

RESULTADOS
PERÚ



APPROACHING THE FUTURE **2024**

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

UN INFORME DE



EN COLABORACIÓN CON



WORLDWIDE PARTNER



ENTIDADES COLABORADORAS

PERÚ

APOYO INSTITUCIONAL PERÚ



COLABORACIÓN PERÚ





CORPORATE EXCELLENCE



CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

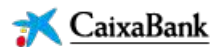


**CORPORATE EXCELLENCE
CENTRE FOR REPUTATION
LEADERSHIP**

Somos un **think & action tank**, un acelerador de innovación, conocimiento y formación en intangibles

IMPULSORES

PATRONATO CORPORATE EXCELLENCE



EMPRESAS COLABORADORAS CORPORATE EXCELLENCE



EMPRESAS COLABORADORAS LATINOAMERICANAS

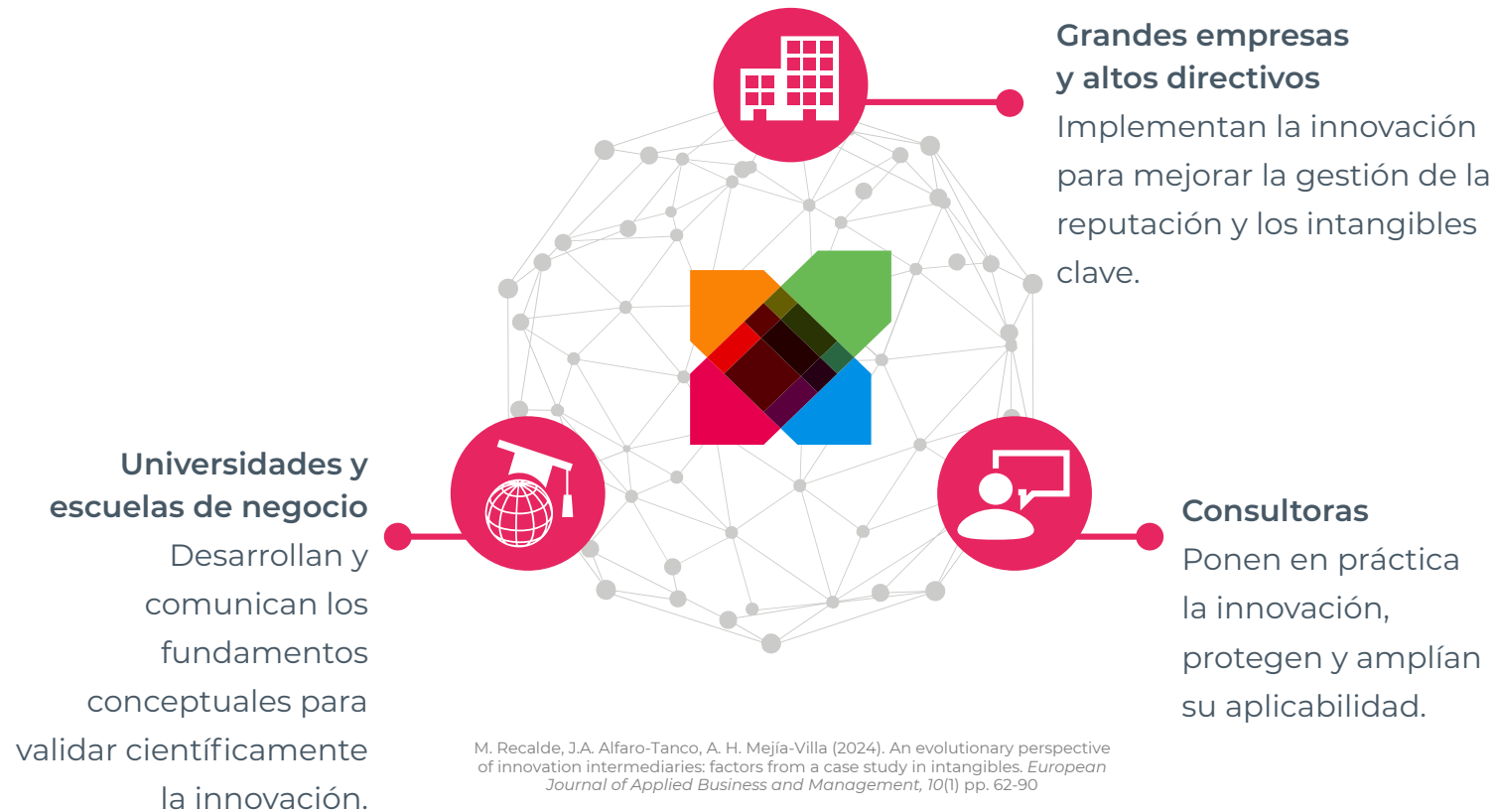




ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO

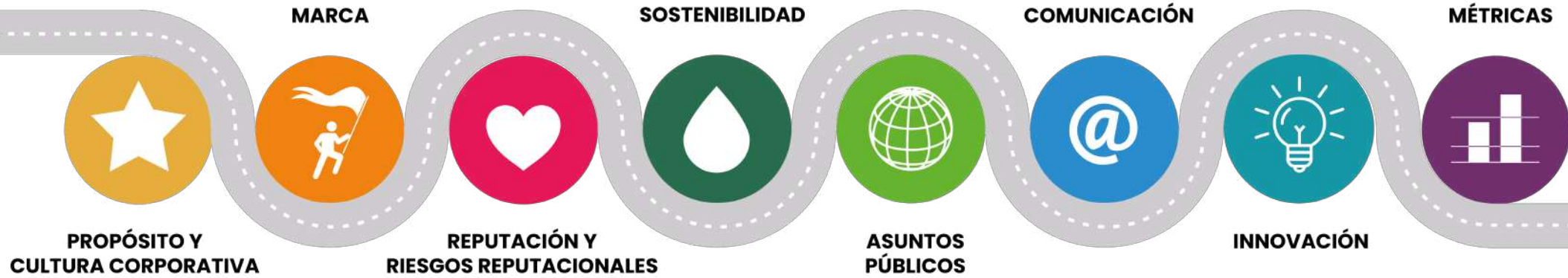
Organizaciones del ecosistema de innovación y conocimiento

+100 alianzas y 15 consultoras supporter



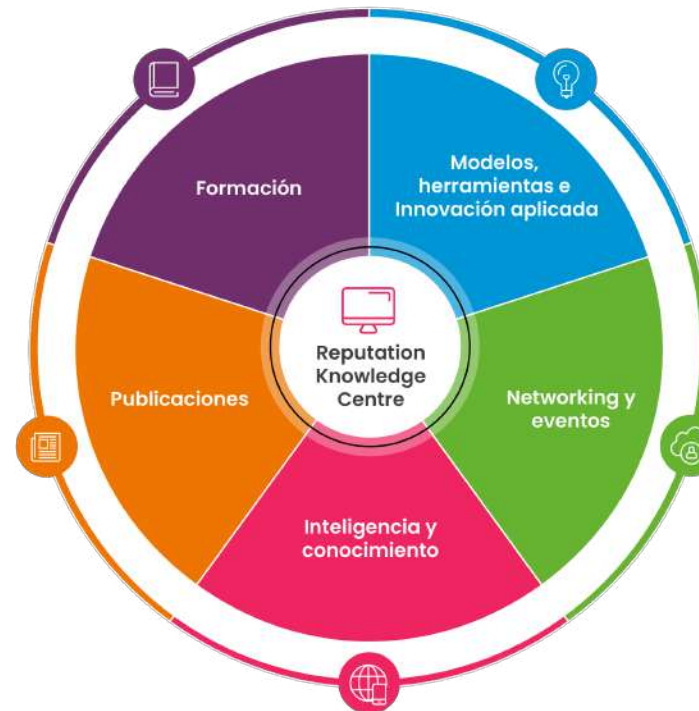


ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN



ÁREAS DE ACTIVIDAD

Haciendo tangible lo intangible





¿QUÉ ES APPROACHING THE FUTURE?

Informe anual de tendencias globales en reputación y gestión de intangibles que elaboramos desde Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership en colaboración con CANVAS Estrategias Sostenibles, Global Alliance como *worldwide partner*, Punto de Fuga y una amplia red de entidades colaboradoras.

Analiza el presente y futuro de la gestión de la reputación y los intangibles.





CARTA DE PRESENTACIÓN

Nos complace presentar la novena edición del informe ***Approaching the Future. Tendencias en reputación y gestión de intangibles.*** Nueve años y nueve grandes tendencias que impactan en la agenda estratégica de las organizaciones desde una visión transversal e interconectada de la gestión de los intangibles.

En un contexto de alta polarización social y política, marcado por los conflictos bélicos que configuran un entorno geopolítico complejo y de fuerte escepticismo, este informe se hace más necesario que nunca. ***Approaching the Future se ha convertido en una brújula que permite, a los profesionales y a las organizaciones, navegar en la incertidumbre, gestionando los riesgos desde múltiples ámbitos,*** pero también entendiendo y aprovechando las oportunidades de esta realidad compleja.

Las tendencias más importantes para los profesionales en esta edición están relacionadas con una cuestión de fondo que se viene analizando en los últimos años: **la búsqueda de nuevos modelos de organizaciones más responsables con un liderazgo consciente y de largo plazo.**

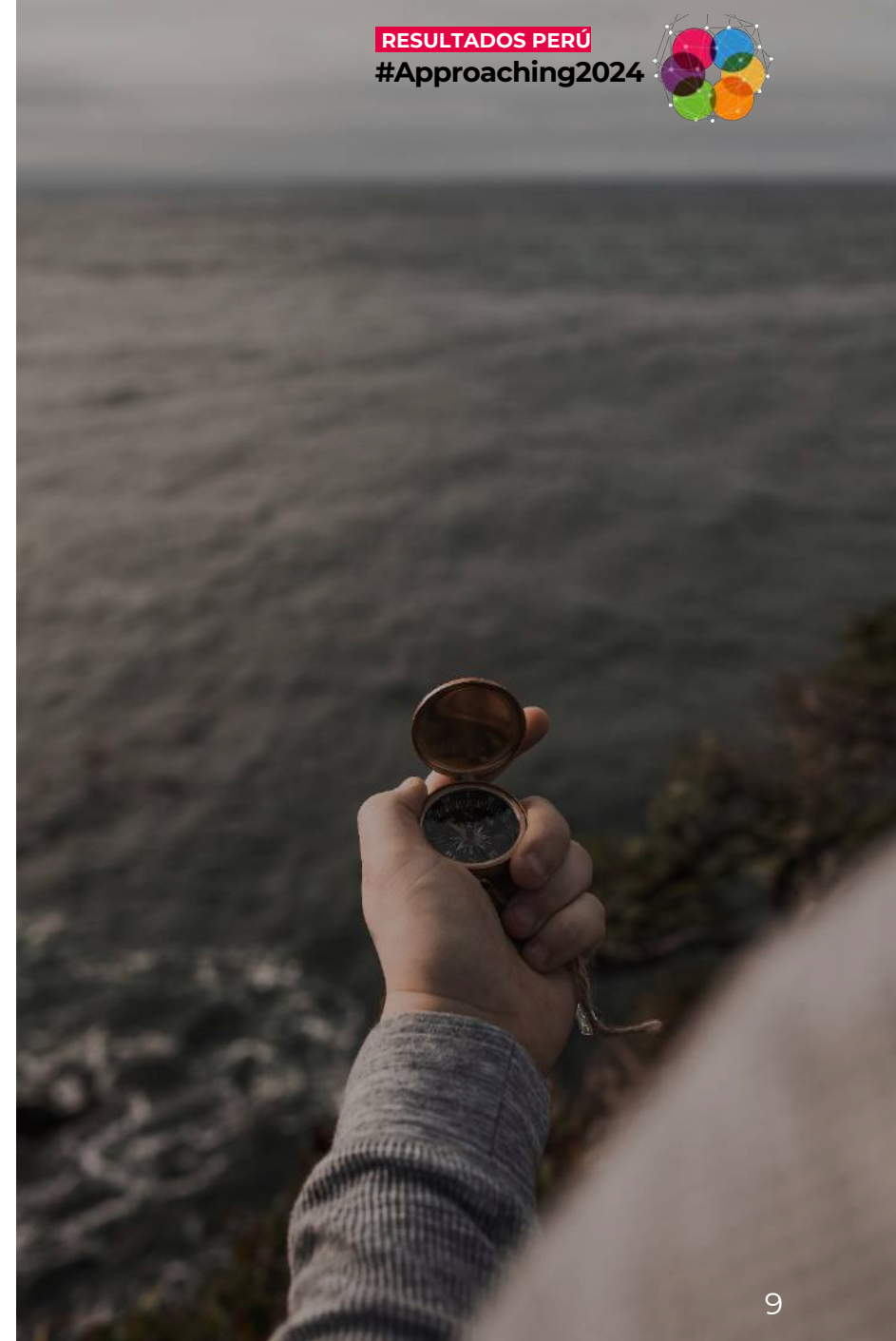
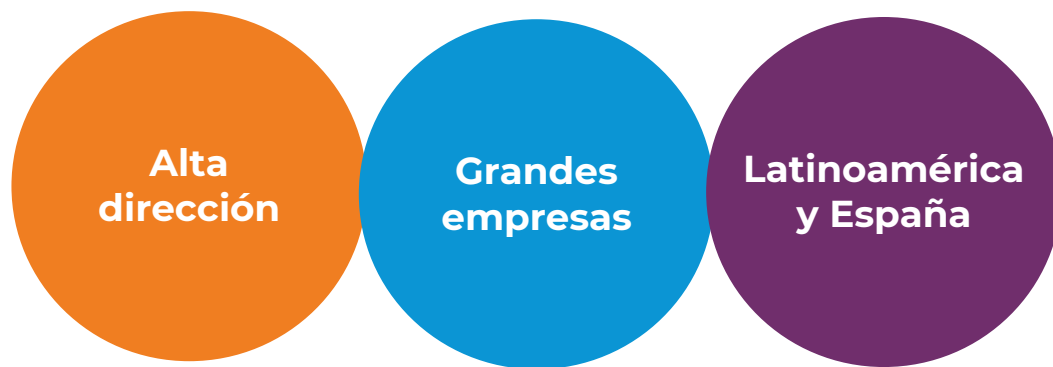
La revolución de los intangibles ha llegado para quedarse, por eso, este informe es una herramienta tan relevante. **Porque permite acercarnos en cada edición a las claves del modelo de empresa con futuro que la sociedad espera.**



3 ÁMBITOS DE ESTUDIO



Además, en 2024 **profundizamos en las visiones de...**





METODOLOGÍA

1ª Fase



Análisis y prospectiva

Análisis de informes y fuentes clave de referencia e integración de estudios de prospectiva social de Punto de Fuga.

2ª Fase



Entrevistas cualitativas al panel de expertos

Profundización y prospectiva en vectores claves de futuro con **11 entrevistas en el panel de expertos.**

3ª Fase



Encuesta cuantitativa a profesionales

Visión de las organizaciones a través de una **encuesta online a 2.196 profesionales** de empresas con foco en España y Latinoamérica.



MIEMBROS DEL PANEL DE EXPERTOS ATF 2024

11 entrevistas en profundidad a personas expertas sobre las tendencias clave



Aitor Jauregui
Director de BlackRock para América Latina



Alberto Andreu
Profesor asociado de la UNAV y Senior Advisor de EY



Ángel Pascual Ramsay
Profesor y director de riesgos globales del Centro de Economía Global y Geopolítica de ESADE



Daniel Fernández Trejo
Director General de Deep Learning en LLYC



Gabriela González-Valdés
Directora General del Instituto de Auditores Internos de España



Lucía Carballeda
Co-General Manager & Head of Reputation de Edelman Spain



Manuel Muñiz
Decano de IE School of Politics, Economics & Global Affairs



Nerea de Luis
Doctora en ciencias de la computación y divulgadora de inteligencia artificial



Oriol Iglesias
Full Professor & Member of the Board of Director, Esade. Co-director del Programa The Global CCO



Perrine Bouhana
Managing Director de GlobeScan



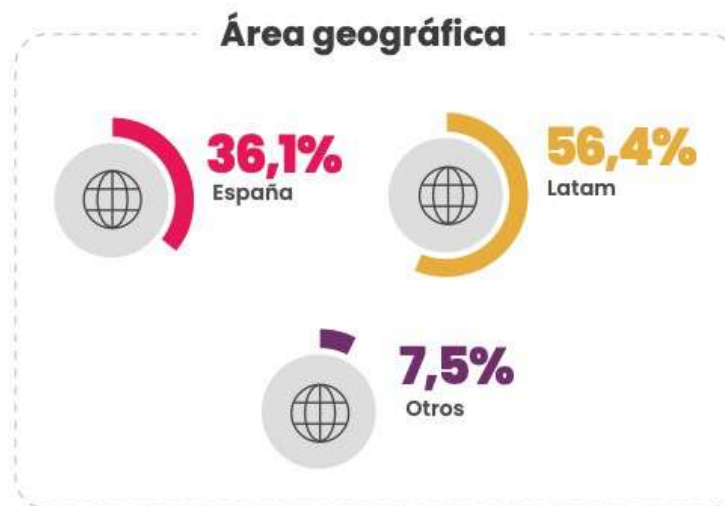
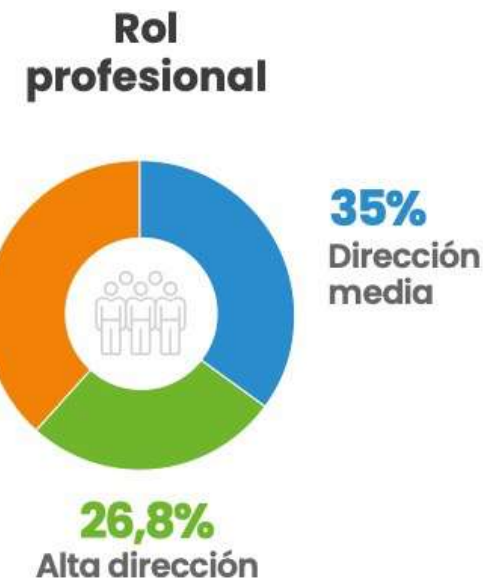
Ramón Pueyo
Responsable Sostenibilidad y Gobierno Corporativo KPMG España



FICHA TÉCNICA ENFOCADO PERÚ

En 2024, más de 2.100 profesionales han participado en la encuesta.

123 respuestas pertenecen a profesionales en Perú

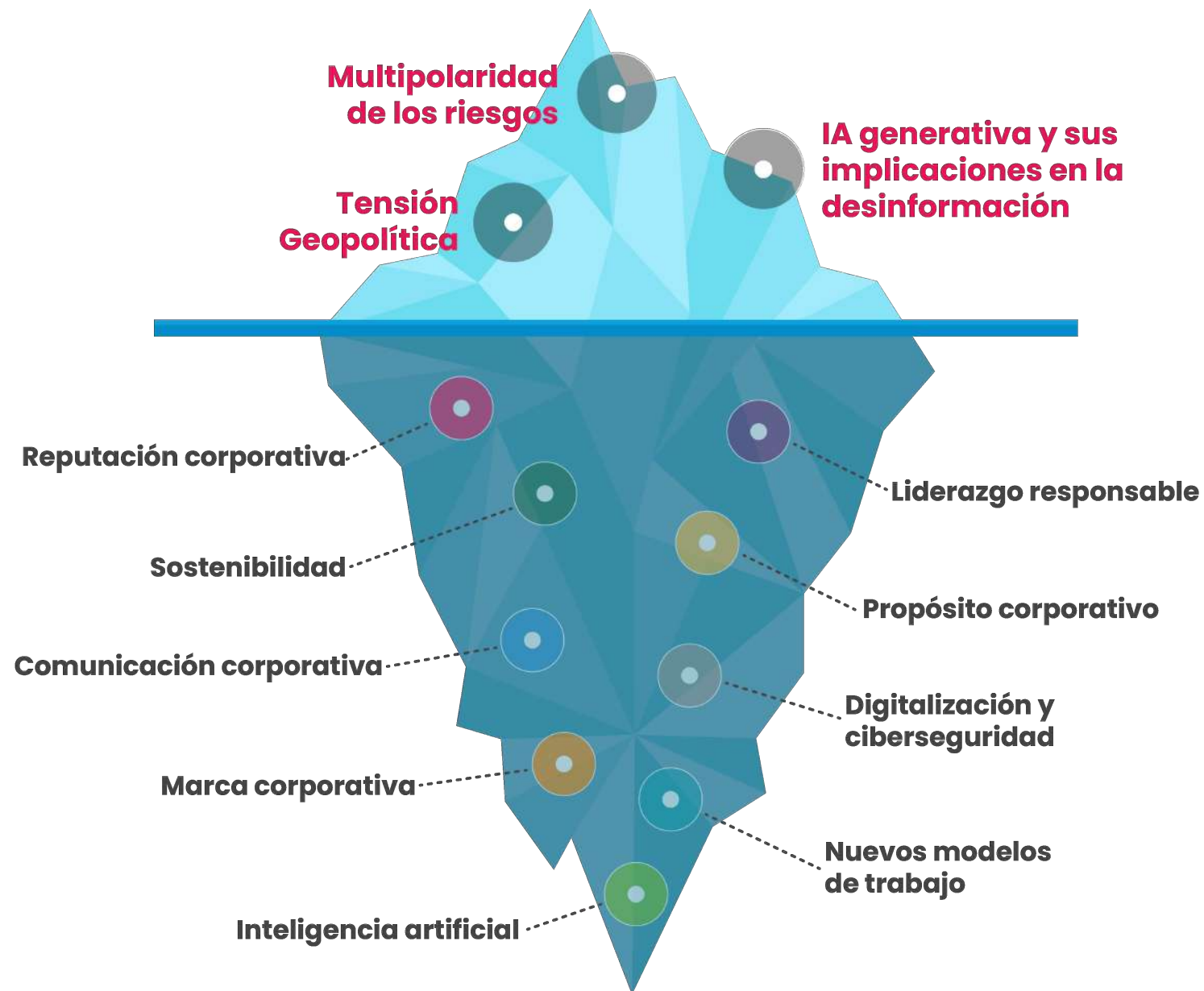




PRINCIPALES RESULTADOS PERÚ 2024



**LAS TENDENCIAS SE
ANALIZAN EN EL MARCO
DE TRES GRANDES
VECTORES DE IMPACTO
QUE DEFINEN EL
CONTEXTO ACTUAL**



Principales resultados

Perú

RANKING DE IMPORTANCIA TENDENCIAS 2024

En Perú crece la importancia de la **reputación** y el **liderazgo responsable** entre las prioridades de 2024.

Pasan de la 3ª y 4ª posición en 2023 a la 1ª y 2ª posición.

PRIMER
NIVEL DE
IMPORTANCIA

SEGUNDO
NIVEL DE
IMPORTANCIA

TERCER
NIVEL DE
IMPORTANCIA

RANKING
2024

TENDENCIA

1	Reputación corporativa	69,9%
2	Liderazgo responsable	61%
3	Sostenibilidad (ASG)	57,7%
4	Propósito corporativo	56,9%
5	Digitalización y ciberseguridad	51,2%
6	Comunicación corporativa	49,6%
7	Marca corporativa	43,1%
8	Nuevos modelos de trabajo	39%
9	Inteligencia artificial	39%

Principales resultados

Perú vs Latam & España

RESULTADOS POR ZONAS GEOGRÁFICAS

TENDENCIAS 2024



TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES - LATAM

RANKING 2024	TENDENCIA	EVOLUCIÓN RESPECTO A 2023
1	Reputación corporativa	=
2	Liderazgo responsable	=
3	Sostenibilidad (ASG)	=
4	Propósito corporativo	=
5	Comunicación corporativa	=



TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES - ESPAÑA

RANKING 2024	TENDENCIA	EVOLUCIÓN RESPECTO A 2023
1	Sostenibilidad (ASG)	=
2	Liderazgo responsable	+1
3	Reputación corporativa	+3
4	Digitalización y ciberseguridad	-2
5	Propósito corporativo	+2



Principales resultados Perú

TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS EN 2024

La **reputación** es el aspecto al que más recursos e inversión destinan las organizaciones en Perú

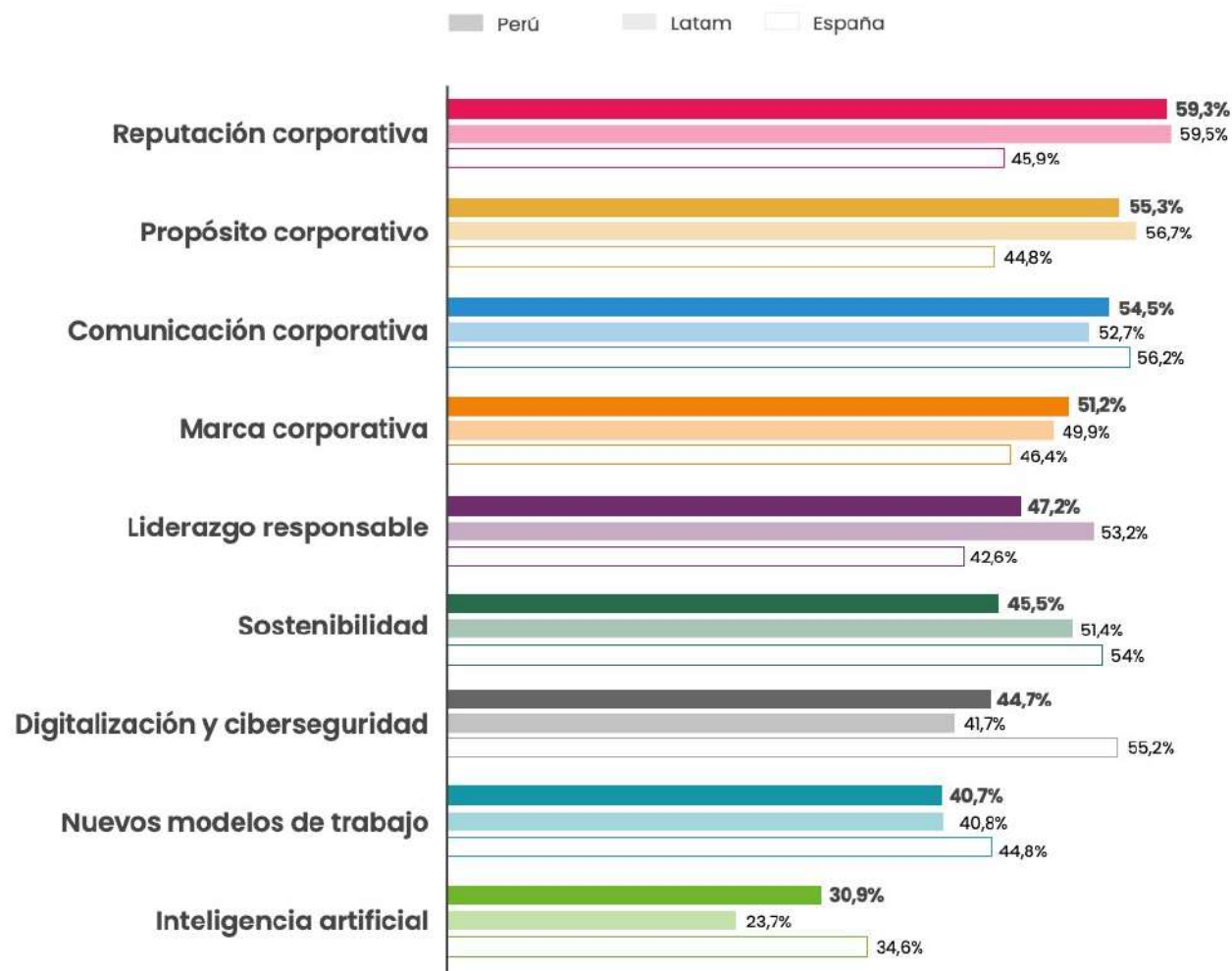
Seguido de...

- El propósito
- La comunicación
- La marca corporativa

Sintonía en términos de esfuerzos e inversión con el conjunto de países de Latam, excepto el en caso de **liderazgo responsable** que se trabaja con menor intensidad e **inteligencia artificial** más trabajado en Perú.

En relación con España se observa mayor intensidad de este país en términos de **sostenibilidad** y **digitalización**.

ASPECTOS MÁS TRABAJADOS





VISIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN

En Perú, un 26,8% de las respuestas pertenecen a profesionales en puestos de alta dirección





VISIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN

TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES

TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES PARA LA ALTA DIRECCIÓN

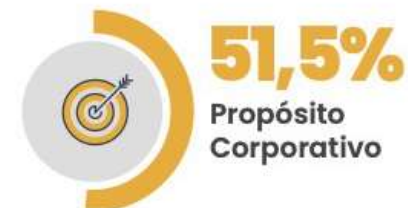
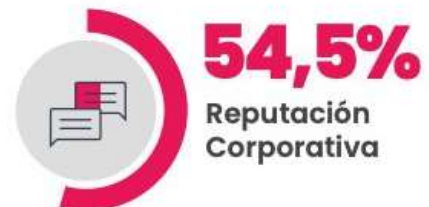
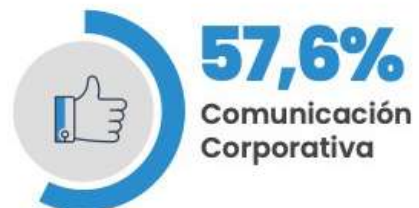
RANKING 2024	TENDENCIA	
1	Reputación corporativa	69,7%
2	Sostenibilidad (ASG)	66,7%
3	Digitalización y ciberseguridad	63,6%
4	Liderazgo responsable	57,6%
5	Propósito corporativo	54,5%



Principales resultados Perú

VISIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS

TOP 5 TENDENCIAS EN LAS QUE MÁS ESTÁN TRABAJANDO LA ALTA DIRECCIÓN





VISIÓN DE LAS EMPRESAS GRANDES

**En 2024, un 22% de las
respuestas pertenecen
a grandes empresas**

[+ de 5.000 empleados]





VISIÓN DE LAS GRANDES EMPRESAS TENDENCIAS MÁS IMPORTANTAN

TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES PARA LAS GRANDES EMPRESAS

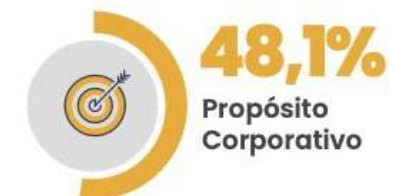
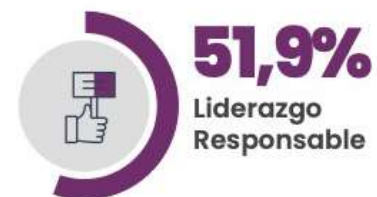
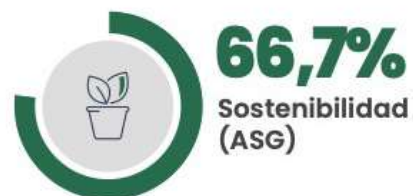
RANKING 2024	TENDENCIA	
1	Sostenibilidad (ASG)	70,4%
2	Reputación corporativa	66,7%
3	Propósito corporativo	63%
4	Liderazgo responsable	59,3%
5	Digitalización y ciberseguridad	59,3%



VISIÓN DE LAS GRANDES EMPRESAS TENDENCIAS MÁS TRABAJADAS

La **sostenibilidad** y la digitalización y ciberseguridad son los ámbitos más trabajados

TOP 5 TENDENCIAS EN LAS QUE MÁS ESTÁN TRABAJANDO LAS GRANDES EMPRESAS



#Approaching2024



RESULTADOS POR TENDENCIAS PERÚ 2024

#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

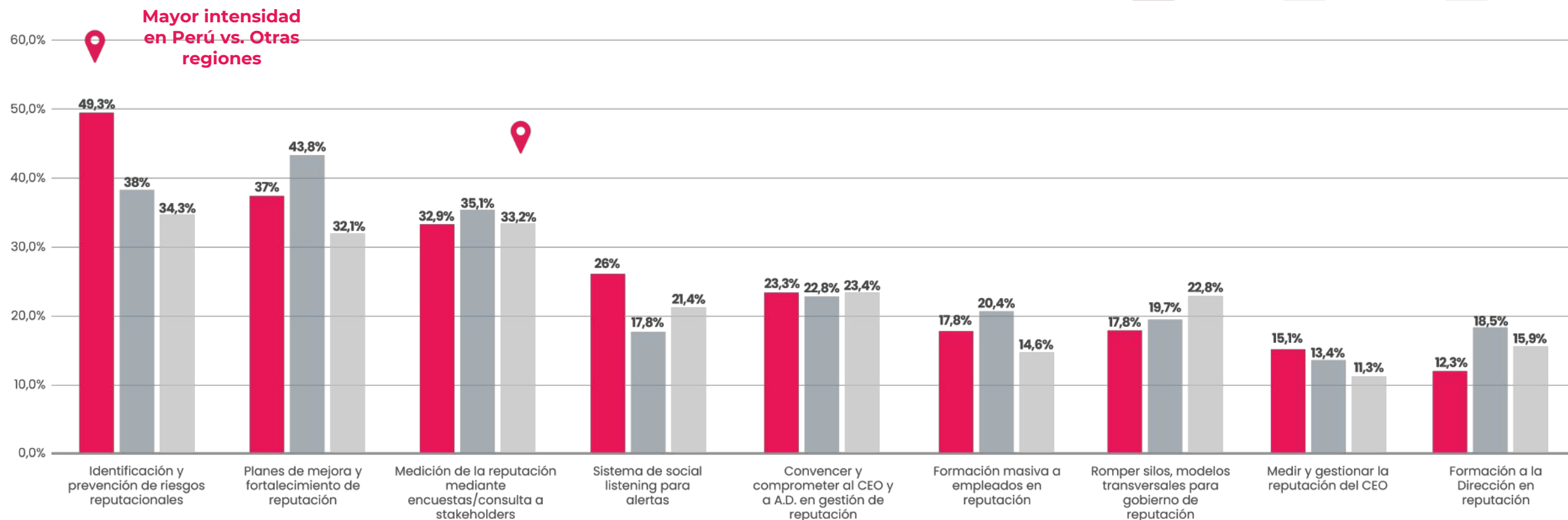
ÁMBITOS DE ACCIÓN



Prioridades para la alta dirección:

- ❑ 66,7% Identificación y prevención de riesgos reputacionales
- ❑ 50% Planes de mejora y fortalecimiento de la reputación.

Mayor intensidad por parte de la alta dirección
66,7%



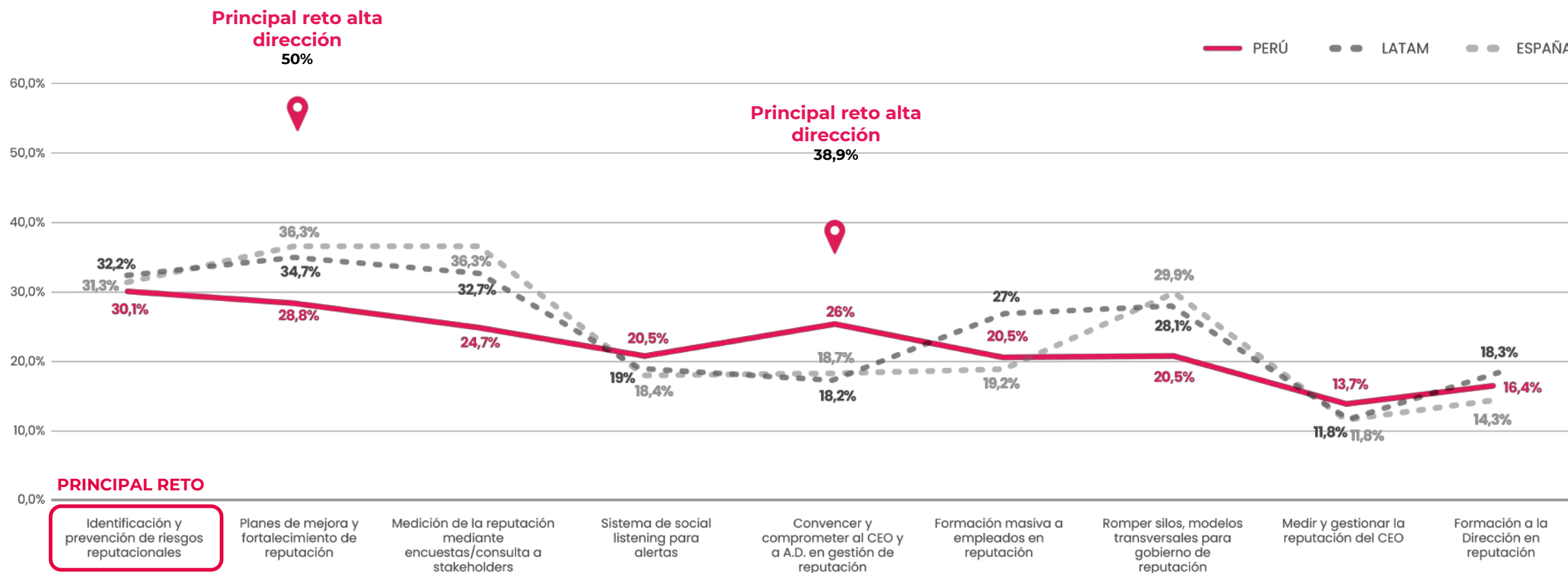
#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

RETOS



Principales retos de la alta dirección:

- Planes de mejora y fortalecimiento reputación 50%
- Compromiso y convicción del CEO y equipo directivo 38,9%

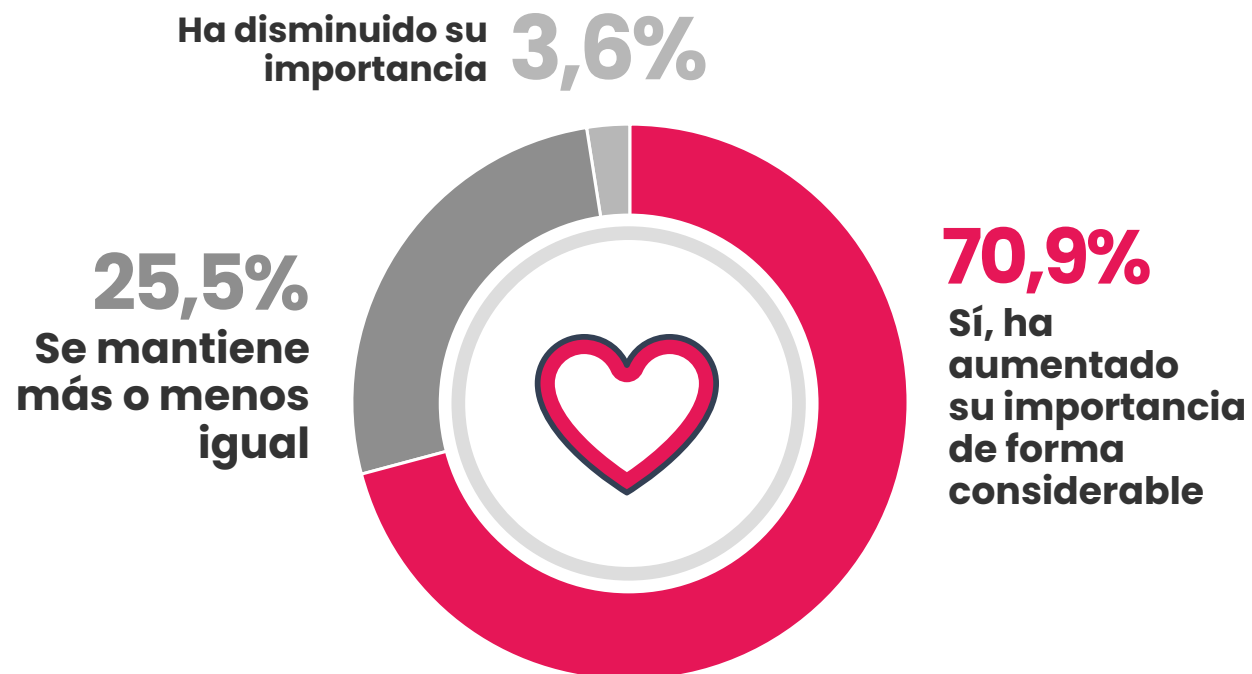




#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN

¿Ha crecido la reputación en importancia en últimos 3 años?

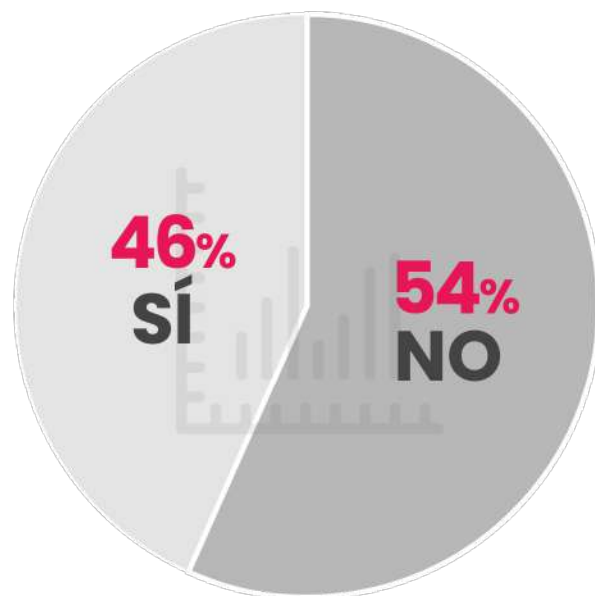




#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

MEDICIÓN DE LA REPUTACIÓN

¿Su organización mide la reputación corporativa?



40%

Métodos de consulta directa mediante encuestas a grupos de interés

40%

Rankings de reputación

20%

Métodos no directos de consulta como *social listening*

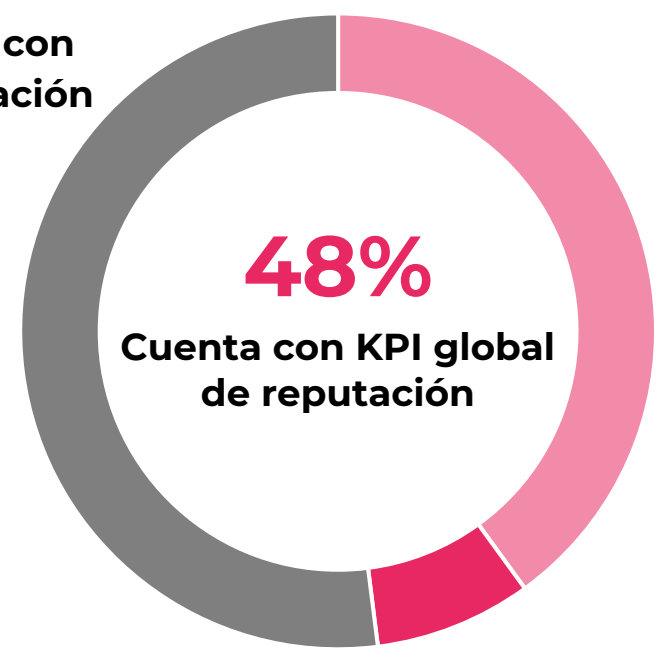
Métodos para medir la reputación



#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

REPORTE DE LA REPUTACIÓN

52%
No cuenta con
KPI Reputación

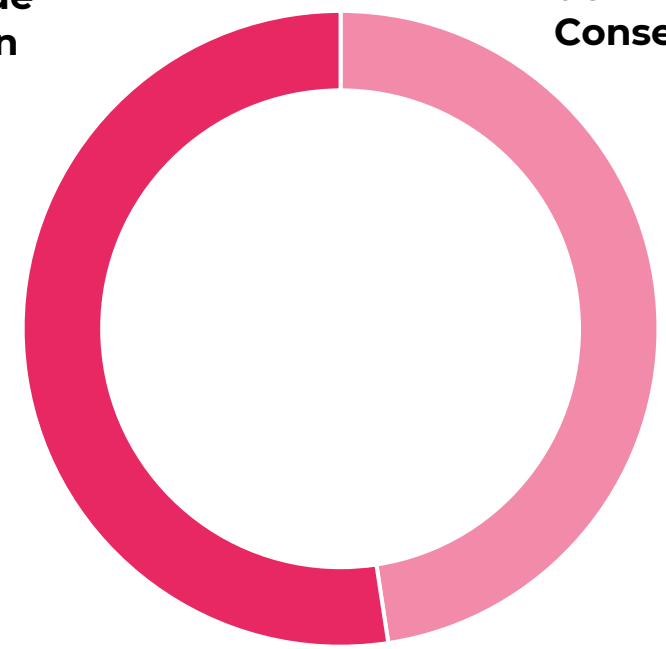


48%
Cuenta con KPI global
de reputación

8%
KPI Reputación
vinculado a
compensación

40%
KPI Reputación
no vinculado a
compensación

52,4%
Reporta solo a
Comité de
Dirección



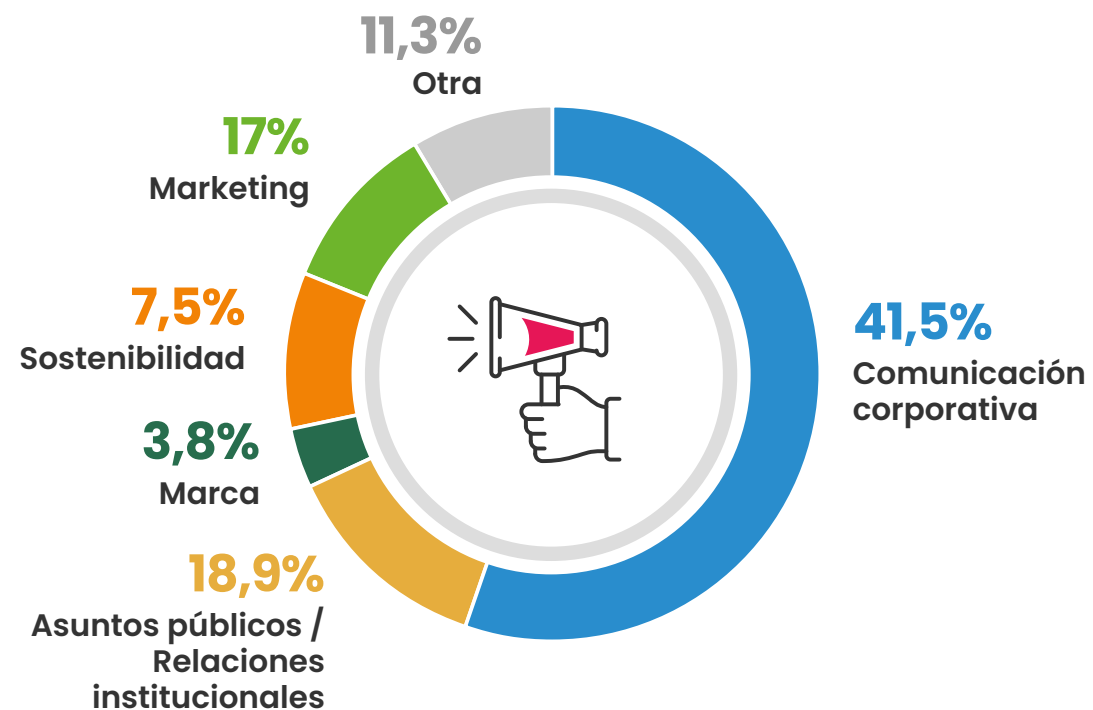
47,6%
Reporta a Comité
de Dirección y
Consejo



#1 REPUTACIÓN CORPORATIVA

ROL DE LIDERAZGO DE LOS RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN

Áreas que lideran la reputación en las organizaciones



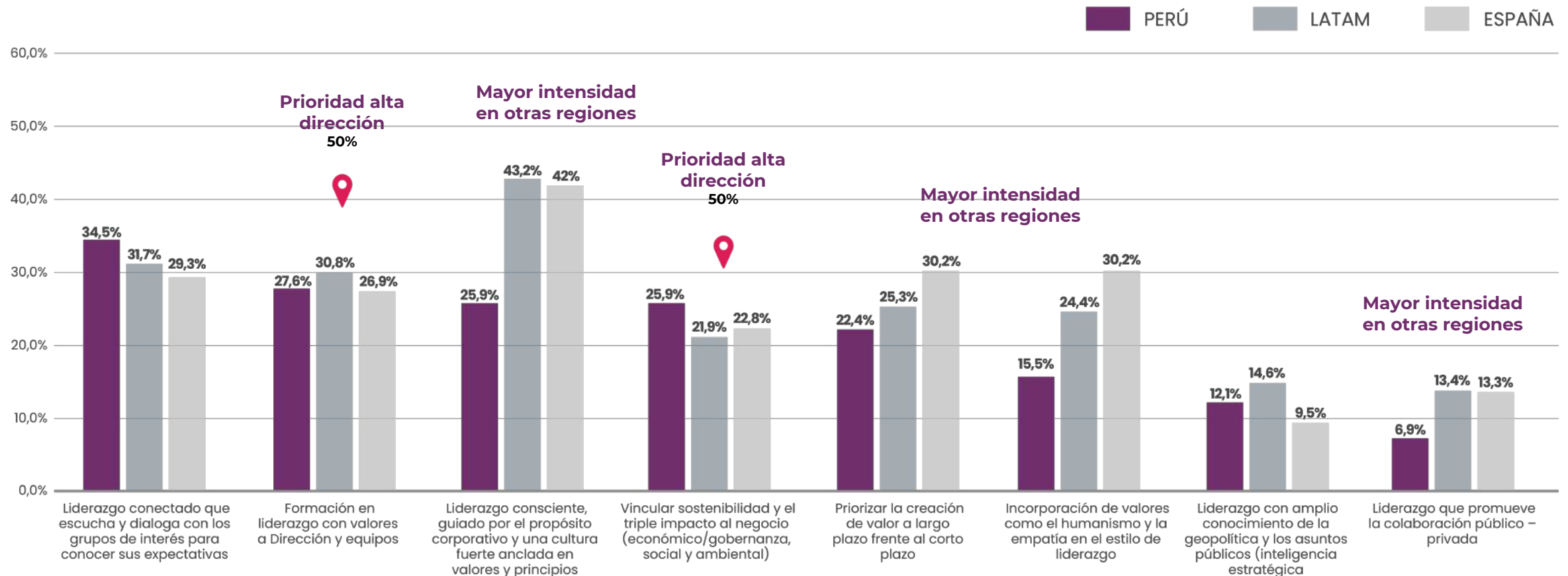
#2 LIDERAZGO RESPONSABLE

ÁMBITOS DE ACCIÓN



Prioridades para la alta dirección:

- Formación en liderazgo con valores y vincular la sostenibilidad y el triple impacto al negocio (ambos ámbitos de acción con valoraciones similares en cuanto a intensidad 50% respectivamente)



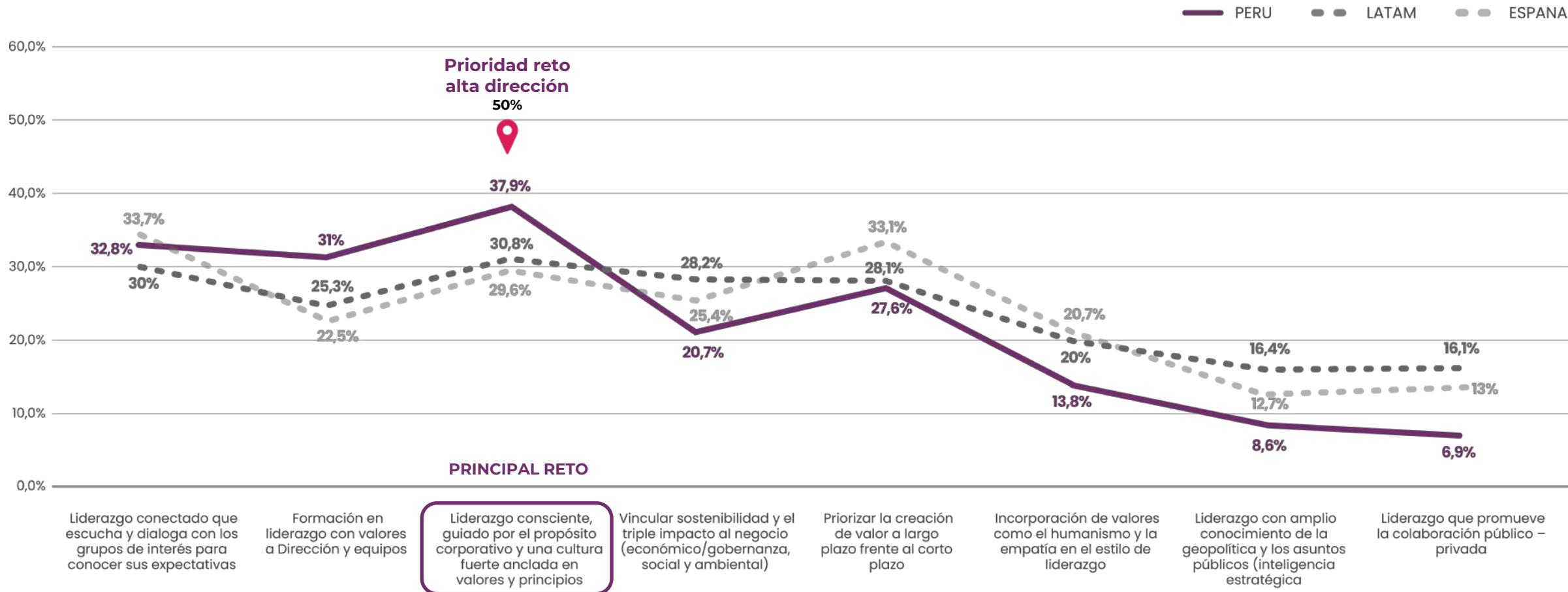
#2 LIDERAZGO RESPONSABLE

RETOS



La alta dirección:

- Identifica como principal desafío impulsar un liderazgo consciente guiado por el propósito corporativo y una cultura fuerte (50%).



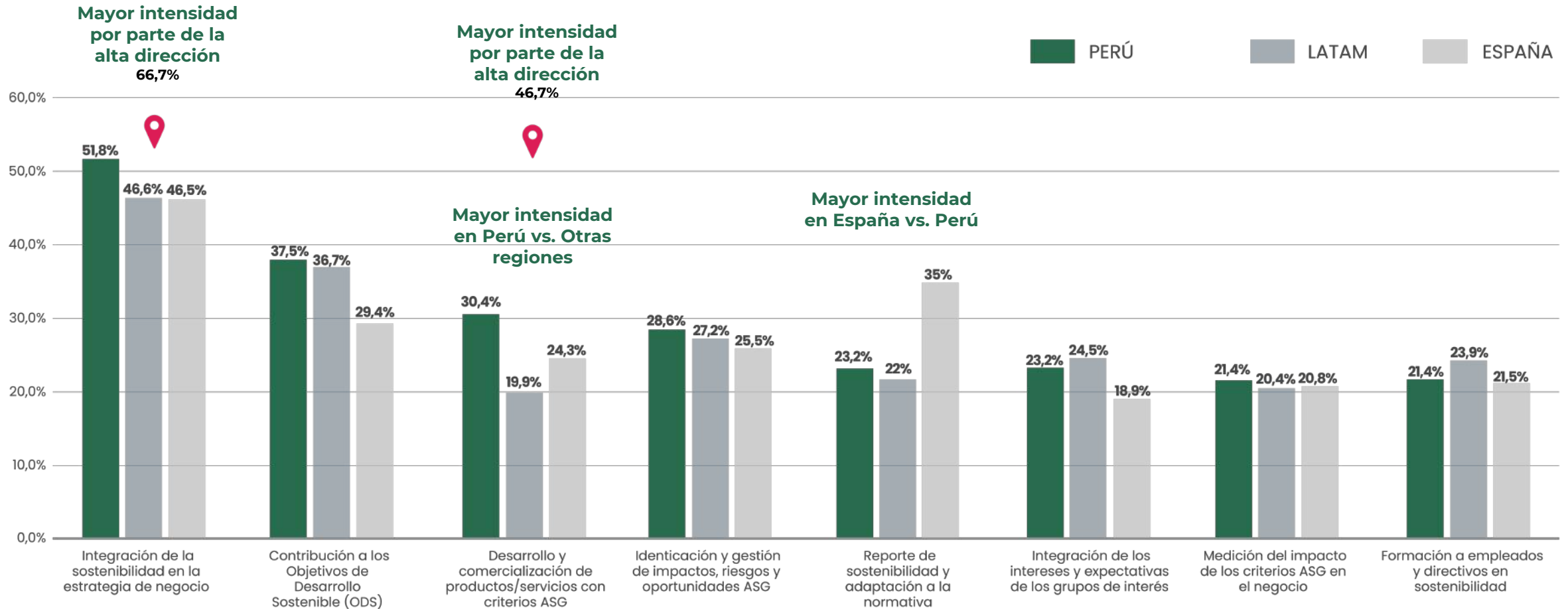
#3 SOSTENIBILIDAD Y ASG

ÁMBITOS DE ACCIÓN



Prioridades para la alta dirección:

- ❑ 66,7% destaca como ámbito prioritario la integración de la sostenibilidad en el negocio.
- ❑ 46,7% centra sus esfuerzos en el desarrollo de productos y servicios con criterios ASG.



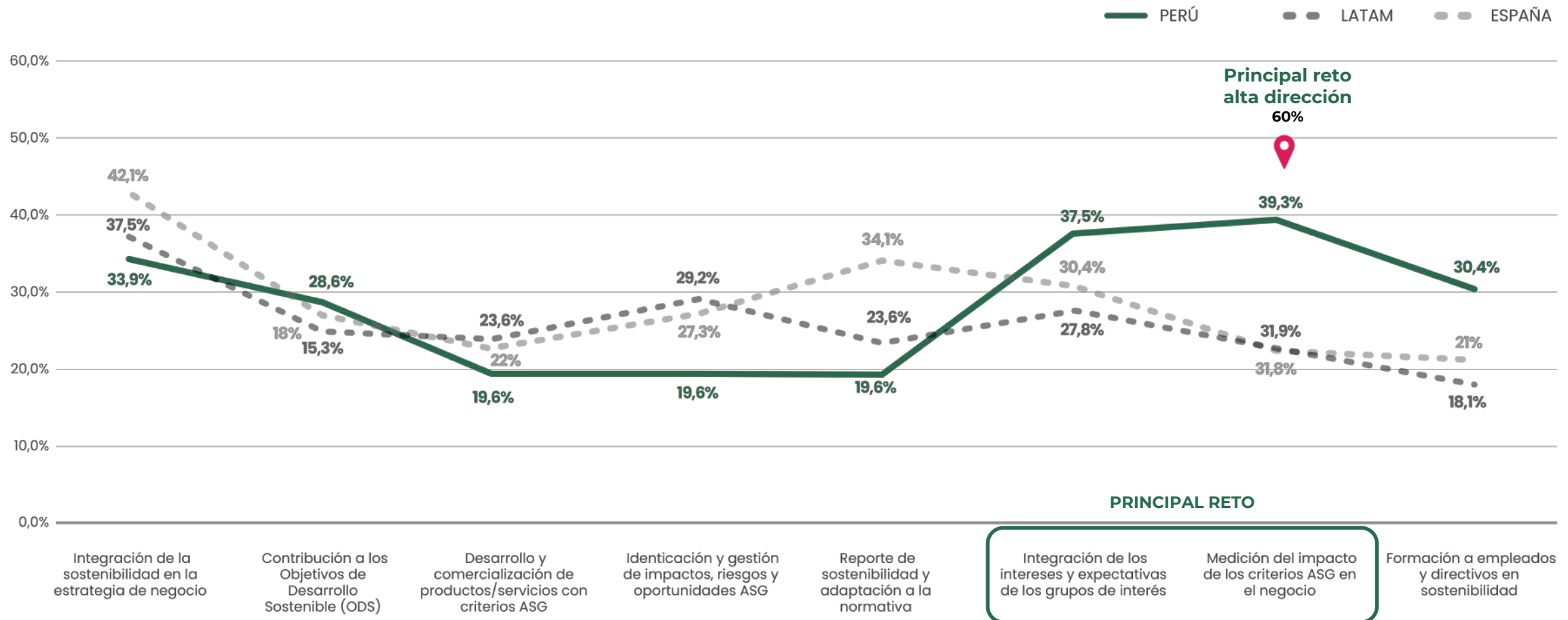
#3 SOSTENIBILIDAD Y ASG

RETOS



Principales retos para la alta dirección:

- Alineado con otros roles profesionales: 6 de cada directivos considera como principal reto la medición del impacto de los criterios ASG.
- Seguimiento de formación a empleados y directivos (46,7%).



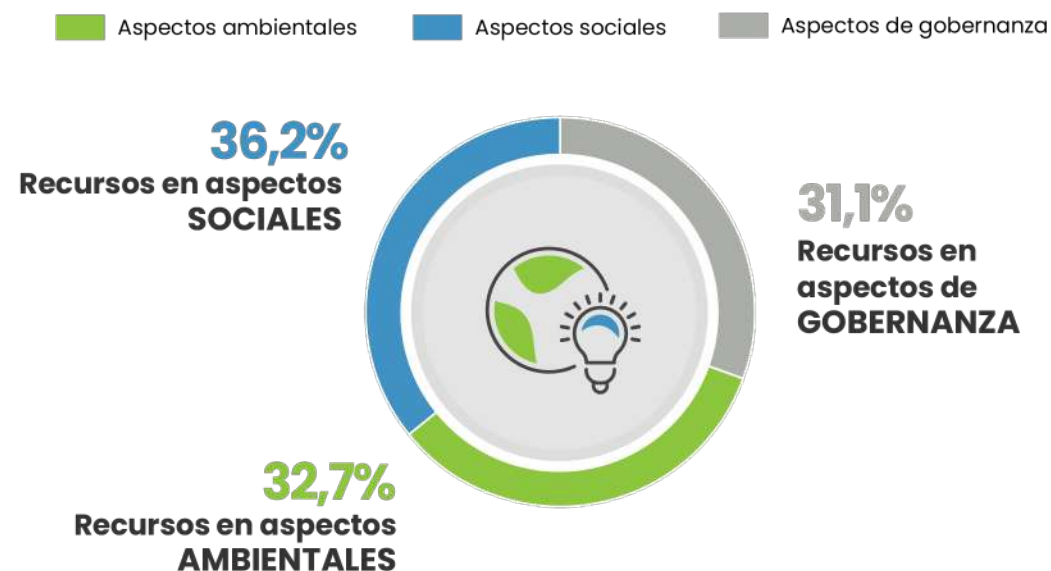
Integración de los intereses y expectativas de los grupos de interés

Medición del impacto de los criterios ASG en el negocio



#3 SOSTENIBILIDAD Y ASG

PRIORIDADES DE INVERSIÓN Y TRABAJO EN ASUNTOS ASG



Hacia una visión integradora de los temas ASG

En esta edición, se observa una tendencia general hacia una distribución de recursos más equilibrada en materia de criterios **sociales, medioambientales** y de **gobernanza**.

En el caso de Perú destaca la inversión de orden: **ambiental** (32,7%), **social** (36,2%) y **gobernanza** (31,1%).

Temas específicos en sostenibilidad más trabajados

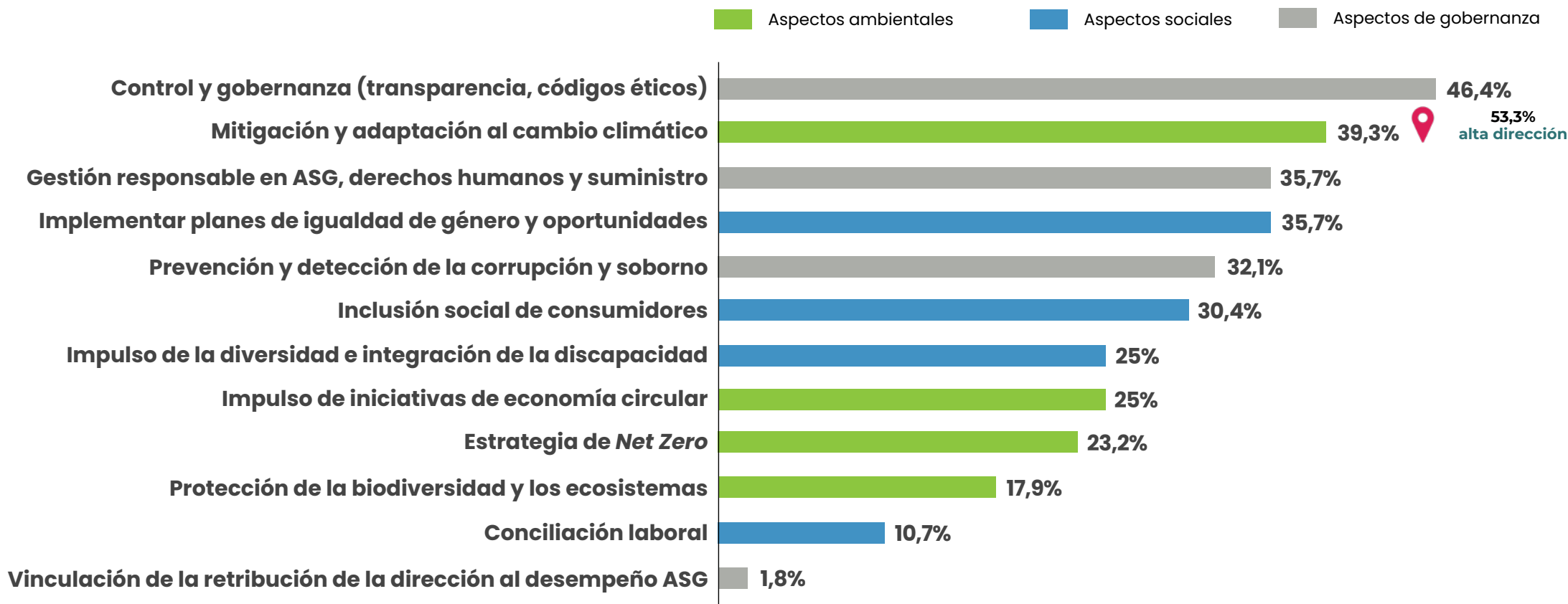
- ❑ **Control y gobernanza** es el ámbito más trabajado para el 46,4% de los profesionales.
- ❑ 39,3% centra sus esfuerzos en **mitigación y adaptación al cambio climático**
- ❑ Y 35,7% se enfoca en impulsar **planes de igualdad de género y oportunidades** y la gestión responsable de la cadena de suministros

📍 Para la alta dirección la principal prioridad está en la **mitigación del cambio climático (53,3%)**, seguido del impulso de **planes de igualdad de género y oportunidades** y la **prevención de la corrupción**, ambos con mismas valoraciones 46,7%.



#3 SOSTENIBILIDAD Y ASG

PRIORIDADES DE INVERSIÓN Y TRABAJO EN ASUNTOS ASG



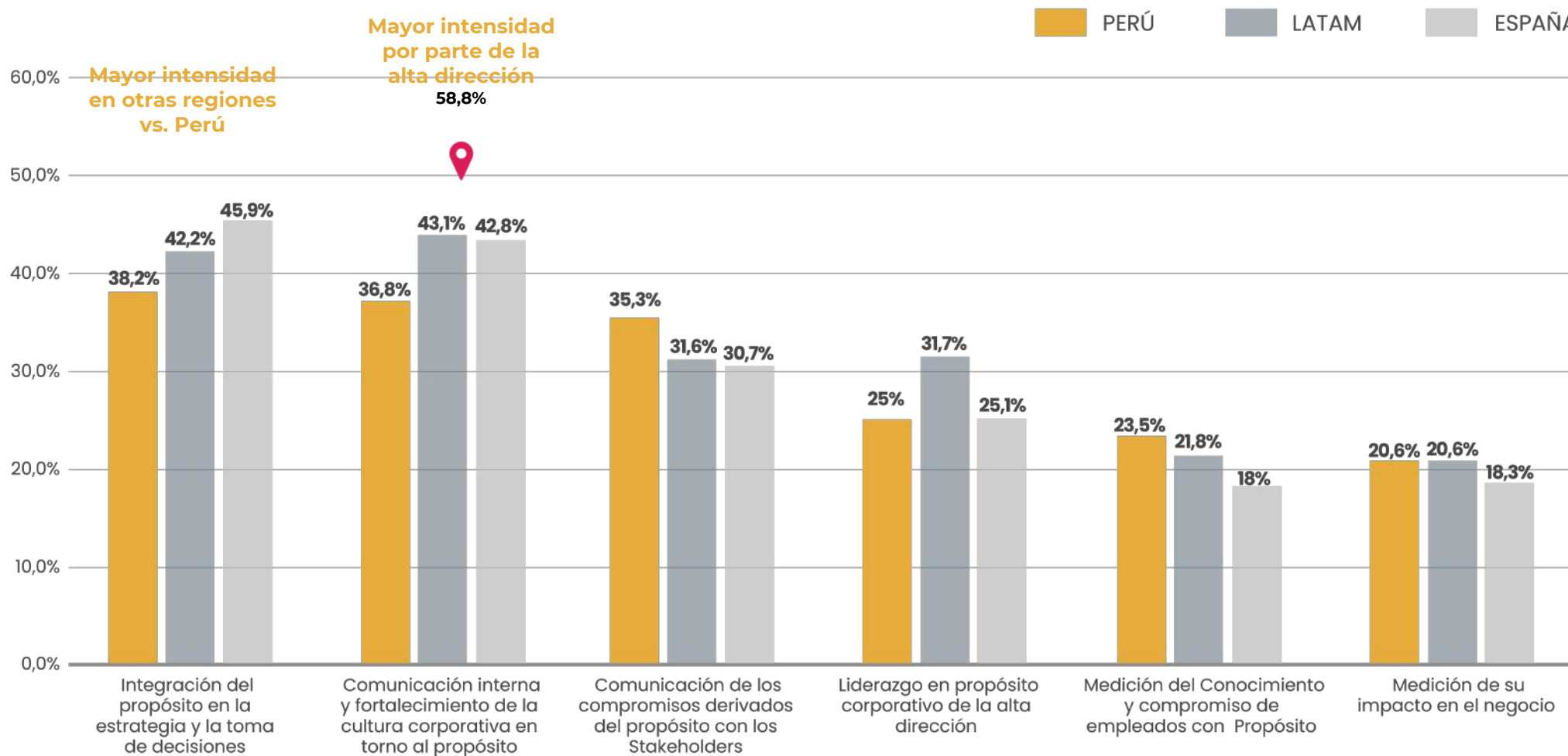
#4 PROPÓSITO CORPORATIVO

ÁMBITOS DE ACCIÓN



Mayor intensidad de la alta dirección para:

- Comunicación interna y fortalecimiento de la cultura (58,8%).

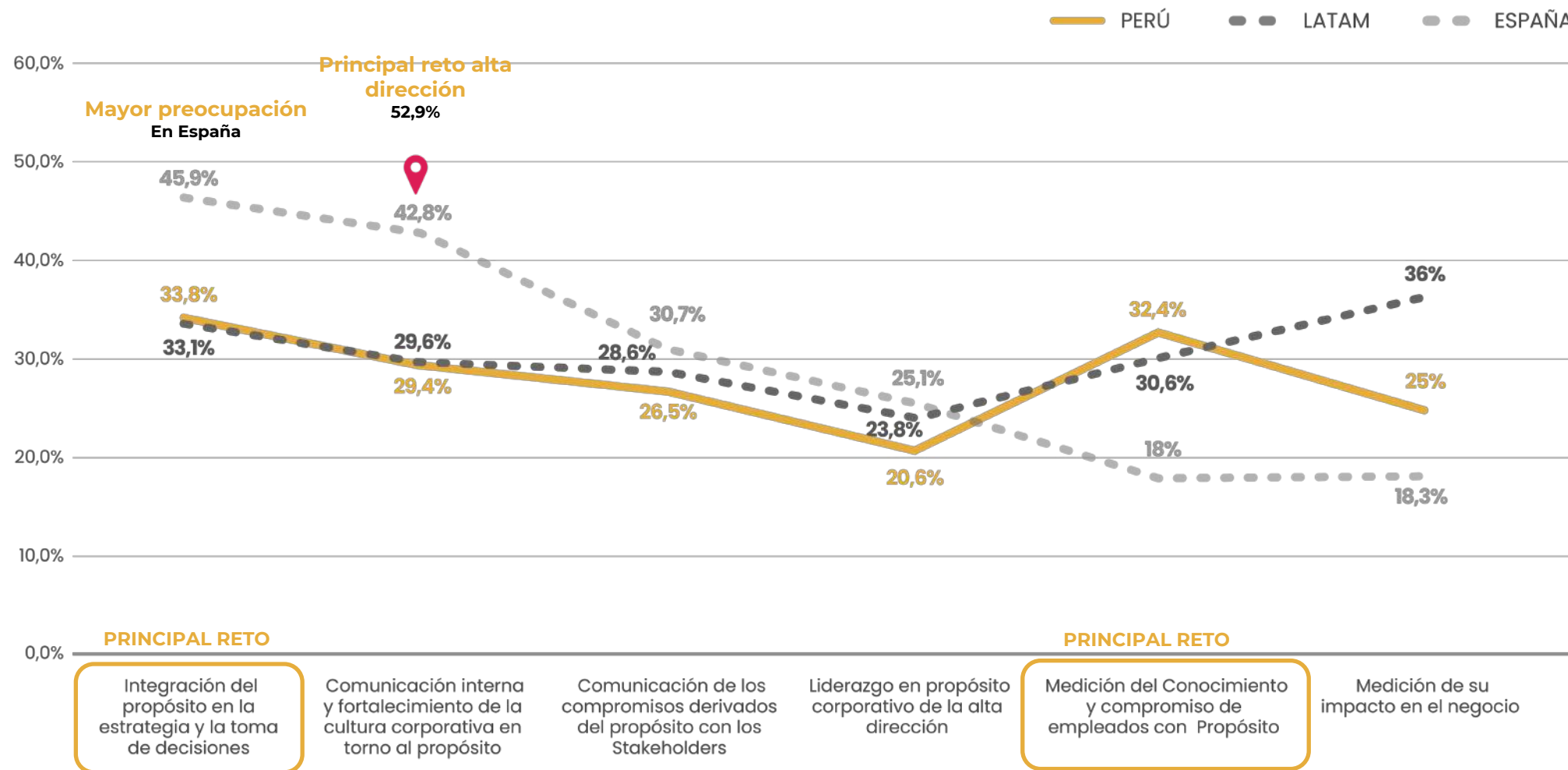


#4 PROPÓSITO CORPORATIVO

RETOS

El principal reto para la alta dirección es la medición:

- Medición interna del propósito (56,3%).
- Medición del impacto en el negocio (53,1%)



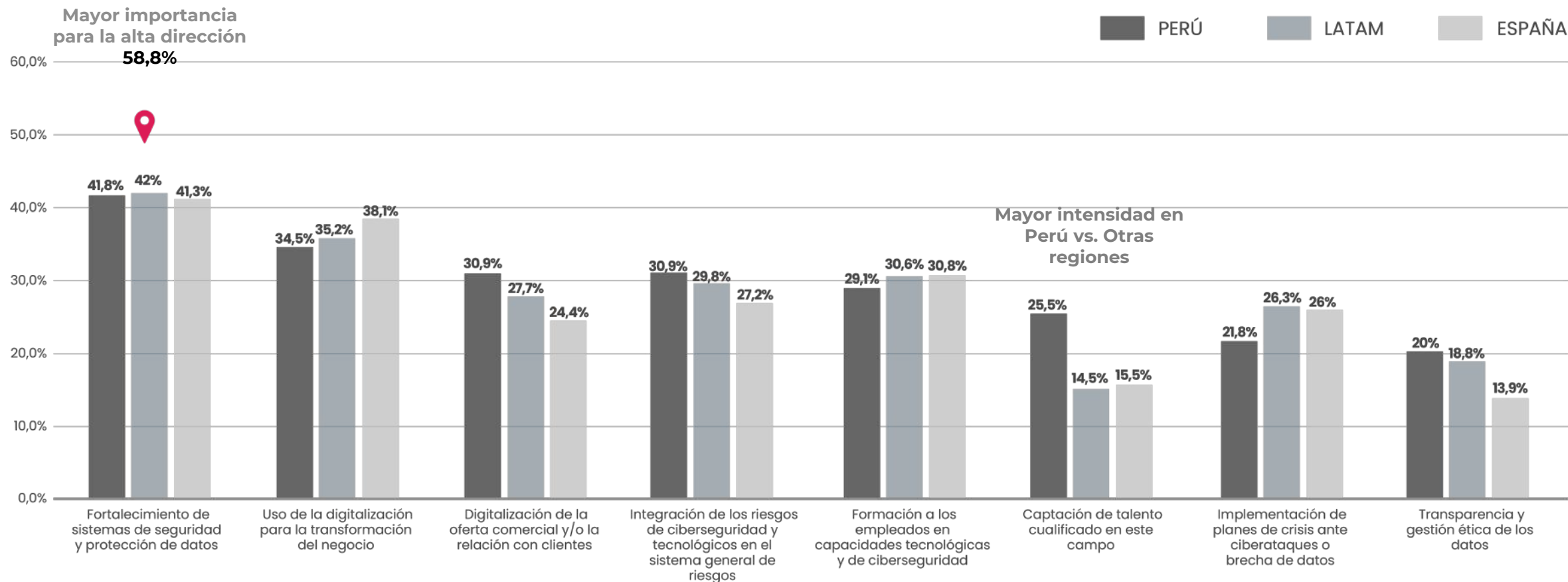
#5 DIGITALIZACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

ÁMBITOS DE ACCIÓN



La alta dirección pone foco en:

- ❑ El fortalecimiento de los sistemas de seguridad y protección de datos (58,8%).
- ❑ Seguimiento de la digitalización de la oferta comercial (52,9%).

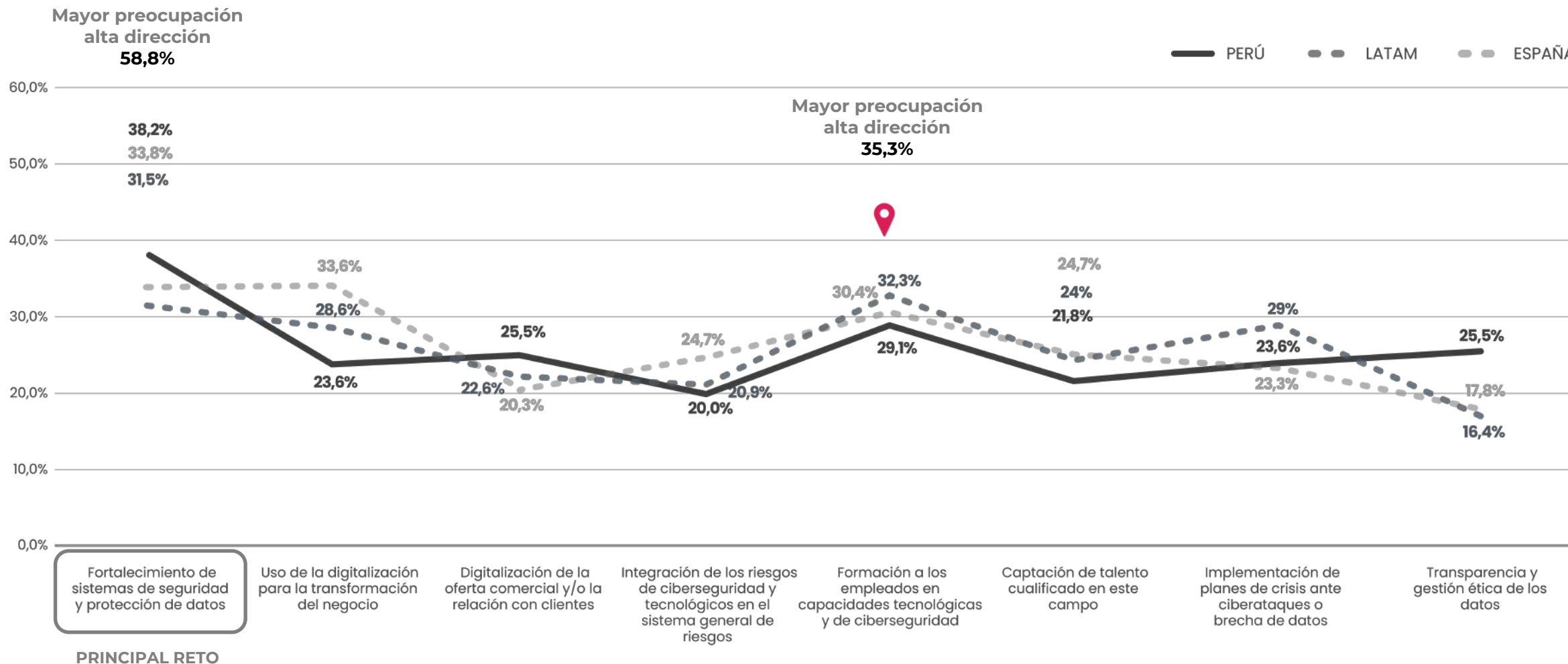


#5 DIGITALIZACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

RETOS

La alta dirección:

- Encuentra como principal reto el fortalecimiento de los sistemas de seguridad (58,8%) y la formación a empleados (35,3%).



#6 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



La alta dirección:

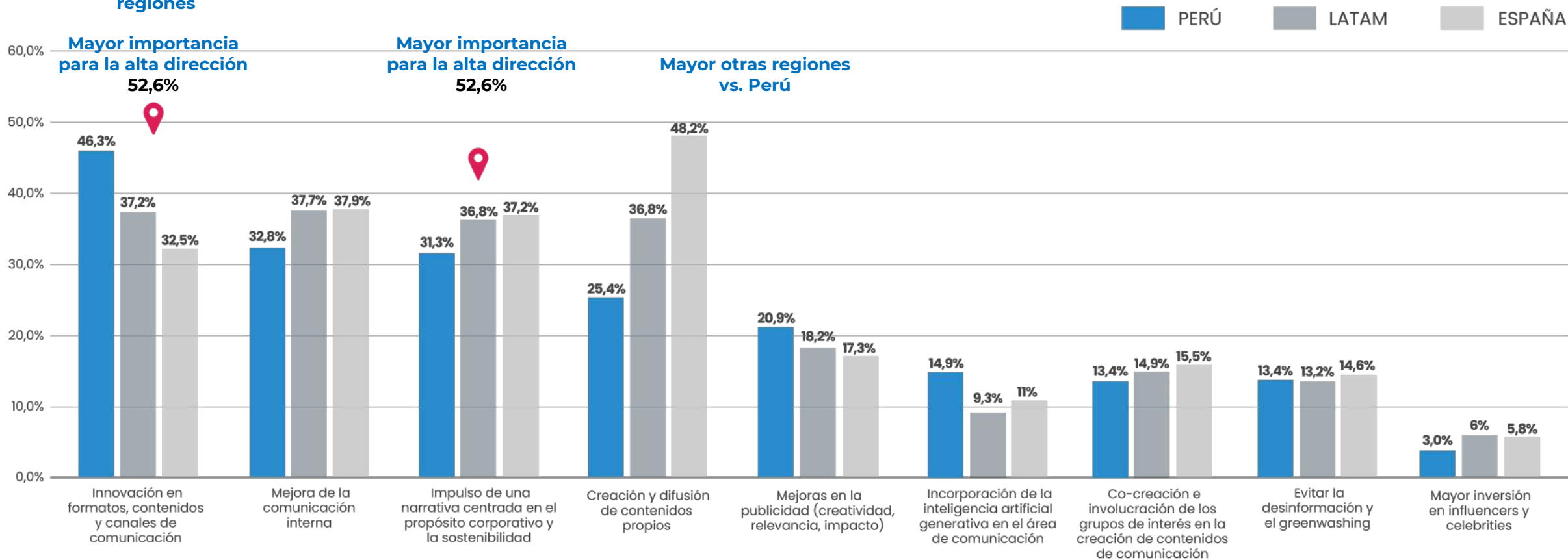
- Trabaja de forma prioritaria en dos ámbitos de acción: innovación en formatos y narrativa centrada en el propósito (52,6%).

Mayor intensidad en Perú vs. Otras regiones

Mayor importancia para la alta dirección 52,6%

Mayor importancia para la alta dirección 52,6%

Mayor otras regiones vs. Perú



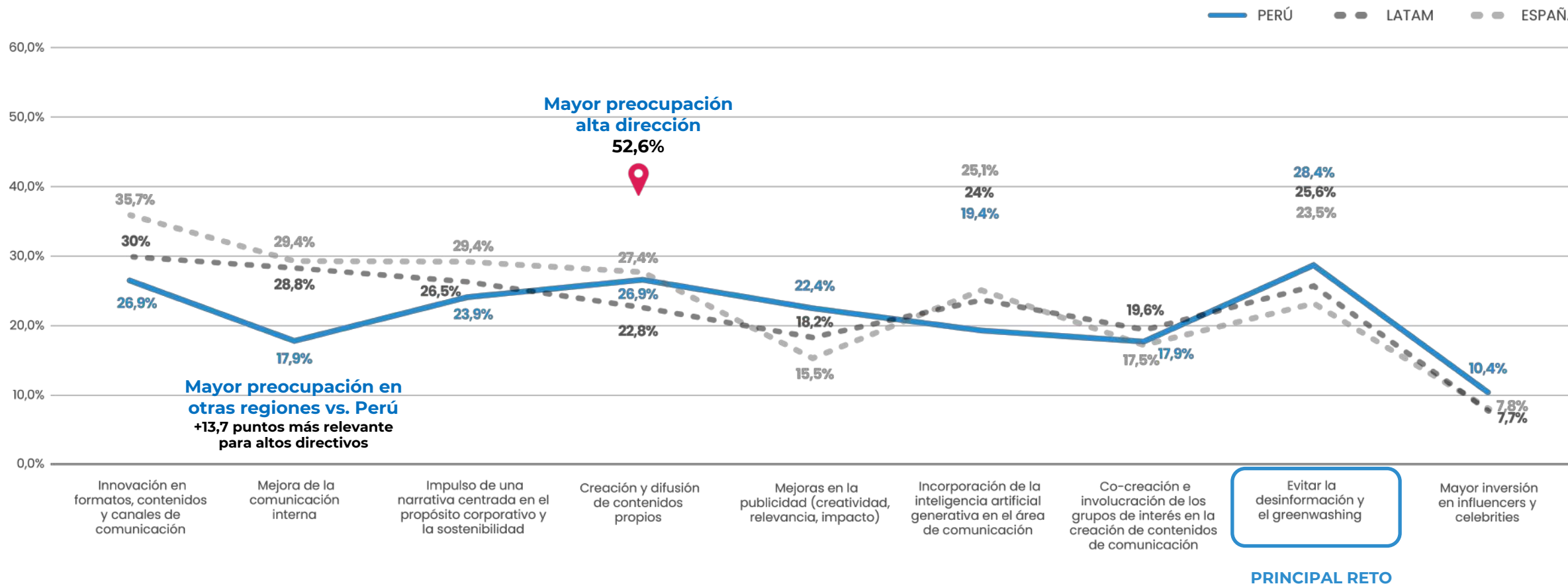
#6 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

RETOS



La alta dirección:

- Encuentra como principal reto (52,6%) la creación de contenidos propios, seguido de la desinformación y el greenwashing (47,4%).



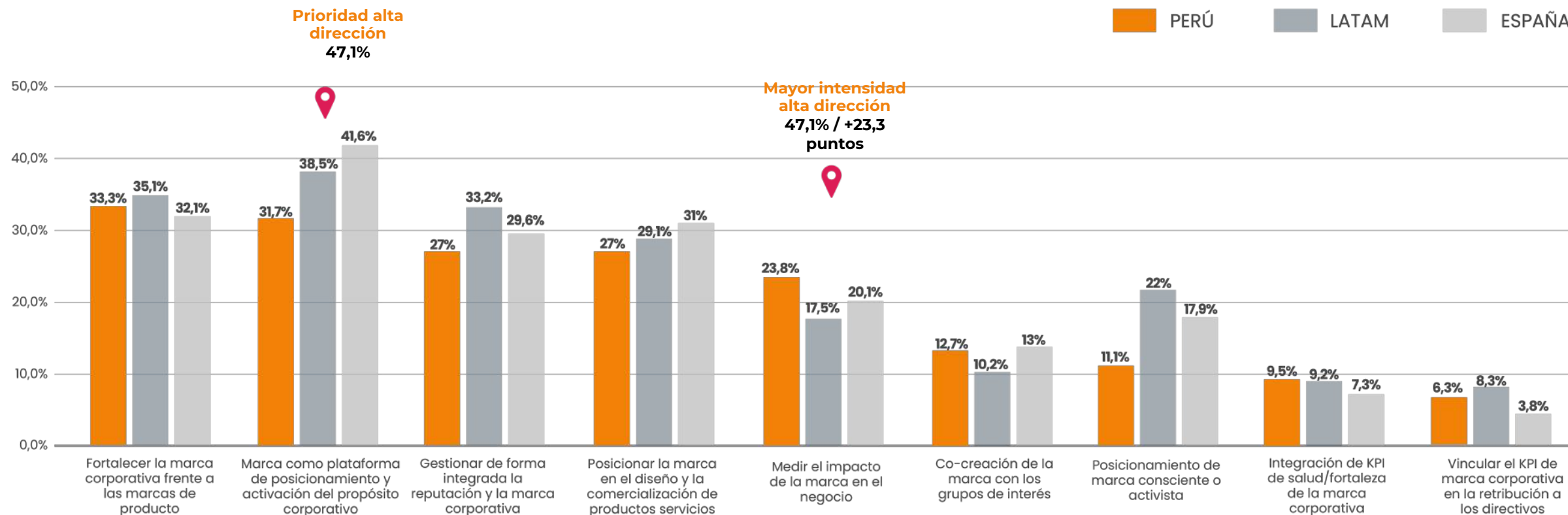
#7 MARCA CORPORATIVA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



La alta dirección pone foco en:

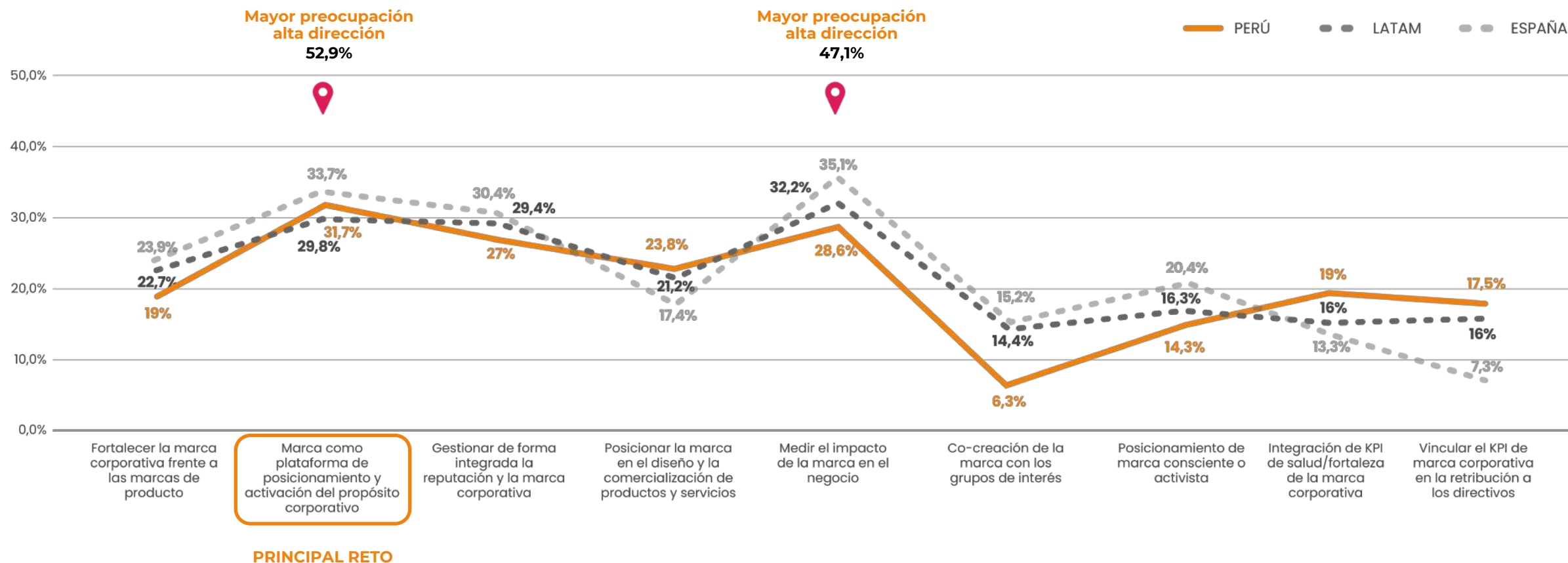
- ❑ Marca como plataforma de posicionamiento y activación del propósito corporativo y en la medición del impacto de la marca en el negocio con un valor de 47,1% en ambos casos. Destaca una distancia de +23,3 puntos frente a otros roles profesionales en relación con la importancia de trabajar en la medición.



#7 MARCA CORPORATIVA

RETOS

La alta dirección identifica como principal reto posicionar entender la marca como plataforma de posicionamiento del propósito corporativo (52,9%) y la medición del impacto de la marca en el negocio (47,1%).



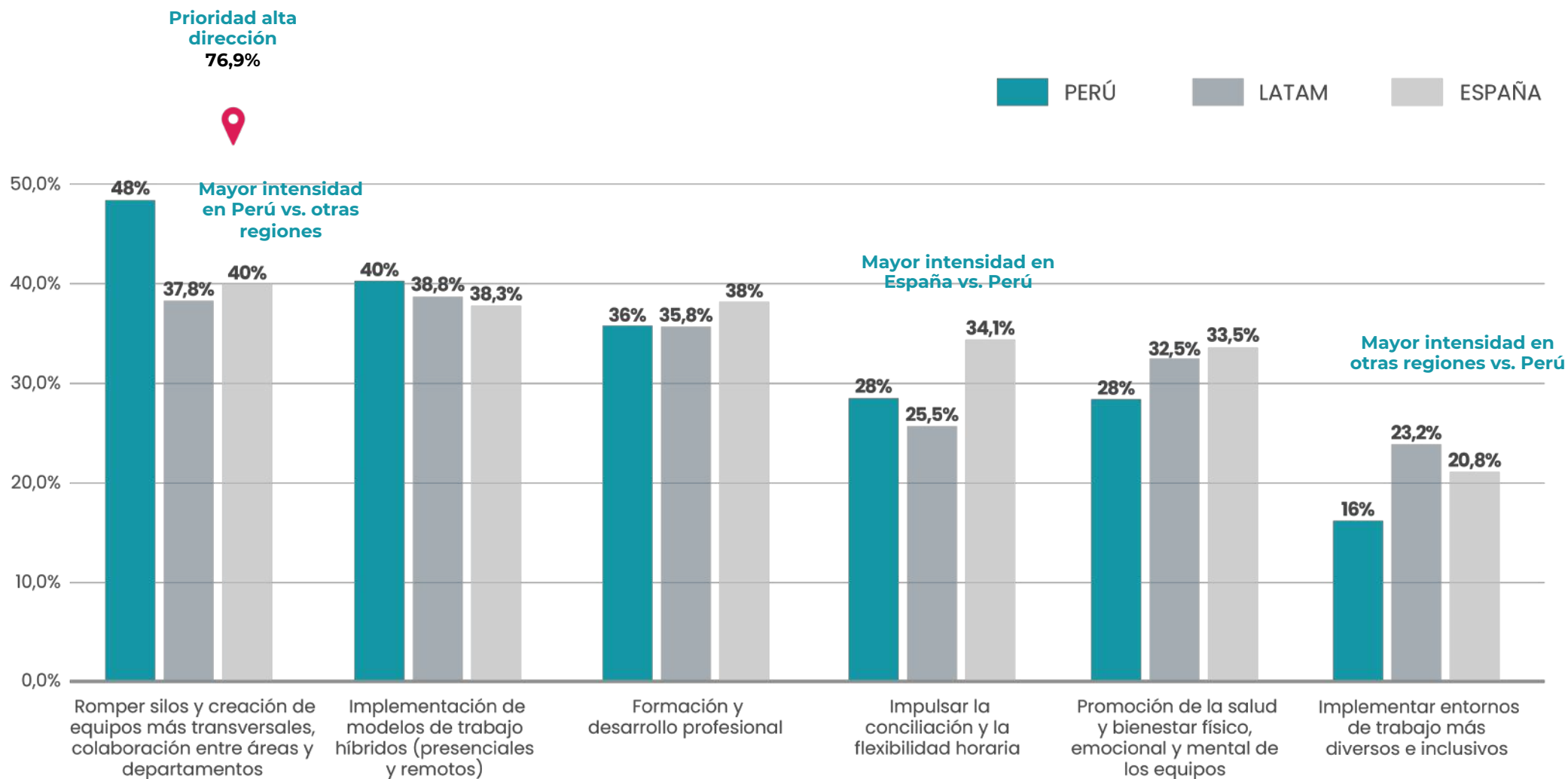
#8 NUEVOS MODELOS DE TRABAJO

ÁMBITOS DE ACCIÓN



La alta dirección pone foco en:

- Romper silos para favorecer la transversalidad de los equipos, principal prioridad para casi 8 de cada 10 directivos (76,9%).

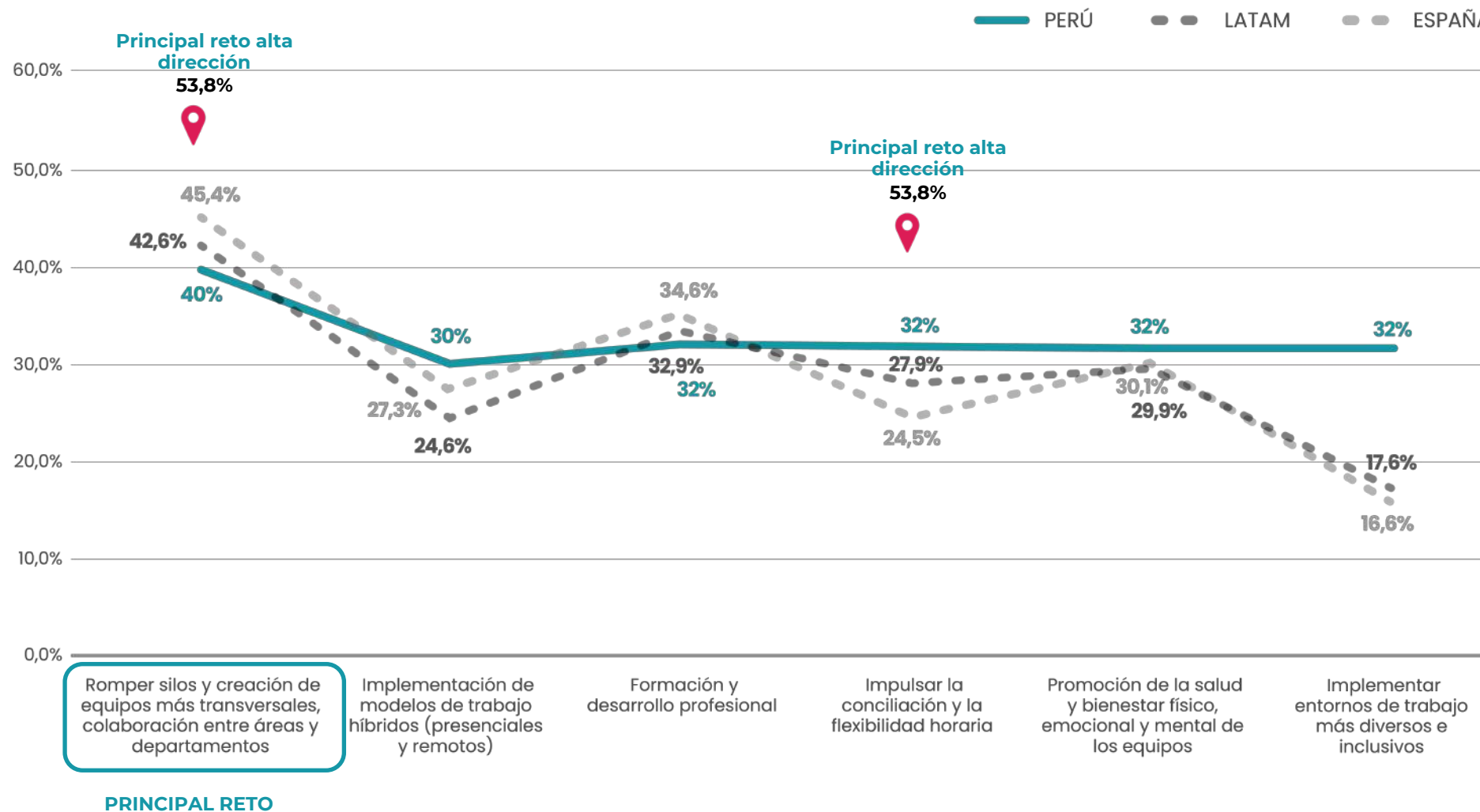


#8 NUEVOS MODELOS DE TRABAJO

RETOS



Los altos directivos identifican dos retos clave: la necesidad de romper silos y favorecer la colaboración y transversalidad de los equipos y el impulso de la conciliación y flexibilidad horaria (ambos con mismas valoraciones 53,8%).

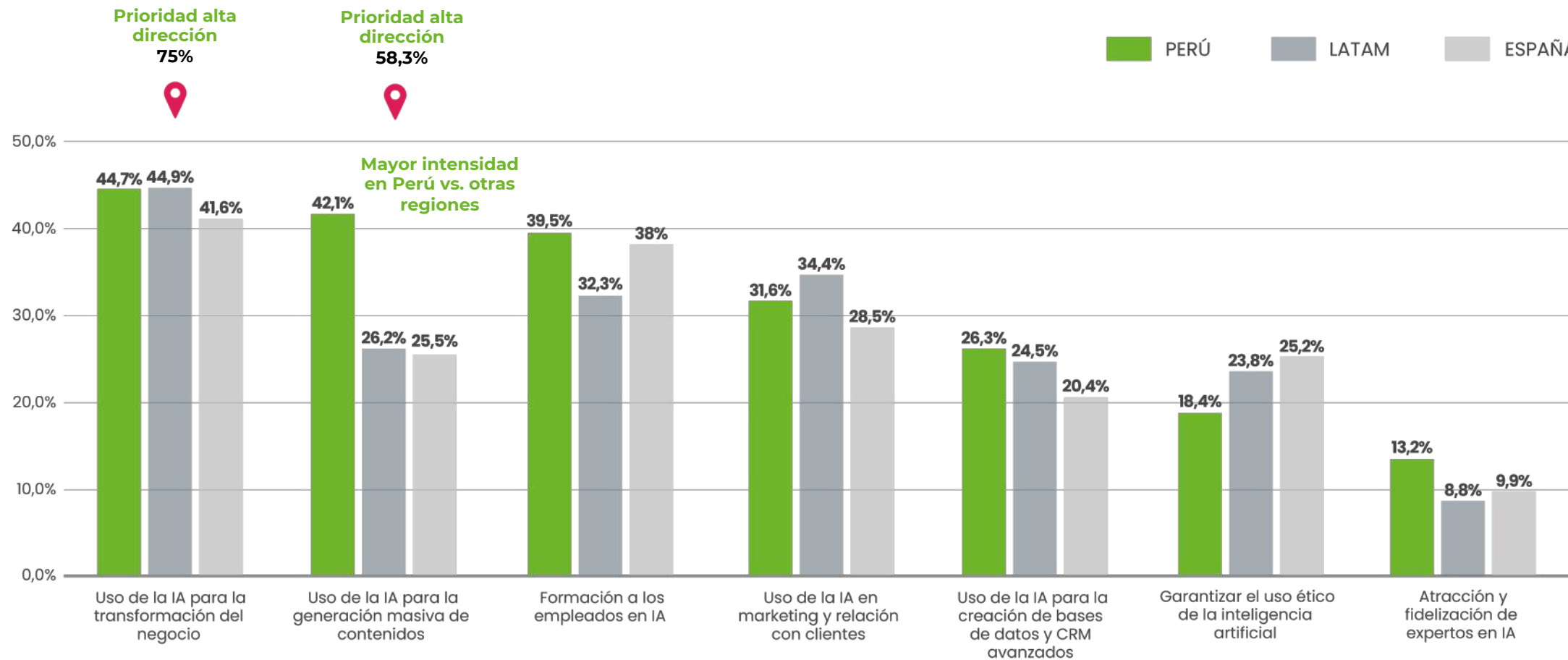


#9 INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ÁMBITOS DE ACCIÓN



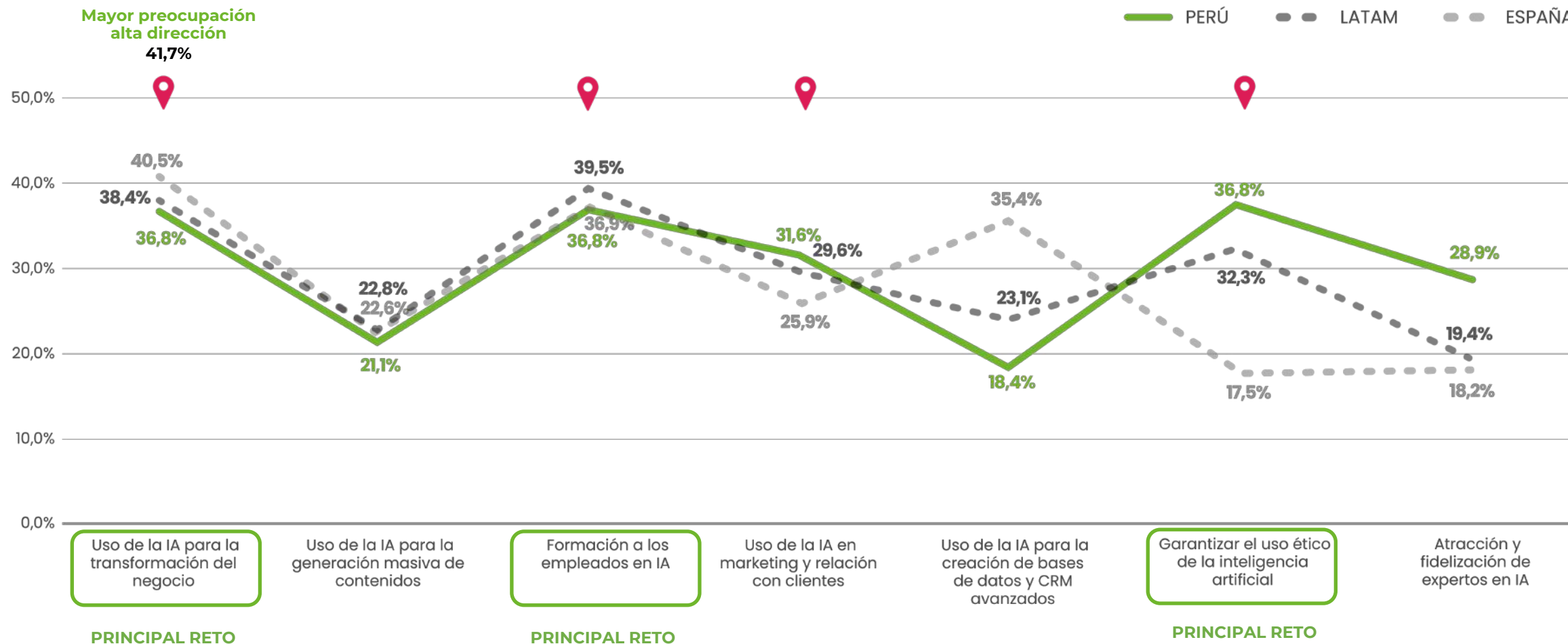
La alta dirección avanza en el uso de la transformación del negocio, en sintonía con el resto de regiones analizadas y perfiles profesionales. A su vez, en el caso de Perú, se le da mucha importancia al uso de la IA para la generación masiva de contenidos (58,3%).



#9 INTELIGENCIA ARTIFICIAL

RETOS

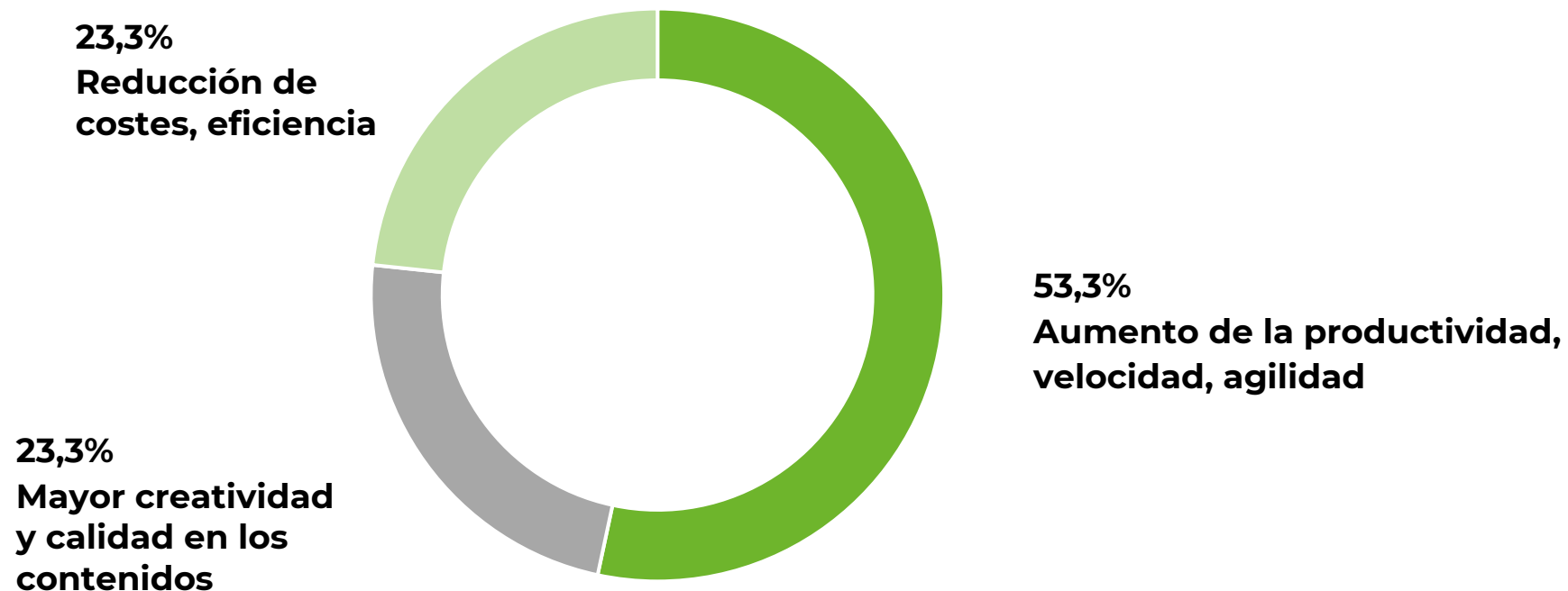
La alta dirección identifica 4 desafíos clave: uso de la IA para la transformación del negocio, la formación a los empleados, su aplicación en marketing y el uso ético de la misma.





#8 INTELIGENCIA ARTIFICIAL

BENEFICIOS IA GENERATIVA





#8 INTELIGENCIA ARTIFICIAL

GRADO DE UTILIZACIÓN IA GENERATIVA

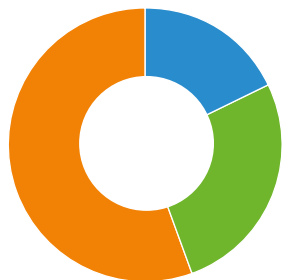


¿En qué grado su organización utiliza la inteligencia artificial generativa?



DEMOGRÁFICOS PERÚ

55,3%
Compañías

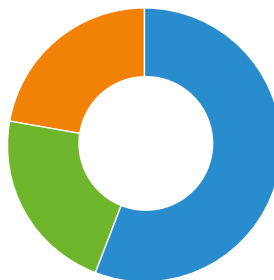


17,9%
Consultoras

26,8%
Otras organizaciones

TIPO DE ORGANIZACIÓN
PARA LA QUE TRABAJA

22%
de 5001 o más
empleados



56,1%
de 51 a 5000
empleados

22%
50 empleados
o menos

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN
PARA LA QUE TRABAJA

38,2%
Técnicos

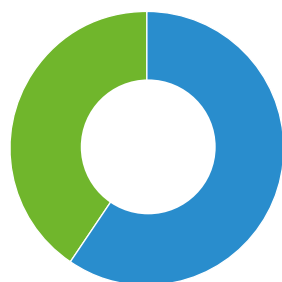


35%
Dirección
media

26,8%
Alta dirección

ROL PROFESIONAL

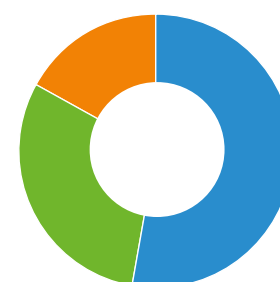
40,5%
Hombre



59,5%
Mujer

GÉNERO

16,9%
55 o más años



53%
de 41 a 54 años

EDAD



APPROACHING THE FUTURE 2024

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN
Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

Resultados por países 2024

#Approaching2024





OPEN-ACCESS I GRATUITO

- ✓ Resumen ejecutivo

CON LA SUSCRIPCIÓN DE PAGO

AL CENTRO DE CONOCIMIENTO DE CORPORATE EXCELLENCE

- ✓ Informe completo
- ✓ PPT Resultados
- ✓ + 6.000 recursos (casos, insights, webinars..)

La mayor plataforma de contenidos especializados en intangibles en habla hispana



ENTIDADES COLABORADORAS

PERÚ

APOYO INSTITUCIONAL PERÚ



COLABORACIÓN PERÚ



UN INFORME DE

EN COLABORACIÓN CON

WORLDWIDE PARTNER



www.approachingthefuture.com