

II Edición 2023 Estudio

Propósito y reinención del capitalismo

La ciudadanía y los nuevos
modelos de organizaciones en
tiempos de transformación



¿Por qué este estudio?

La II Edición del Estudio Propósito y reinención del capitalismo 2023 nos permite profundizar en la visión de la ciudadanía sobre el sistema en que vivimos, las empresas con propósito y los hábitos sostenibles.



3 bloques de estudio

El mundo ante un cambio de paradigma
Nuevos modelos de empresas con propósito
Las personas como activadoras del cambio

Propósito y reinención del capitalismo

La ciudadanía y los nuevos modelos de empresa en tiempos de transformación



Quienes han participado

En colaboración con



Con el apoyo de



En alianza con



Casos de empresas con propósito



Metodología del estudio

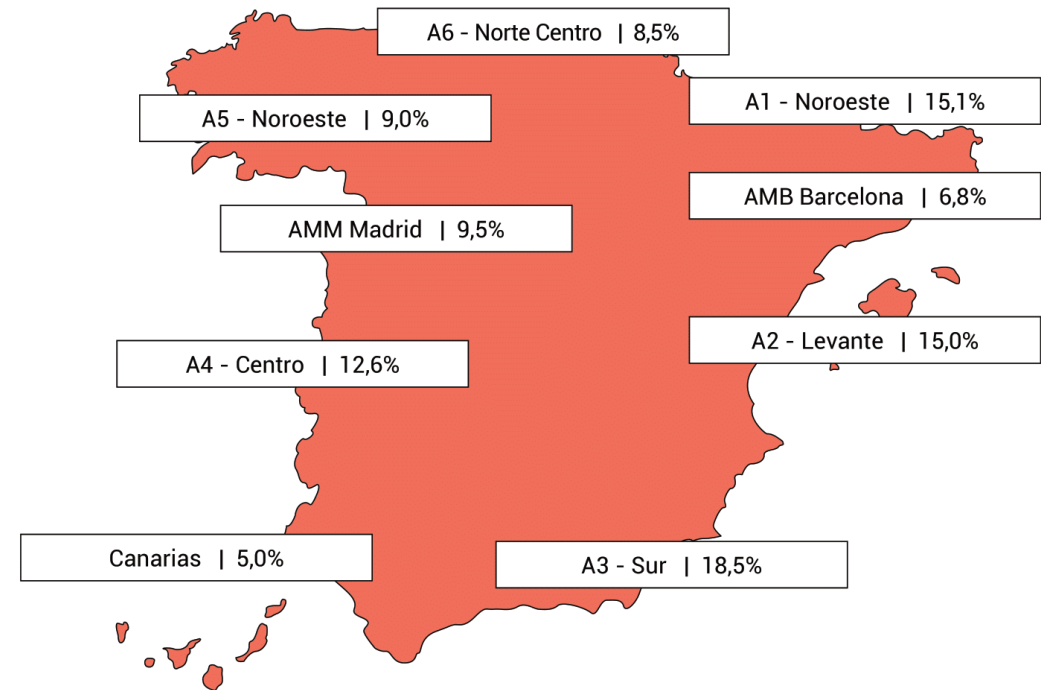


Preguntas activadoras
¿Cómo valora la población al sistema en el que vivimos, que le preocupa más y cuáles deberían ser las prioridades?
¿Qué espera la ciudadanía de las empresas con propósito en estos tiempos de transformación?
¿Qué está dispuesta a hacer la población como parte activa de la sociedad?

Fases del estudio
1. Entrevista con empresas y personas expertas para testar el enfoque de la consulta a la ciudadanía con visión de triple impacto
2. Consulta a la población española sobre el sistema en que vivimos, las empresas con propósito y el comportamiento sostenible
3. Contexto y tendencias RADAR CANVAS sobre el cambio de paradigma actual, el rol de las empresas con propósito y la ciudadanía
4. Casos y experiencia de empresas que responden a los retos de la transformación actual desde su propósito

Consulta a la ciudadanía

La consulta se ha realizado a mujeres y hombres de entre **18 y 65 años**. Se han llevado a cabo **1.004 entrevistas**, distribuidas por las principales variables sociodemográficas: edad, sexo e índice socioeconómico.



CUOTAS POR EDAD

GENERACIÓN Z (De 18 a 27 años)	16,0%
GENERACIÓN Y (De 28 a 40 años)	24,7%
GENERACIÓN X (De 41 a 52 años)	31,2%
BABY BOOM (De 53 a 65 años)	28,1%

CUOTAS POR SEXO

MUJERES	48,5%
HOMBRES	50,7%
PREFIERO NO DECIRLO	0,80%

CUOTAS POR INDICE SOCIOECONOMICO DE LA POBLACION

A1	5,0%
A2	11,9%
B	11,4%
C	24,9%
D	14,9%
E1	20,0%
E2	12,0%

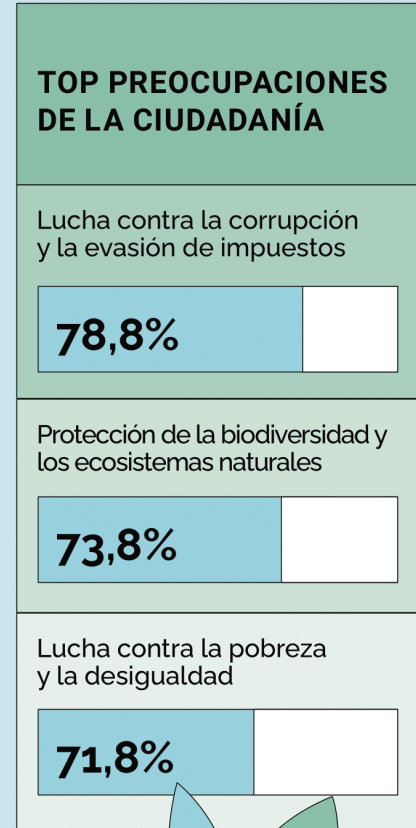
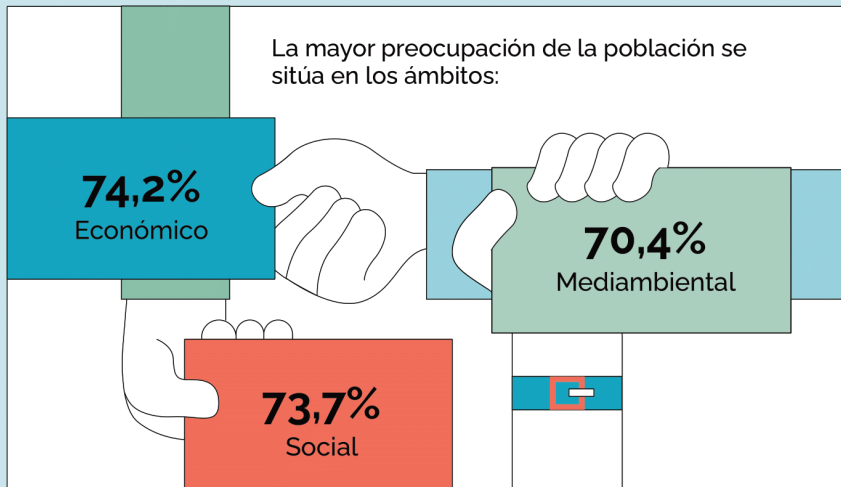
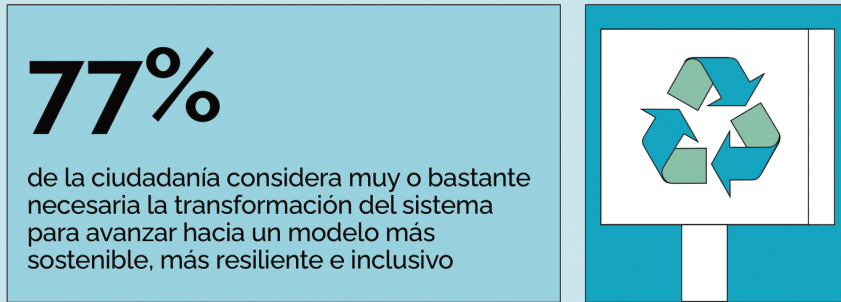
Índice socioeconómico consensuado entre AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, que realiza el EGM) y ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública). Se tiene en cuenta la profesión y nivel de estudio de quien sustenta de forma principal el hogar, los ingresos del hogar y número de personas que lo componen.

LA OPINIÓN DE LA CIUDADANÍA

Datos destacados



El sistema en el que vivimos



En el ranking de **Top 3 prioridades** para la transformación del sistema, la ciudadanía sitúa:

- 1.** Lucha contra la pobreza y la desigualdad con un **27,3%**
 - 2.** Impulso a un desarrollo socioeconómico más equitativo con un **23,1%**
 - 3.** Lucha contra la corrupción con un **22,4%**
- 

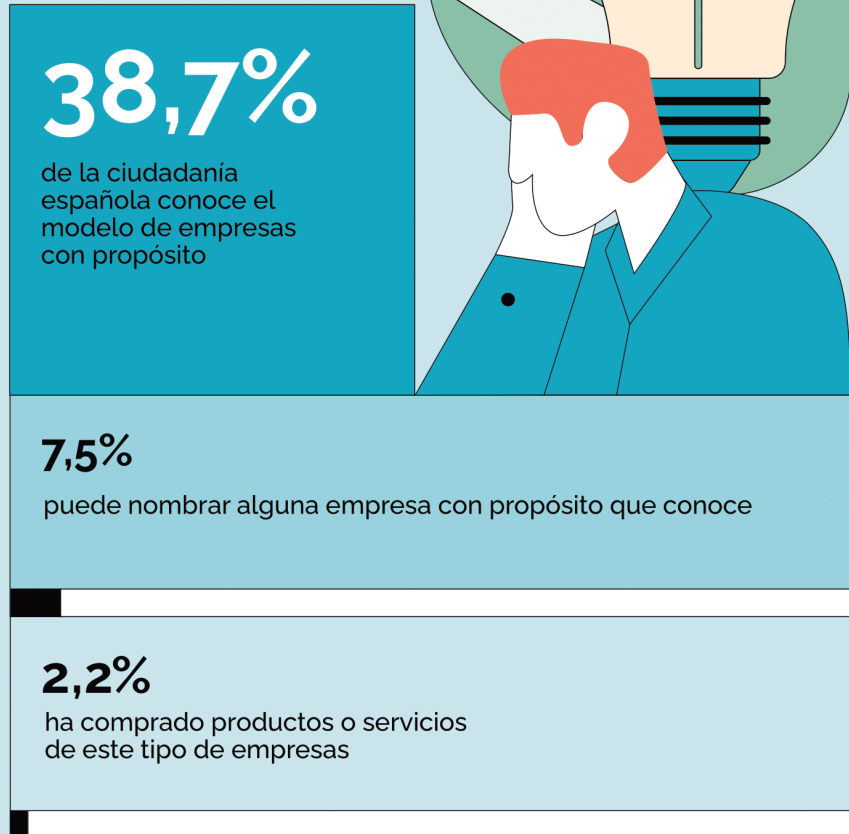
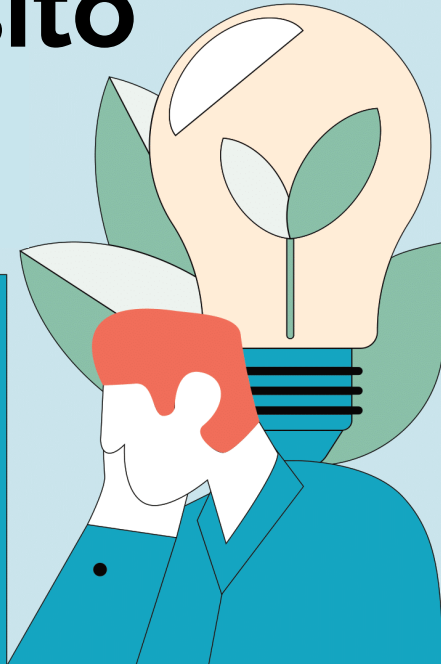
El sistema en el que vivimos

Sostenibilidad con visión de género

- El tema que mayor diferencia registra es el de cuidado de la salud física y mental de las personas, donde las mujeres están muy y bastante preocupadas en un 78,5% y los hombres en un 65,3%.
- El tema con mayor coincidencia es la lucha contra la corrupción y la evasión de impuestos. Este, preocupa por igual a ambos géneros, con una diferencia de 3,5 puntos.



Sobre las empresas con propósito



Sobre las empresas con propósito

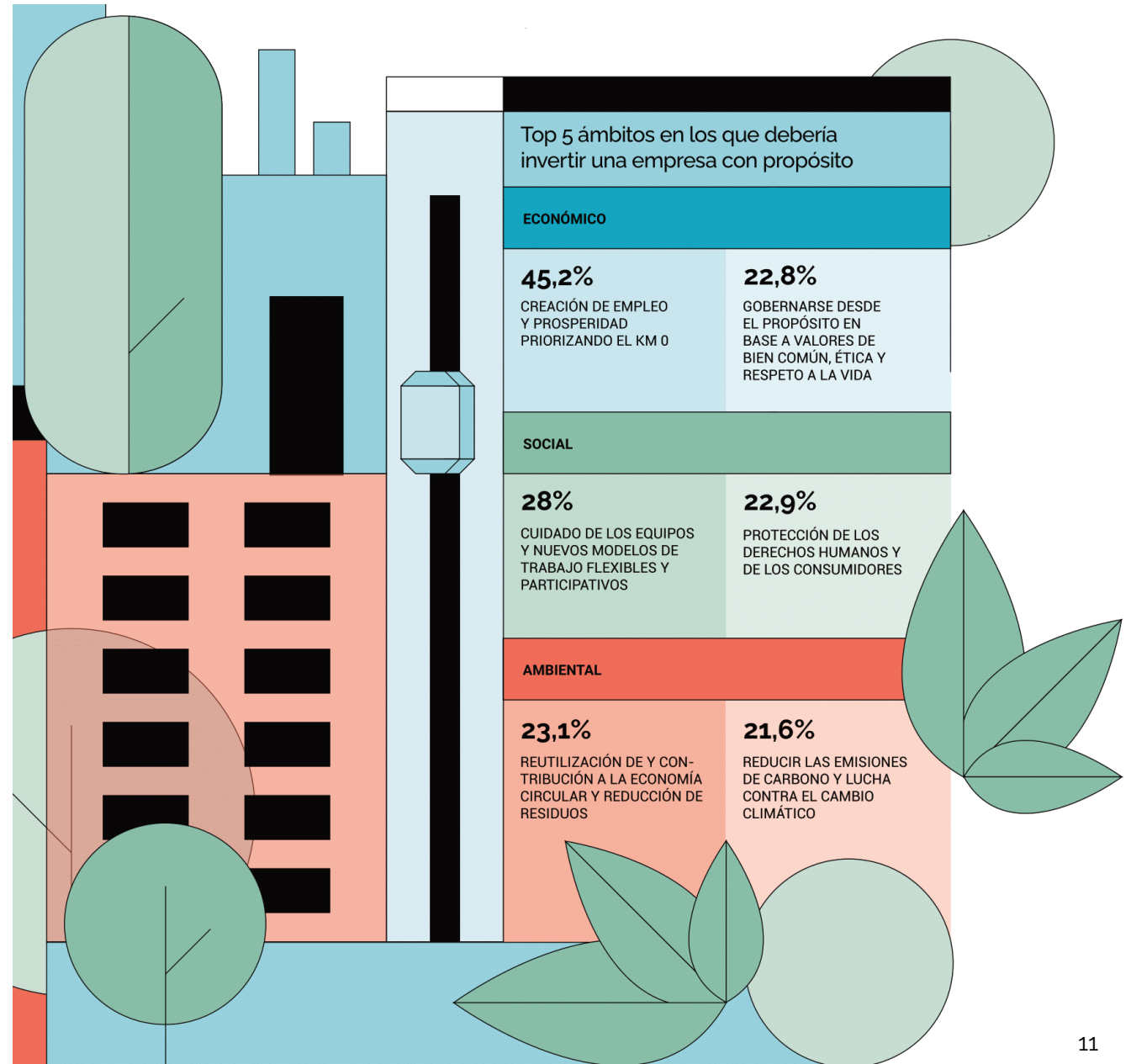
Sectores más vinculados con el propósito

A la hora de nombrar empresas que identifican con el modelo de empresas con propósito, los principales sectores a los que pertenecen las compañías más frecuentemente nombradas por esta parte de la ciudadanía son el energético, seguido por dos sectores vinculados al consumo: moda y cosmética y alimentación y bebidas

ENERGÍA	15,3%
MODA Y COSMÉTICA	11,2%
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	11,2%
COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN	8,2%
TELECOMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	7,1%
BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS	6,1%
TURISMO Y RESTAURACIÓN	5,1%
INDUSTRIA EXTRACTIVAS	5,1%
ELECTRÓNICA Y SERVICIOS DIGITALES	4,2%
INDUSTRIA FARMACÉUTICA	4,1%
AUTOMOCIÓN Y TRANSPORTE	4,1%
CONSTRUCCIÓN	2%

Sobre las empresas con propósito

Ámbitos en los que debería invertir una empresa con propósito



El perfil de la ciudadanía activa

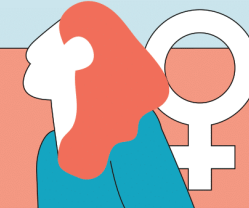


28,4%

del total de la ciudadanía es de perfil más activo con la sostenibilidad, en cuanto hábitos y actitudes, y lleva a cabo 9 o más actividades de impacto positivo habitualmente

59,3%

son mujeres



3,3 sobre 10 suspenden al sistema

son más críticos con el sistema frente a un 4,13 global

más de 84%

afirma que una empresa con propósito le influiría a la hora de elegir sus productos, servicios o recomendarla

Mayor preocupación que la media

93%

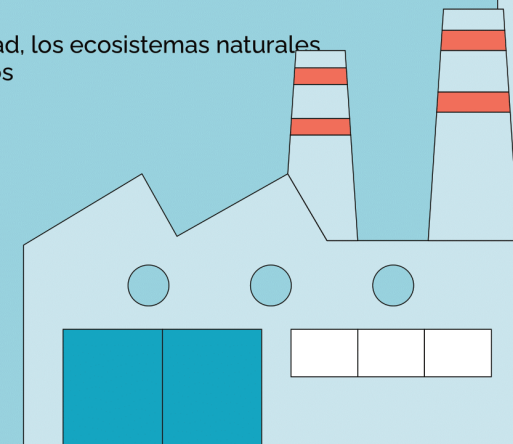
protección de la biodiversidad, los ecosistemas naturales, el agua potable y los océanos

91,2%

reducción de las emisiones de carbono

90,2%

lucha contra la corrupción y la evasión de impuestos

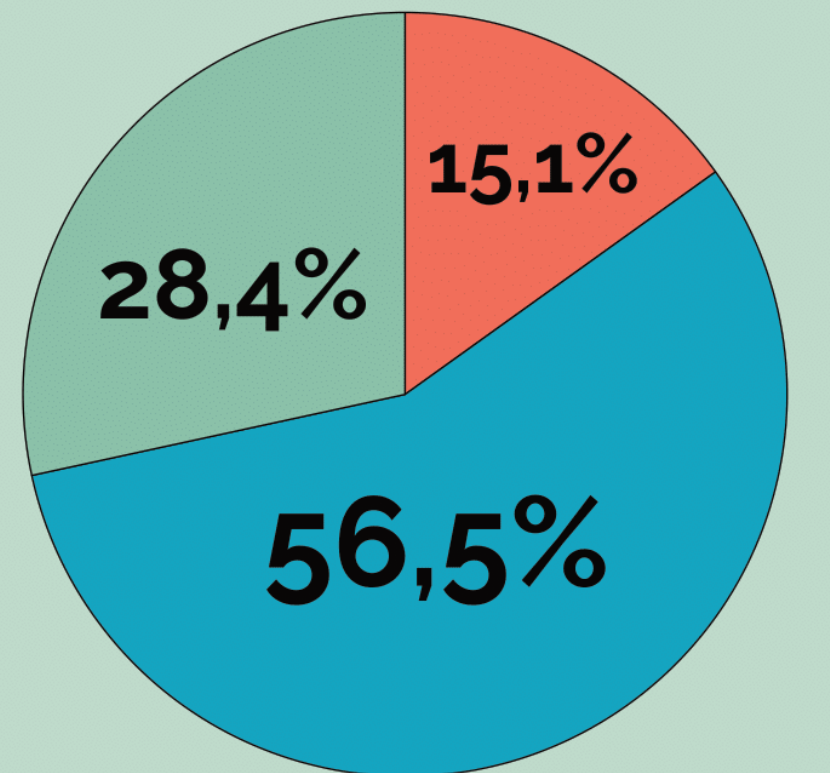


El perfil de la ciudadanía activa

En la investigación realizada en este estudio distinguimos entre ciudadanía activa, convencional e inactiva, para analizar el nivel en que la población está más sensibilizada con los aspectos sociales, ambientales y económicos relevantes de nuestro tiempo y que actúan en consecuencia.

Estos perfiles permiten identificar el grupo de población más activo, quienes pueden apoyar y traccionar cambios con sus hábitos y decisiones, en paralelo a lo que realizan las empresas e instituciones.

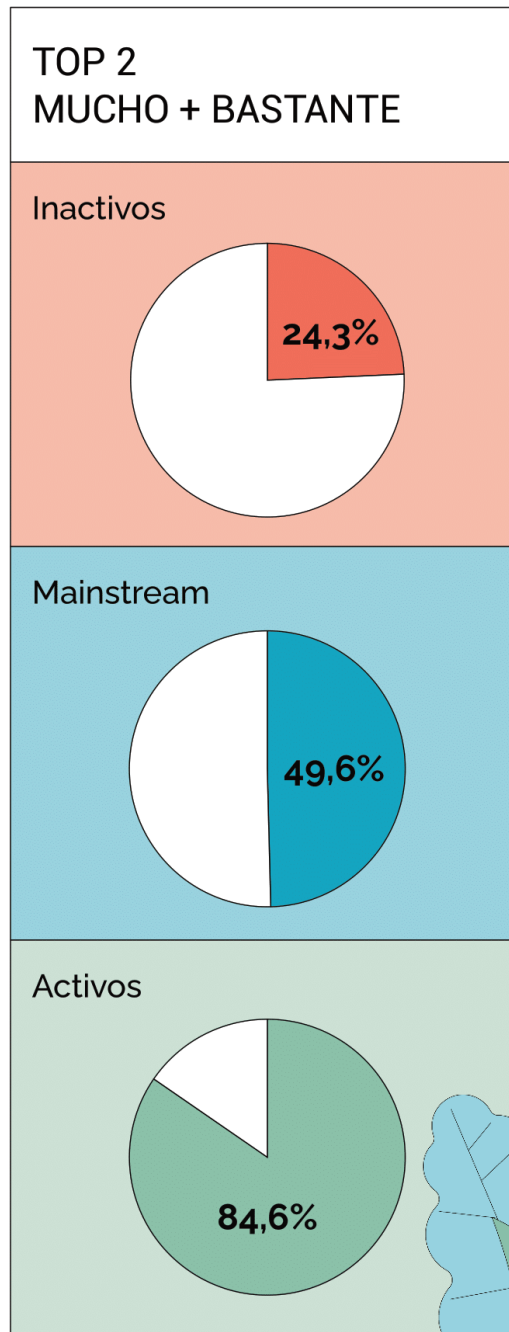
Gráfico 19. Tipología de perfiles ciudadanos



- Mainstream (2-8 actividades realizadas habitualmente)
- Activo (9 o más actividades realizadas habitualmente)
- Inactivo (0-1 actividades realizadas habitualmente)

El perfil de la ciudadanía activa

Influencia del propósito en las decisiones de la ciudadanía Compra y recomendación

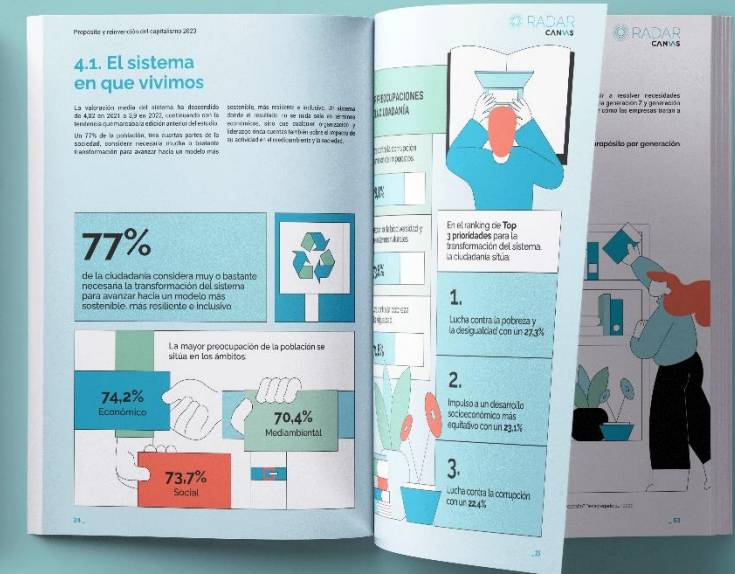


¡GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS!



O DESCÁRGALO EN NUESTRA
WEB

www.canvasconsultores.com



CANVAS

ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

