Alexandra Infante: «La pandemia ha dado a las empresas una lección de vulnerabilidad»

¿Como surgio´la idea de crear Ikigai?

Ikigai significa la razoń de ser de las personas, el propośito. Es un proverbio japonés que promueve que las personas siempre deben vivir en ikigai (propośito) y nosotros trabajamos con el ikigai de las empresas y personas. Somos tres socias mujeres y la empresa ya tiene dos añõs y medio de creacioń. Empezamos Ikigai cuando teníá 28 añõs, luego de trabajar por seis añõs en el Banco de Crédito del Peru´(BCP), tres añõs en aŕeas de finanzas y tres añõs en responsabilidad social.

Allı´surgio´mi interés por articular proyectos de alto impacto. Renuncié a mi trabajo y decidı´fundar Ikigai junto a una de mis socias, Micaela Alvarez Calderoń, quien también trabajaba conmigo en el banco. De esta manera, buscamos disenãr estrategias sociales desde el propośito y la cultura de las empresas. Tratamos de ir maś alla´de la filantropıá siguiendo el modelo de “empresas con propośito”, las cuales buscan impactar a todos sus stakeholders. Por eso, nuestro propośito como empresa es lograr que las personas y empresas avancen con sentido.

Hoy existe una tendencia a hablar de propośito y ya no tanto de misioń y visioń. Lo que nosotros hacemos es –en base al propośito de la empresa– disenãr acciones, proyectos,

programas e iniciativas que generen un impacto social. Nuestros clientes internos de la empresa suelen ser desde los accionistas, aŕeas de responsabilidad social, del negocio, de recursos humanos, entre otras; ya que lo que trabajamos impacta directamente al core de la empresa.

Por ejemplo, con el BCP trabajamos un programa para la inducciońde sus nuevos colaboradores que consistıá en realizar un voluntariado a través del cual interiorizaban el propośito del banco desde su primer dıá. El propośito del BCP es transformar planes en realidad. Entonces, llevamos a los trabajadores a una comunidad con adolescentes de quinto de secundaria para que los ayuden a determinar sus suenõs hacia un plan lograble.

Siempre buscamos ayudar a las companĩás a impactar desde lo que son. Esto forma parte de la teorıá de la nueva empresa que habla del modelo del triple impacto de las 3P: people, planet and profit.

¿Qué significa ser una empresa con propośito?

A menudo se piensa que ser una empresa con propośito es muy costoso, pero en realidad en otros paıśes como los Estados Unidos, muchas de estas companĩás ya han aumentado sus utilidades bajo este modelo. Es lo que el consumidor esta´ pidiendo. La pandemia es una suṕer oportunidad y un espacio de conciencia para darnos cuenta de cosas que, tal vez en piloto automaťico, estaḃamos haciendo mal y necesitaḃamos cambiar.

Nosotros somos parte de Sistema B, una certificacioń privada para empresas con propośito que buscando generar un impacto

social y ambiental. Actualmente, en Peru´existen pocas companĩás de este tipo, por lo que hace falta inspirar a que den este giro en sus negocios.

Al final, todas las empresas tienen un propośito elevado que no solo es hacer dinero. El ser humano en el fondo siempre busca algo maś trascendental. A veces la estrategia te separa un poco de eso. Sin embargo, muchos estudios sostienen que una organizacioń con propośito ayuda a aumentar el orgullo y el compromiso de los colaboradores. Por eso, las grandes companĩás peruanas estań cambiando hacia este modelo.

¿Cońmo consideras que ha impactado esta pandemia en las empresas?

Uno de los problemas de muchas companĩás es que a veces se sienten invencibles y creen que si tienen el dinero todo va a estar bien, pero la pandemia nos ha dado una suṕer leccioń de vulnerabilidad. Realmente, debemos preocuparnos no solamente por la rentabilidad sino por cuidar a las personas y el medio ambiente.

Han sido 100 dıás en los que muchas empresas han repensando las cosas al sentir miedo y vulnerabilidad, al ver que no pueden pagar las planillas y tienen a cargo un montoń de gente que tal vez manãna no va a contar con ingresos. Que ellos se sientan vulnerables ha hecho que despertemos como seres humanos.

Generalmente, cuando las personas atraviesan dificultades, logran despertar una mayor sensibilidad y conciencia. La pandemia ha dado un golpe mundial que ha permitido que nos

demos cuenta de muchas cosas que antes no veıámos. Ha empujado a muchos a abrir los ojos.

Por tanto, he visto que hay gran interés del empresariado en escuchar y ver como aplicar este modelo. De hecho, nosotros hemos estado haciendo webinars sobre capitalismo consciente y han tenido muchıśima acogida. Ahora es la oportunidad para hablar maś de este tema, cómo desde las empresas y desde nuestro propośito podemos generar rentabilidad conscientemente, y hacer que no solo crezcan nuestros accionistas sino también todos nuestros stakeholders.

¿Cuales son los planes y expectativas para que Ikigai siga creciendo?

Tenemos planes de expansioń en Latinoamérica, principalmente a Chile y Colombia. De hecho, en Colombia ya tenemos dos partners y en Chile estamos en la buśqueda de ellos. Para diversificar nuestra propuesta de valor, este anõ hemos lanzado dos nuevas lıńeas de negocio: Ikigai Personas e IkigaiProductos. Desde Ikigai Personas buscamos generar espacios de transformacioń personal para colaboradores dentro de las empresas y personas de a pie. Ofrecemos talleres diversos para desarrollar habilidades con herramientas de coaching y meditacioń. Por el lado de Ikigai productos buscamos disenãr y producir productos que beneficien a pequenãs economıás y cuenten una historia que te transmita bienestar.

Junto a Empresas que Inspiran hemos creado el programa Guerrero Emprendedor, con el cual capacitamos y acompanãmos a emprendedores de todo el Peru.́ Este programa cuenta con aliados como Backus, Voluntarios Belcorp, PROA, Makesense y

Mibanco. Justo estamos a punto de firmar una alianza con Tu Empresa del Ministerio de Produccioń (Produce) para que se puedan incluir maś pequenõs empresarios al programa. Nuestra meta es llegar a 10.000 emprendedores este anõ y a la fecha ya hemos capacitado a 400 de ellos. Estamos por terminar la segunda edicioń y para la tercera se han sumado dos companĩás como auspiciadoras, lo que hara´que esta iniciativa crezca auń maś