie Mae:** Enfortir el teixit social democratitzant contínuament la propietat d'habitatges.
- **Hewlett-Packard:** Fer contribucions tècniques per al progrés i el benestar de la humanitat.
- **Sony:** Experimentar l'alegria de promoure i aplicar la tecnologia per al benefici del públic.
- **ING:** Donar-li a la gent el poder de mantenir-se un pas per davant en la vida i els negocis.
- **McKinsey & Company:** Ajudar que els governs i corporacions líders del món tinguin més èxit.
- **Telecare Corporation:** Ajudar que les persones amb discapacitat mental desenvolupin plenament el seu potencial.
- **Wal-Mart:** Donar-li l'oportunitat a la gent normal de comprar les mateixes coses que la gent rica.

# Empresa PRO

## Exemples de missions

- La **FEGP** és una entitat que manté un compromís amb el seu entorn social i econòmic i que entén com a prioritari el progrés del territori, en tant que beneficia el conjunt de ciutadans i entitats que hi conviuen i garanteix el futur de les activitats que s'hi desenvolupen.
- **CECOT**: La nostra missió és la de promoure i defensar èticament els interessos de les empreses catalanes oferint un servei innovador i de qualitat en resposta a les seves necessitats presents i futures, d'acord amb el desenvolupament social, natural i econòmic del seu entorn.
- **Foment del Treball**: Defensar els interessos dels empresaris catalans en general –i dels associats en particular-, tot promovent un entorn favorable per a l'activitat productiva en diàleg amb els poders públics i els representants de la societat civil.
- **Pimec**: Com a organització empresarial més representativa de Catalunya, PIMEC representa i defensa els interessos i els valors de la PIME i els autònoms davant de les administracions, la resta d'agents socials i la societat en general, i contribueix activament al seu creixement i a la seva competitivitat. A més, PIMEC ofereix a les pimes tots els serveis i eines que ajudin a fer-les més fortes i competitives en un mercat global i sense fronteres.

## Activisme empresarial

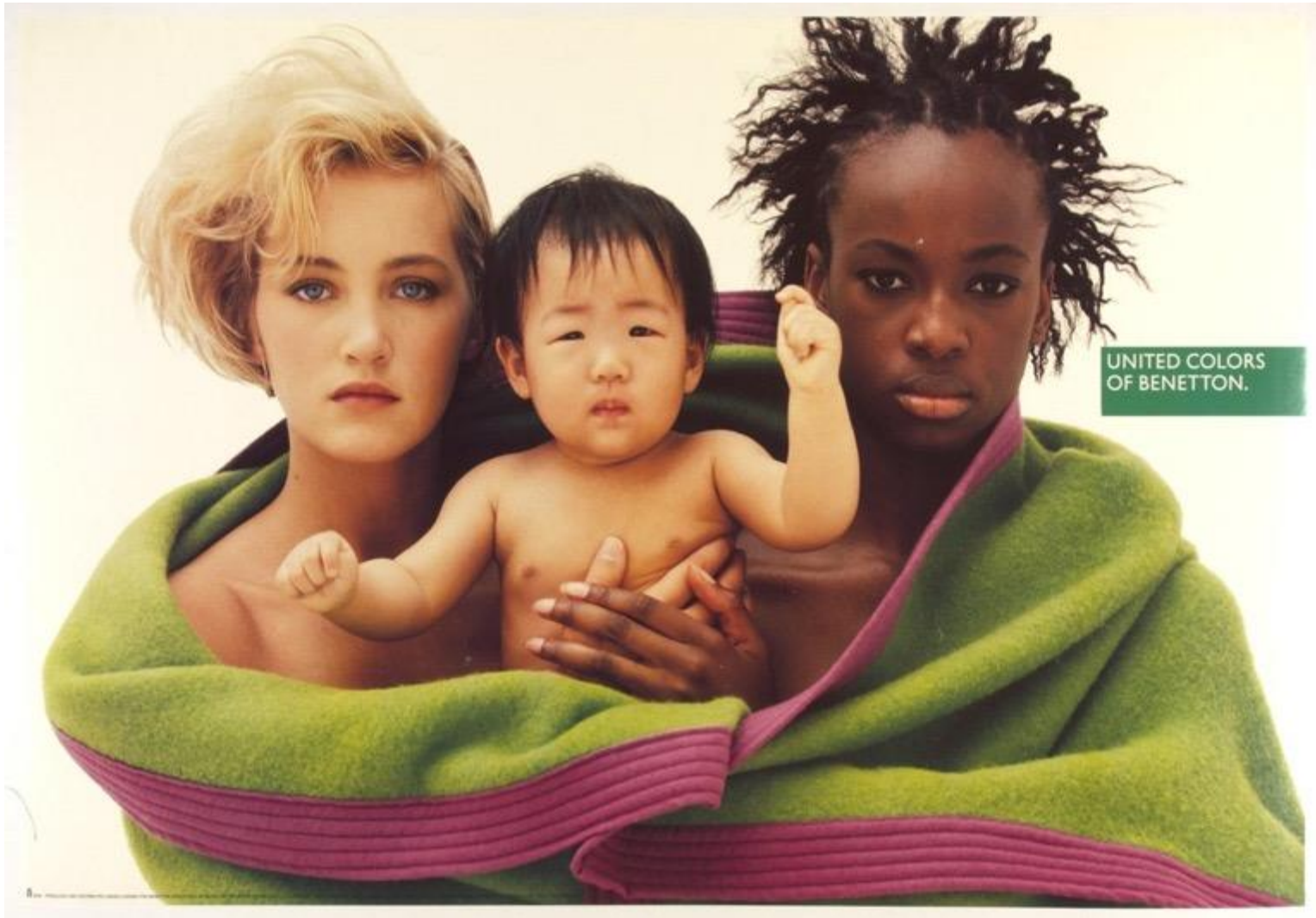
# Empresa PRO

## Activisme empresarial



# Empresa PRO

## Activisme empresarial





# Empresa PRO

## Activisme empresarial

Portada / Últimas Noticias /

enero 29, 2017 @ 10:17 pm

### **CEO de Starbucks responde a Trump: contrataremos a 10,000 refugiados**

*Howard Schultz respondió a Trump con determinación, diciendo que las tiendas ubicadas en 75 países del mundo contratarán a 10,000 refugiados en los próximos 5 años.*



Howard Schultz, expresidente de Starbucks. (Foto: Starbucks)

# Empresa PRO

## Activisme empresarial

Al llarg dels darrers anys, algunes empreses han començat a fer el que s'anomena activisme empresarial, prenent posició pública sobre afers d'interès general al marge de la seva activitat de negoci, entenent que les grans marques no poden restar al marge dels temes que preocupen la societat.

Malgrat que suposin entrar en una dimensió pre-política, forma part del compromís de responsabilitat envers la societat, ja que són aspectes amb un component ètic, alhora que l'empresa entén que ha de contribuir a fer-se seus els valors emergents, encara que no estiguin prou generalitzats, com una manera de generar influència social, avançar-se a valors que experimentaran un creixement, i assegurar una complicitat amb segments socials sensibles. Si bé es poden perdre clients, es creu que se'n podrien obtenir més en el futur i, sobretot, que seran més compromesos amb l'empresa.

Òbviament, no seria recomanable que una empresa sense un sentit de propòsit i sense una gestió robusta de l'RSC iniciés aquest camí ja que suposaria un risc.

**L'activisme empresarial, com a presa de posició pública amb voluntat de fer avançar en valors i comportaments socials, suposa una oportunitat per a algunes empreses de focalitzar la vinculació amb el territori i específicament el compromís amb la llengua.**

**Mostrar un compromís amb la llengua fent-ne bandera i vinculant-ho amb un sentit de propòsit empresarial pot ajudar a establir una forma de relació emocional, una complicitat amb la societat.**

# Empresa PRO

## Activisme empresarial

Podem contemplar casos d'activisme empresarial en matèria de suport a la llengua catalana, a càrrec de l'empresa Parlem ([Minut de silenci](#) : [#TrenquemElSilenciParlemCatalà](#)) o de Llet Nostra:

