

APPROACHING THE FUTURE 2019

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

TOP 10 APRENDIZAJES

#1 La tendencia más relevante de 2019 es el propósito corporativo

Definir un propósito que vincule los objetivos de negocio con un impacto social, ético y medioambiental se ha convertido en una prioridad estratégica. El 56% de las empresas ya están trabajando su propósito; de estas, el 92% ya lo tiene definido.

#2 La reputación y la confianza son los grandes retos de la gestión empresarial

En el contexto de la economía colaborativa, el gran desafío está en los cambios de comportamiento y exigencias de la nueva ciudadanía digital. El 62% de las organizaciones está gestionando su reputación en entornos digitales.

#3 En el contexto empresarial actual, el activismo empresarial se ve como una oportunidad

El 46,5% de los encuestados asegura que su organización se posiciona ante cuestiones sociales y ambientales. De estos, un 94% considera que el activismo empresarial supone una oportunidad.

#4 Surgen nuevas formas de trabajo: flexibles y ágiles

La cultura corporativa se consolida como una herramienta de transformación organizacional. El 71% de las grandes empresas ya trabaja para adaptarse a nuevas formas de trabajo que permitan incrementar la eficacia mientras mejoran la calidad de vida del empleado. Destaca el teletrabajo y la flexibilidad de horarios.

#5 Aumenta la preocupación por el medioambiente

El 57% de los encuestados asegura que su organización ya cuenta con un plan de lucha contra el cambio climático. La Agenda 2030 es considerada como la guía para el reporting de información no financiera, y se impulsan iniciativas de desarrollo de iniciativas de economía circular.

#6 La nueva ciudadanía: más responsable y comprometida

Emerge una ciudadanía más comprometida que exige a las organizaciones contribuir de forma positiva a los retos globales e impulsar modelos de negocio más responsables.

#7 El cambio será liderado por las empresas y sus CEO

La sociedad pide que tanto las empresas como las personas que las dirigen sean los agentes de cambio y acepten su rol como líderes sociales.

#8 Surgen nuevas formas de engagement con los grupos de interés

El 52% de las organizaciones está aplicando nuevas formas de engagement para favorecer el compromiso de los empleados y la fidelidad de los consumidores.

#9 El enfoque de la tecnología cambia: se humaniza y es más transparente

Se empieza a reflexionar sobre la necesidad de introducir una mirada más humanista en las innovaciones tecnológicas. Se desarrollan aplicaciones para desconectar del entorno online y se adoptan nuevas herramientas que mejoran la transparencia y el reporting, como el blockchain.

#10 Crece la exigencia ética de los inversores

A la hora de invertir, los inversores exigen a las empresas que tengan valores sociales, éticos y medioambientales que definan su cultura y su conducta.

