



# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

## Approaching the Future 2024. Tendencias en reputación y gestión de intangibles Resultados para Centroamérica y Caribe

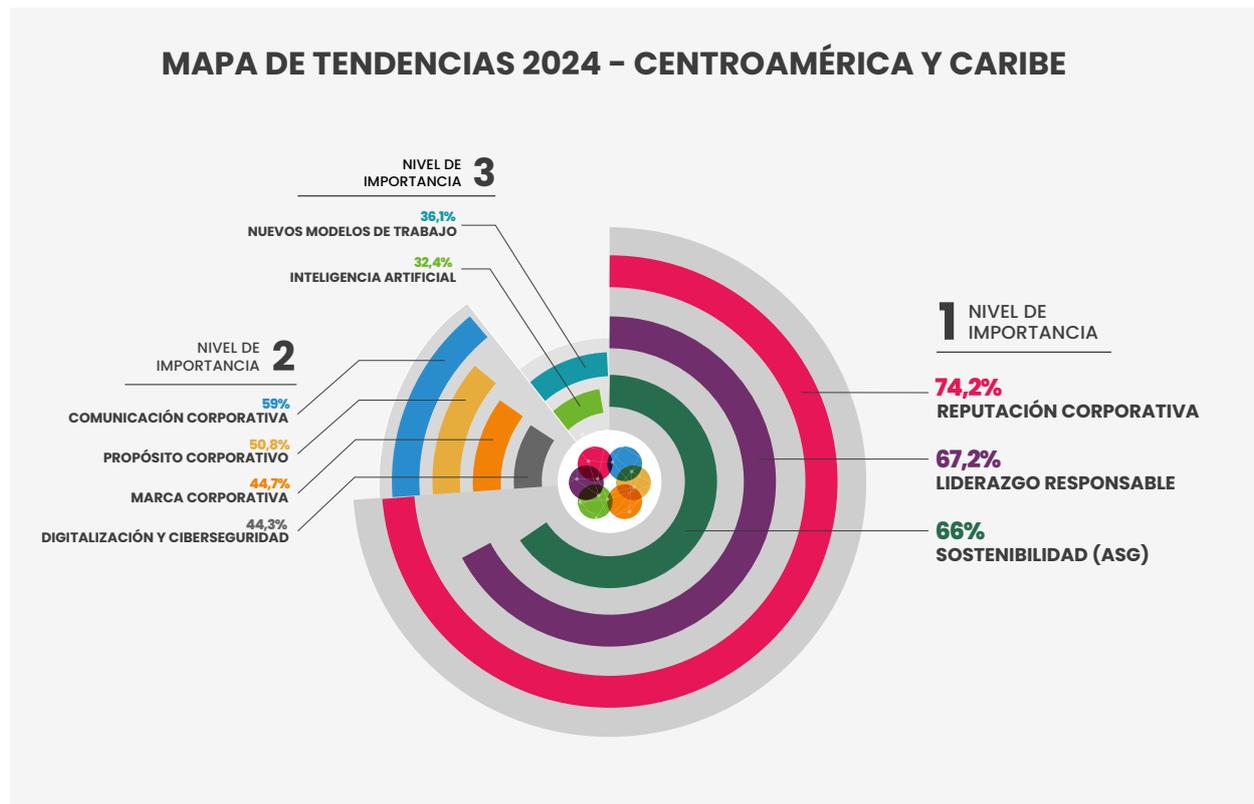
*Approaching the Future* consolida en 2024 su rol como herramienta estratégica que analiza el impacto de los intangibles en la agenda empresarial y facilita la toma de decisiones. El informe busca comprender cuáles son hoy las prioridades de las organizaciones, los asuntos a los que dedican mayores recursos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





# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

En Centroamérica y Caribe, la gestión de la **reputación** corporativa es, en esta edición, un tema clave para más de 7 de cada 10 organizaciones centroamericanas (74,2%), y es, a su vez, el ámbito al que más recursos destina el 62,7% de las compañías.

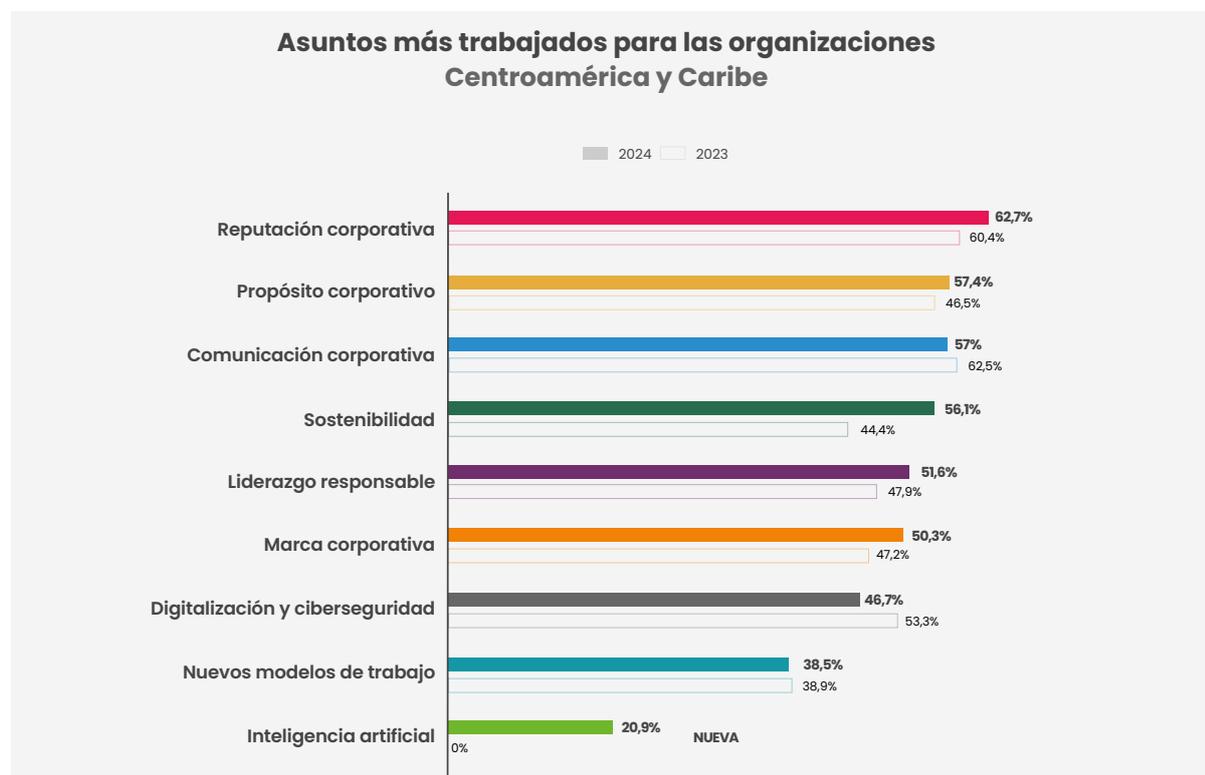
El hecho de que la reputación sea el aspecto más relevante y al mismo tiempo al que más recursos y energías se dedican, evidencia la doble dimensión en clave de urgencia y ventaja competitiva que supone para las organizaciones. La construcción de confianza es una tarea primordial para las organizaciones, algo completamente en sintonía con los desafíos que se planteaban a principios de año en Davos, bajo el *leitmotiv* “Reconstruir la confianza”.

El 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. Mantiene su posición respecto a 2023.

La **sostenibilidad** sube un puesto en el ranking de importancia y se consolida en el top 3 de prioridades para las organizaciones centroamericanas, con un 66% de profesionales asegurando la importancia de la sostenibilidad y los criterios ASG para el futuro de las organizaciones. Es, su vez, el ámbito que más crece en recursos en relación a 2023 (+11,7 puntos) y en el que están trabajando el 56,1% de las compañías.

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 (65%), donde destacan los esfuerzos por la mejora de la comunicación interna (47,9%). Por su parte, los resultados globales ubican a la gestión de la comunicación corporativa como tendencia más trabajada por segundo año consecutivo.

El **propósito corporativo** es el segundo ámbito al que más recursos destinan las organizaciones de la región, y el principal para los altos directivos, lo que 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.





# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

## TOP 5 TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS POR LA ALTA DIRECCIÓN



## TOP 5 TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS POR LAS GRANDES EMPRESAS



Fuente: Approaching the Future 2024

## Claves Approaching the Future Centroamérica y Caribe 2024

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>1</b> La <b>reputación corporativa</b> es el ámbito de máxima prioridad en el tejido empresarial de la región.</p> <p>También es la tendencia más trabajada, donde destacan los esfuerzos en los planes de mejora y fortalecimiento de la reputación (43,1%). La gestión de la reputación se entiende en clave de urgencia y ventaja competitiva.</p> | <p><b>2</b> El <b>liderazgo responsable</b> es la segunda tendencia más importante y la tercera trabajada en Centroamérica y Caribe.</p> <p>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.</p> | <p><b>3</b> La <b>sostenibilidad</b> se encuentra en el top 3 de prioridades para las grandes empresas (+ 5.000 empleados).</p> <p>Los esfuerzos se concentran en la integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocio (46%).</p>   |
| <p><b>4</b> El 57% de las compañías afirma avanzar en la gestión de la <b>comunicación corporativa</b>. La comunicación interna es, a su vez, el ámbito de actuación más trabajado y el principal reto para los profesionales.</p> <p>Destaca el impulso de la alta dirección (52,5%).</p>  | <p><b>5</b> El <b>propósito corporativo</b> consolida su rol estratégico. Es la primera tendencia más trabajada por la alta dirección.</p> <p>La comunicación interna y el fortalecimiento de la cultura en torno al propósito es el principal desafío identificado (40%).</p>  | <p><b>6</b> La <b>marca</b> se considera una herramienta clave para el posicionamiento y la activación del propósito.</p> <p>Un 50,3% de las compañías trabajan en su gestión, con un fuerte impulso por el 52,5% de los roles directivos.</p> |
| <p><b>7</b> La <b>digitalización y ciberseguridad</b> es la séptima tendencia en el ranking de importancia y trabajo para el 44,3%. El fortalecimiento de sistemas de seguridad y protección de datos es el principal desafío en este ámbito.</p>   | <p><b>8</b> El <b>futuro del trabajo</b> avanza hacia nuevos modelos más transversales y colaborativos. El principal reto tiene que ver con la ruptura de silos y la creación de equipos transversales.</p>   | <p><b>9</b> <b>Irrupción e implantación de IA</b>. El 49% de las organizaciones utiliza la IA para la transformación del negocio.</p>  |

Fuente: Approaching the Future 2024



# APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN  
Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

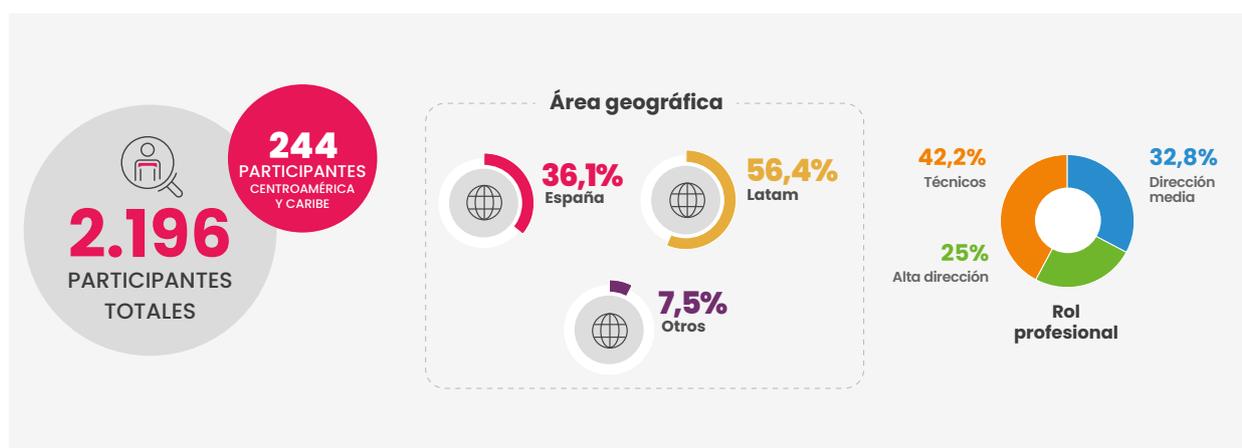
CORPORATE  
EXCELLENCE

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 Centroamérica y Caribe



## Para saber más

- Presentación de resultados. *Approaching the Future 2024 – Centroamérica y Caribe*
- 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

**CANVAS**  
Estrategias Sostenibles

