



GOBIERNO CORPORATIVO

Quince tendencias que marcan la gestión empresarial

OPINIÓN / El propósito con valores sociales, ambientales y éticos y la gestión de la reputación en la era tecnológica encabezan los asuntos que más preocupan.

A.Medina. Madrid

El propósito del 92% de las empresas ya no se basa exclusivamente en el negocio, sino que incluye valores sociales, éticos y medioambientales. Es una de las conclusiones del informe *Approaching the Future. Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles*, que identifica las tendencias más relevantes que marcan la agenda empresarial en materia global, de reputación, marca, sostenibilidad, ética y transparencia, elaborado por cuarto año consecutivo por Corporate Excellence-Centre for Reputation Leadership, organización que preside Jaume Giró, junto a Canvas Estrategias Sostenibles.

El informe se elabora a partir de la opinión de 230 expertos de 18 países. El 73,9% de ellos son directivos de más de 90 empresas, incluidas las compañías miembros de Corporate Excellence, entidad que agrupa al 60% de los grupos del Ibex, y profesionales de la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom). En esta edición se ha contado, además, con la participación de la Universidad de Málaga, Cookie Box y Taket.

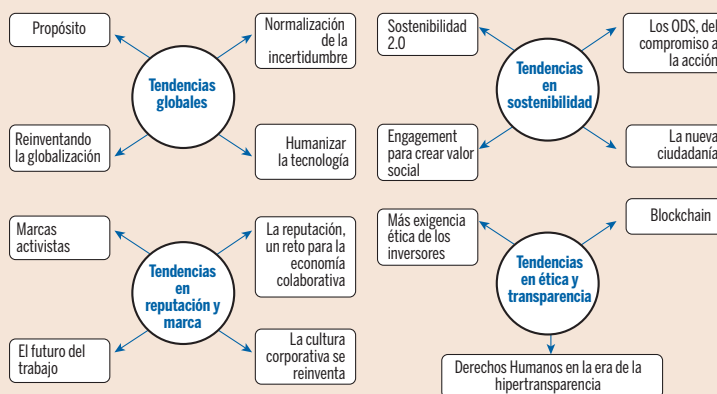
El estudio ha identificado 15 tendencias clave que los encuestados puntúan de acuerdo a su nivel de relevancia, agrupadas en cuatro grandes temas: globales, reputación y marca, sostenibilidad, y ética y transparencia.

La principal tendencia es el propósito corporativo y el 56% de los directivos dice que ya está trabajando en iniciativas de implantación y activación del propósito a través de los valores y la cultura corporativa. Desde el ámbito de los inversores, se ha destacado asimismo la relación intrínseca entre la generación de beneficios y el propósito.

Reputación

La segunda tendencia es la gestión de la reputación en el contexto de la economía colaborativa, con la transformación nuevas tecnologías. Las organizaciones se enfrentan, por tanto, al gran reto de gestionar la confianza y la reputación ante los cambios de comportamiento del consu-

LOS TEMAS MÁS RELEVANTES PARA LAS ORGANIZACIONES



Fuente: Informe Approaching the Future. Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles 2019

Expansión

Para el 94% de las empresas, el activismo social y empresarial es una oportunidad

midor y los nuevos hábitos de una ciudadanía cada vez más volcada en la digitalización

Para el 94% de los profesionales consultados, el activismo social y empresarial es una oportunidad para las empresas y, pese a los potenciales riesgos, casi la mitad (46,5%) asegura que sus organizaciones están posicionadas en cuestiones sociales y medioambientales.

El futuro del trabajo también está en la mente de las empresas. La forma en la que trabajamos y los entornos la-

borales están cambiando a un ritmo igual de frenético que el contexto socioeconómico actual. La digitalización y automatización de procesos requieren nuevas formas de entender y organizar el trabajo, así como nuevas habilidades.

Medioambiente

En términos medioambientales los expertos hablan cada vez más de regenerar el entorno como una urgencia. La lucha contra el cambio climático es uno de los principales retos a los que se enfrentarán las compañías durante los próximos años. El 28,7% de los profesionales consultados afirma estar trabajando en acciones para adaptarse al cambio climático y, entre ellos, cerca del 57% confirma que su empresa cuenta con un

plan de lucha contra este fenómeno.

Además, la economía circular toma impulso. El 19,1% de los profesionales dice estar inmerso en el desarrollo de medidas en materia de economía circular. Entre los que apuestan por ella, la medida que emerge como más relevante es la relacionada con la reducción, reciclable y gestión de residuos (49%). En segundo plano aparece la sensibilización y la participación en distintas iniciativas empresariales (17%).

En esta edición se observa cómo la incertidumbre se ha convertido en la nueva normalidad, con la crisis de confianza hacia las instituciones y los medios de comunicación, la polarización social, el incremento de las noticias falsas y el aumento de fenómenos meteorológicos extremos.

ODS

Entre las tendencias se encuentran, asimismo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. El 36,5% de los encuestados asegura que sus organizaciones empresariales están trabajando en la medición de la contribución al cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030. Entre estas entidades, el 78% afirma que ha llevado a cabo un proceso de priorización de los ODS para identificar y trabajar sobre aquellos en los que la organización tiene un impacto más directo derivado de su actividad.

Uso de la inteligencia artificial

El informe incorpora este año a la investigación técnicas de inteligencia artificial para averiguar si la importancia que los profesionales dan a las tendencias concuerda con las acciones que se impulsan en las empresas. Esto ha permitido obtener un análisis más exhaustivo sobre lo que realmente está marcando la agenda empresarial y las cuestiones prioritarias para los directivos en su día a día. Entre los resultados obtenidos se observa la existencia de una clara preocupación por el medioambiente y la transparencia de las organizaciones y el avance de las organizaciones en los siguientes ámbitos: igualdad y diversidad, sostenibilidad y flexibilidad, y nuevas formas de trabajo. Incluye, además, las tendencias más relevantes en los ecosistemas digitales: importancia de la ética y la transparencia; preocupación por el medioambiente y el cambio climático; y nuevas formas de trabajo.