

Según el informe anual La Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica que llega a su 10ª edición

Líderes, talento y ciudades, tendencias clave en la gestión de la comunicación y los intangibles en los próximos años

- El presidente de MAPFRE, José Manuel Martínez, presenta el anuario en Madrid y afirma que “la reputación y el buen gobierno son intangibles que gestionados adecuadamente proporcionan a las empresas claras ventajas competitivas”
- El monitor de reputación MERCO desembarca por primera vez en Latinoamérica vía Colombia, donde analizará las 100 empresas colombianas más reputadas

Madrid, 30 de mayo 2008.- Tres son los grandes asuntos que marcarán la agenda de la comunicación y los intangibles en los próximos años: los líderes y su reputación, la gestión del talento y la marca ciudad. Así lo pone de manifiesto el *Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica 2008*, que este año llega a su décima edición.

El anuario, presentado hoy en Madrid por José Manuel Martínez, presidente de MAPFRE, analiza esos tres y algunos otros temas de la mano de los más destacados expertos en la materia en nuestro país y en los principales mercados latinoamericanos. Para el máximo directivo de la aseguradora española, “la comunicación, que no sólo es un valor añadido, debe cumplir tres requisitos: compromiso, veracidad y transparencia”.

Asimismo, el Presidente de MAPFRE subrayó que la gestión de cualquier empresa debe inspirarse en un sentido profundo de servicio a la sociedad y que el compromiso ético, el rigor y el cumplimiento de las obligaciones con terceros son la base de la confianza y de la credibilidad de las empresas.

Por su parte, el director del informe y catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, Justo Villafañe, ha destacado que “el informe lleva marcando año tras año desde 1999 la agenda temática de la comunicación empresarial en el mundo de habla hispana”.

Según el socio fundador de la consultora Villafañe & Asociados, “la actividad de la comunicación empresarial en nada se parece ya a lo que era hace tan solo unos años, y ha pasado de ser considerada una actividad secundaria en el seno de las corporaciones a suponer una dimensión estratégica y fundamental para la mayoría de empresas”.

Entrevistas con los grandes líderes empresariales españoles

Uno de los contenidos esenciales del informe analiza a fondo -a través de 16 entrevistas realizadas por el propio Justo Villafañe a presidentes de compañías españolas

multinacionales- las creencias, mitos y valores que conforman el pensamiento directivo de los grandes líderes en nuestro país.

Presidentes o consejeros delegados como Botín, Brufau, Moraleda, Fainé, Sánchez Galán, González, del Pino o el propio Martínez, entre otros, han respondido a cuestiones relacionadas con la cultura corporativa, la ética, el conocimiento y la personalidad del líder. La investigación describe las tres características que caracterizan al nuevo estilo de liderazgo que, poco a poco, está emergiendo en las grandes compañías: el líder es un visionario, tiene grandes dosis carismáticas y responde al perfil de un inventor.

El poder de la marca ciudad y el desarrollo del talento

La décima edición del anuario recoge también ensayos e información sobre el concepto 'marca ciudad'. La creciente competencia entre ciudades por atraer al talento más creativo e innovador, las mejores inversiones y al mayor número de visitantes hace que muchas de esas urbes se estén planteando desarrollar una visión simple, clara y fácil de entender de su ciudad.

Calidad de vida, demanda de empleo cualificado, lugar donde hacer negocios y oferta educativa, de ocio y cultural son los elementos esenciales por los que, cada vez más, serán reconocidas las ciudades que tendrán una mejor reputación. Por otro lado, la gestión y el desarrollo del talento en las organizaciones ocupan también un espacio propio en el informe de este año.

El monitor de reputación desembarca en Latinoamérica: Merco Colombia

Si en España el monitor de reputación corporativa MERCO ha alcanzado este año su octava edición, en Latinoamérica empieza justamente su andadura. El próximo jueves 5 de junio se presenta en Bogotá el ranking Merco Colombia, primer país latinoamericano en el que se desarrolla la investigación sobre las 100 empresas con mejor reputación.

La gerente de la nueva oficina de Villafañe & Asociados en Colombia, Constanza Ávila, hace un recorrido en el informe anual por el tipo de gestión de activos intangibles que se está llevando a cabo en las empresas que operan en ese país, algunas de ellas de capital español como Telefónica o Gas Natural.

Sobre el Informe Anual La Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica

El Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid elabora cada año desde 1999 el *Informe sobre la Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica*. La edición 2008 del informe ha sido patrocinada por Repsol YPF, Telefónica, BBVA, Adif y Mapfre.

Este año el informe cuenta con la participación de los principales expertos en la materia en nuestro país y en Latinoamérica: México, Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Bolivia y Venezuela. Más de una veintena de profesionales, académicos y consultores firman los artículos de esta edición, entre ellos Santiago Álvarez de Mon, Fernando Casado, Germán Granda, Pedro Francés, Gabriela Salinas o Javier Noya.

Para más información:

Isabel López Triana
Villafañe & Asociados
iltriana@villafane.com
91 315 30 65