



APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

CORPORATE EXCELLENCE

CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

Approaching the Future 2024. Tendencias en reputación y gestión de intangibles

Resultados para Guatemala

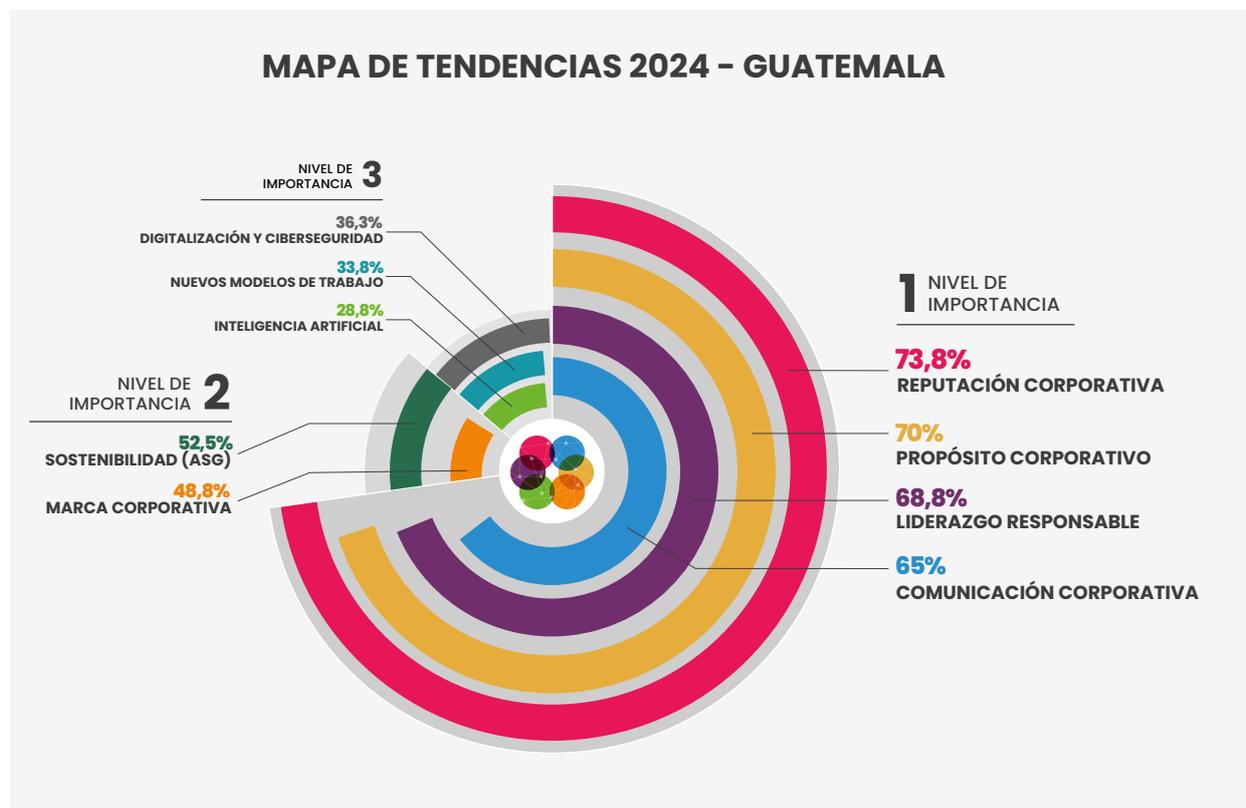
Approaching the Future consolida en 2024 su rol como herramienta estratégica que analiza el impacto de los intangibles en la agenda empresarial y facilita la toma de decisiones. El informe busca comprender cuáles son hoy las prioridades de las organizaciones, los asuntos a los que dedican mayores recursos y los retos y dificultades a los que se enfrentan.

Elaborado a partir de encuestas a cerca de 2.200 profesionales y el análisis cualitativo de 11 grandes expertos, el documento ofrece una prospectiva de futuro sobre la estrategia de las empresas.

Tres grandes vectores de impacto

Approaching the Future no es ajeno al contexto que rodea a las organizaciones, sino que toma un pulso certero de la situación real en la que se encuentran. Por ello, identifica **tres grandes vectores de impacto** que enmarcan los resultados de esta 9ª edición, caracterizada por una situación de crecientes tensiones geopolíticas, la multipolaridad de los riesgos –ambientales, tecnológicos, sociales y reputacionales, y entre los que destaca la creciente polarización– y, por último, la irrupción de la inteligencia artificial.

Insights para Guatemala





APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

CORPORATE EXCELLENCE

CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

En Guatemala, la **reputación** corporativa es el tema más importante para el 73,8% de las organizaciones. Y el segundo intangible al que más recursos y esfuerzos dedican los profesionales de la región, en sintonía con los resultados del resto organizaciones de la región. En este momento de cambios e incertidumbre constante, la reputación es más importante que nunca. La construcción de confianza es una tarea primordial para las organizaciones, algo completamente en sintonía con los desafíos que se planteaban a principios de año en Davos, bajo el leitmotiv “Reconstruir la confianza”.

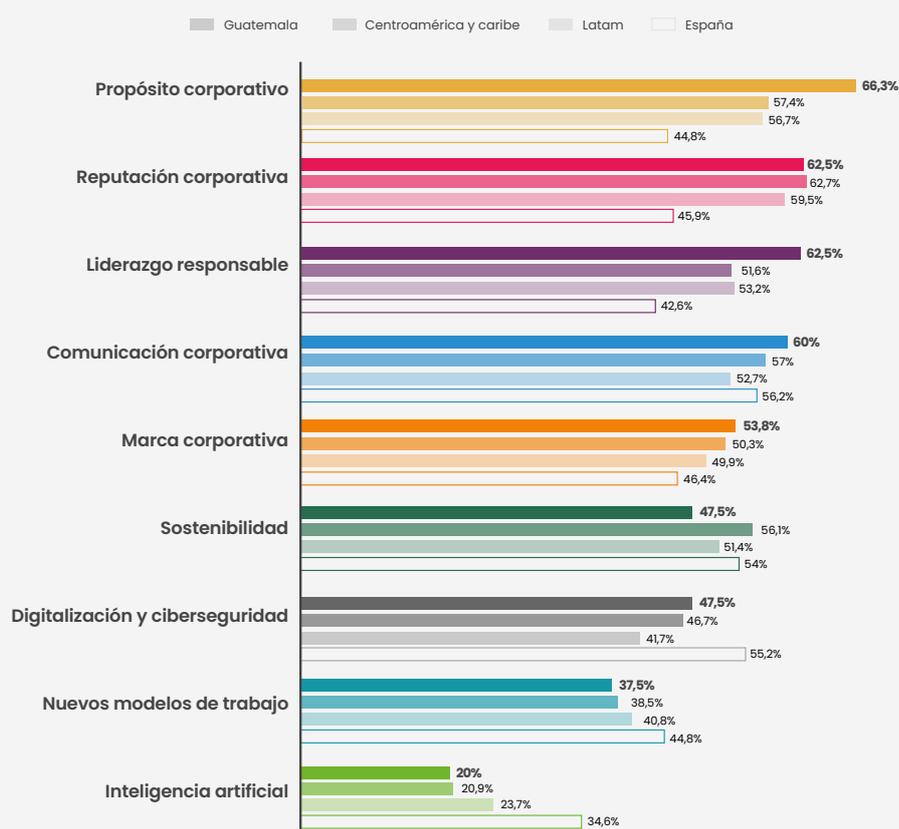
El **propósito corporativo** consolida su rol como pilar estratégico y motor de transformación. Es la segunda tendencia más importante (70%), pero a la que se dedican más esfuerzos, con el 66,3% de organizaciones avanzando en este campo. Es, a su vez, el principal ámbito de acción de los altos directivos del país.

El impulso de un **liderazgo responsable** conectado con los grupos de interés y anclado en valores demuestra el compromiso de las organizaciones por avanzar hacia un modelo de empresa comprometido con la creación de valor equilibrado para todos los grupos de interés en el largo plazo. Se posiciona como tercera tendencia en el ranking de importancia y en el de prioridades de trabajo.

Destaca el rol de la **comunicación corporativa** como palanca motriz clave en la gestión empresarial. Se trata del cuarto aspecto más importante y más trabajado por las organizaciones de la región (60%), donde destacan los esfuerzos por la mejora de la comunicación interna (47,9%). Es también, el tercer ámbito al que más recursos y energías la alta dirección.

Cabe destacar, a su vez, la relevancia que tiene la sostenibilidad y la digilitización para la grandes empresas (+ de 5.000 empleados), donde junto a la reputación en el que trabajan el 75% de organizaciones, estos aspectos lideran el ranking de prioridades en términos de esfuerzo y trabajo, con 6 de cada 10 trabajando intensamente en ellos.

TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS EN GUATEMALA





APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES



Fuente: Approaching the Future 2024

Claves Approaching the Future Guatemala 2024

- 1** La **reputación corporativa** es clave para el 77,6% de las organizaciones y más de 7 de cada 10 profesionales (72,9%) asegura que ha crecido en importancia en los últimos 3 años. Es, además, el segundo ámbito al que más recursos se destinan. La gestión de la reputación se entiende en clave de urgencia y ventaja competitiva. La identificación y mitigación de riesgos es la acción más trabajada.
- 2** El **propósito corporativo** consolida su rol estratégico. Es la segunda tendencia más importante, pero la más trabajada en términos de recursos e inversión. La comunicación de los compromisos derivados del propósito con los *stakeholders* es el principal desafío identificado (34%).
- 3** El **liderazgo responsable** es la tercera tendencia más importante y trabajada en Guatemala. Existe un avance significativo hacia nuevas formas de liderar las empresas. El liderazgo consciente guiado por el propósito corporativo es la prioridad de los profesionales que trabajan en este ámbito.
- 4** El 60% de las compañías afirma avanzar en la gestión de la **comunicación corporativa**.
La comunicación interna es, a su vez, el ámbito de actuación más trabajado y el principal reto para los profesionales. Destaca el impulso de la alta dirección (64,3%).
- 5** La **sostenibilidad** se encuentra en el top 3 de prioridades para las grandes empresas (+ 5.000 empleados).
Los esfuerzos se concentran en la integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocio (42,1%).
- 6** La **marca** se considera una herramienta clave para el posicionamiento y la activación del propósito. Un 53,3% de las compañías trabajan en su gestión, con un fuerte impulso por el 64,3% de los roles directivos.
- 7** La **ciberseguridad y la digitalización** es la séptima tendencia en el ranking de importancia y trabajo para el 36,3%. El fortalecimiento de sistemas de seguridad y protección de datos es el principal ámbito de actuación.
- 8** El **futuro del trabajo** avanza hacia nuevos modelos más colaborativos. Casi 4 de cada 10 organizaciones avanzan con intensidad en este ámbito, donde los principales retos están relacionados con la ruptura de silos, y crear equipos más transversales.
- 9** **Irrupción e implantación de IA**. El 80% de los altos directivos aseguran que es clave para la transformación de los negocios. La mitad de las organizaciones aseguran encontrarse en fase de exploración y el 62,5% considera que la IA generativa aumenta la productividad, la velocidad y la agilidad en los procesos.

Fuente: Approaching the Future 2024



APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

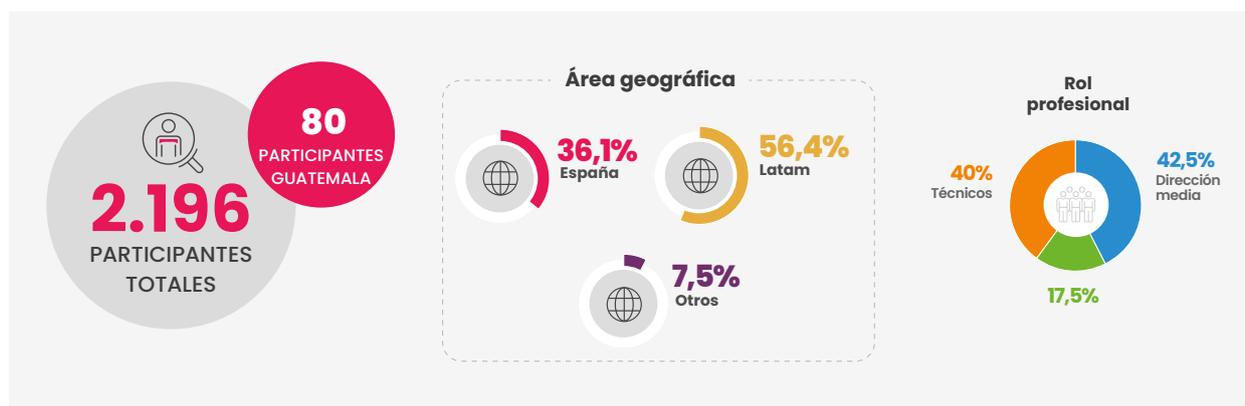
CORPORATE EXCELLENCE

CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

El informe global profundiza en

- Las tendencias más importantes y en las que se invierten más esfuerzos y recursos.
- Los principales ámbitos de acción y retos.
- La visión de la alta dirección.
- La visión de las grandes empresas.
- La visión por geografías con foco en Iberoamérica y con análisis específicos para Centroamérica y el Caribe, Chile, Colombia, Bolivia, Ecuador, España, Guatemala, México y Perú.

Ficha técnica para Colombia



Para saber más

- Presentación de resultados. *Approaching the Future 2024 – Guatemala*
- Informe completo y paquete de contenidos. *Approaching the Future 2024. Tendencias en reputación y gestión de intangibles*



www.approachingthefuture.com

Con la colaboración de

