



EMPRESARIOS | **Emprendedores**

“Cuando las personas no están empoderadas ni conectadas con su propósito, es difícil que sean innovadoras o que alcancen un alto rendimiento”.

AARON HURST

**E**l “Purpose Index 2025: Mentalidad de propósito en las organizaciones”, elaborado por la consultora Almabrand, enciende una alerta en el mercado laboral chileno: el 73% de los trabajadores en el país afirma no sentirse realizado en su trabajo, cifra que supera el 66% reportado en Estados Unidos. La medición, aplicada a 500 personas de distintos rubros y tamaños de empresas, muestra que aunque el 79% declara conocer el propósito de su organización, solo 46% percibe que este se active en las decisiones cotidianas y se traduzca en prácticas reales.

Detrás de esos números está la convicción de Aaron Hurst, y miembro del comité ejecutivo de Almabrand y quien se auto-define como un *purpose economist*: “El propósito no es un lujo ni un eslogan de marketing. Es una necesidad humana básica, como la conexión y el sentido de contribución”. Fundador de la Taproot Foundation y referente global en la materia, Hurst participó en Santiago en el XXVII Congreso de Organización y Personas de Icare.

Hurst explica que el propósito se ha transformado en una de las principales palancas de desempeño y creatividad dentro de las organizaciones: “Cuando las personas no están empoderadas ni conectadas con su propósito, es difícil que sean innovadoras o que alcancen un alto rendimiento”. El estudio de Almabrand respalda su diagnóstico; mientras el 82% de los gerentes y directivos declara sentirse realizado en su trabajo, la cifra cae a 25% entre técnicos, administrativos y operarios, revelando una profunda brecha de autonomía y empoderamiento al interior de las empresas.

—¿Qué diferencia a una empresa con propósito de una que solo hace Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

“Muchas compañías confunden propósito con RSE. La primera responde a la pregunta fundamental de qué impacto quiere generar la organización en el mundo. La segunda suele compensar externalidades negativas o apoyar causas específicas, pero no define la razón de ser

ECONOMISTA ESTADOUNIDENSE Y MIEMBRO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE ALMABRANDS:

# Aaron Hurst: “Muchos confunden propósito con Responsabilidad Social Empresarial”

Para el experto, que presentó en el XXVII Congreso de Organización y Personas de Icare, el propósito responde a la pregunta fundamental de qué impacto quiere generar la organización en el mundo. La RSE, en cambio, se enfoca en compensar externalidades negativas o apoyar causas específicas, pero no define la razón de ser de la empresa. **FERNANDA GUAJARDO SEPÚLVEDA**



Aaron Hurst expuso su visión en el XXVII Congreso de Organización y Personas de Icare.

de la empresa. Tener un propósito implica alinear estrategia, cultura y relaciones internas hacia esa contribución”.

—¿Y cómo se vincula ese propósito con la experiencia de cada trabajador?

“Puedes estar en una compañía con un gran propósito declarado, pero si los individuos no saben cuál es su propio propósito, es poco probable que se sientan plenos. El real desafío está en mapear la intersección entre propósito personal y organizacional. Ahí ocurre la magia: cuando el ‘para qué’ de la persona se encuentra con el de la compañía”.

El Purpose Index también refleja cómo la falta de propósito impacta en la productividad e innovación. Hurst lo explica así: “Cuando los empleados de primera línea no se sienten empoderados, la productividad se resiente. No basta con tener un propósito corporativo escrito; es fundamental que cada persona lo viva en su rol diario”.

—¿Qué rol cumplen los líderes en ese proceso?

“Lo ideal es que el cambio lo encabece el CEO y lo modele en

toda la compañía. Pero no hay que esperar solo a la alta dirección: un gerente de área puede empezar con su equipo. El propósito no es una declaración colgada en la pared, es una práctica cotidiana que debe vivirse en todos los niveles”.

—¿Cómo visualiza la evolución del propósito en los próximos años?

“Ha sido un viaje: primero se asoció a la religión, luego a la caridad, después a la sostenibilidad, al marketing, y hoy al empoderamiento individual. Creo que la gran transformación será cuando entendamos que la resiliencia frente a la inteligencia artificial y otros cambios pasa por vivir con propósito. Eso será lo que marque la diferencia entre lo auténticamente humano y lo que puede imitar una máquina”.

Más allá del ámbito empresarial, Hurst apunta también a la educación como terreno fértil: “En Chile noto que la identidad profesional sigue muy ligada a lo que se estudió hace 20 o 30 años. Es un enfoque rígido. Necesitamos enseñar a los jóvenes a descubrir su propósito personal y construir sobre él, porque las profesiones tal como las entendemos hoy, serán las primeras en ser reemplazadas por la inteligencia artificial”.

GEDIDA