



Reputación y propósito: guerra y paz en Iliria

Global Alliance for Public Relations and Communication Management

Seminario Internacional de Comunicación
Banco Central de la República Dominicana

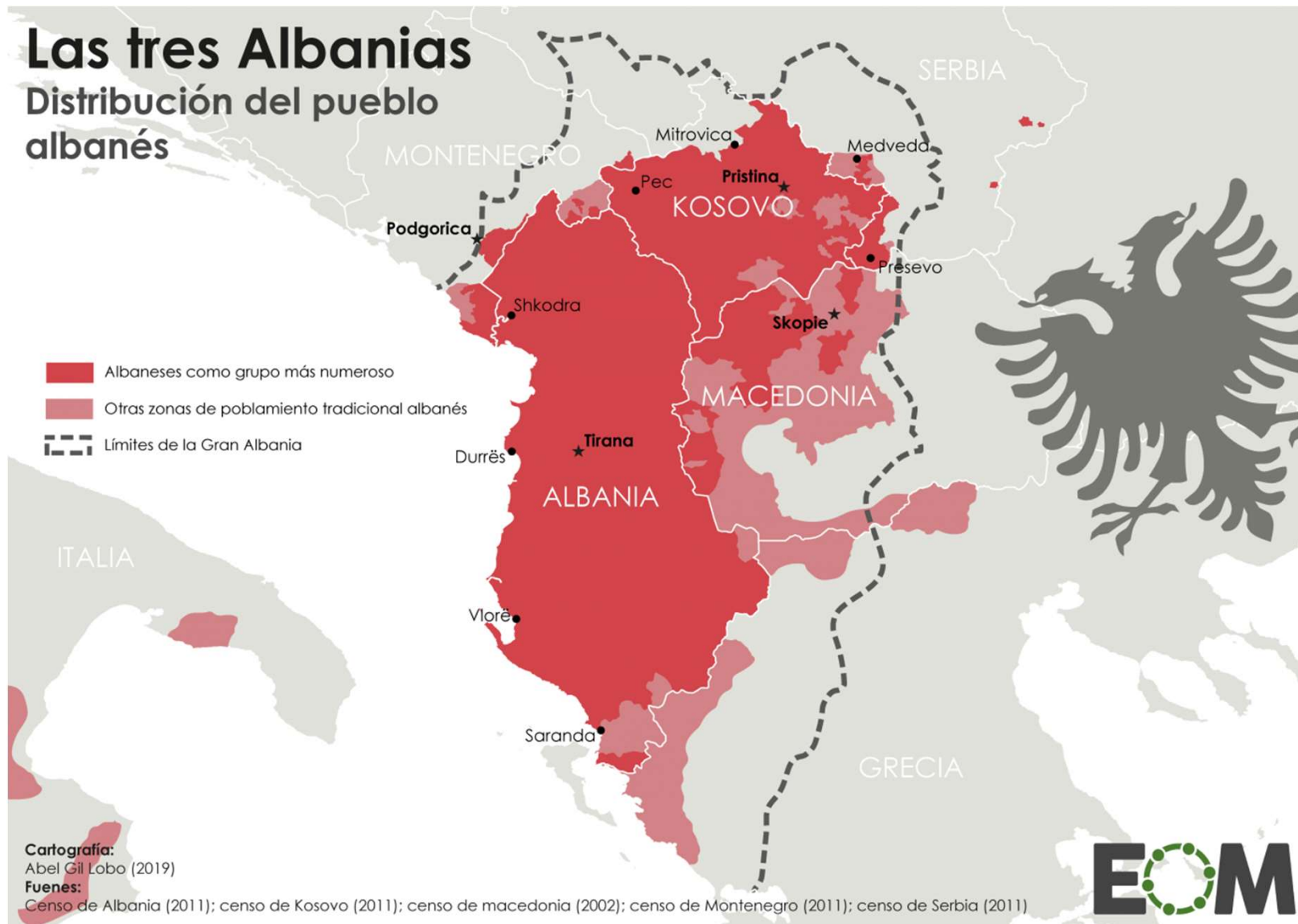
Septiembre 2021



Enver Hohxa (1908-1985)

Las tres Albanias

Distribución del pueblo albanés



El país de los ilirios



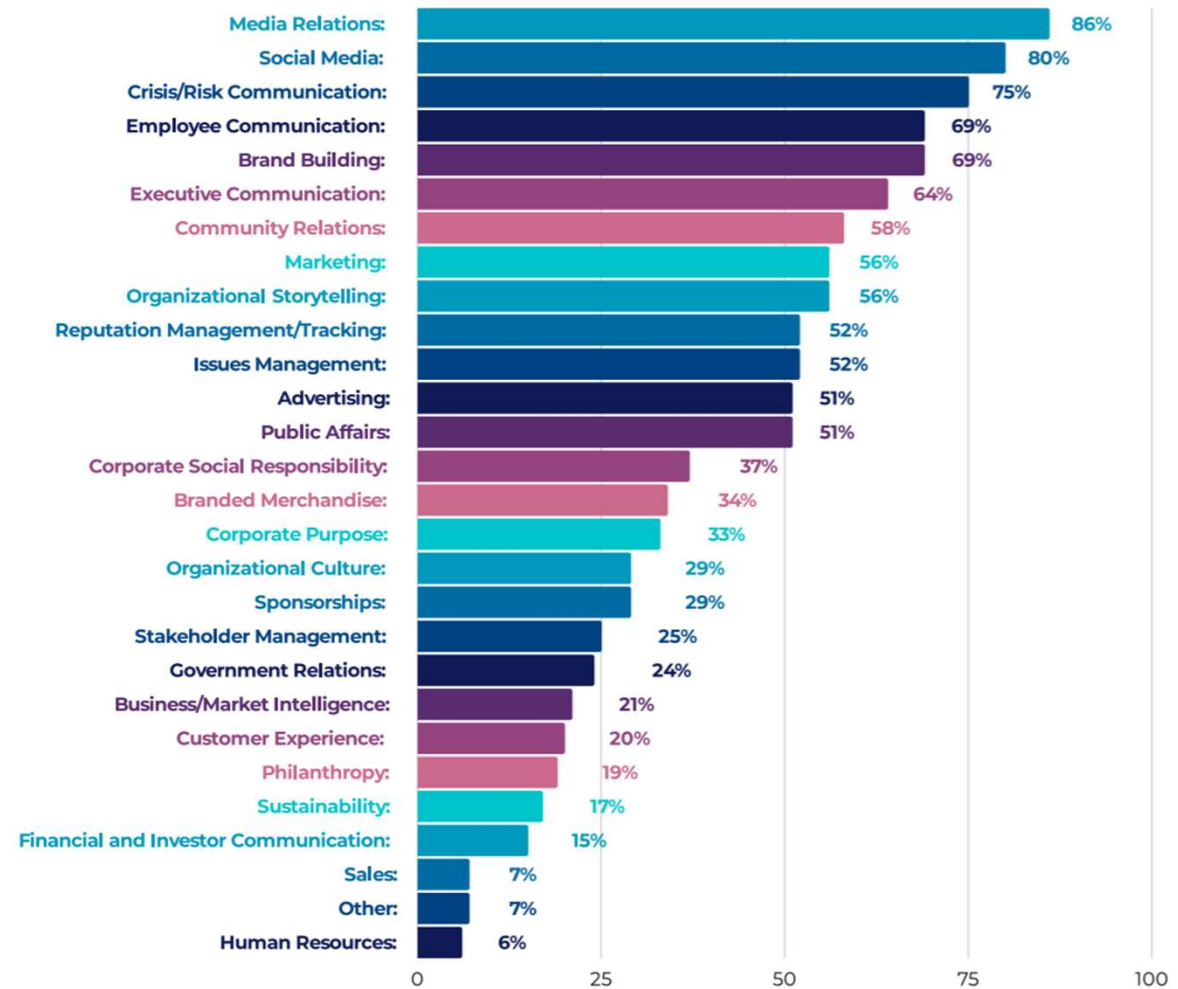
1. Las amenazas a nuestro territorio



La indefinición

«The evolving communication function» elaborado por el Institute for Public Relations (IPR).

Areas of Responsibility



La escasez de recursos

Number of Employees

Overall, employee headcount has increased over the past two years, according to 39% of respondents. A similar percentage (37%) of respondents said headcount has remained the same, with fewer than one-quarter (23%) saying it has decreased.

In the past two years, has the headcount in your communication function:



But for the next two years, more than half (53%) said the headcount will remain the same. Slightly more than one-third (35%) said it will increase, with only 12% expecting a decline in headcount.

In the next two years, do you anticipate the headcount in your communication function will:



La escasez de recursos

Casi la mitad de los dircom americanos encuestados por IPR (46 %) consideran que necesitarán más recursos para atender las crecientes necesidades de comunicación de sus organizaciones en un futuro cercano.

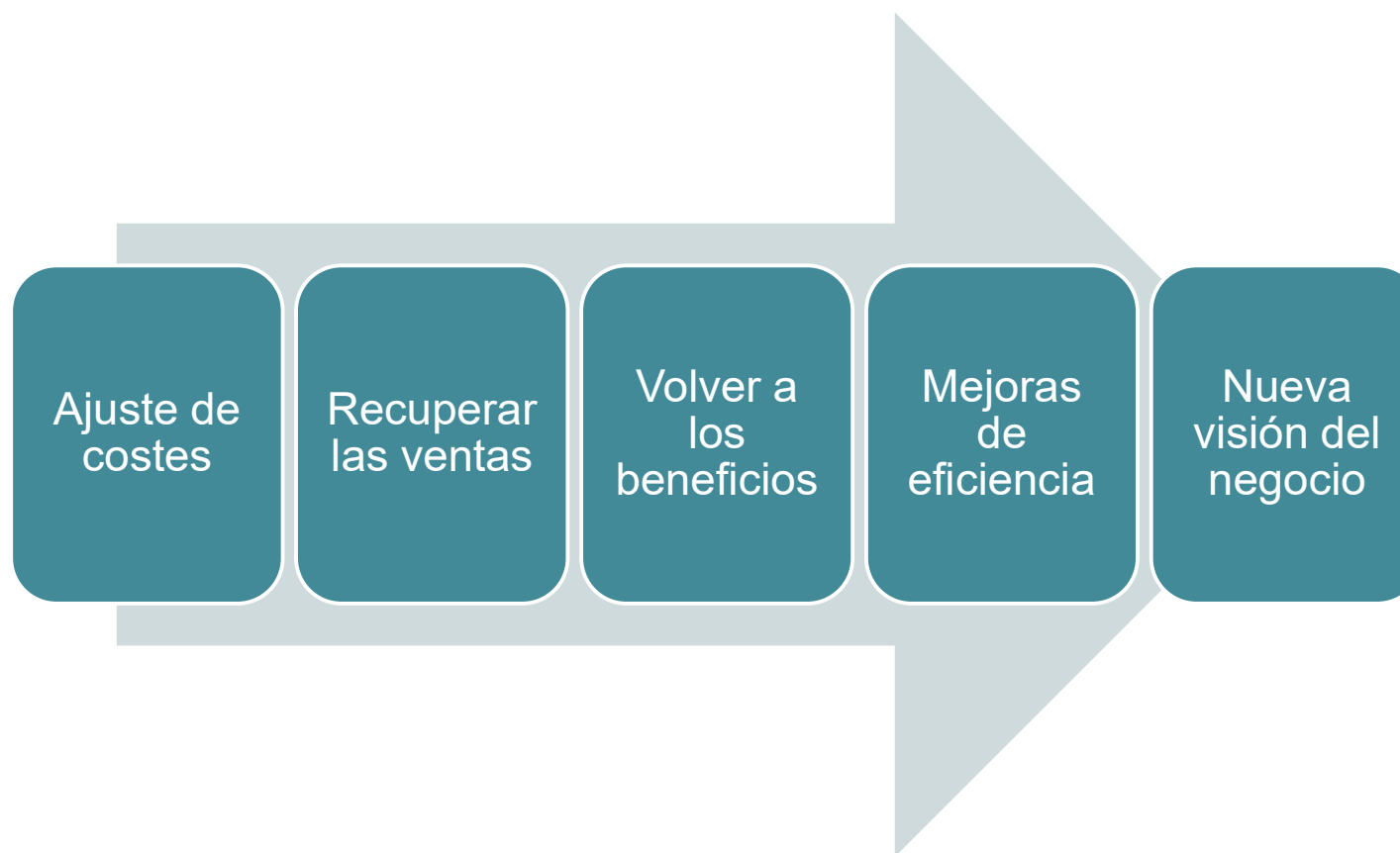
Efectos de la digitalización

- Ruptura de la unilateralidad.
- Cambios en los modelos de negocio.
- Automatización e inteligencia artificial.
- Aceleración de los procesos de comunicación.
- Nuevas formas y formatos.
- Presión para disponer de métricas.
- Se desdibujan las fronteras competenciales.

Plan 2025 de la CEOE

1. *Todo lo que se pueda digitalizar se digitalizará.*
2. *Todo lo que se pueda automatizar se automatizará.*
3. *Todo lo que se pueda conectar se conectará.*
4. *Todo lo que se pueda analizar se analizará.*

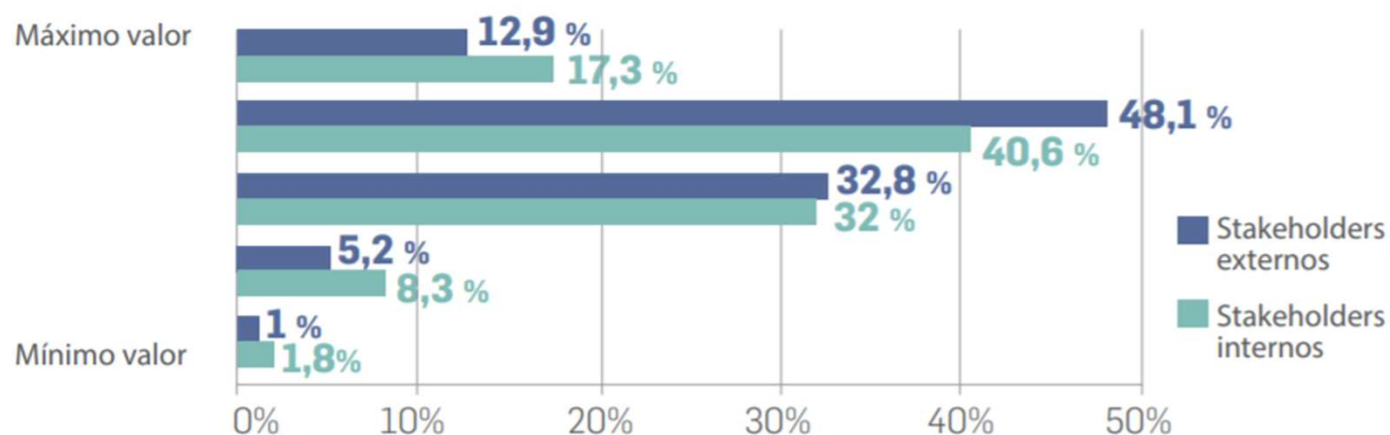
La presión sobre el corto plazo



Fase aguda---Vacunación---2021/22---Post-Covid---Normalidad

Déficit de gestión y liderazgo

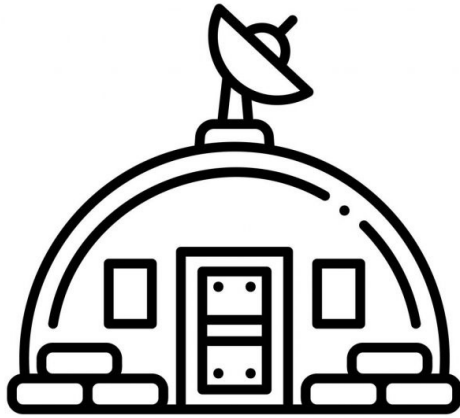
3. Valor otorgado a la comunicación



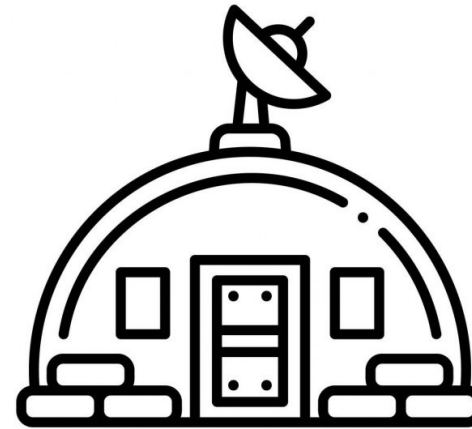
Fuente: *El estado de la comunicación en España*. Asociación de Directivos de Comunicación..

2. Líneas de defensa

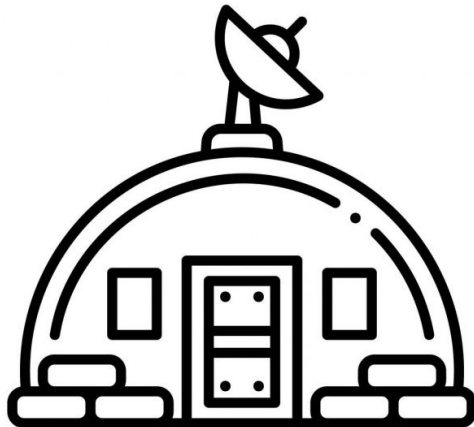




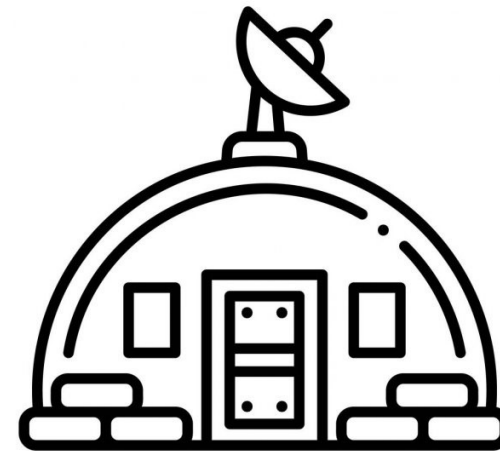
La reputación



La narrativa corporativa



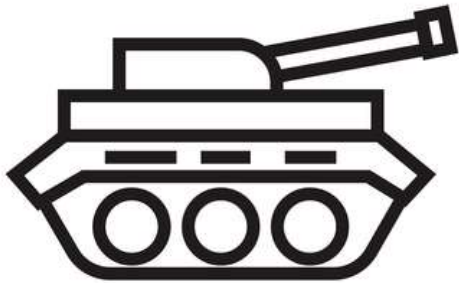
La comunicación de crisis



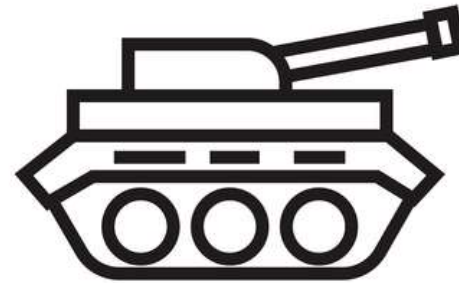
Las relaciones con los (nuevos)
medios de comunicación

3. Territorios de conquista





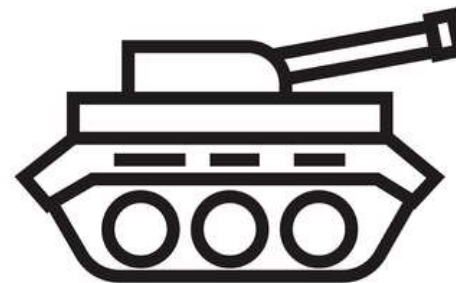
Guardianes del propósito



La ética



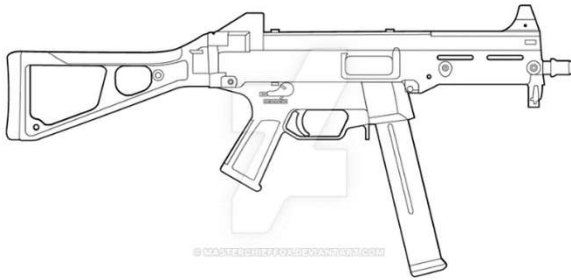
La cultura corporativa



Asuntos públicos

4. Armamento y estrategias

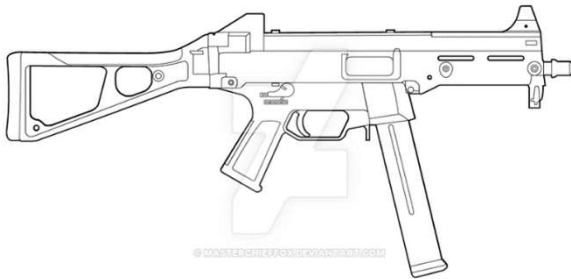




Proveedores de ego



Decodificadores del entorno



Métricas específicas



Creatividad

Global PR & Communication Model

The Global PR & Communication Model 2021

5 BUILDING BLOCKS

- Corporate Purpose
- Brand & Culture
- Reputation & Reputational Risk
- Communications
- Connected Intelligence & Intangible Assets Metrics



Source: The Global PR & Communication Model®

A 2 YEARS GLOBAL
CONSENSUS RESEARCH
Qualitative & Quantitative
techniques

- Literature Review
- Expert Validation
- Online Survey
- Statistical Technique & Mathematical Models

4 BUSINESS OUTCOMES:

- Differentiation
- Engagement
- Authentic Advocacy
- Trust & Social Legitimacy

Necesitamos héroes



Los desafíos del comunicador

- Mantener la relevancia de la función.
- Contribuir activamente a la recuperación de los negocios
- Conservar el alma que las empresas han mostrado durante la pandemia.
- Conectar el alma con el propósito.
- Impulsar una digitalización inclusiva.
- Trabajar para recuperar la verdad como la sustancia básica de los procesos de comunicación.
- Liderar la ética en las organizaciones.
- Consolidar la visión multistakeholder.
- Seguir formando a los directivos para que comuniquen mejor.



Libremos esta guerra juntos