

XX Seminario de Respuestas desde la educación y la comunicación al cambio climático.

Bloque 3: Visiones y enfoques para afrontar el cambio climático

Estudio “Reinvención del capitalismo, empresas con propósito y ciudadanía activa”

PhD. Alejandro Álvarez-Nobell

Universidad de Málaga - @aalvareznobell

PN Doñana



https://es.wikipedia.org/wiki/Por_favor,_perd%C3%B3n_y_gracias (2005)

prefacio



FeBiCom

UMA Network

Felicidad, Bienestar y
Comunicación Positiva

50
ANIVERSARIO



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Red de investigación en Felicidad, Bienestar y Comunicación Positiva para la regeneración Universidad de Málaga

An ecosystem is a community of organisms interacting with one another and the nonliving components of their environment. This interaction can be passive or active, and can cooperatively enhance the functioning of the ecosystem as a whole.

Propósito

La red tiene por propósito constituir y consolidar en la Universidad de Málaga un espacio colaborativo de investigación, enseñanza y transferencia en el campo de la felicidad, el bienestar y la comunicación positiva para la regeneración

Ejes de trabajo

Dam 1

#Bienestar
#Felicidad
#ComunicaciónPositiva

Dam 2

#Propósito
#CiudadaníaActiva
#Regeneración
#TripleImpacto

Dam 3

#Biomímesis
#Innovación

RETICULAR network

...

iD

PhD. Pablo
DÍAZ-MORILLA

iD

PhD. Isabel
RUIZ-MORA

iD

...

iD

PhD. Andrea
CASTRO-MARTINEZ

iD

PhD. María-Belén
BARROSO

iD

PhD. Alejandro
ÁLVAREZ-NOBELL

iD

Vein systems in leaves allow for optimal flow and resilience to damage due to a dense network of nested, interconnected loops.



Research topics

- ❖ Positive communication, happiness and well-being.
 - ❖ Cultural transformation and new leadership.
 - ❖ Internal communication.
-
- ❖ Strategic communication, activism.
 - ❖ B Corps, triple bottom line perspective, purpose-driven communication.
 - ❖ Sustainability and biomimicry.

Pelicans flying in groups adjust their spacing to minimize wind resistance.

Curso Taller para ADULTOS MAYORES


“Bienestar, Felicidad y Comunicación Positiva”



 UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
AULA DE MAYORES
+ 55

"COMUNICACIÓN POSITIVA, BIENESTAR Y FELICIDAD: "MÁS CRONOPIOS Y MENOS FAMAS"

Alex Álvarez Nobell
Prof. Dr. Universidad de Málaga (España)
aan@uma.es | [@aalvareznobell](https://twitter.com/aalvareznobell)



Collaboration Benefits Multiple Participants

Publicaciones



Comunicación en valores y educación ambiental

Communication based in values and environmental education

María Belén BARROSO
Universidad de Málaga (España)
mbelenbarroso@gmail.com

Recibido: 20 de mayo 2015

Resumen

La Educación Ambiental de las personas de las contextos socio-culturales requiere de ciertos valores, e

Felicidad y desarrollo de la Cultura en las organizaciones, un enfoque psicosocial

Happiness and development of culture in organizations, a psychosocial approach

Alejandro Álvarez Nobell, José Antonio Muñoz Velázquez¹
Recibido el 14 de mayo de 2013 – Aceptado el 22 de julio de 2013

RESUMEN: Las organizaciones, económicamente sustentables, deben servir a las personas.



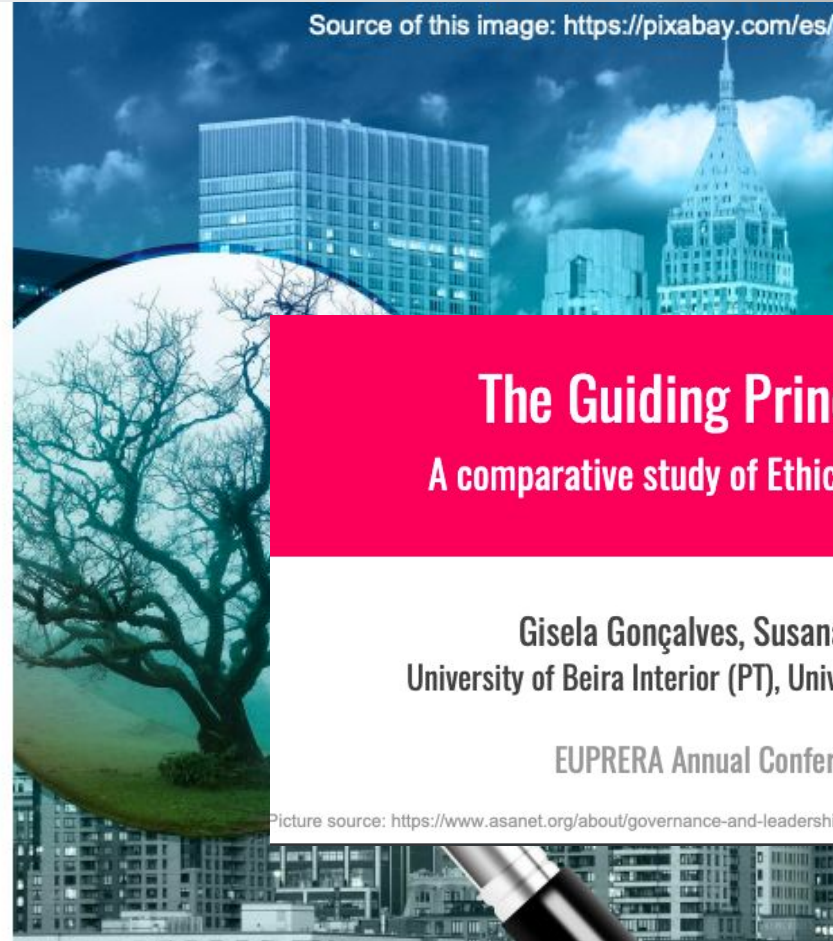
Publicaciones

Activism, citizen participation and communication strategies for the defence of public spaces: Analysis of three processes in Malaga

Dr. Isabel Ruiz-Mora
Dr. Florencio Cabello Fernández-Delgado



This study is part of a research project funded by the University of Málaga - PPIT.UMA.B1.2017/25



Source of this image: <https://pixabay.com/es/>

The Guiding Principles of the profession
A comparative study of Ethical Codes promoted by PR associations

Gisela Gonçalves, Susana Miquel Segarra, Isabel Ruiz-Mora
University of Beira Interior (PT), University of Jaume I (SP), University of Malaga (SP)

EUPRERA Annual Conference | Pamplona, 7-9 October 2021

Picture source: <https://www.asanet.org/about/governance-and-leadership/ethics>

Collaboration Benefits Multiple Participants

Ph© <https://www.asanet.org/about/governance-and-leadership/ethics>

Biomímesis Málaga

Define

25%

Discover

Create

Communicate

Points

20

How did this Team earn its points?

Team Profile

Somos un Grupo de Innovación Educativa de la Universidad de Málaga que tiene por propósito introducir de forma inédita en nuestra Universidad prácticas educativas transdisciplinares, más saludables y respetuosas con las personas y el planeta desde la perspectiva de la biomímesis.
Nuestros objetivos son:

1) Desarrollar una metodología específica bioinspirada, partiendo del aprendizaje activo y significativo, y desde una perspectiva colaborativa e interdisciplinaria de adquisición de

Welcome to the Platform!

Work through each Phase in order.

GET STARTED →



Define

25%



Discover



Create



Communicate

Collaboration Benefits Multiple Participants

[Propósito y Ciudadanía]

“Ciudadanía activa y empresas con propósito. La configuración del cuarto sector en la reinención del capitalismo y la búsqueda de la sostenibilidad”

Código: B2-2022_01



Objetivo General

Identificar la percepción de la sociedad española sobre el capitalismo y los cambios que propone el movimiento de empresas con propósito y una ciudadanía activa hacia el cuarto sector de la economía y la sostenibilidad.

FASE 1) (CUANTI)

OE1: **Caracterizar el contexto de la realidad nacional** para la adopción de nuevos modelos de empresas con propósito.

OE2: Estudiar la **percepción de la sociedad española** sobre el sistema capitalista vigente, los modelos de empresa tradicional y la necesidad de su transformación hacia un cuarto sector

OE3: Analizar el **conocimiento que la sociedad tiene sobre las empresas B** y el rol que otorgan a las mismas para hacer frente a los desafíos de la sostenibilidad.

FASE 2) (CUALI)

OE4: Analizar el **propósito declarado en un conjunto de organizaciones y cómo lo operacionalizan** en términos de creación de valor para sus grupos de interés.

OE5: Realizar un **análisis comparativo entre los requerimientos de la sociedad y la propuesta de valor de las empresas con propósito en el marco ODS** para esclarecer el panorama tanto para las organizaciones como para el sector público, en aras de definir las políticas y estrategias de mejora

Equipo



Propósito y reinención del capitalismo: ¿Qué piensa la población española y cuáles son las claves para la transformación?

El sistema en el que vivimos requiere cambios, con nuevos modelos de economía y de empresas al servicio de las personas y el planeta. Esta investigación tiene como objetivo continuar aportando a la transformación, con las claves de la opinión de la ciudadanía española sobre estos temas y las prioridades en el ámbito social, ambiental y económico.

Propósito y reinención del capitalismo: RESUMEN EJECUTIVO

El sistema en el que vivimos requiere cambios, con nuevos modelos de economía y de empresas al servicio de las personas y el planeta. Esta investigación tiene como objetivo continuar aportando a la transformación, con las claves de la opinión de la ciudadanía española sobre estos temas y las prioridades en el ámbito social, ambiental y económico. Accede a continuación al resumen ejecutivo del Estudio, con las 10 claves del propósito y la transformación, y la opinión de ciudadanía en datos.

Un estudio de la UMA demuestra que 7 de cada 10 suspenden al sistema a la hora de tomar medidas para proteger la sociedad y el planeta

Tres investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga han analizado la opinión de la ciudadanía española sobre el capitalismo, así como el papel de las empresas con propósito para promover modelos económicos más sostenibles, demostrando que 7 de cada 10 de las personas consultadas suspenden al sistema a la hora de tomar medidas para proteger la sociedad y el planeta.

Se trata del estudio 'Propósito y reinención del capitalismo', desarrollado en colaboración con [CANVAS Estrategias Sostenibles](#), que esta tarde, a partir de las 16,00 horas, se presenta en el 'Impact Hub Piamonte' de Madrid, en formato híbrido.



[Ir al artículo](#)

Investigadores:

- Alejandro Álvarez-Nobell (IP)
- Isabel Ruiz-Mora (Coordinación)
- Cristina Pérez-Ordoñez (Gestión)
- Antonio Castillo-Esparcia
- Florencio Cabello Fernandez-Delgado
- Silvia Olmedo-Salar
- Andrea Castro-Martinez
- Pablo Díaz-Morilla
- Sara López-Gómez
- Ana María Lucia-Casademunt.
- Daniel Guerrero-Navarro
- Bel Barroso

En colaboración con



Con el apoyo de



En alianza con



Casos de empresas con propósito



PRINCIPALES RESULTADOS

Propósito y reinención del capitalismo

II Edición



Propósito y reinención del capitalismo 2023: la ciudadanía y los nuevos modelos de empresa en tiempos de transformación

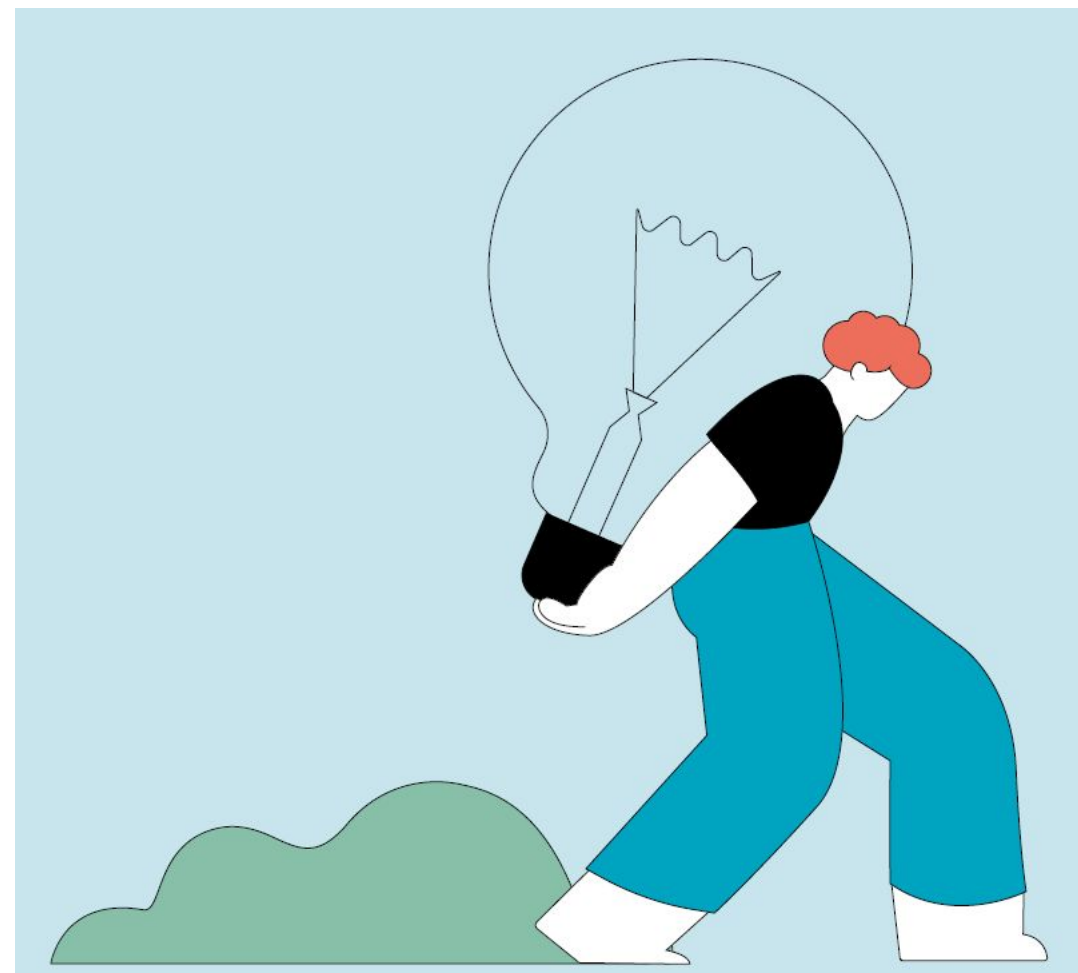
Autor	Álvarez Nobell, Alejandro ; Barroso, María-Belén; Ruiz-Mora, Isabel María ; Maqueda, Mariano; Plazas, Alberto; Caramuti, Claudina; López, Isabel
Fecha	2023

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/26117>

1. ¿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.

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



2. Metodología del estudio

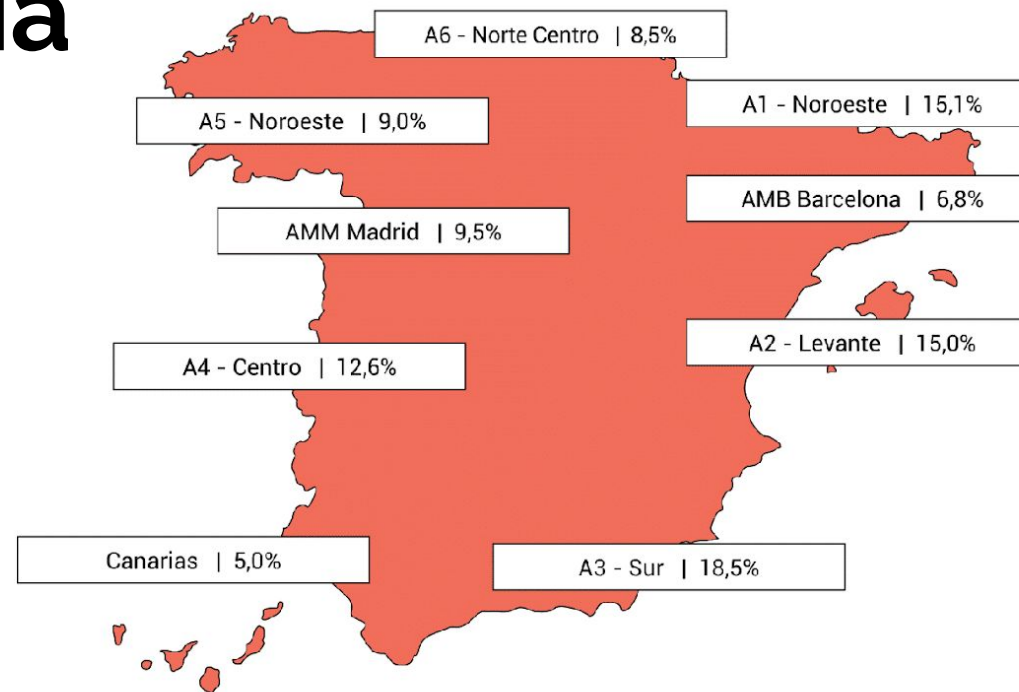


Preguntas activadoras
¿Cómo valora la población al sistema en el que vivimos, que le preocupa más y cuáles deberían ser las prioridades?
¿Qué espera la ciudadanía de las empresas con propósito en estos tiempos de transformación?
¿Qué está dispuesta a hacer la población como parte activa de la sociedad?

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 62 años)	31,2%
BABY BOOM (De 63 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%

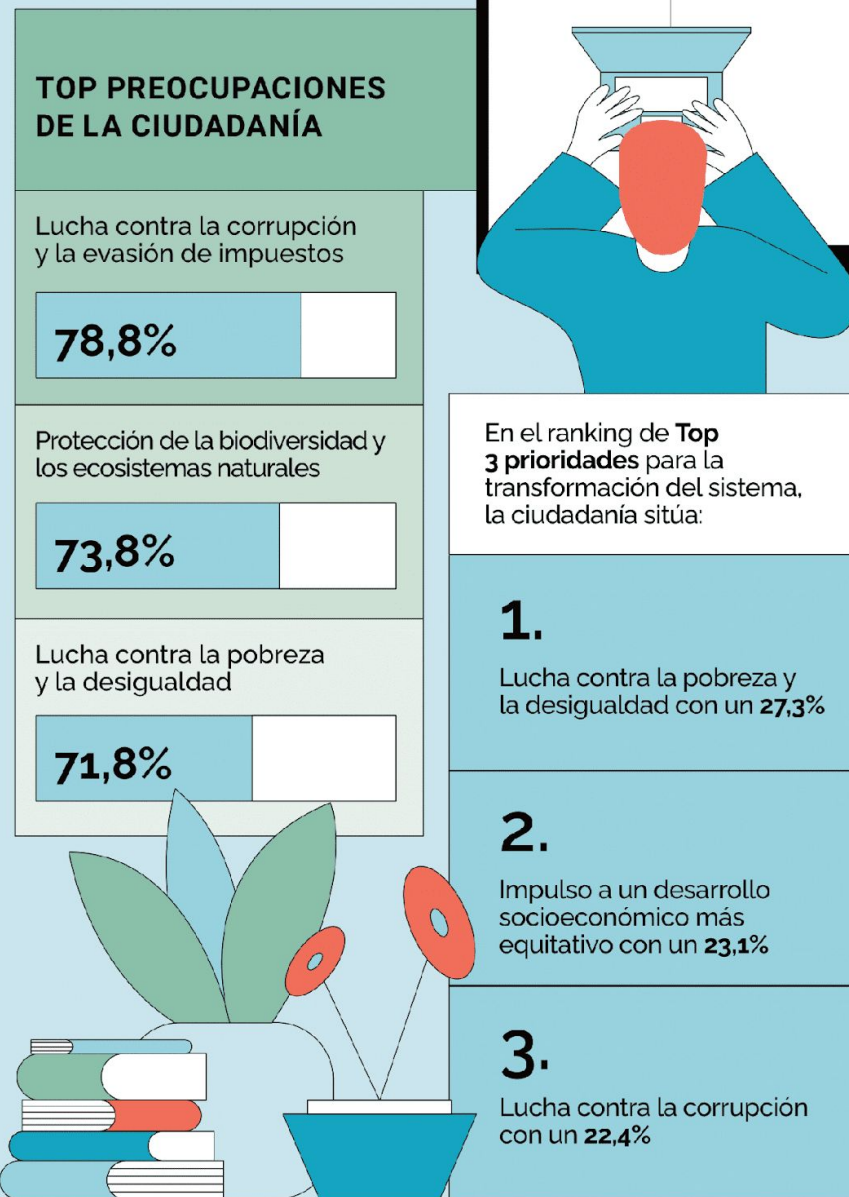
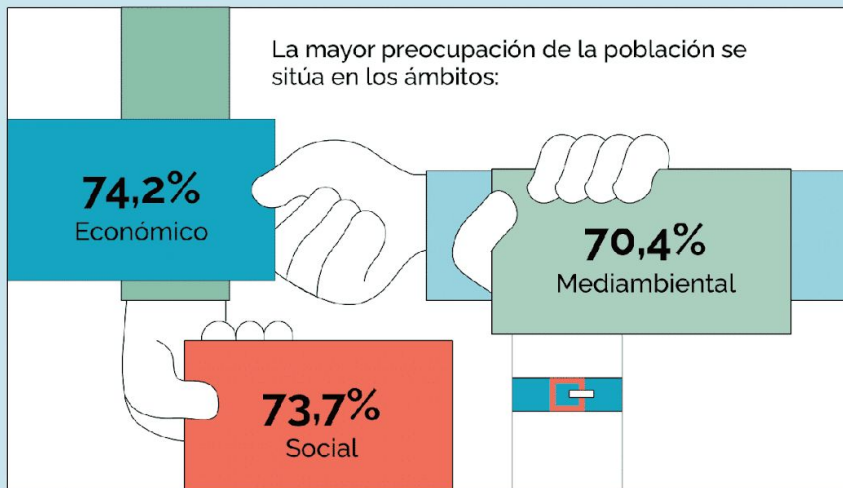
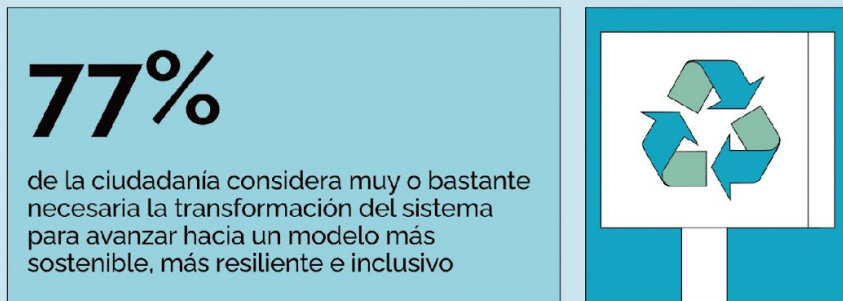
Índice socioeconómico consensuado entre AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, que realiza el EGM) y ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública). Se tiene en cuenta la profesión y nivel de estudio de quien sustenta de forma principal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

LA OPINIÓN DE LA CIUDADANÍA

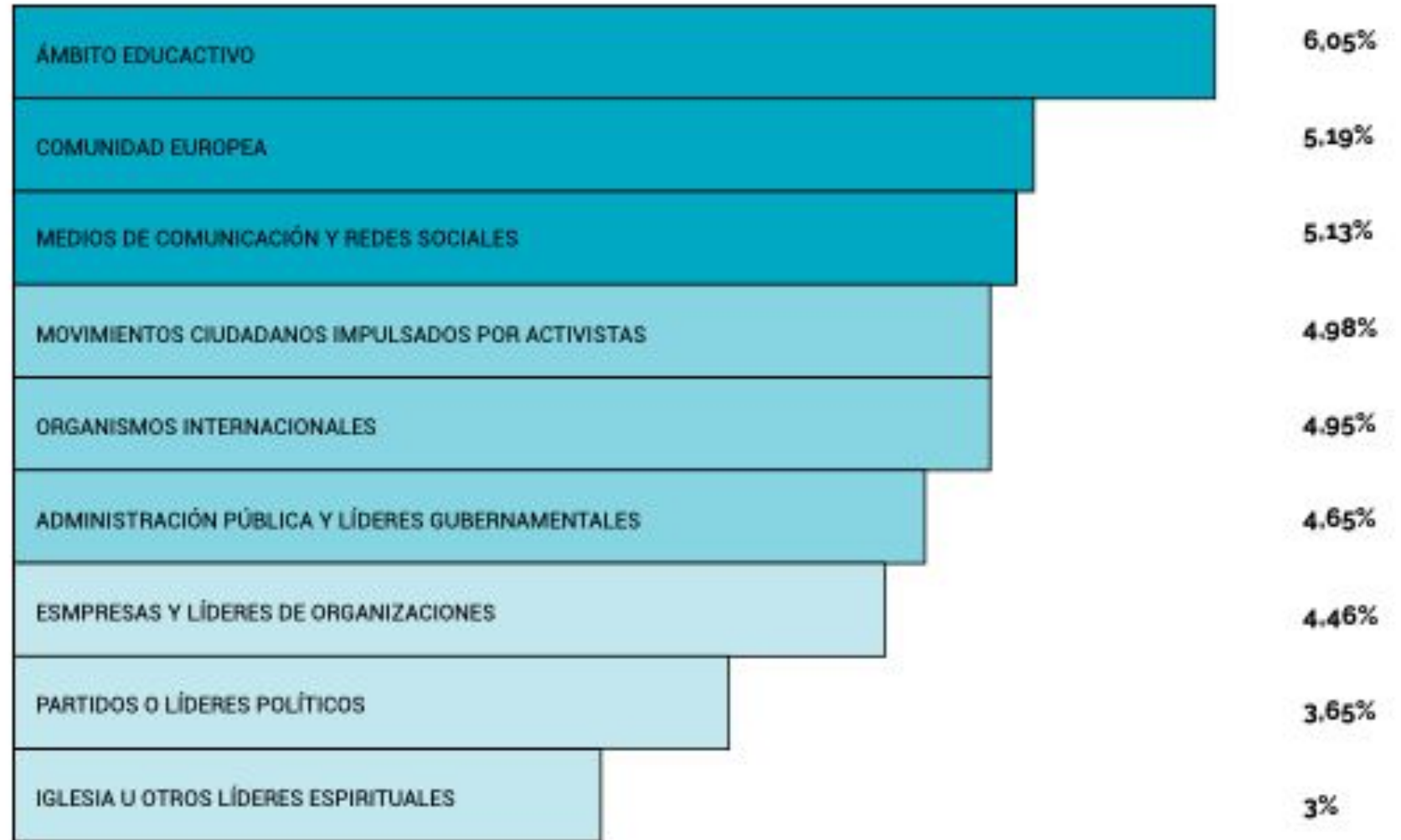
Datos destacados



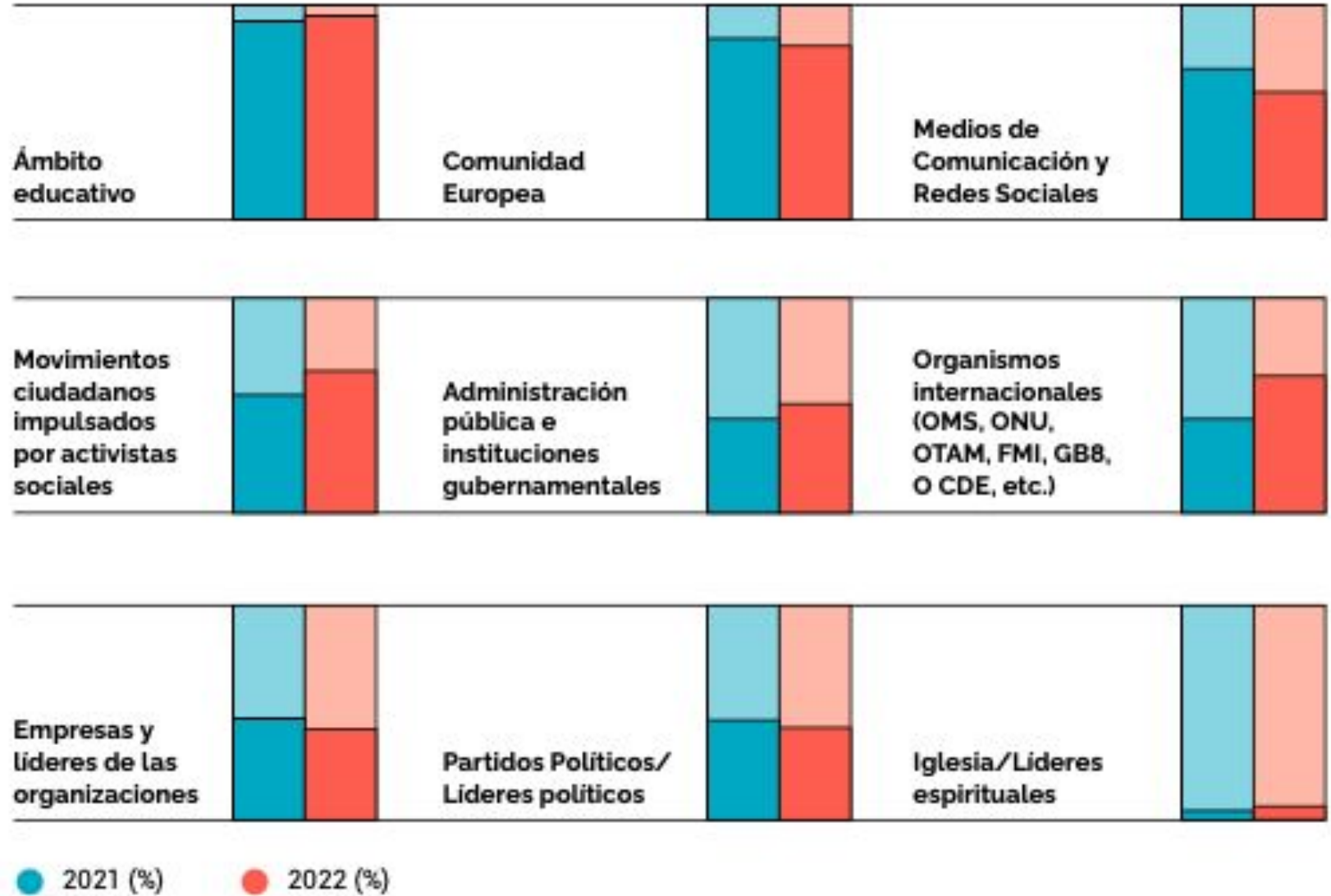
El sistema en el que vivimos



Función del papel que están desempeñando en la actualidad en conseguir para el sistema un retorno positivo para la sociedad, las personas y el planeta



Organismos y entidades consideradas clave en la transformación del sistema capitalista en los próximos tres años



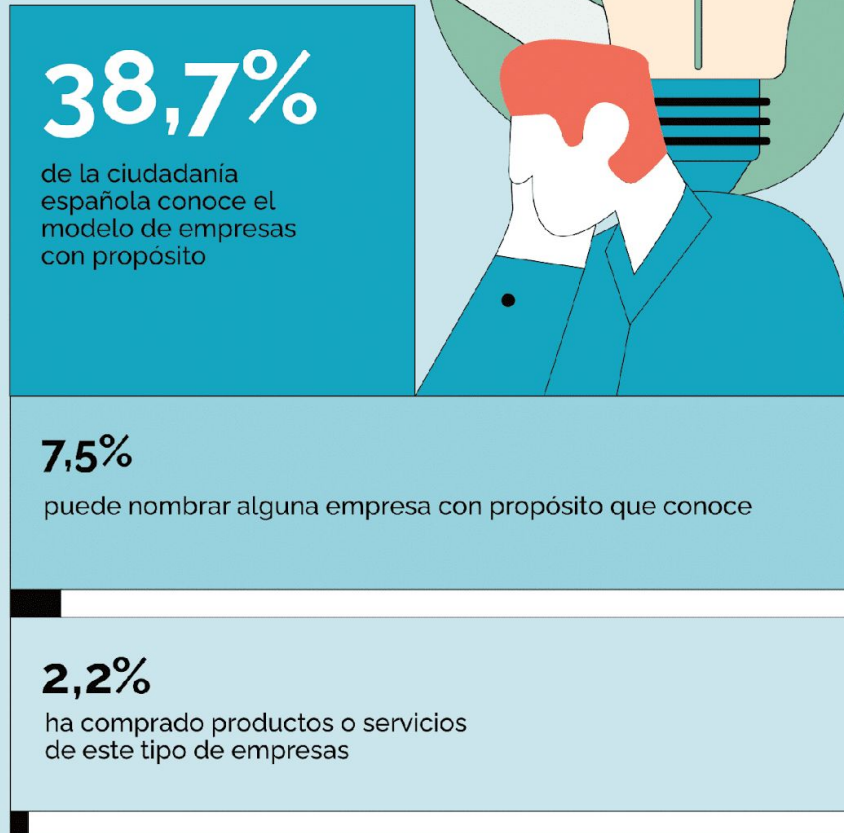
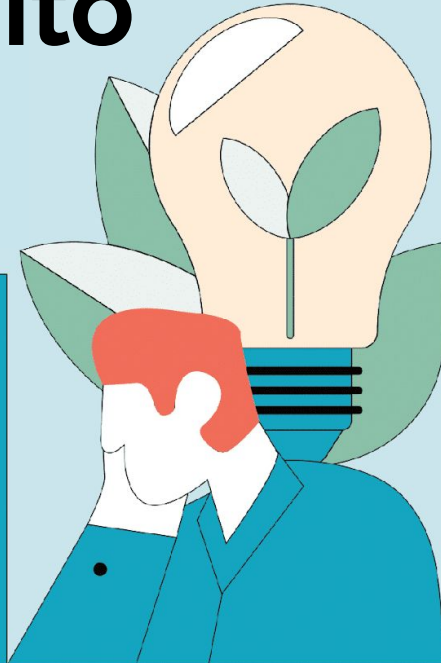
El sistema en el que vivimos

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.



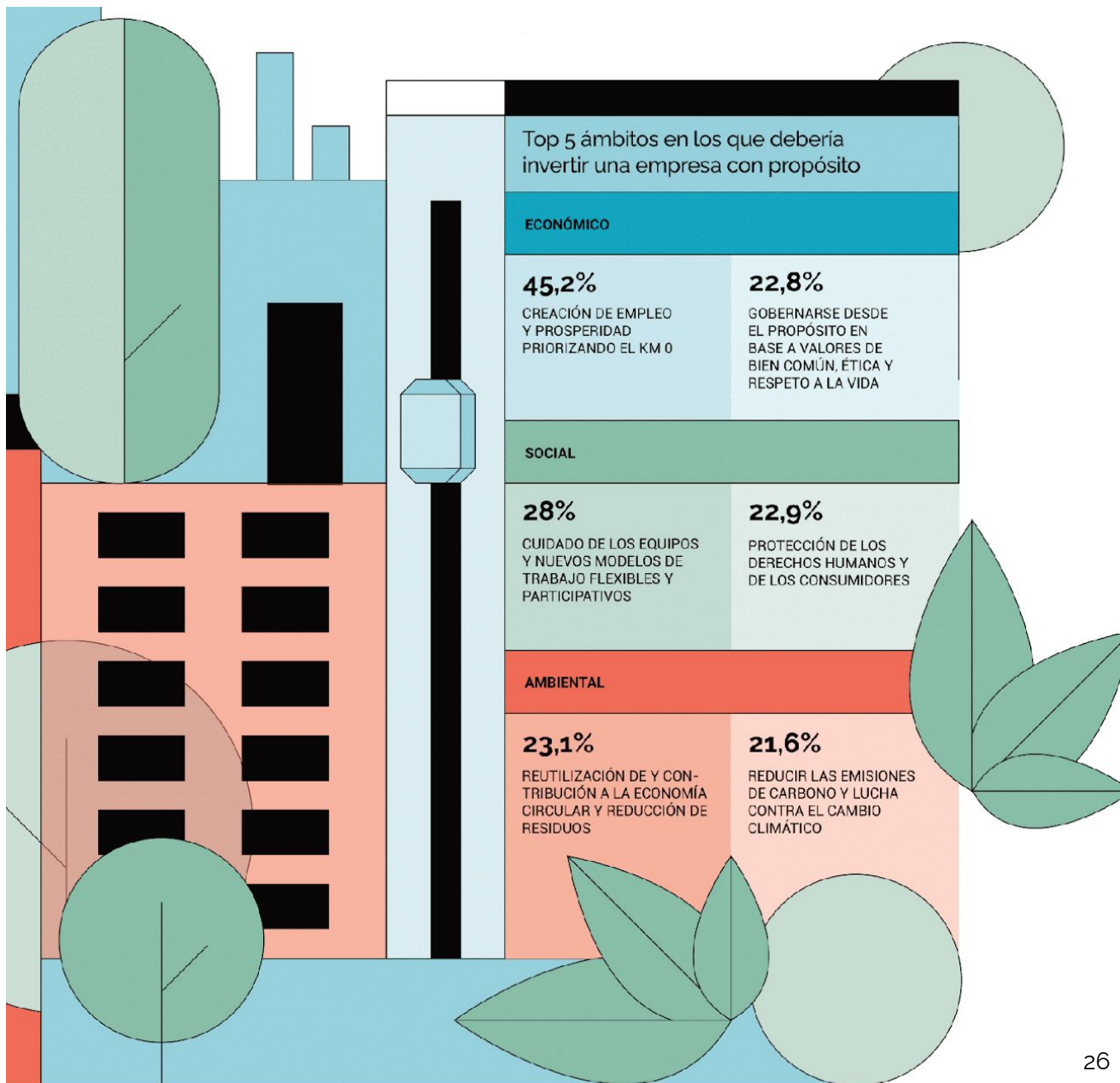
Sobre las empresas con propósito



Sobre las empresas con propósito

Ámbitos en los que debería invertir una empresa con propósito

Gráfico 13. Sectores en los que más se identifican empresas 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%

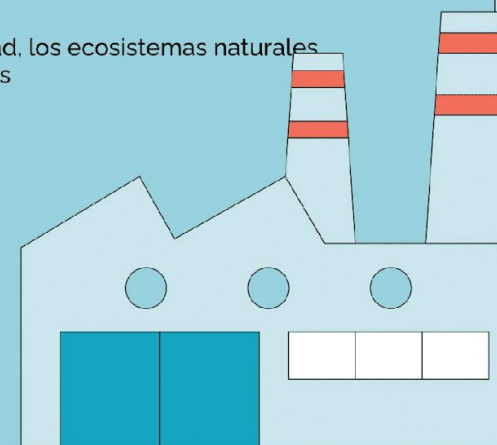
protección de la biodiversidad, los ecosistemas naturales, el agua potable y los océanos

91,2%

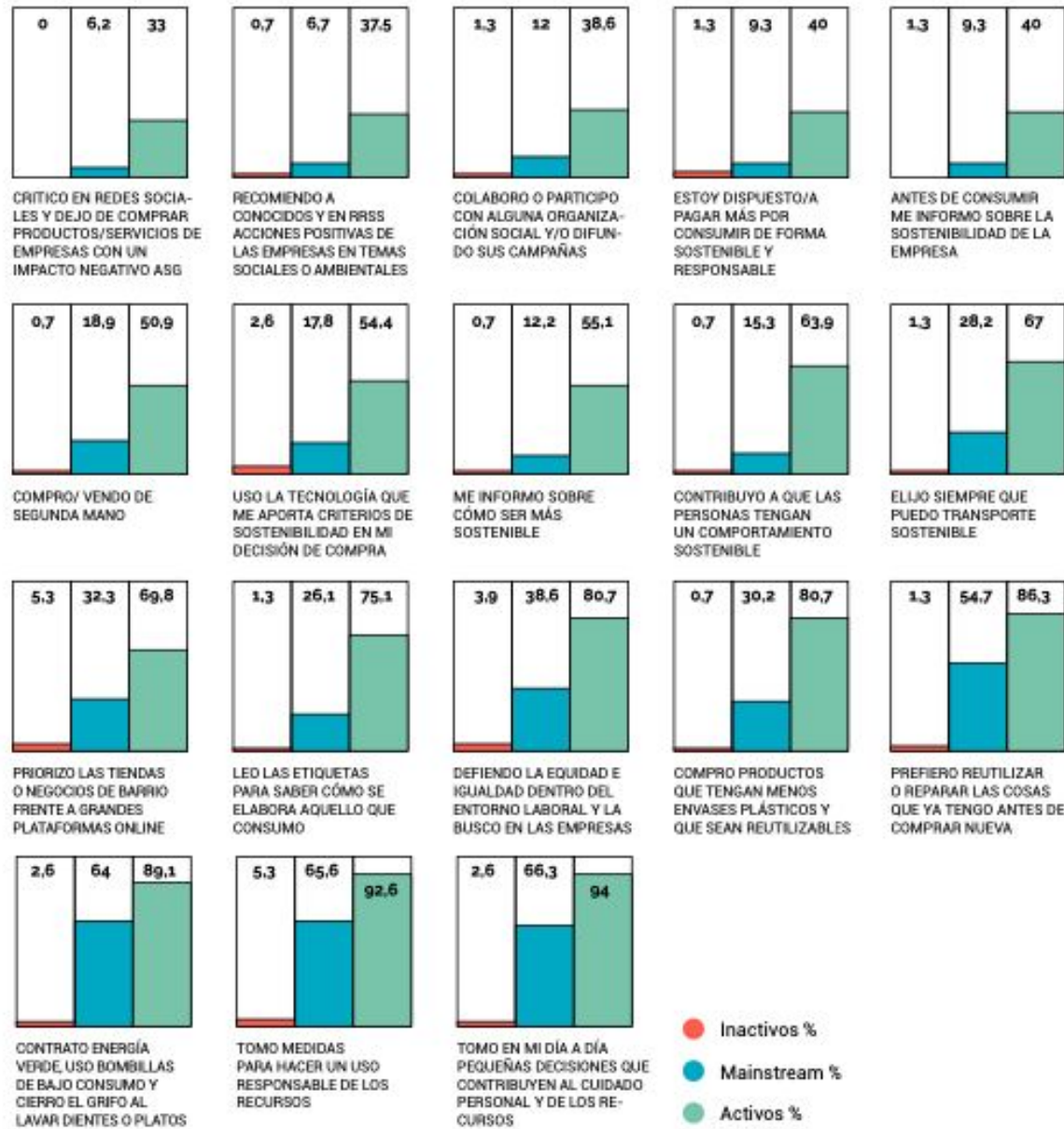
reducción de las emisiones de carbono

90,2%

lucha contra la corrupción y la evasión de impuestos

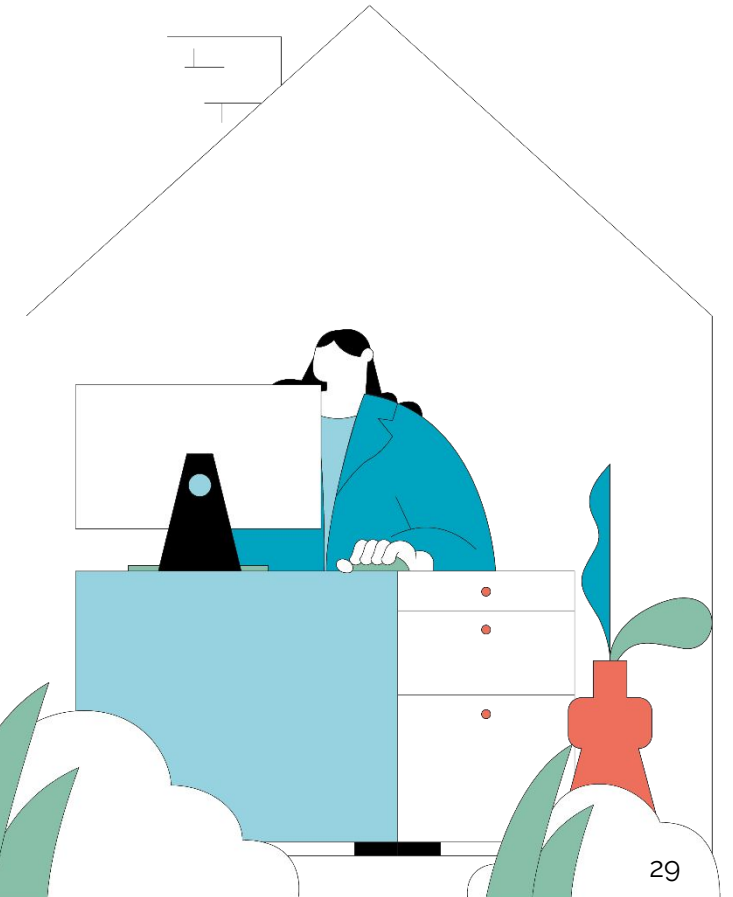
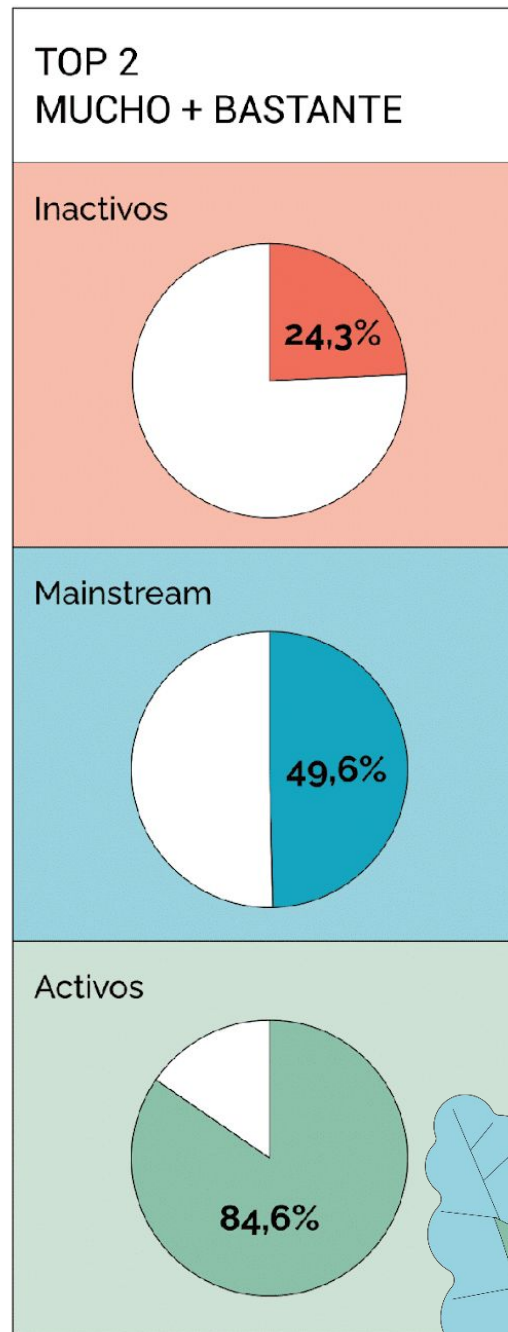


Frecuencia hábitos impacto positivo según perfil ciudadanía



El perfil de la ciudadanía activa

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



Medios de información utilizados por tipología ciudadana





KARÜN

**¿PREGUNTAS?
¿Comentarios?**

¡Muchas gracias!



RiUMA

Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga

BU

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
Universidad de Málaga

Vicerrectorado de Investigación y Transferencia

🏠 RIUMA Principal / Investigación / Comunicación Audiovisual y Publicidad - (CAP) / CAP - Libros / Ver ítem

Propósito y reinención del capitalismo 2023: la ciudadanía y los nuevos modelos de empresa en tiempos de transformación

Autor Álvarez Nobell, Alejandro ; Barroso, María-Belén; Ruiz-Mora, Isabel Maria ; Maqueda, Mariano; Plazas, Alberto; Caramuti, Claudina; López, Isabel

Fecha 2023

XX Seminario de Respuestas desde la educación y la comunicación al cambio climático.

Bloque 3: Visiones y enfoques para afrontar el cambio climático

“Reinvención del capitalismo, empresas con propósito y ciudadanía activa”

PhD. Alejandro Álvarez-Nobell

Universidad de Málaga - @aalvareznobell

PN Doñana