

La comunicación de las grandes empresas gira hacia la gestión de intangibles y el enfoque relacional

Según la novena edición del Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la gestión de intangibles en España y Latinoamérica que se presentó hoy en Ferrovial

Madrid, 29 de mayo 2007.- Bajo la presidencia de Rafael del Pino se ha presentado hoy en Ferrovial la novena edición del *Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la Gestión de Intangibles en España y Latinoamérica 2007*, publicación que dirige Justo Villafañe, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid.

Una comunicación más compleja y más integrada en las empresas

Como cada año el estudio recoge una investigación monográfica que en la presente edición se ha dedicado a la gestión de intangibles de 41 grandes empresas españolas. De acuerdo a ésta, la comunicación corporativa está siendo ampliada a la gestión de intangibles y el enfoque relacional que atiende a la pluralidad de públicos (*Stakeholders*) con los que opera cada empresa.

En este sentido, la comunicación de las empresas se caracteriza hoy por una mayor complejidad y experimenta una creciente integración según declaró Justo Villafañe. Precisamente por ello, una de las conclusiones del citado estudio es la necesidad de un nuevo estatuto profesional que reclaman algunos directores de comunicación, ya que sus cometidos se han ampliado de forma sustancial en los últimos años.

La radiografía que realiza el Informe del sector empresarial español revela que el responsable de comunicación depende un 46% de los casos de la presidencia. Otro 22% de los directores reportan al consejero delegado, el 17% a un director general, el 4% dependen de la Dirección de Marketing y el 11% restante están adscritos a "otros". Otro dato que ilustra la creciente importancia estratégica del área de comunicación es que su plantilla media en las grandes empresas encuestadas es ya de 15 personas.

Liderazgo y responsabilidad

La edición 2007 del Informe recoge además de la citada investigación una extensa monografía elaborada por el profesor del Instituto de Empresa José Luis Álvarez sobre el liderazgo. En ella se aboga por un liderazgo colectivo en el que cada uno asuma la responsabilidad de su propio crecimiento personal y la de crear las condiciones para que también el resto de los miembros de la organización se desarrollen.

Junto al anterior participan en este informe otros expertos académicos o profesionales como José Manuel Casado, Josep María Lozano, Jem Bendell, Joaquín Garralda, José María Zarzalejos, Angel Alloza, Gregorio Panadero, José María García Perrote e Isabel López Triana entre otros.

La imagen de las empresas españolas en Latinoamérica

El Informe Anual recoge además los principales cambios en el sector tanto en España como en diversos países latinoamericanos. En concreto, *La imagen de las empresas españolas en América Latina* de Eduardo Amador anticipa algunas conclusiones sobre la imagen de las empresas españolas en Latinoamérica, a propósito del Barómetro de las Empresas Españolas en Latinoamérica (BIELA). Este observatorio diseñado por Villafañe & Asociados tiene la misión de ofrecer de manera permanente el estado de opinión de los ciudadanos de dieciséis países del subcontinente americano acerca del comportamiento de las firmas españolas y su comparación con el de compañías de otras nacionalidades.

El Informe sobre la Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica ha sido realizado por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1 de la Universidad Complutense. La edición 2007 del informe ha sido patrocinada por Repsol YPF, Telefónica, BBVA, Endesa y Ferrovial.

Villafañe & Asociados es una firma de consultoría especializada en la gestión de los activos intangibles de las empresas con metodologías propias para gestionar la reputación, la marca, la cultura, la comunicación y la responsabilidad de las grandes corporaciones.

Más información en www.villafane.com

Teléfono de contacto: 91-3153065