



# 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 Colombia

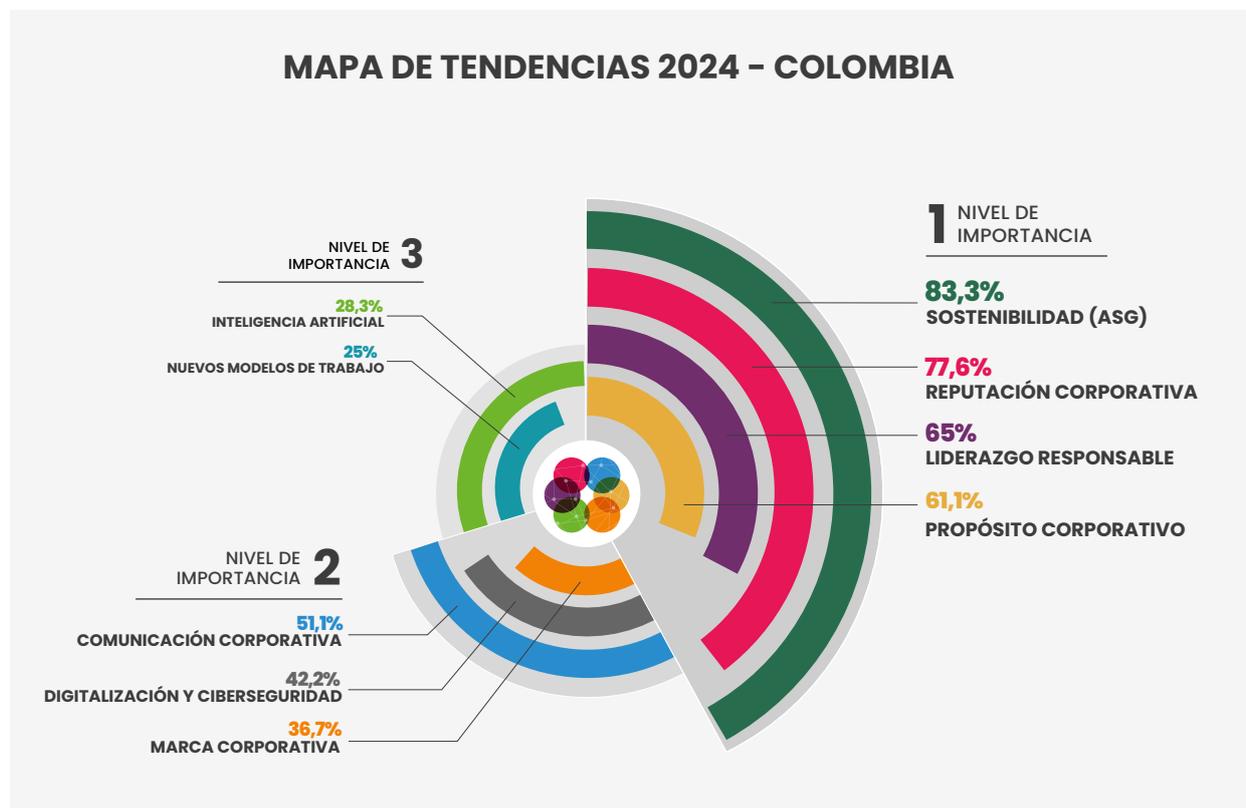
*Approaching the Future* consolida en 2024 su rol como herramienta estratégica que analiza el impacto de los intangibles en la agenda empresarial y facilita la toma de decisiones. El informe busca comprender cuáles son hoy las prioridades de las organizaciones, los asuntos a los que dedican mayores recursos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





# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

En Colombia, **la sostenibilidad** es el tema más importante para el 83,3% de las organizaciones, y es, también, el ámbito al que se dedican más recursos, con 8 de cada 10 organizaciones trabajando en este campo. Un dato hasta 30 puntos porcentuales más que el observado en otras regiones analizadas.

El **marco regulatorio** en constante evolución hace que este tema ocupe un lugar prioritario en la agenda empresarial. Se observa, además, una evolución en la gestión de la sostenibilidad hacia una **mirada más integradora**, donde los recursos se distribuyen de forma más equilibrada en relación a los esfuerzos ambientales, sociales y de gobernanza.

En un momento de cambios e incertidumbre constante, **la reputación** parece ser más importante que nunca. La construcción de confianza es una tarea primordial para las organizaciones. Se trata de la segunda tendencia más importante para el 77,6% de las organizaciones colombiana y más de 7 de cada 10 profesionales (72,9%) asegura que ha crecido en relevancia en los últimos 3 años. Es, a su vez, el segundo ámbito al que más recursos y energías destinan la alta dirección, con el 63,9% de los altos directivos avanzando en su gestión. Se identifican tres ámbitos de acción clave: la identificación y prevención de riesgos reputacionales, el impulso de planes de mejora y fortalecimiento de la reputación y la medición.

El impulso de un **liderazgo responsable** conectado con los grupos de interés y anclado en valores, junto al **propósito corporativo**, 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. Este ámbito lidera el ranking de prioridades en Colombia, siendo el tercer y cuarto tema más importante para el 65% y 61,1% de las organizaciones, y el segundo y tercero, al que más recursos y esfuerzos destinan, con un 61,7% y un 58,3% de las empresas trabajando en este campo.

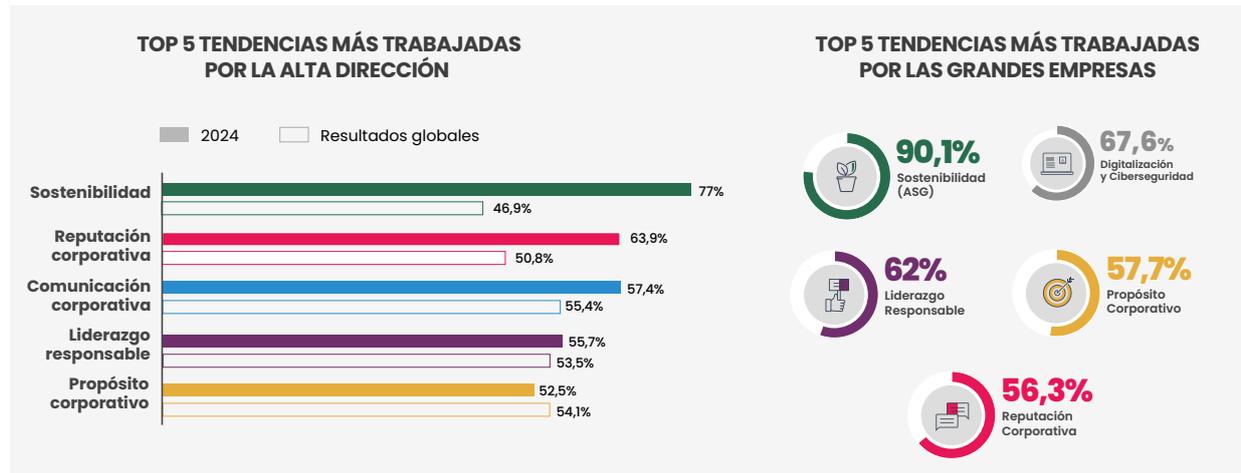




# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

Destaca el rol de la **comunicación corporativa** como palanca motriz clave en la gestión empresarial. Es el tercer tema al que más recursos destinan los altos directivos, con casi 6 de cada 10 (57,4%) trabajando en este campo. Los dos aspectos más trabajados por las organizaciones son el impulso de una narrativa centrada en el propósito y la sostenibilidad y la innovación en formatos, contenidos y canales, un aspecto clave para el 71,4 de los altos directivos .



Fuente: Approaching the Future 2024

## Claves Approaching the Future Colombia 2024

- 1 La sostenibilidad se consolida como tendencia más relevante y trabajada por las organizaciones en Colombia (83,6%),** mediante su integración estratégica en los modelos de negocio. Se avanza hacia una visión más integradora con distribución de recursos cada vez más equitativa: ambientales (37,2%), sociales (36,5%) y gobernanza (26,5%).
- 2 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 destina la alta dirección. 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.
- 3 El liderazgo responsable es la tendencia más importante para el 65% de los profesionales y el segundo aspecto al que más recursos se destinan en Colombia (61,7%).** El liderazgo consciente guiado por el propósito corporativo es la prioridad de los profesionales que trabajan en este ámbito. Existe un avance significativo hacia nuevas formas de liderar las empresas.
- 4 El propósito corporativo consolida su rol como pilar estratégico y motor de transformación.** Es el tercer ámbito más trabajado, con el 58,3% de las organizaciones avanzando en este campo. En el caso de Colombia, se le da una mayor prioridad que en otras regiones al impulso de la comunicación interna y el fortalecimiento de la cultura corporativa.
- 5 La comunicación es el tercer ámbito al que más recursos los altos directivos, con casi 6 de cada 10 (57,4%) trabajando en este campo.** Los esfuerzos se concentran principalmente en el impulso de una narrativa centrada en el propósito y la innovación de contenidos, formatos y canales de difusión.
- 6 La digitalización y ciberseguridad es trabajada por el 52,8% de las organizaciones,** con foco especial en la transformación del negocio y el fortalecimiento de los sistemas de ciberseguridad. La formación en capacidades tecnológicas es uno de los principales desafíos.
- 7 La marca se consolida como clave para el posicionamiento y la activación del propósito.** En Colombia, a diferencia de la importancia que está adquiriendo en términos de recursos destinados en otras regiones, se observa una menor inversión de recursos y esfuerzos, con 33,9% de organizaciones avanzando en este campo.
- 8 Irrupción e implantación de IA.** El 63,6% de los altos directivos aseguran que es clave para la transformación de los negocios, 6 de cada 10 organizaciones aseguran encontrarse en fase de exploración y el 42,9% considera que la IA generativa aumenta la productividad, la velocidad y la agilidad en los procesos.
- 9 El futuro del trabajo avanza hacia nuevos modelos más transversales y colaborativos.** 3 de cada 10 organizaciones avanzan con intensidad en este ámbito, donde las principales acciones impulsadas son la implantación de modelos híbridos y la ruptura de silos.

Fuente: Approaching the Future 2024



# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

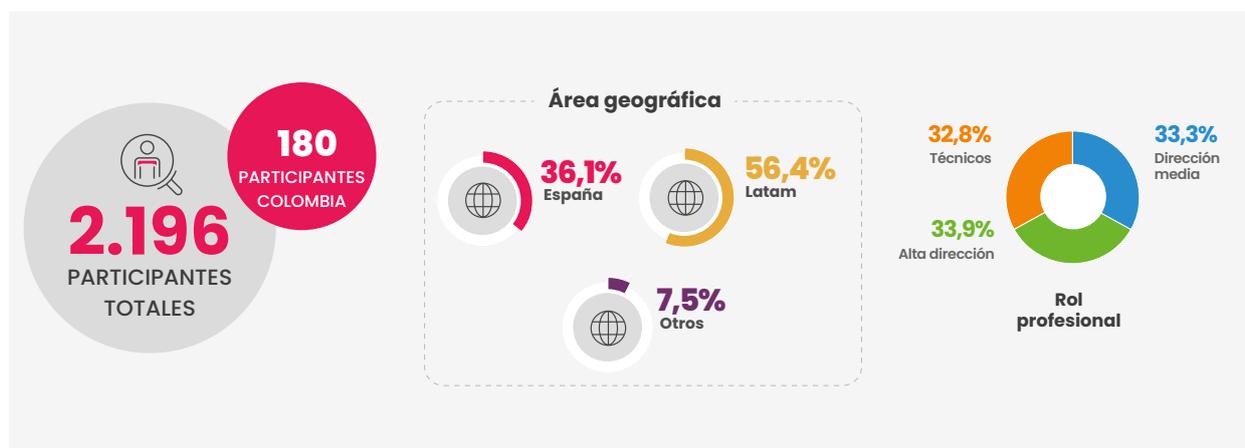
CORPORATE EXCELLENCE

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



[www.approachingthefuture.com](http://www.approachingthefuture.com)

Con la colaboración de

