

ENFOCADO
México

**APPROACHING
THE FUTURE
2023**
TENDENCIAS EN
REPUTACIÓN Y GESTIÓN
DE INTANGIBLES

UN INFORME DE

**CORPORATE
EXCELLENCE**
CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

EN COLABORACIÓN CON

CANVAS
ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

WORLDWIDE PARTNER



CORPORATE EXCELLENCE
CENTRE FOR REPUTATION
LEADERSHIP

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

CORPORATE
EXCELLENCE



CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

CORPORATE EXCELLENCE CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

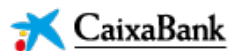
NUESTRO PROPÓSITO

Proporcionar a las empresas los elementos claves para construir:

- (1) **DIFERENCIACIÓN** no copiable, ganarse la buena
- (2) **REPUTACIÓN** de sus *stakeholders* y fortalecer su
- (3) **LICENCIA SOCIAL** para operar

El fin último es:
la **CREACIÓN DE VALOR** ético, social, medioambiental y económico, en el largo plazo para todos los **STAKEHOLDERS**, gracias a la gestión excelente de los intangibles

PATRONATO CORPORATE EXCELLENCE



EMPRESAS COLABORADORAS CORPORATE EXCELLENCE



EMPRESAS AMIGAS

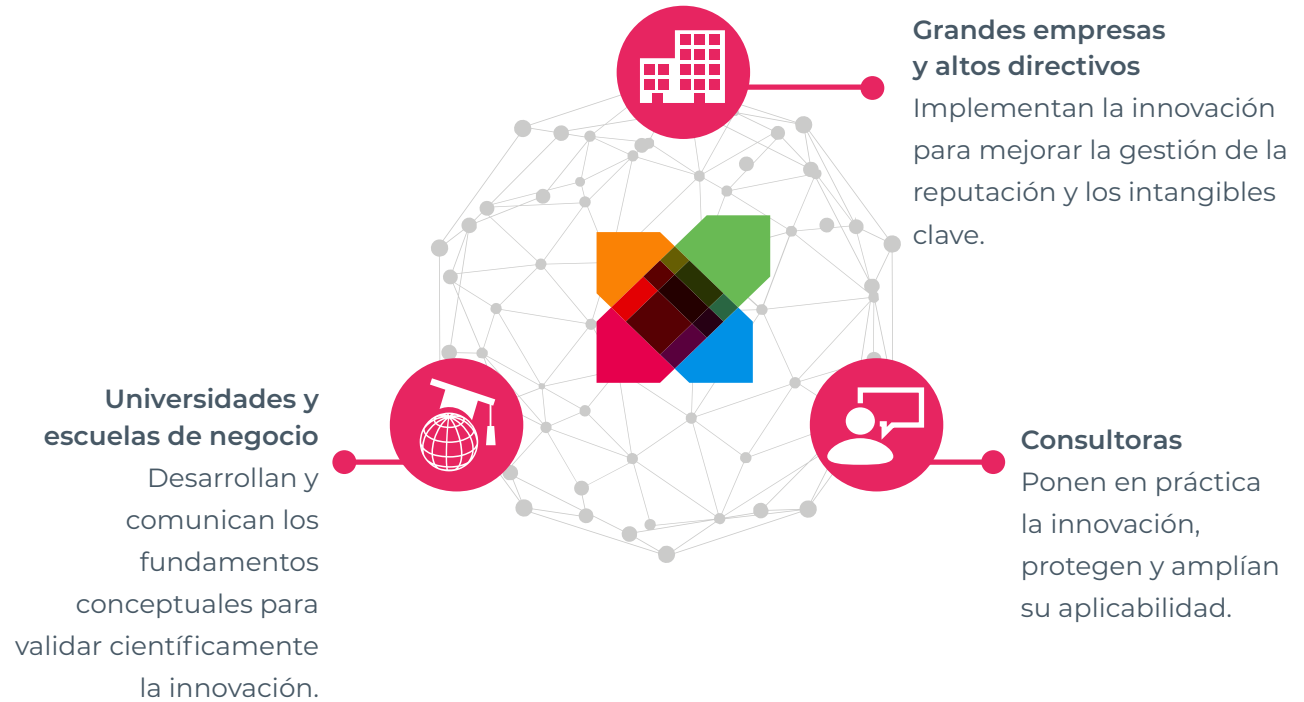


IMPULSORES

ECOSISTEMA DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN COLABORATIVA

Organizaciones del ecosistema de innovación y conocimiento

+130 alianzas y 11 consultoras supporter



CONSULTORAS SUPPORTER



Design bridge and partners



KANTAR



LLYC

onstrategy

Pizzolante



RepTrak

Reputation Lab

Thinking Heads



Weber Shandwick

APPROACHING THE FUTURE

Informe anual de Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles que elaboramos desde Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership en colaboración con CANVAS Estrategias Sostenibles, y Global Alliance como *worldwide partner*.

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



CARTA DE PRESENTACIÓN

***Approaching the Future* cumple ocho años**, un número que, en posición horizontal, nos recuerda al símbolo del infinito porque no se puede determinar ni el principio ni el fin del mismo, ya que **todos sus elementos están conectados**. Y creemos que algo similar ocurre este año con las **diez tendencias que identifica el informe**; diez ámbitos que están conectados y relacionados entre sí, sin poder explicarse los unos sin los otros.

Para comprender las tendencias de esta edición es necesario adoptar una visión global e integrada que considere su interdependencia.

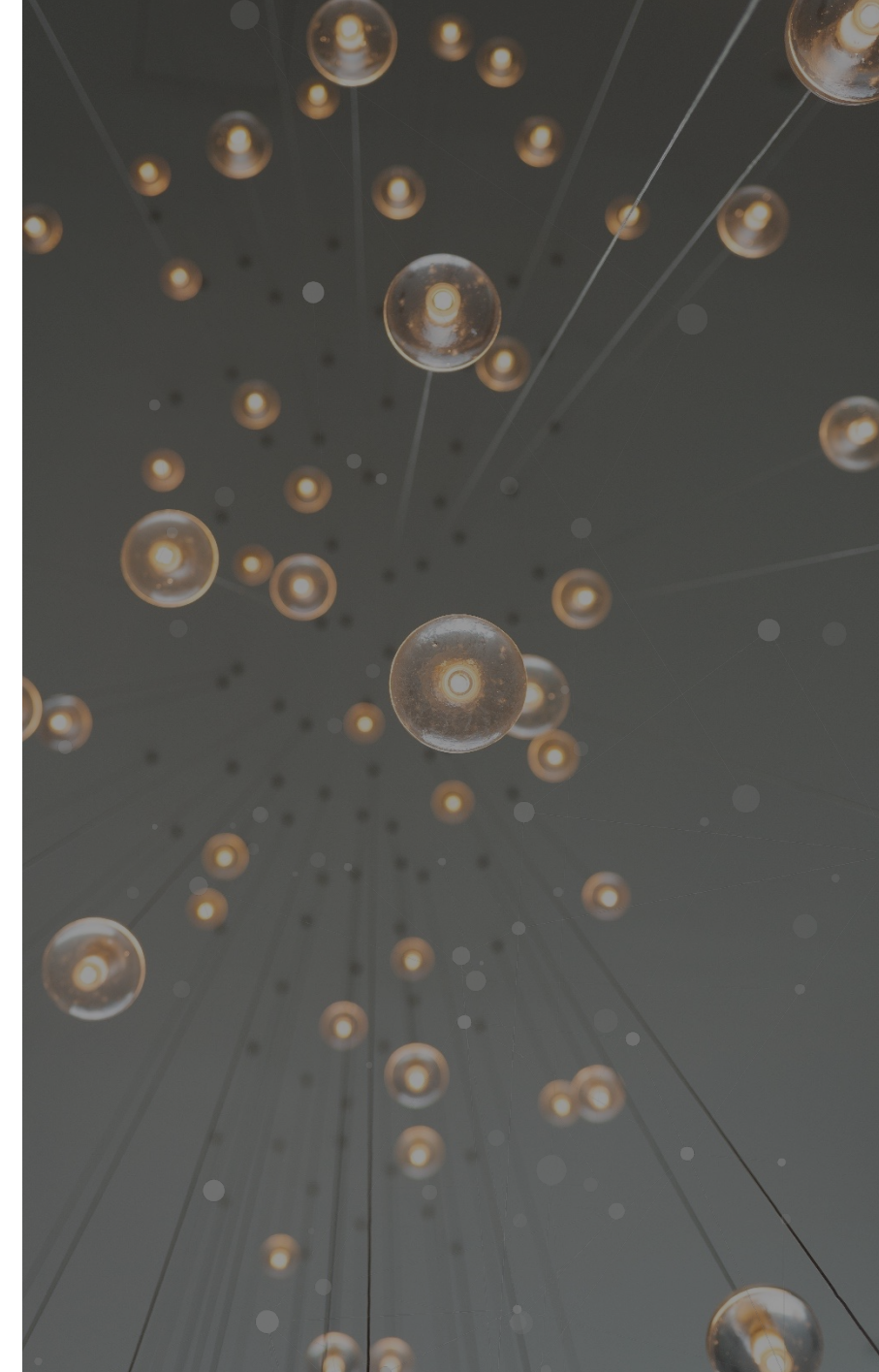
En 2023 **consolidamos, por tanto, una visión transversal e interconectada de las tendencias**, gracias a la elevada percepción de importancia que la mayoría de los temas tienen para los más de 1.200 profesionales consultados.

De acuerdo con los resultados obtenidos, las tendencias más relevantes están relacionadas con la **razón de ser** y los **valores de las organizaciones**, lo que refleja un aumento de la **conciencia sobre el papel de las empresas como agentes sociales, responsables** y de **transformación** en su entorno.

**EN 2023 10 TENDENCIAS
INTERCONECTADAS DEFINEN EL
PRESENTE Y FUTURO DE LOS
INTANGIBLES**



3 ÁMBITOS DE ESTUDIO



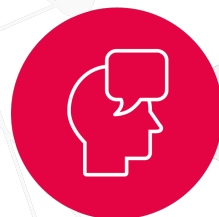
METODOLOGÍA



ANALIZAMOS MÁS DE 400 FUENTES SECUNDARIAS

ANÁLISIS CUALITATIVO

INTEGRAMOS UN ANÁLISIS CUALITATIVO A PARTIR DE LOS ESTUDIOS DE PROSPECTIVA SOCIAL DE **PUNTO DE FUGA**

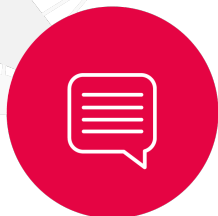


ENTREVISTAS

PROFUNDIZAMOS EN TEMAS CLAVE PARA EL FUTURO A TRAVÉS DE **10 ENTREVISTAS** EN PROFUNDIDAD A NUESTRO PANEL EXPERTO

ENCUESTA ONLINE

INCLUIAMOS LA VISIÓN DE LAS ORGANIZACIONES A TRAVÉS DE UNA **ENCUESTA ONLINE A PROFESIONALES Y DIRECCIÓN** CON ESPECIAL FOCO EN EUROPA Y LATINOAMÉRICA



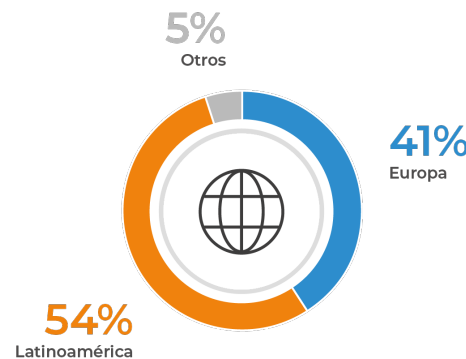
1.247 respuestas en 2023 (+100% frente a 2022)

ANÁLISIS Y PROSPECTIVA & VISIÓN DE LOS EXPERTOS

Entrevistamos a **10 expertos y expertas** sobre su visión del futuro y temas clave que afectan a la gestión de las organizaciones.



ÁREA GEOGRÁFICA



En México, un 48,3 de las respuestas pertenecen a profesionales en puestos de alta dirección

RESULTADOS 2023
México



Mapa de Tendencias 2023



Resultados 2023

México

- En México existe un **mayor interés por temas corporativos** como la **sostenibilidad**, la **reputación**, el **propósito**, la **comunicación** o el **liderazgo responsable**.
 - La **tendencia más importante** para las organizaciones de **México** es la **sostenibilidad y los criterios ASG** (68,3%), seguida de la **reputación corporativa** (63,3%); estos dos ámbitos son además **los más trabajados** y los **más relevantes para la alta dirección**, por lo que existe mucha coherencia entre lo que consideran importante y los ámbitos a los que destinan más energías y recursos.
 - **En el top 3** emerge el **propósito corporativo** (60,8%), clave para 6 de cada 10 organizaciones. Y de vital importancia también para la alta dirección que la sitúa en la misma posición. La **comunicación** corporativa es también muy relevante para la mitad de las organizaciones analizadas (50%), y se consolida en el top de tendencias clave para el modelo de empresa de futuro.
 - En un segundo nivel de importancia emerge el **liderazgo responsable** (48,3%), el futuro del trabajo (47,5%), la **marca corporativa** y la **digitalización**, estos dos últimos aspectos con la misma valoración (42,5%).
 - Finalmente, el **gobierno corporativo (22,2%)** y la **emergencia climática** (21,7%) alcanzan los últimos puestos en el ranking de prioridades, en sintonía con los resultados de Latam y Europa.
- En cuanto a los **ámbitos más trabajados** por las organizaciones de México, observamos que los temas en los que más esfuerzos están invirtiendo son: **la reputación** corporativa (55,8%), la **sostenibilidad** (55,3%), el **futuro del trabajo** y la **comunicación** (52,5%).
 - El siguiente temas más trabajado es **la marca corporativa**, que se consolida como plataforma de relación con los grupos de interés, y un aspecto en el que están trabajando la mitad de las organizaciones analizadas (50%). A la marca corporativa le sigue el **liderazgo responsable** (48,3%), el **propósito** corporativo (47,5%) y **la digitalización y ciberseguridad** (37,5%), un aspecto muy por debajo que las prioridades que se observan en otras regiones de América Latina, como es el caso de Centroamérica y Caribe, o en Europa, que es el segundo aspecto más importante.
 - **Gobierno corporativo** (27,5%) y emergencia climática (13,3%) ocupan el noveno y decimos lugar del ranking de temas más trabajados, obteniendo porcentajes que indican una baja relevancia como ámbitos de trabajo en este territorio, principalmente en relación al cambio climático, pero en total sintonía con lo que sucede en los resultados globales y en todas las regiones analizadas.

Principales resultados

México

RANKING DE IMPORTANCIA TENDENCIAS 2023

PRIMER
NIVEL DE
IMPORTANCIA

RANKING 2023

TENDENCIA

1	SOSTENIBILIDAD & ASG	68,3%
2	REPUTACIÓN CORPORATIVA	63,3%
3	PROPÓSITO CORPORATIVO	60,8%
4	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	50%

SEGUNDO
NIVEL DE
IMPORTANCIA

5	LIDERAZGO RESPONSABLE	48,3%
6	FUTURO DEL TRABAJO	47,5%
7	MARCA CORPORATIVA	42,5%
8	DIGITALIZACIÓN & CIBERSEGURIDAD	42,5%

TERCER
NIVEL DE
IMPORTANCIA

9	GOBIERNO CORPORATIVO	22,2%
10	EMERGENCIA CLIMÁTICA	21,7%

Principales resultados

México

RESULTADOS POR ZONAS GEOGRÁFICAS TENDENCIAS 2023

México

Mayor importancia a...

- Sostenibilidad
- Reputación
- Propósito

Latam

Mayor importancia a...

- Reputación
- Liderazgo responsable

Europa

Mayor foco en...

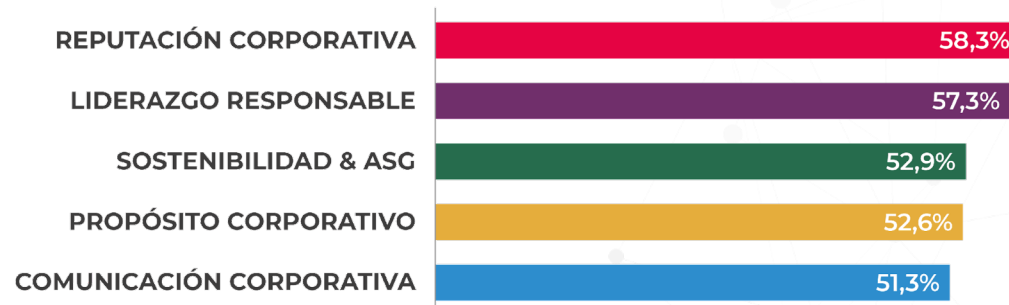
- Sostenibilidad
- Digitalización



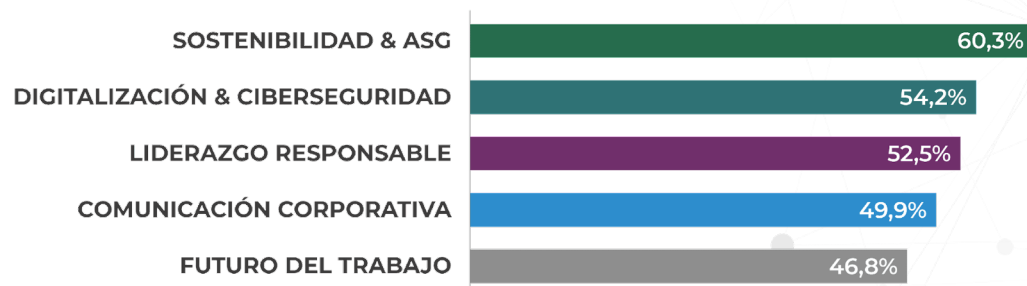
TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES – MÉXICO



TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES - LATAM



TOP 5 TENDENCIAS MÁS IMPORTANTES - EUROPA

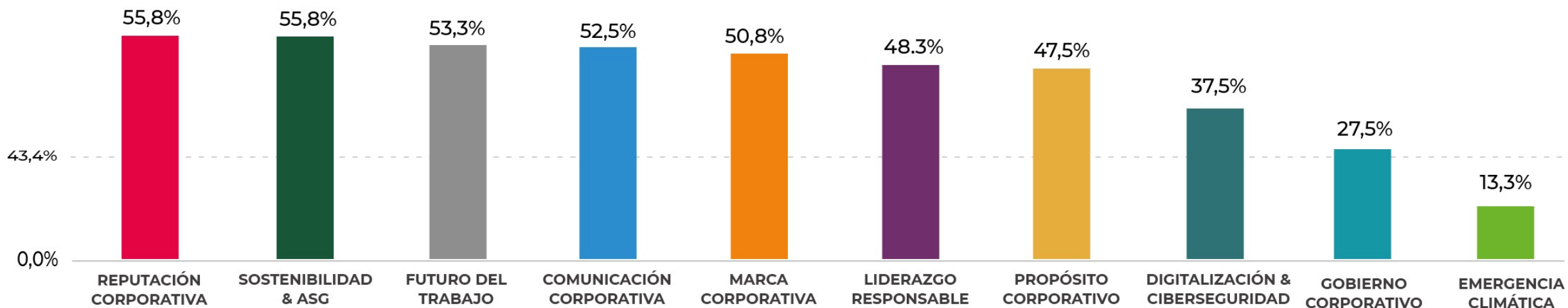


Principales resultados

México

RANKING DE TENDENCIAS EN LAS QUE MÁS ESTÁN TRABAJANDO

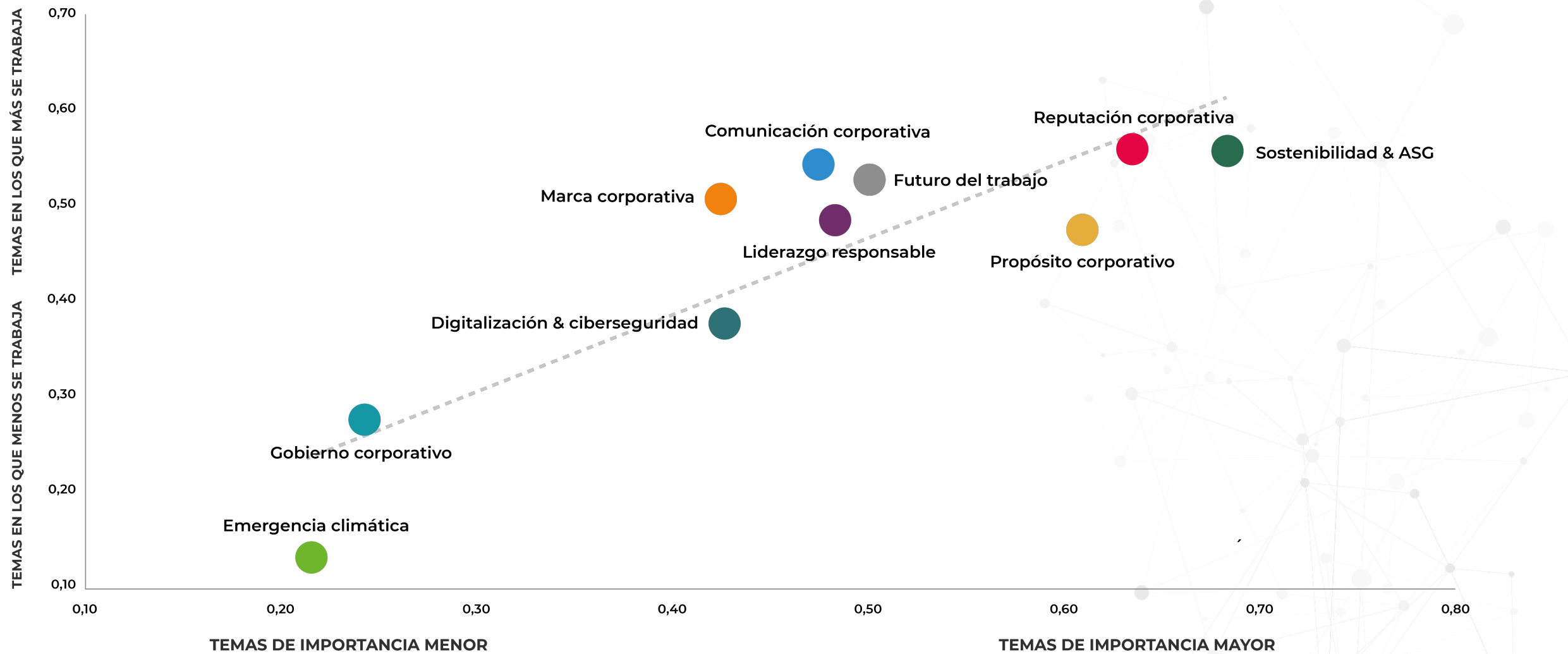
La **reputación** y la **sostenibilidad** son los ámbitos más trabajados en México



Principales resultados

México

MATRIZ IMPORTANCIA VS. TEMAS TRABADADOS



LA VISIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN

En México, un 48,3 de las respuestas pertenecen a profesionales en puestos de alta dirección

RANKING 2023

TENDENCIA

1	REPUTACIÓN CORPORATIVA	67,2%
2	SOSTENIBILIDAD & ASG	67,2%
3	PROPÓSITO CORPORATIVO	58,6%
4	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	51,7%
5	LIDERAZGO RESPONSABLE	50%
6	MARCA CORPORATIVA	50%
7	DIGITALIZACIÓN & CIBERSEGURIDAD	46,6%
8	FUTURO DEL TRABAJO	46,6%
9	GOBIERNO CORPORATIVO	22,4%
10	EMERGENCIA CLIMÁTICA	17,2%

PRINCIPALES RESULTADOS POR TENDENCIA



#1 SOSTENIBILIDAD & ASG

La sostenibilidad se consolida en la estrategia y modelos de negocio. En un contexto de mayor presión regulatoria y de los grupos de interés, la sostenibilidad está cada vez más integrada en el negocio, con una creciente profesionalización y presencia en la alta dirección.

La sostenibilidad y criterios ASG es el ámbito más importante en México (68,3%) –en sintonía con los resultados globales y Europeos– y también el ámbito al que más energías y recursos se está dedicando, junto a la reputación. Es también, el más prioritario para la alta dirección.

En este campo, el principal **ámbito** en el que se está trabajando —que coincide con los resultados de Latinoamérica y Europa—: es la **integración de la sostenibilidad en los planes y estrategias de negocio** (65,7 %). A este tema le sigue la definición de objetivos para **contribuir a los ODS** (53,7%) y con una relevancia más baja y parecida emerge la **comunicación de compromisos** a los grupos de interés (31,3%) , el reporte y **normativa** y la gestión

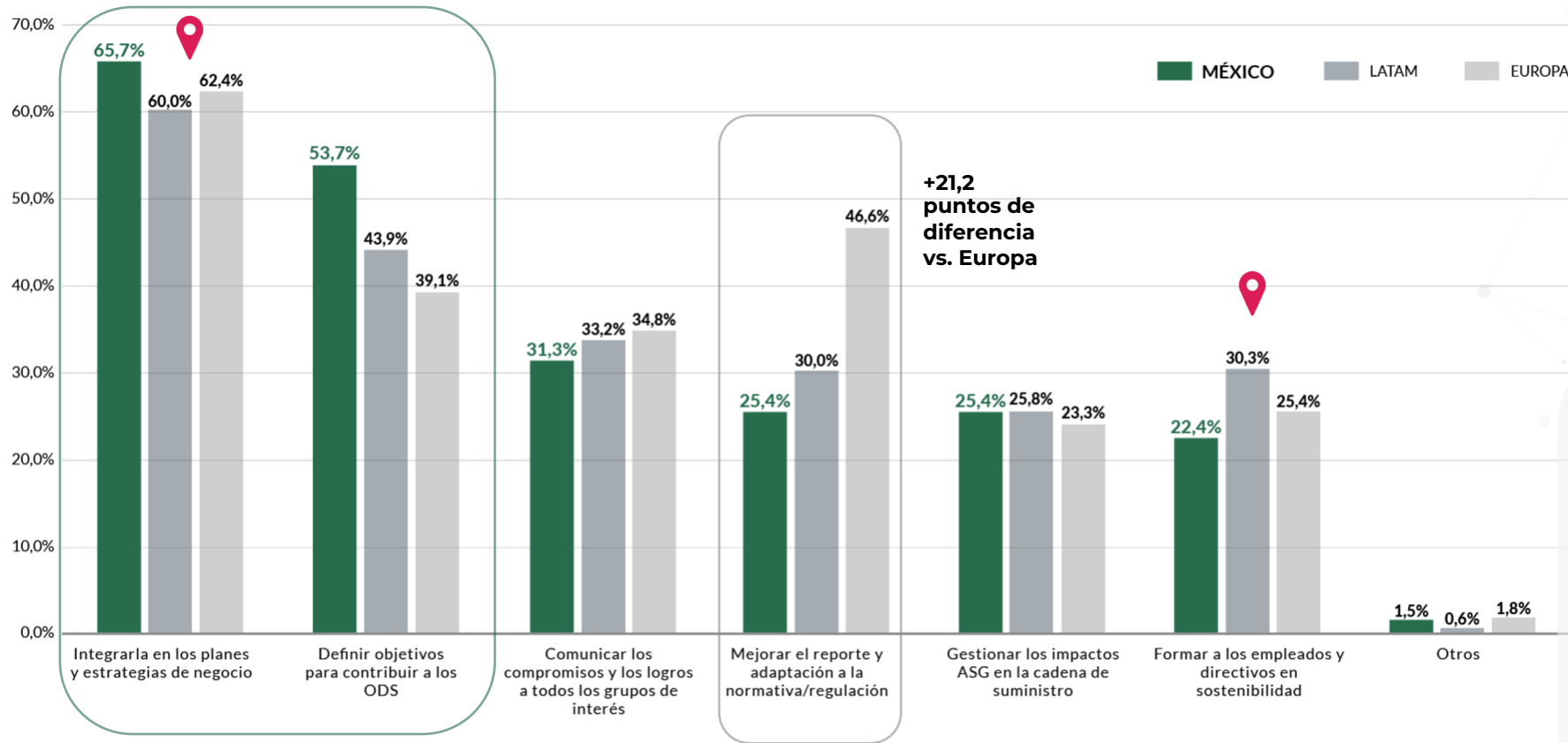
de **impactos ASG en la cadena de suministro** (25,4% respectivamente) y la **formación a empleados** (22,4%).

Cabe destacar que **México se encuentra más de 20 puntos por debajo en cuanto a esfuerzos dedicados al reporte y adaptación a la normativa** en materia de sostenibilidad si lo comparamos con los resultados Europeos.

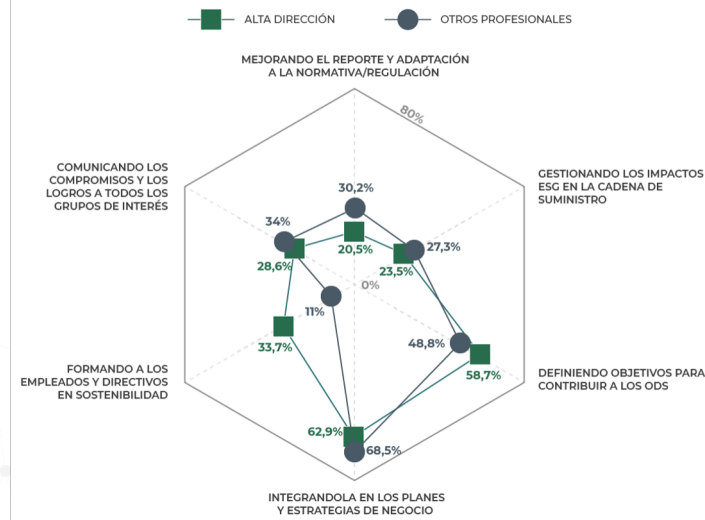
Sin embargo, el principal **desafío** consiste en la **formación de los empleados y la dirección en materia de sostenibilidad** (50,7 %), con más de 10 puntos de diferencia respecto al resto de retos.

#1 SOSTENIBILIDAD & ASG

ÁMBITOS DE ACCIÓN



Tendencia top 1 en México, en sintonía con los resultados globales y Europeos

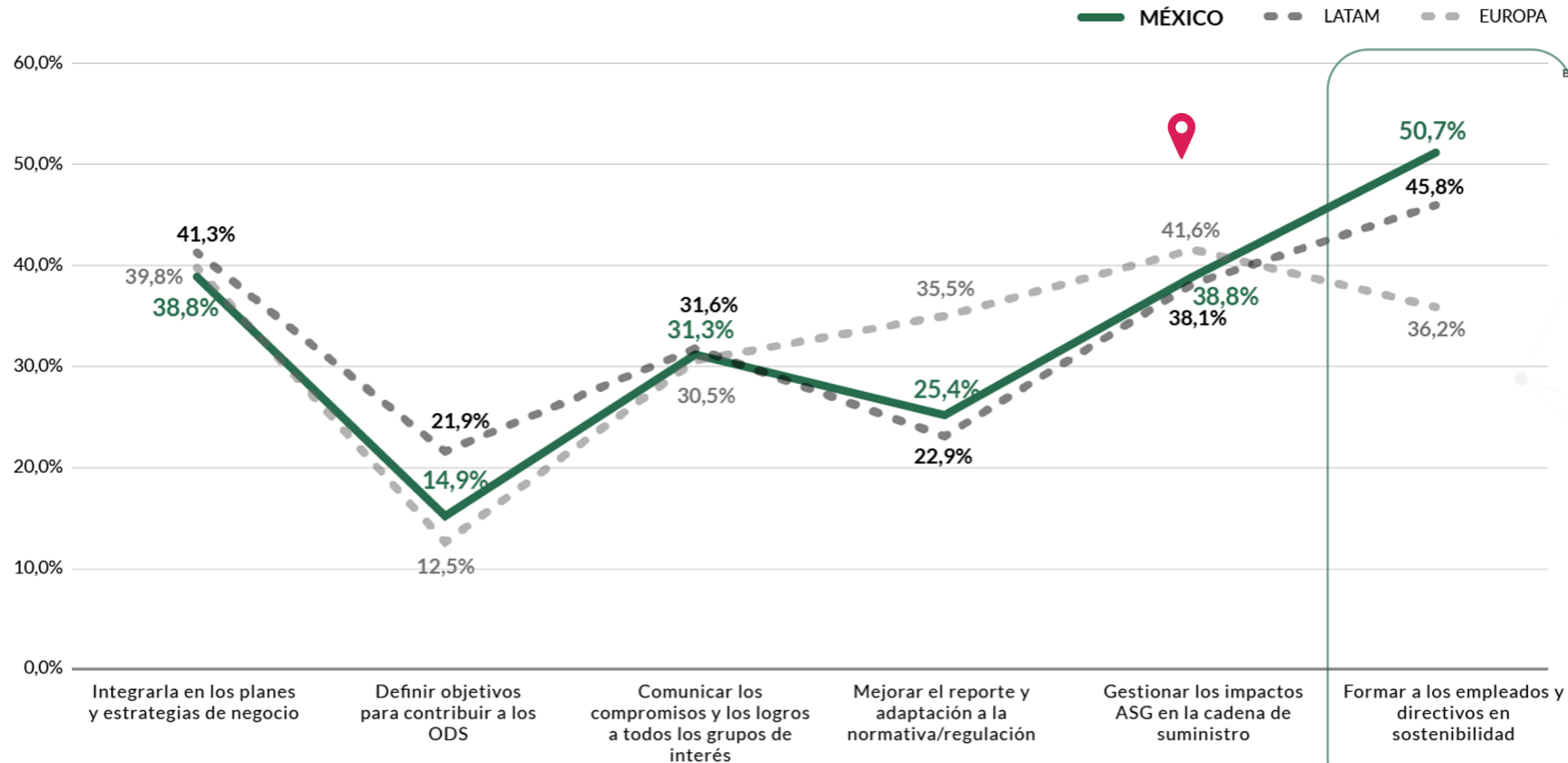


La alta dirección da una importancia de:

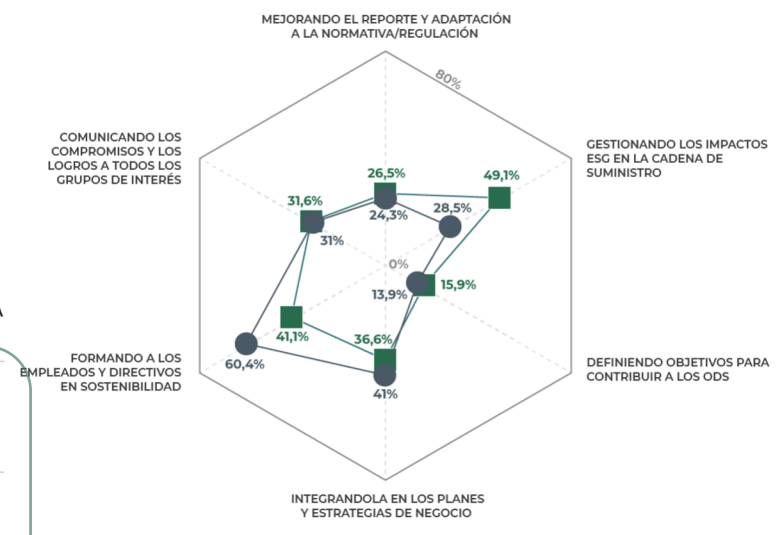
- Coincide con el principal ámbito de acción: integración de la sostenibilidad en los planes y estrategias de negocio (62,9%)
- +22,7 puntos a la formación en sostenibilidad a empleados y directivos

#1 SOSTENIBILIDAD & ASG

RETOS



■ ALTA DIRECCIÓN ● OTROS PROFESIONALES



Principales retos para la alta dirección

- ❑ Gestión de los impactos ASG en la cadena de suministros con +20,6 puntos de diferencia.

#2 REPUTACIÓN CORPORATIVA

La reputación crece en importancia para las compañías, al tiempo que se dedican más recursos para fortalecerla, monitorizarla y mitigar sus riesgos.

La reputación corporativa es el segundo ámbito más importante para los profesionales de México, el tema en el que más se está trabajando (55,8%), junto a la sostenibilidad, y el más relevante para casi 7 de 10 directivos (67,2%).

En este aspecto, el **ámbito de acción** más trabajado es el **diseño del plan** o estrategia (65,7 %) —alcanzando una valoración similar para la alta dirección (64,9%)—, seguido de la **identificación e integración de los riesgos reputacionales** (52,2 %). Estos son, además los temas más trabajados también a escala global.

No obstante, en México destaca la inversión que se está haciendo en cuanto a la formación de CEO y directivos en materia de reputación, con

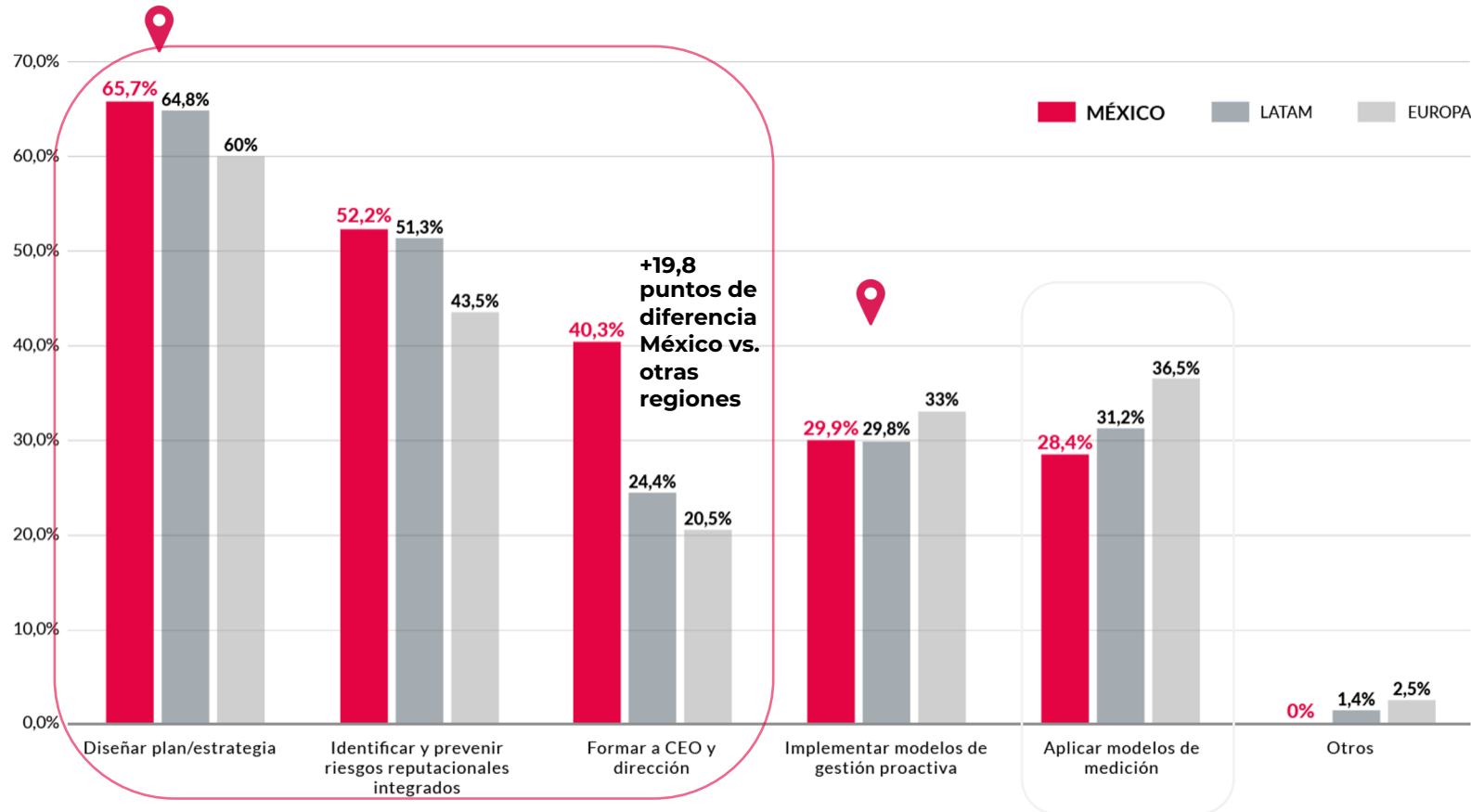
casi veinte puntos de diferencia respecto al resto de regiones analizadas.

Destaca además, con más de 22,7 puntos de diferencia, la **importancia que le da alta dirección a la gestión proactiva de la reputación** (41,2%), frente a otros roles profesionales.

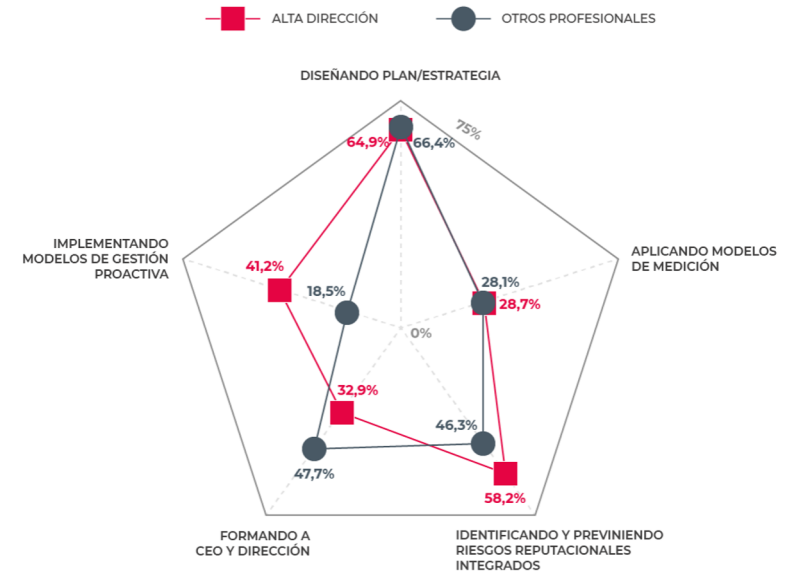
El principal **desafío** que surge en la gestión de la reputación está en la identificación y prevención de riesgos (50,7%), seguido de la implementación de los modelos de **gestión proactiva** y la aplicación de **modelos de medición** con una puntuación de 46,3 % en ambos casos.

#2 REPUTACIÓN CORPORATIVA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



Aspecto más relevante para casi 7 de cada 10 organizaciones mexicana (68,3%)

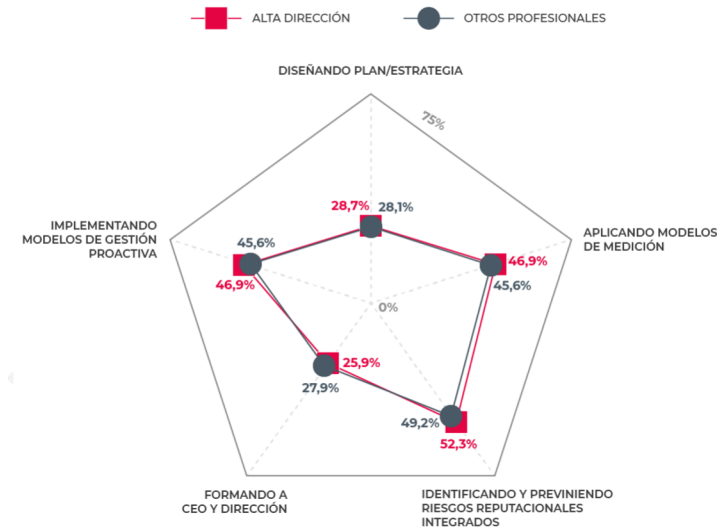
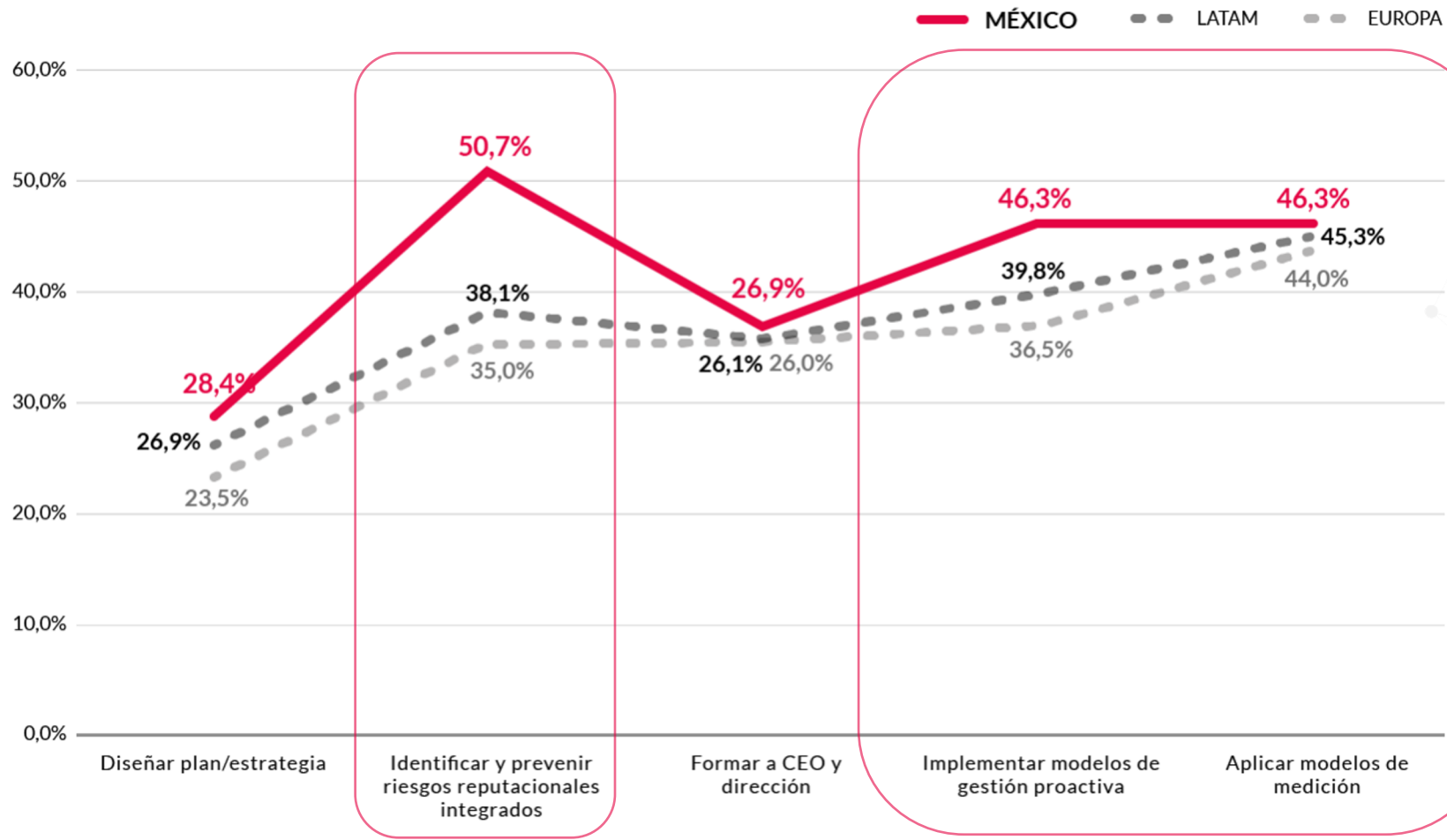


La alta dirección da una importancia de:

- Coincide con el principal ámbito de acción: diseñar plan/estrategia de reputación (64,9%).
- +22,7 puntos a la gestión proactiva de la reputación

#2 REPUTACIÓN CORPORATIVA

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- Comparten los mismos retos que otros roles profesionales con valoraciones muy similares.

#3 PROPÓSITO CORPORATIVO

Si en 2022 el propósito ya se consideraba un pilar de éxito y sostenibilidad, este año se observa la necesidad de consolidar un enfoque transversal que impacta en tendencias clave como el liderazgo responsable o la sostenibilidad.

El propósito corporativo es un tema que está adquiriendo una dimensión estratégica y transversal; se sitúa en la tercera posición en el ranking de importancia, y aparece presente en otras tendencias, como es el caso del impulso del liderazgo responsable o el desarrollo de la marca corporativa.

En el caso de las México se mantiene en el primer nivel de importancia con casi más de la mitad de organizaciones avanzando en este campo (47,5%).

El principal ámbito trabajado en materia de propósito corporativo es **su integración en la estrategia y toma de decisiones** (68,4%), en sintonía con el resto de regiones analizadas. No obstante, y a diferencia de lo que ocurre en América Latina y en Europa, el segundo ámbito más

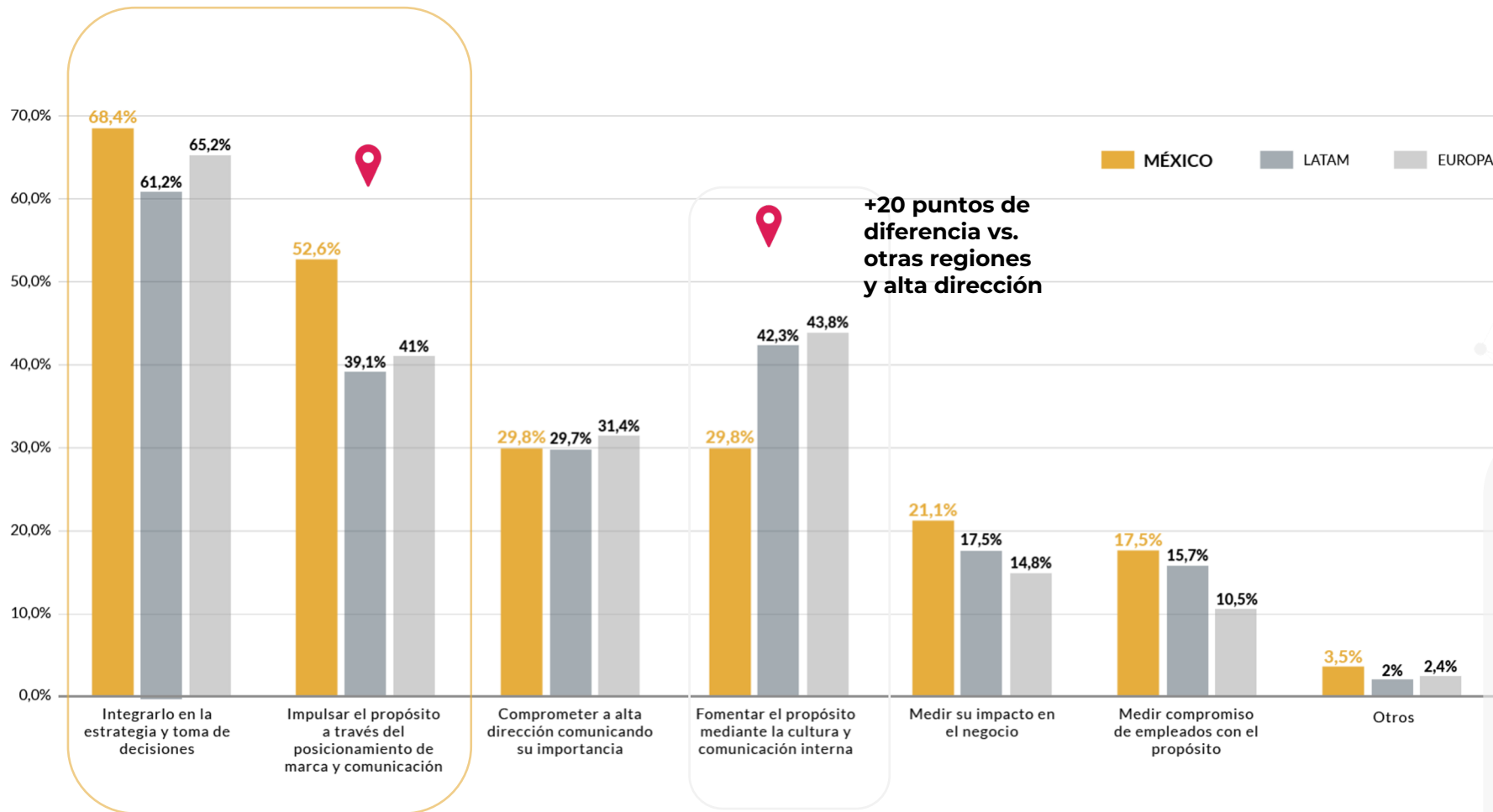
trabajado es el fomento del propósito a través del **posicionamiento de marca y comunicación** (52,6%).

A su vez, se observa, cuando comparamos México con Europa, la existencia de más de 20 puntos de diferencia en relación al fomento del propósito a través de la cultura que se hace en Europa. Así como un mayor trabajo por parte de las organizaciones mexicanas en términos de medición de impacto y de compromiso interno.

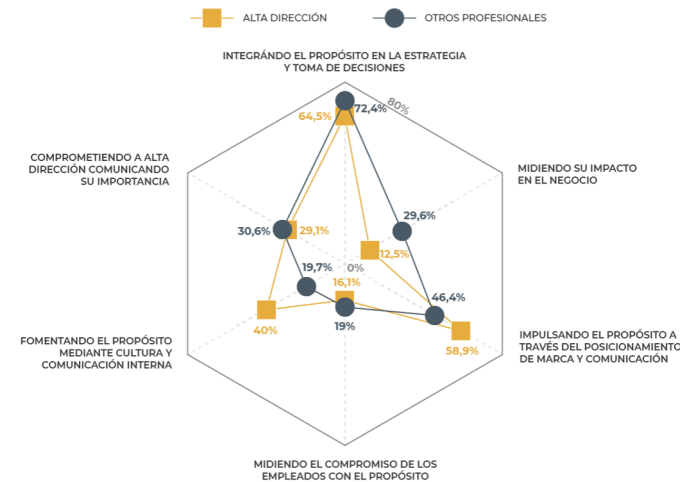
Aún así, y tal y como ocurre en Europa y Latinoamérica, ese es el **reto** más importante para México: la **medición**. Los desafíos principales son **impacto del propósito en el negocio** (50,9%), seguido de la **medición del grado de vivencia interna** (42,1%).

#3 PROPÓSITO CORPORATIVO

ÁMBITOS DE ACCIÓN



El propósito corporativo adquiere una dimensión transversal y estratégica

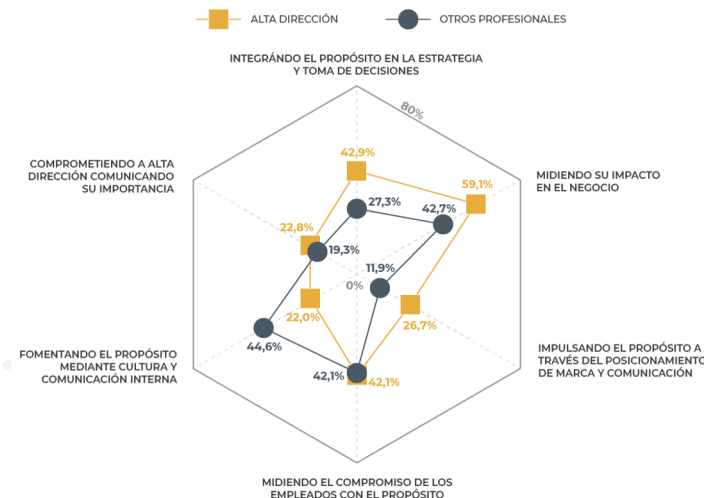
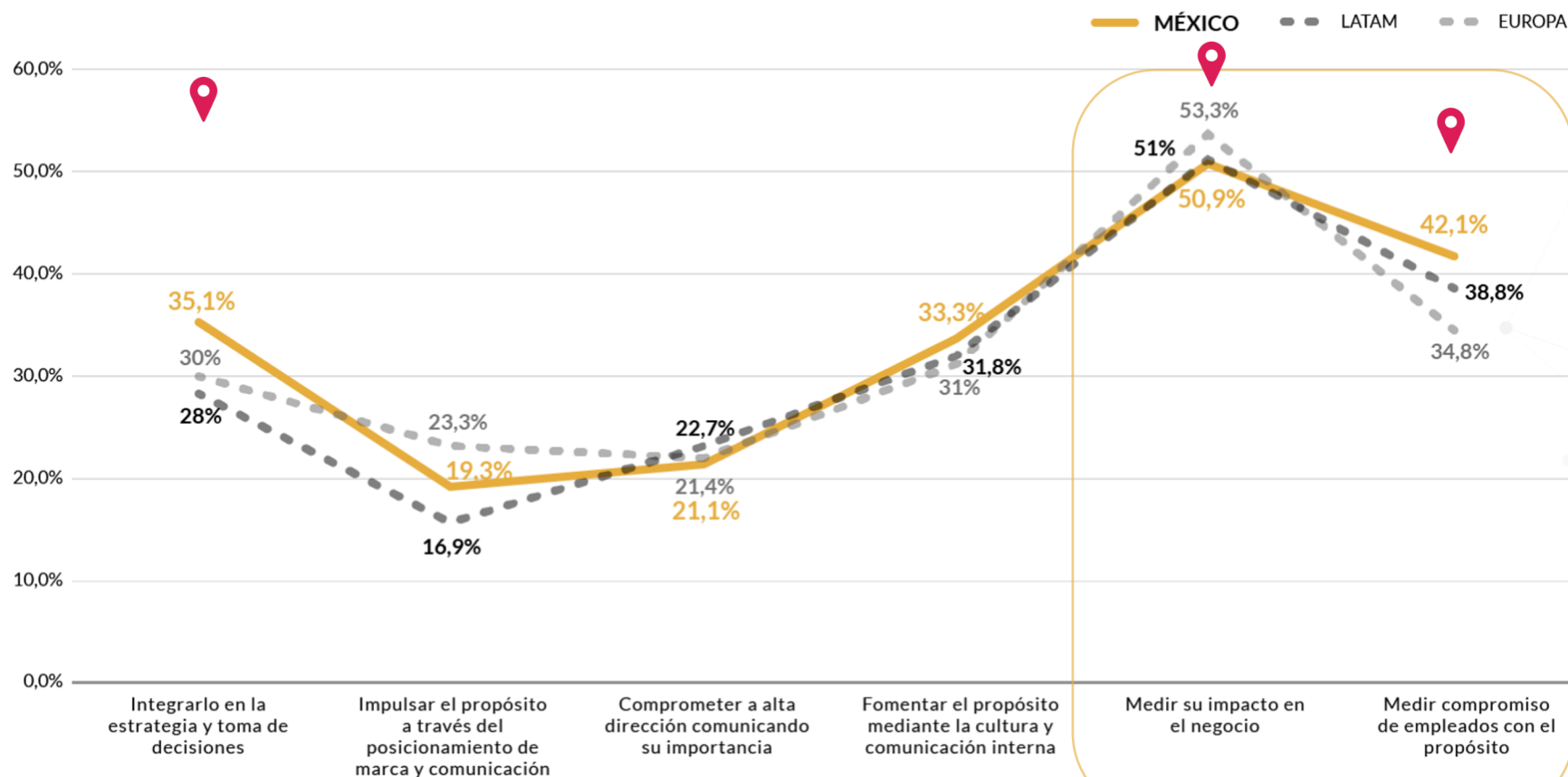


La alta dirección da una importancia de:

- ❑ El principal ámbito de acción es el impulso del propósito a través del posicionamiento de marca, con +12,5 puntos frente a otros roles.
- ❑ +20 puntos a impulsar el propósito a través de la cultura y comunicación interna, en sintonía con los resultados de otras regiones.

#3 PROPÓSITO CORPORATIVO

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- ❑ Coincide con el principal ámbito de acción: medición de impacto en negocio. Clave para 6 de cada 10 directivos (59,1%).
- ❑ Le sigue con valoraciones similares la integración del propósito en la estrategia –con más 15,6 puntos de diferencia frente a otros roles profesionales– y la medición interna.

#4 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La comunicación corporativa se enfrenta a un escenario de polarización social, en el que se esperan posiciones públicas más activistas de las organizaciones, a través de canales, formatos y lenguajes que evolucionan constantemente.

La comunicación corporativa es el 4° tema más importante y al que más recursos están destinando en México, frente a los resultados de otras regiones donde la comunica lidera el ranking de temas más trabajados.

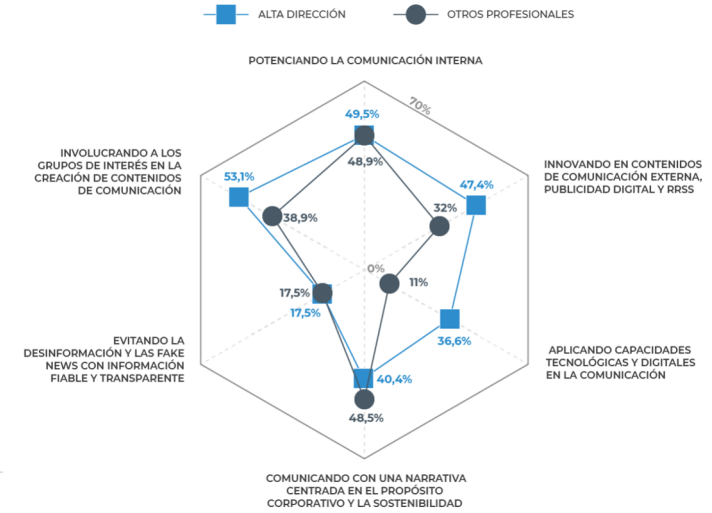
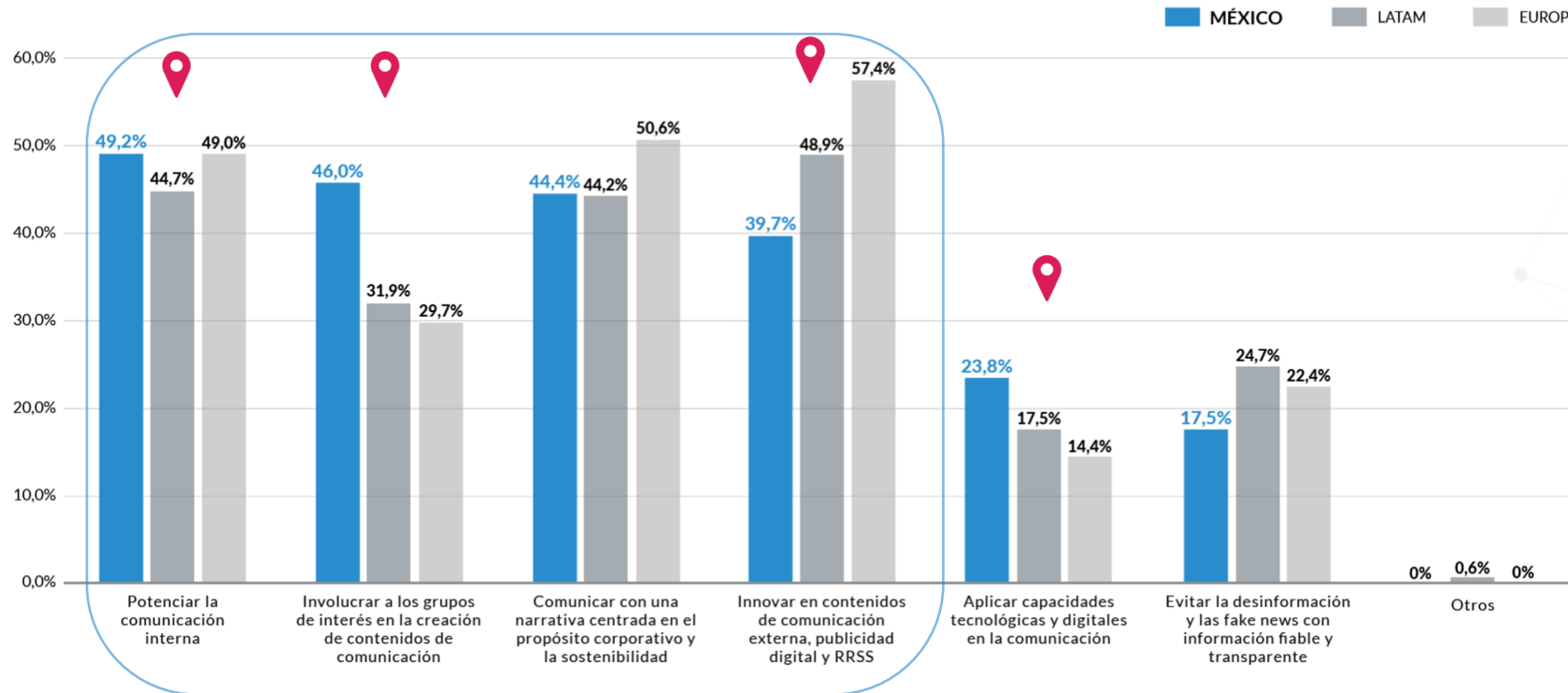
Más de la mitad de las organizaciones trabajan en comunicación, y entre los principales **ámbitos de actuación** –con diferencia de 10 puntos entre ellos– destaca **la comunicación interna** (49,2%), la **cocreación de contenidos** con grupos de interés (46%), comunicar a través de una **narrativa centrada en el propósito corporativo y en la sostenibilidad** (44,4%) y la **innovación en**

contenidos y formatos (39%). Un aspecto que si bien ocupa la 4ª posición en México, es el tema que más se está trabajando en Latinoamérica y Europa.

El principal **reto**, para casi 6 de cada 10 organizaciones (58,7%), está en la aplicación **capacidades tecnológicas digitales en la comunicación**. Este desafío tiene una **importancia para México** de más de 15,6 puntos en relación a América Latina y de casi 25 puntos en relación a Europa (24,9).

#4 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



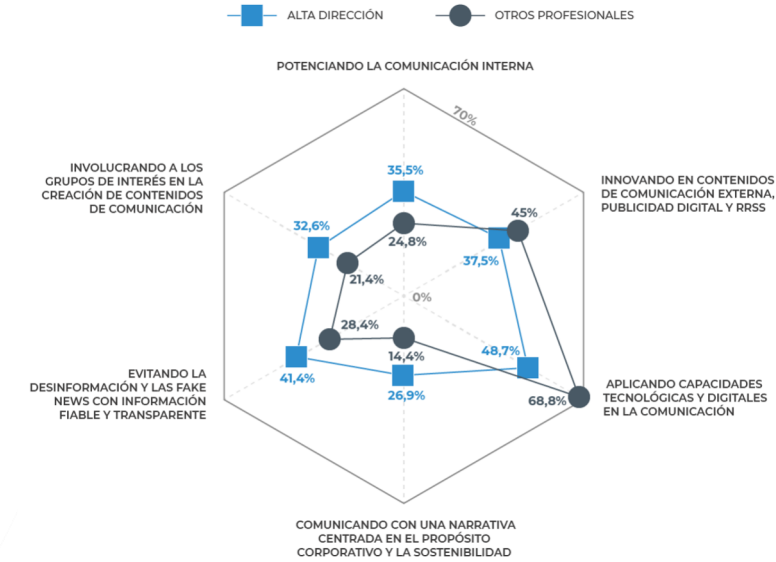
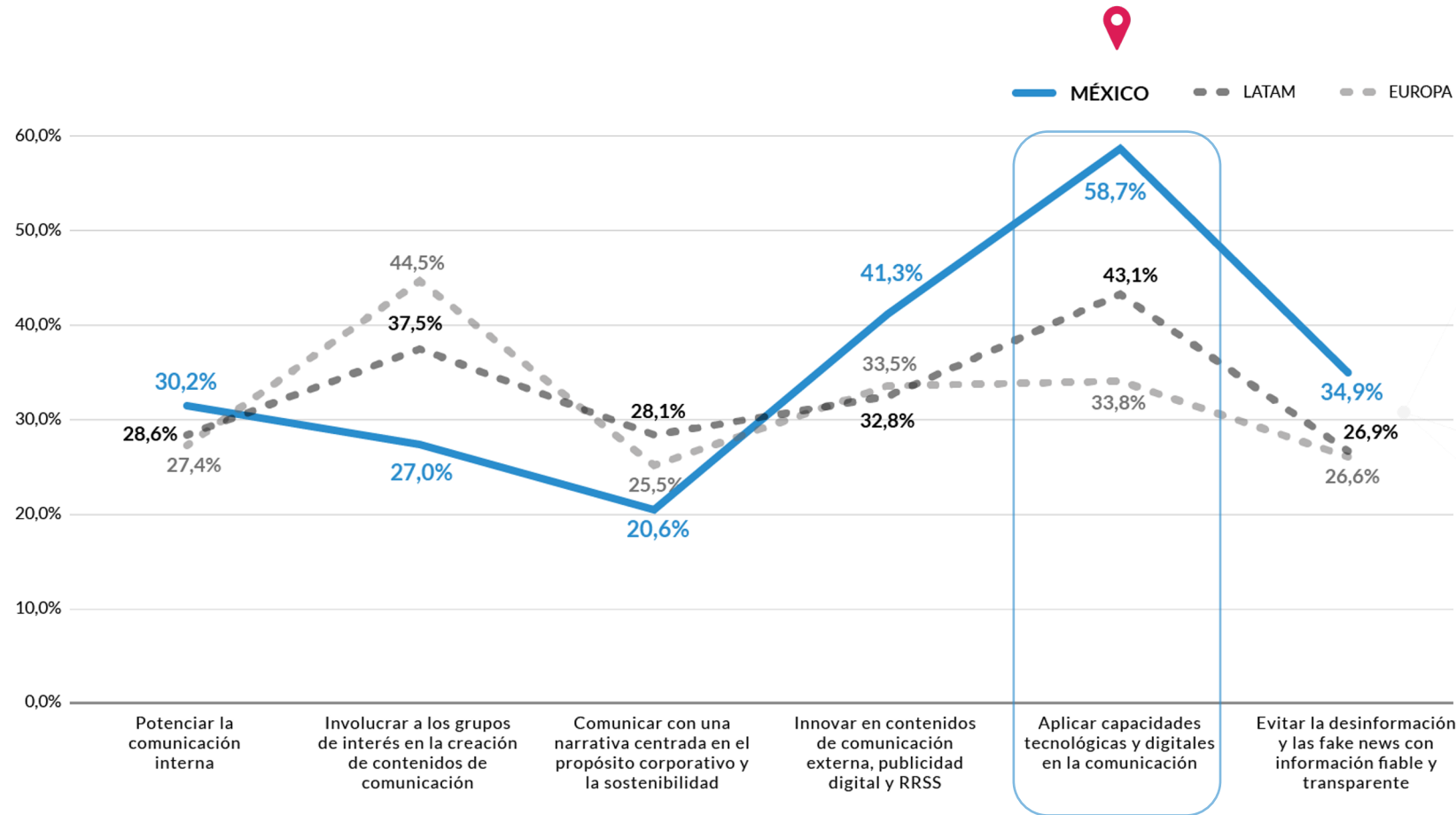
La alta dirección da una importancia de:

- Mayor a la cocreación con grupos de interés (53,1%), seguido de la comunicación interna (49,5%) y la innovación en formatos (47,4%).
- +25,6 puntos a la aplicación de capacidades tecnológicas y digitales.

Más de la mitad de las organizaciones trabajan en comunicación (52,5%)

#4 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- Coincide con el principal reto: aplicación de capaces tecnológicas y digitales a la comunicación.
- Mayor intensidad de importancia al resto de retos identificados: narrativa centrada en propósito, desinformación, cocración y comunicación interna.

#5 LIDERAZGO RESPONSABLE

El liderazgo ético y responsable se consolida como tendencia clave para impulsar el rol de las organizaciones como agentes de transformación económica, social y ambiental.

El liderazgo responsable es el quinto tema más relevante para los profesionales de México, y también para los altos directivos de esta región, a diferencia de lo que ocurre en Latinoamérica y Europa, donde se trata del segundo y tercer tema más importante.

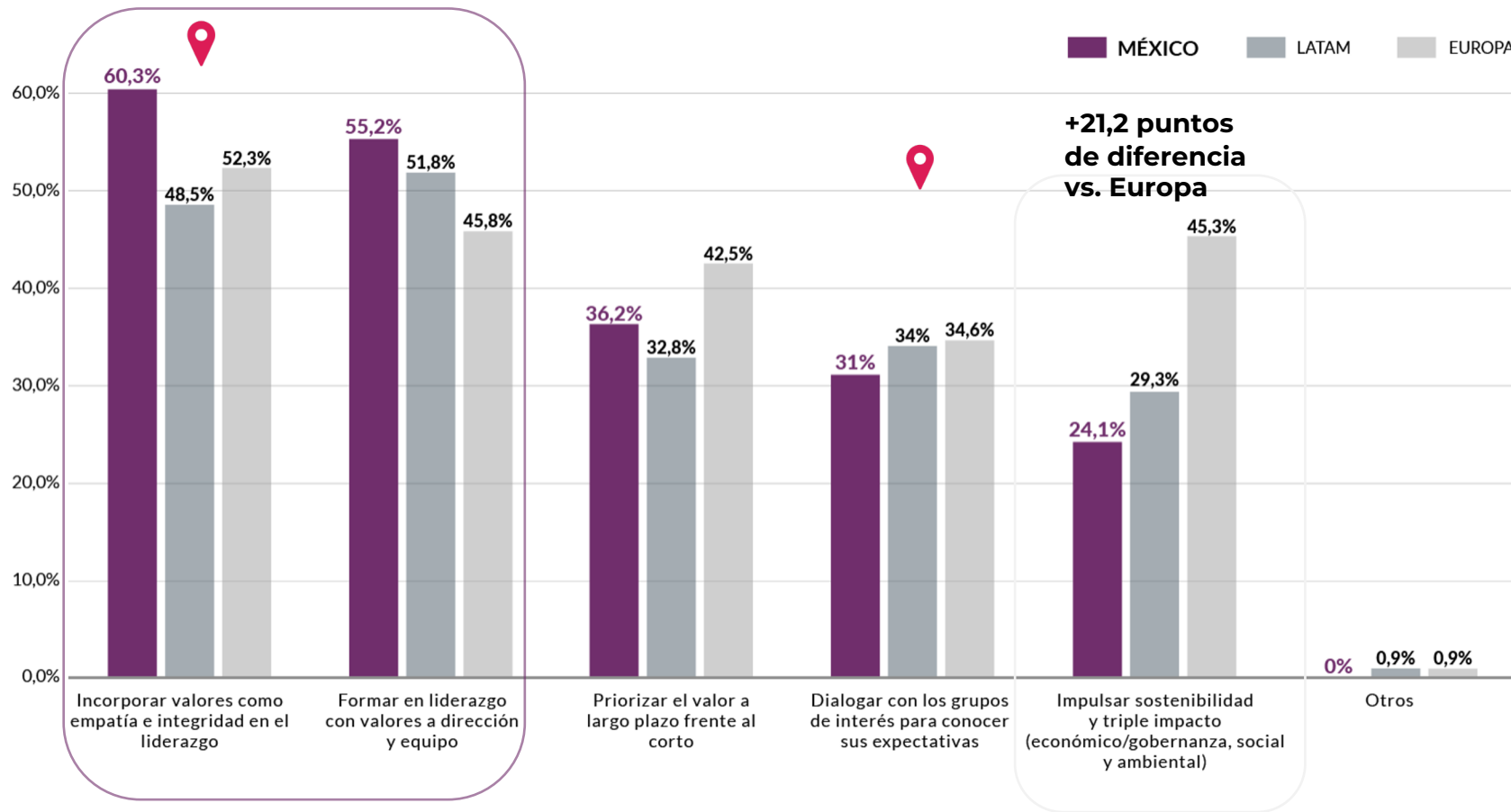
Existen dos ámbitos de acción clave: incorporar **valores como la empatía o la integridad en el liderazgo** (60,3 %) y **formar en liderazgo con valores** a la dirección y al equipo (52,2 %).

Se observa una diferencia con Europa de casi -20 puntos en impulsar el liderazgo responsable a través del desarrollo de la sostenibilidad y el triple impacto.

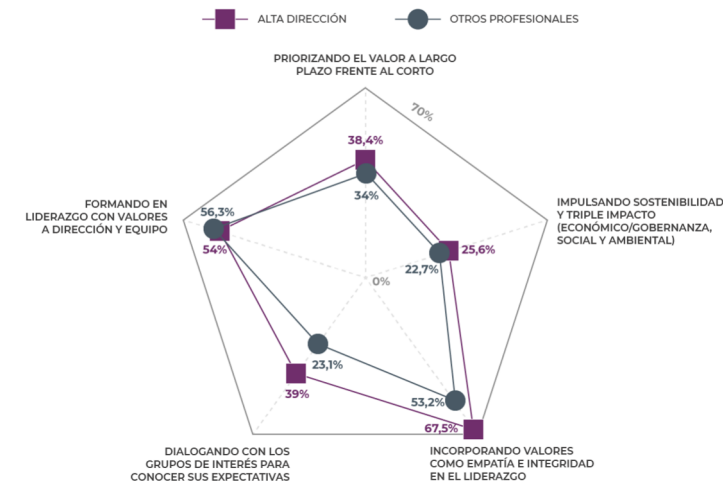
Con respecto a los desafíos, el **principal reto** con una diferencia de 10 puntos sobre el resto, y en sintonía con Latinoamérica y Europa está en **priorizar el valor a largo plazo frente al corto** (50,5%).

#5 LIDERAZGO RESPONSABLE

ÁMBITOS DE ACCIÓN



6 de cada 10 organizaciones Mexicanas centran sus esfuerzos en incorporar valores como la empatía o integridad para impulsar un liderazgo responsable

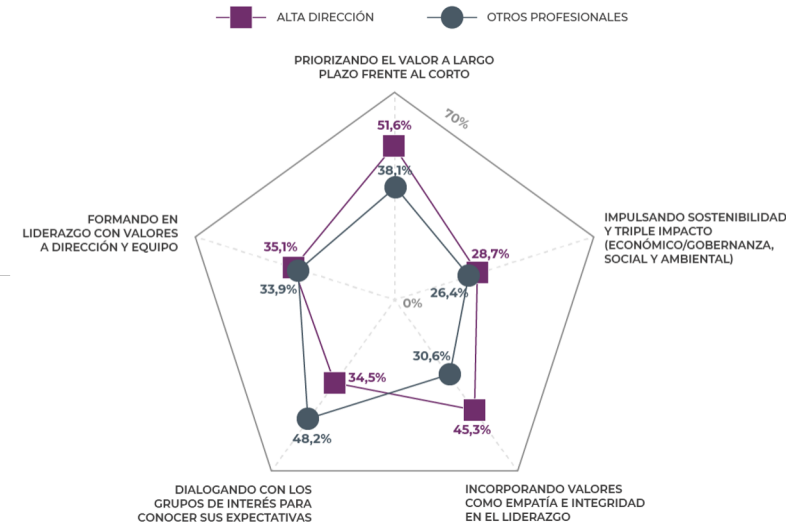
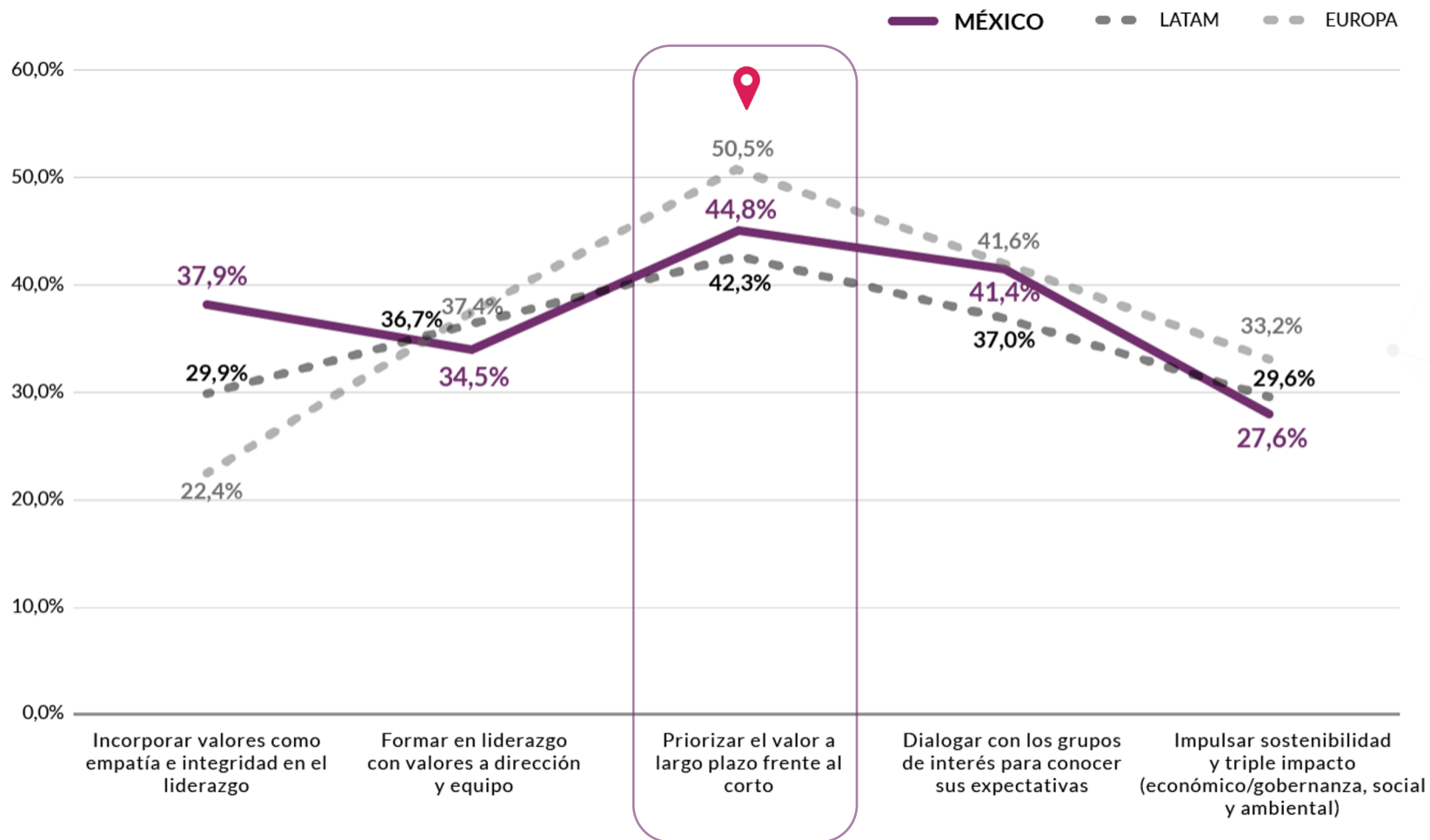


La alta dirección da una importancia de:

- ☐ Coincide con los principales ámbitos de acción: incorporar valores como la empatía o integridad, con una intensidad de +14,3 puntos; y la formación en valores.
- ☐ +15,9 puntos al diálogo con los grupos de interés.

#5 LIDERAZGO RESPONSABLE

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- ☐ +13,5 puntos a la búsqueda de equilibrio entre la creación de valor a largo y corto plazo.

#6 FUTURO DEL TRABAJO

Tras dos años de aceleración, los modelos de trabajo híbridos continúan evolucionando como un activo para la atracción del talento, que debe ir acompañado de un especial foco en el bienestar, la diversidad y la colaboración.

En la era del trabajo híbrido y flexible nos encontramos precisamente que el **ámbito** más trabajado en esta región es la **implementación de modelos de trabajo híbridos** (68,8%), en sintonía con los resultados de Latinoamérica (56,6%) y de Europa (71,9%). A este ámbito, y con una distancia de 22 puntos le sigue el impulso de la **flexibilidad horaria y la conciliación** (46,9%) y **promover la salud y bienestar físico, emocional y mental de los equipos** (39,1%).

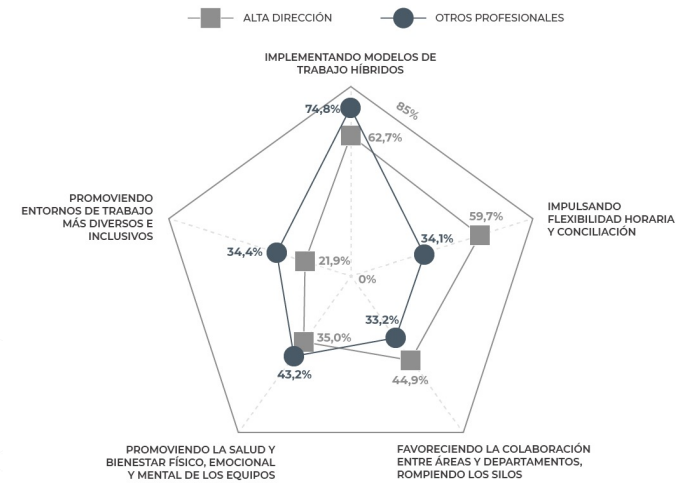
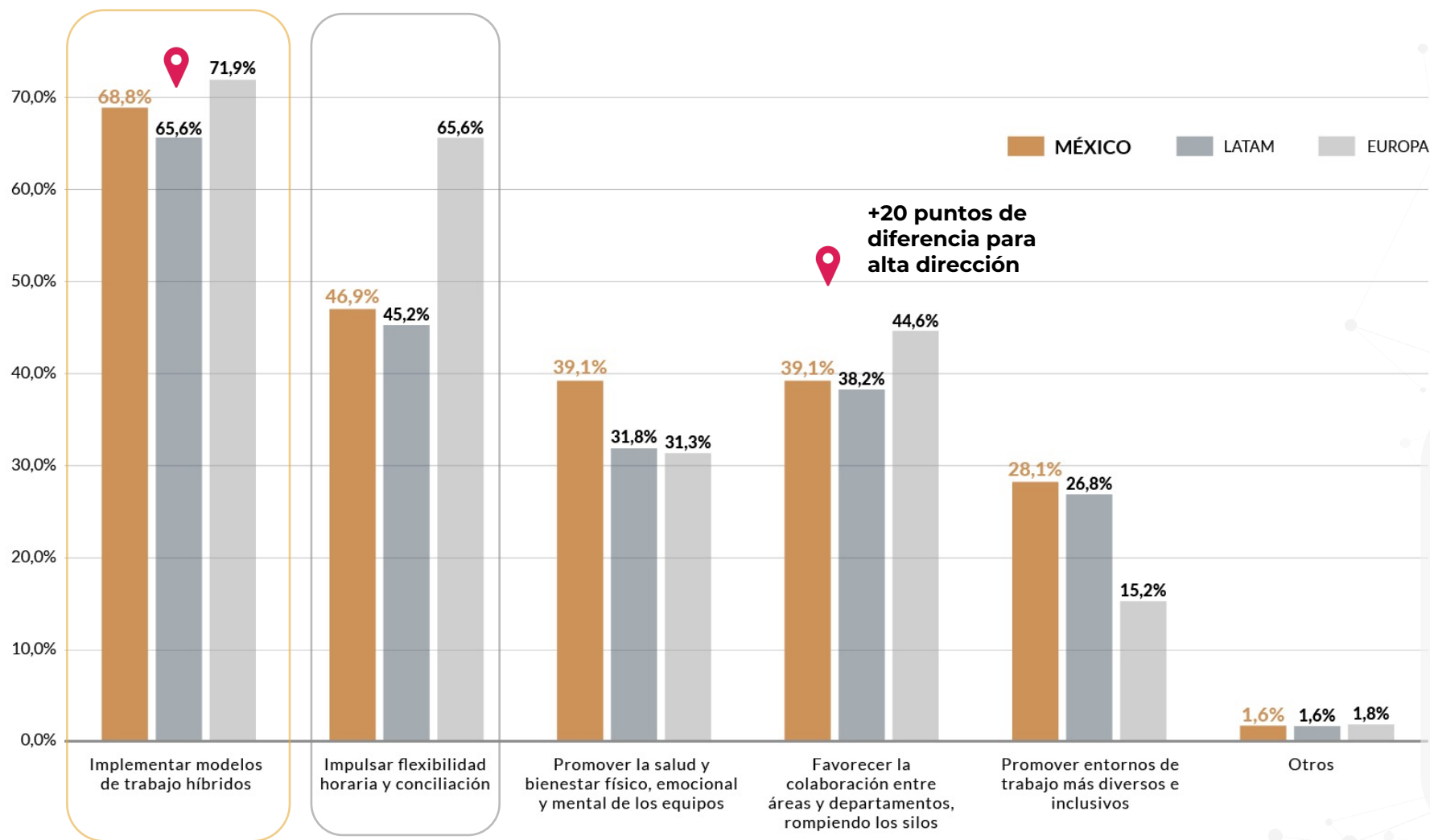
Cabe destacar que el impulso de la flexibilidad

horaria y la conciliación es un aspecto que se trabaja con mayor intensidad en Europa, con hasta 18,7 puntos de diferencia.

Se identifican tres retos principales con valoraciones similares: la **colaboración entre áreas y departamentos** rompiendo los silos existentes (43,8%) —que coincide también con el principal desafío para Latinoamérica (45,2%) y Europa (51,3 %)—, impulsar la **flexibilidad horaria y la conciliación** (42,2%), y promover **la salud y bienestar emocional** de los empleados (40,6%).

#6 FUTURO DEL TRABAJO

ÁMBITOS DE ACCIÓN

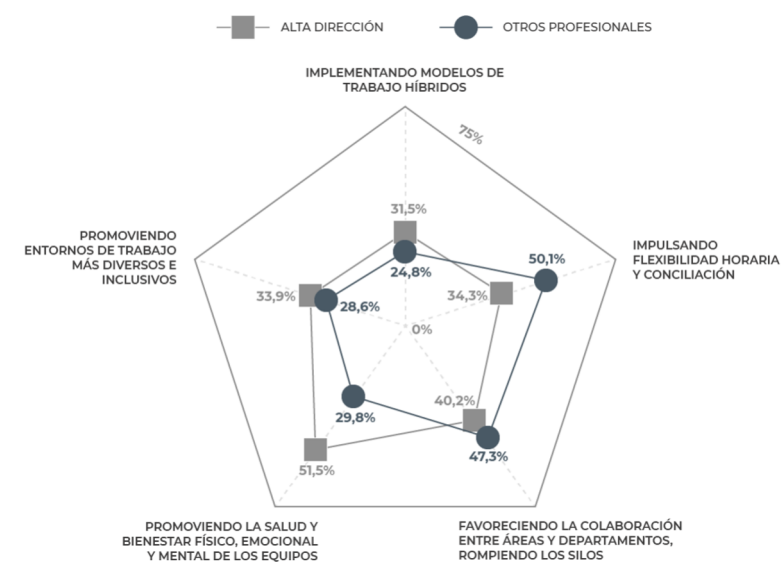
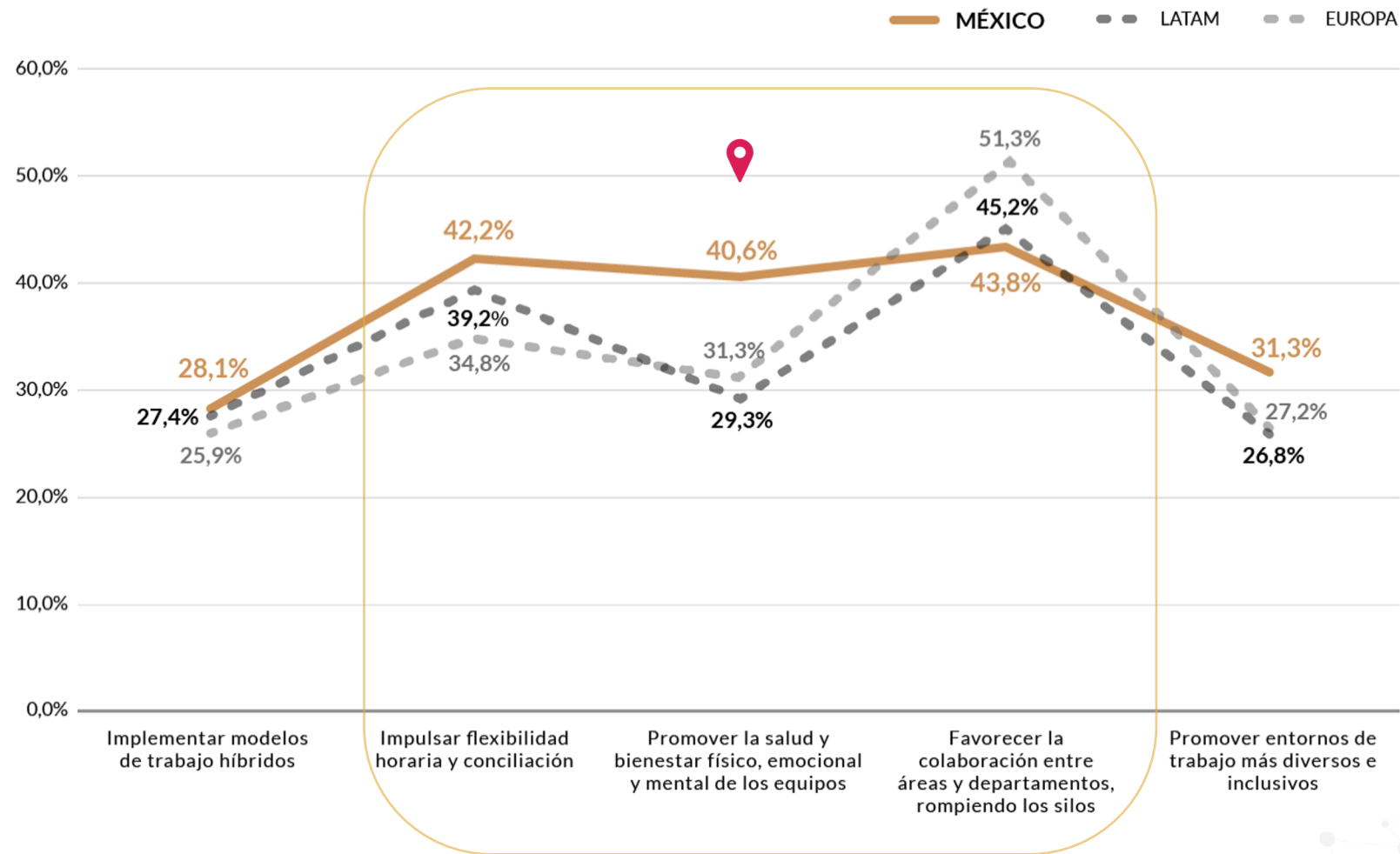


La alta dirección da una importancia de:

- Coincide con el principal ámbito de acción: implementar modelos híbridos (47,4%)
- +19,9 puntos a impulsar la colaboración entre las áreas y romper silos

#6 FUTURO DEL TRABAJO

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- +21,7 puntos a promover la salud y bienestar físico y emocional de los equipos

#7 MARCA CORPORATIVA

Aumenta la vinculación del posicionamiento de marca a otras tendencias como sostenibilidad, propósito y reputación; elementos que suman a un discurso coherente y comprometido y demuestran un enfoque cada vez más integrado en la gestión de intangibles.

La marca corporativa experimente un crecimiento en 2023 de más de 27 puntos en términos de esfuerzo y energías en el ranking global, y **se consolida como plataforma de relación con todos los grupos de interés.**

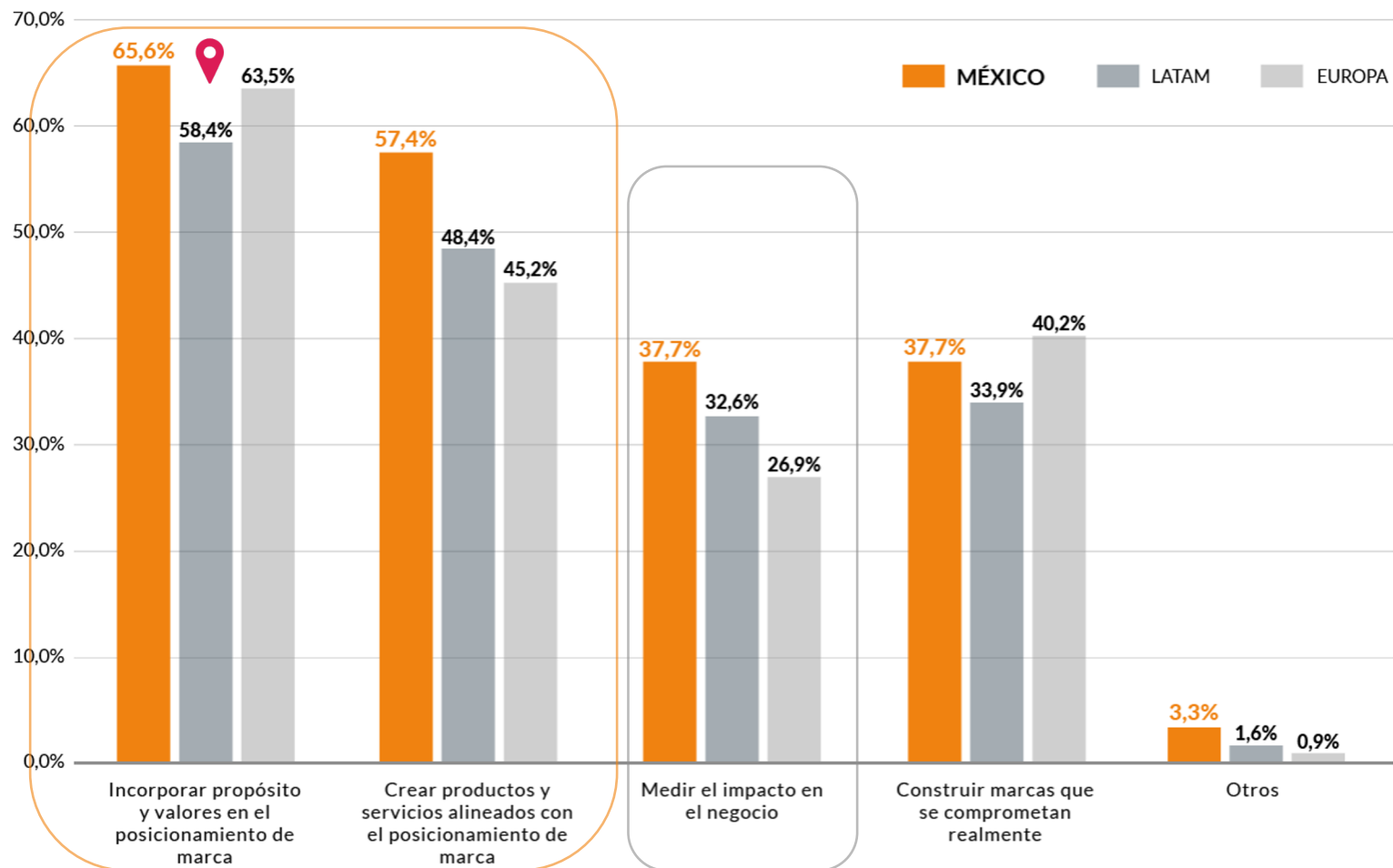
En México, el principal **ámbito de actuación** en materia de marca corporativa es la **incorporación del propósito y valores empresariales en el posicionamiento de marca** (65,6%) —el 70,8 % en el caso de la alta dirección—; seguido de la creación de **productos y servicios alineados con su posicionamiento** (57,4%), que experimenta una intensidad mayor en México, con 9 puntos de

diferencia respecto a Latinoamérica y de 12,2 puntos frente Europa.

A su vez se observa, cómo las organizaciones mexicanas están trabajando en mayor medida que Latam y Europa el medición del impacto de la marca en el negocio, aunque se trata, a su vez, del principal **desafío** (60,7%) —con más de cinco puntos de distancia frente a Latinoamérica (54,5 %) y Europa (54,8 %)—.

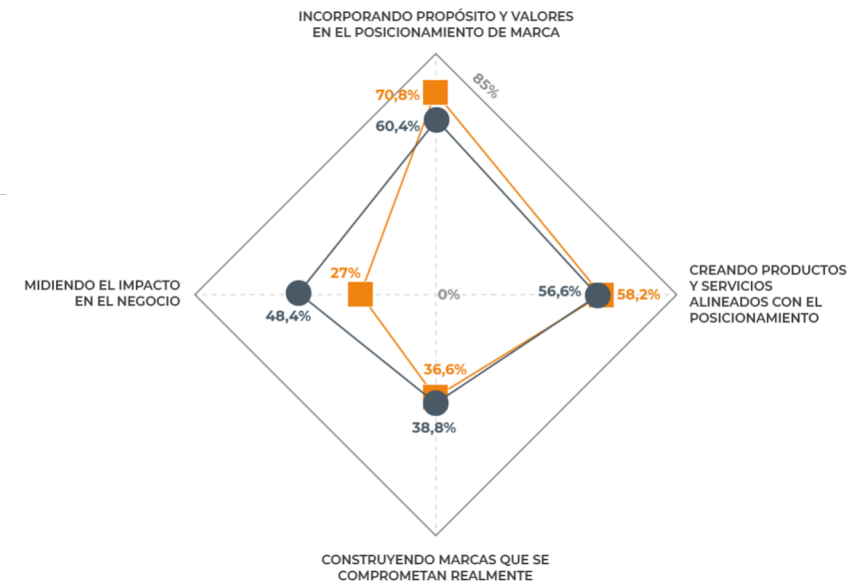
#7 MARCA CORPORATIVA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



La marca corporativa es el aspecto que más crece en términos de energía y esfuerzos a escala global (+27 puntos)

ALTA DIRECCIÓN OTROS PROFESIONALES

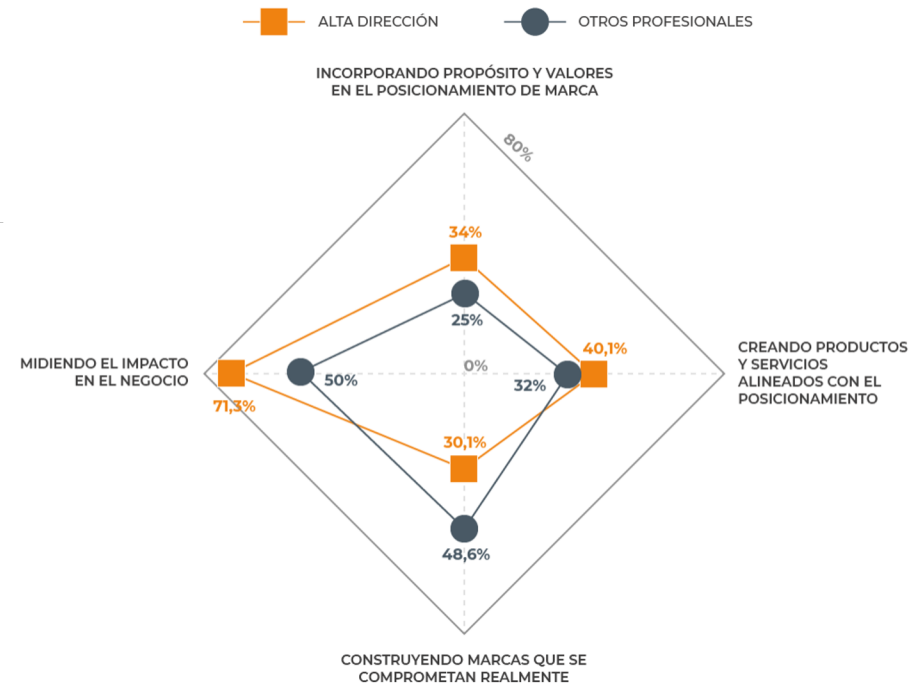
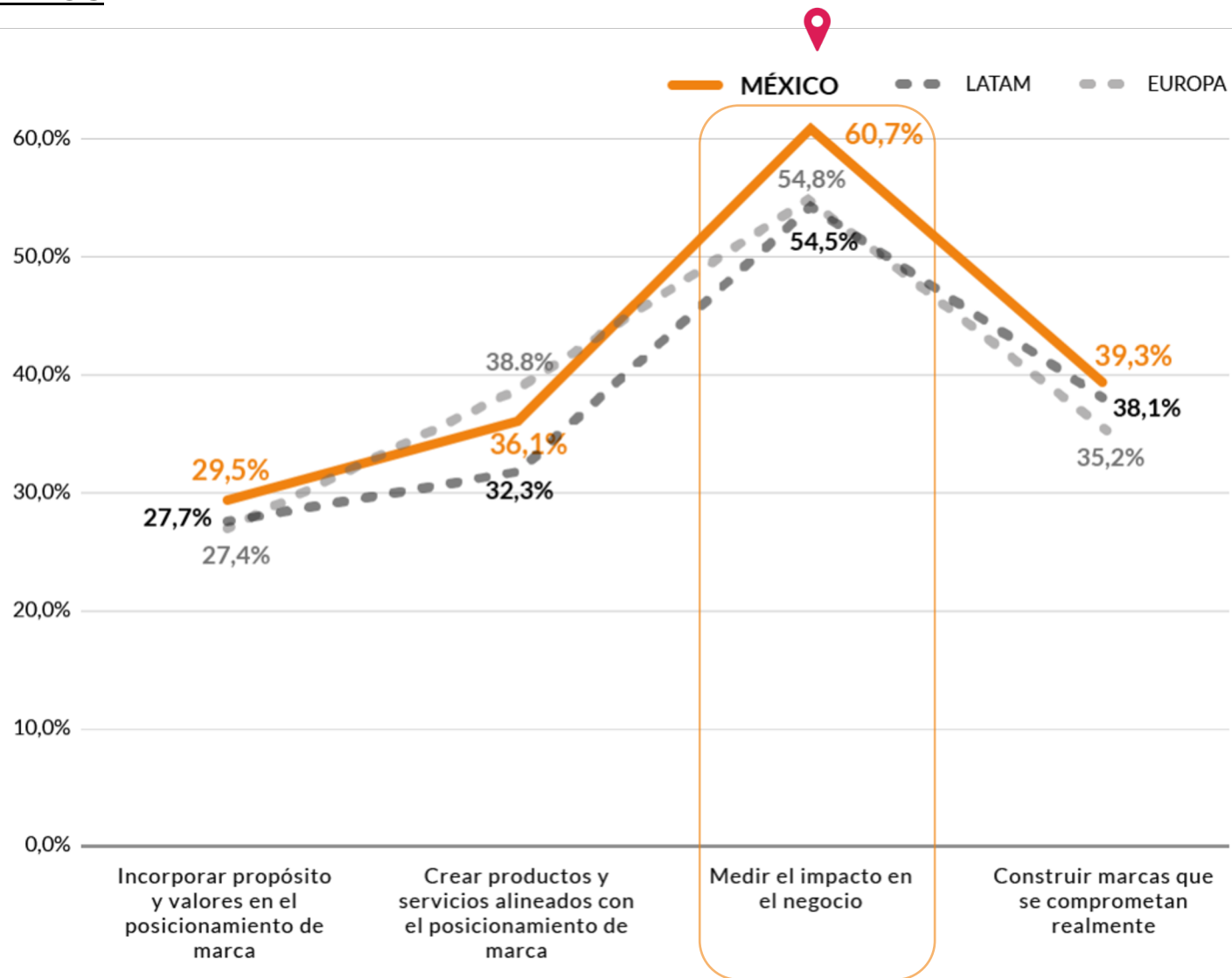


La alta dirección da una importancia de:

- +10,4 puntos a la incorporación del propósito y los valores en el posicionamiento de marca

#7 MARCA CORPORATIVA

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- ☐ Coincide con el principal reto: medición de impacto; pero la alta dirección muestra una mayor preocupación. 7 de cada 10 directivos así lo afirman (71,3%).

#8 DIGITALIZACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

La tecnología tiene un impacto transversal en las empresas. Los ámbitos dónde mayor impacta son en los modelos de trabajo, la relación con clientes y en el desarrollo de productos y servicios.

La digitalización y la tecnología es el tercer ámbito menos importante y menos trabajado en este territorio, frente a Europa, donde es el segundo aspecto más relevante u otras regiones latinoamericanas, como Centroamérica, donde se sitúa en cuarta posición.

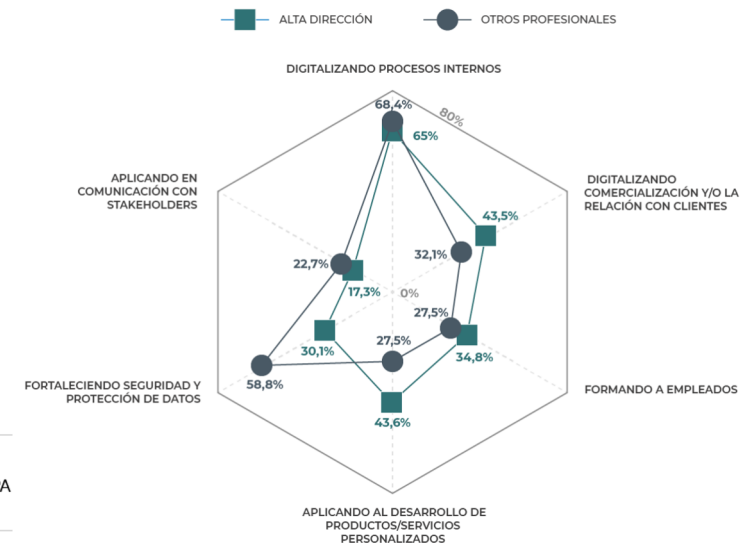
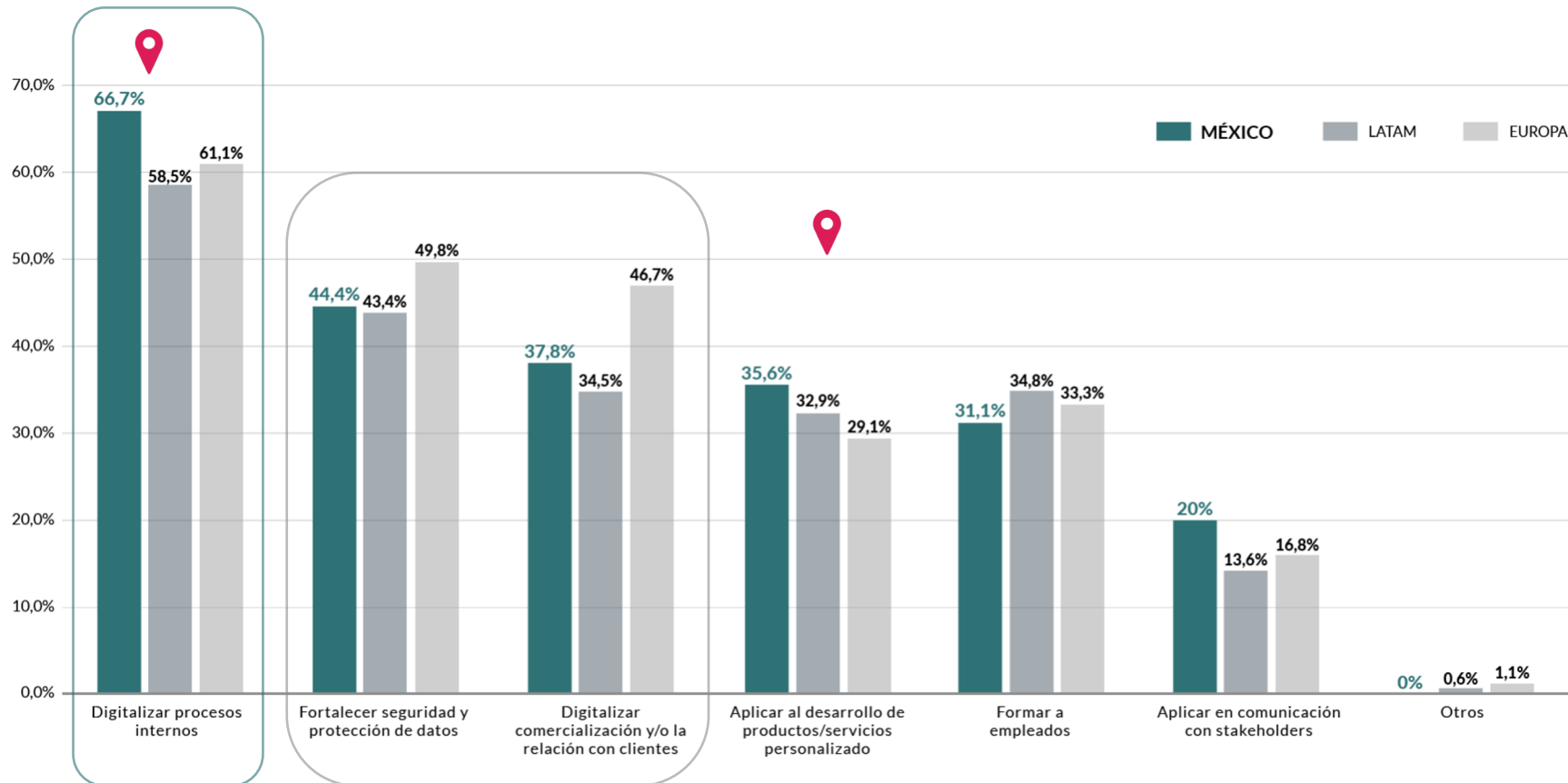
En este sentido, el ámbito al que más esfuerzo se está dedicando es **la digitalización de procesos internos** (66,7%), con una diferencia de 20 puntos respecto a iniciativas como el **fortalecimiento de la seguridad y protección de datos** (44,4%) o la **digitalización de la comercialización y/o la relación con clientes** (37,8%), aspectos trabajados con mayor intensidad en Europa, +5,4 puntos y 8,9 puntos respectivamente.

Por otro lado, el **reto** más relevante es la **formación** (48,9%), por encima de casi más de 10 puntos en relación a América Latina y a Europa. Y en sintonía con las prioridades de la alta dirección; para quienes la aplicación de la tecnología a la personalización y desarrollo de productos también es un desafío clave con hasta +10 puntos de diferencia.

El segundo desafío con una valoración del 40% está en la **comunicación con los stakeholders** (—curiosamente, el desafío menos relevante para la alta dirección (30,1%)—

#8 DIGITALIZACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

ÁMBITOS DE ACCIÓN

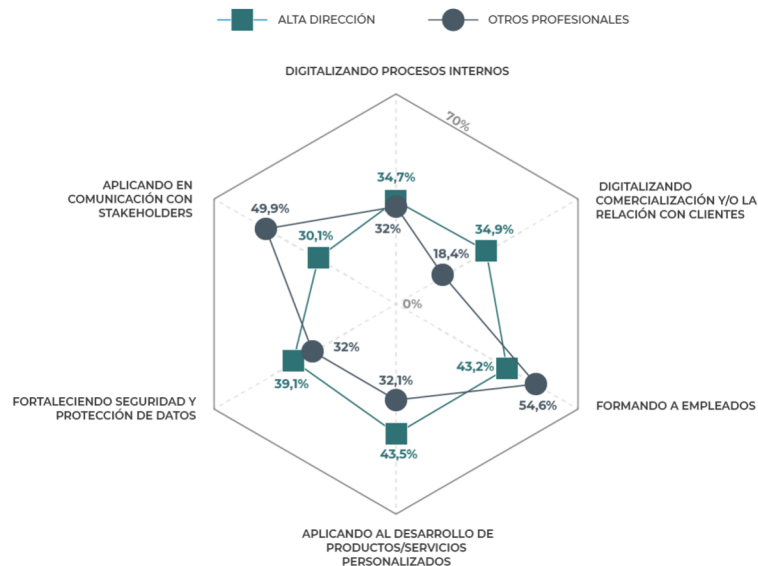
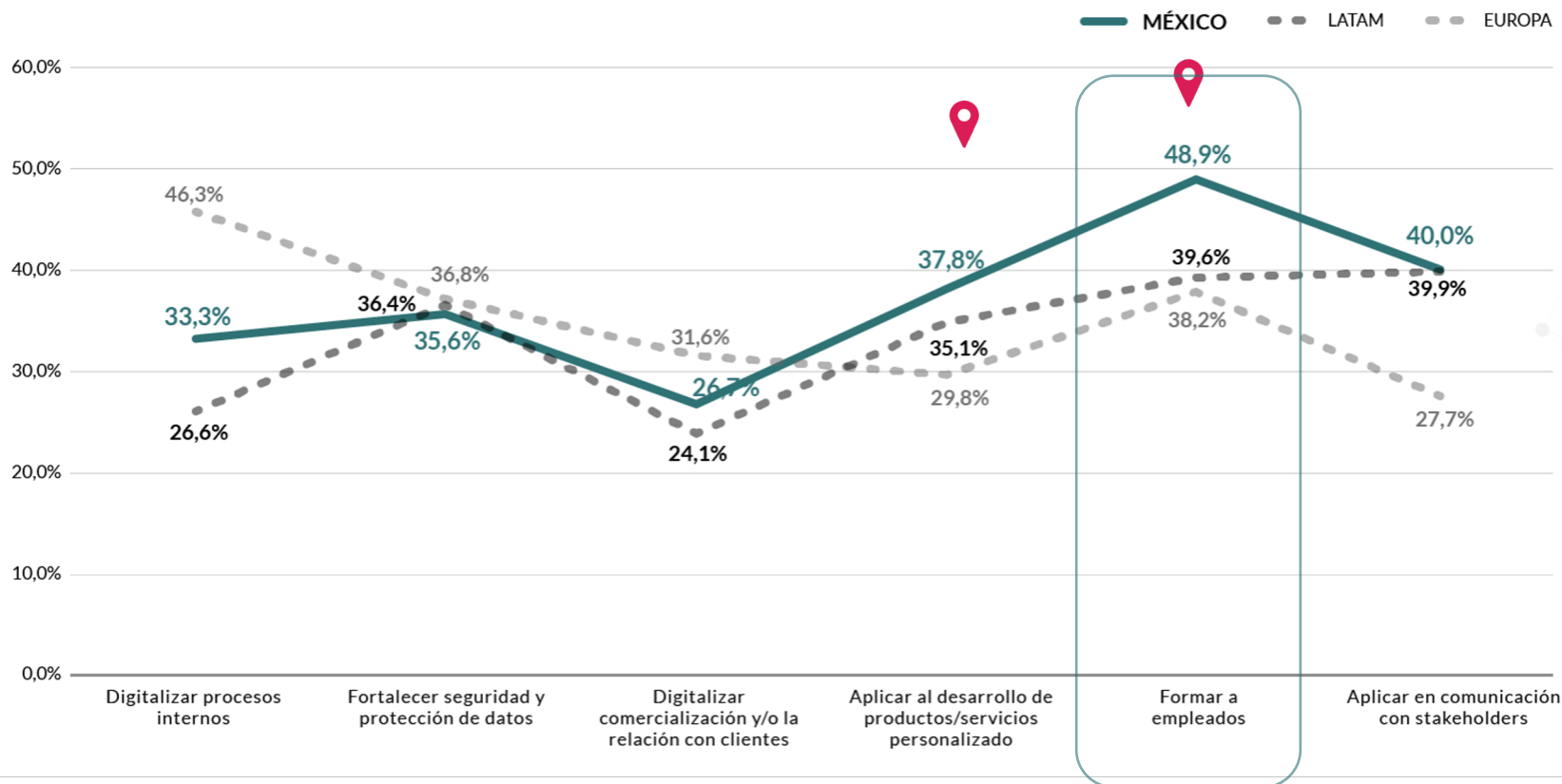


La alta dirección da una importancia de:

- La digitalización de procesos internos es la principal preocupación de los altos directivos, en sintonía con otros roles profesionales (65%).
- +16,1 puntos al diseño de productos y servicios personalizados

#8 DIGITALIZACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- ☐ Coincide con el principal reto identificado: formación a empleados. Junto al desarrollo de productos y servicios personalizados, con +11,4 puntos de diferencia

#9 GOBIERNO CORPORATIVO

La integración de criterios ASG en los modelos de gobernanza continúa avanzando en las organizaciones, que afrontan de forma simultánea múltiples ámbitos de transformación: desde definir marcos de acción, hasta el diálogo y la diversidad.

El principal ámbito de trabajo en términos de gobierno corporativo es la implementación de **códigos de conducta y canales de denuncia** (72,7%); con una intensidad de más de 15 puntos de diferencia en relación a Latam y Europa.

A este aspecto le sigue, la promoción de **iniciativas para el diálogo de la dirección con los grupos de interés** (54,5%), con más de 9 y 13 puntos de diferencia frente al resto de regiones analizadas; y el principal ámbito de acción para 6 de cada 10 altos cargos directivos.

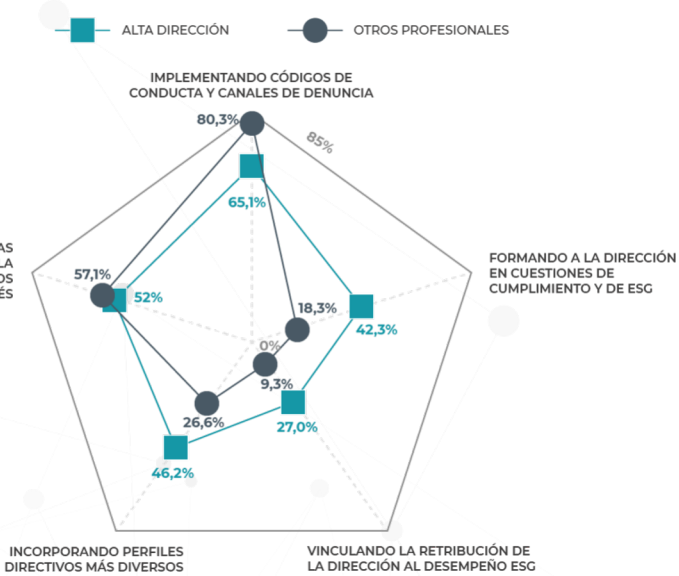
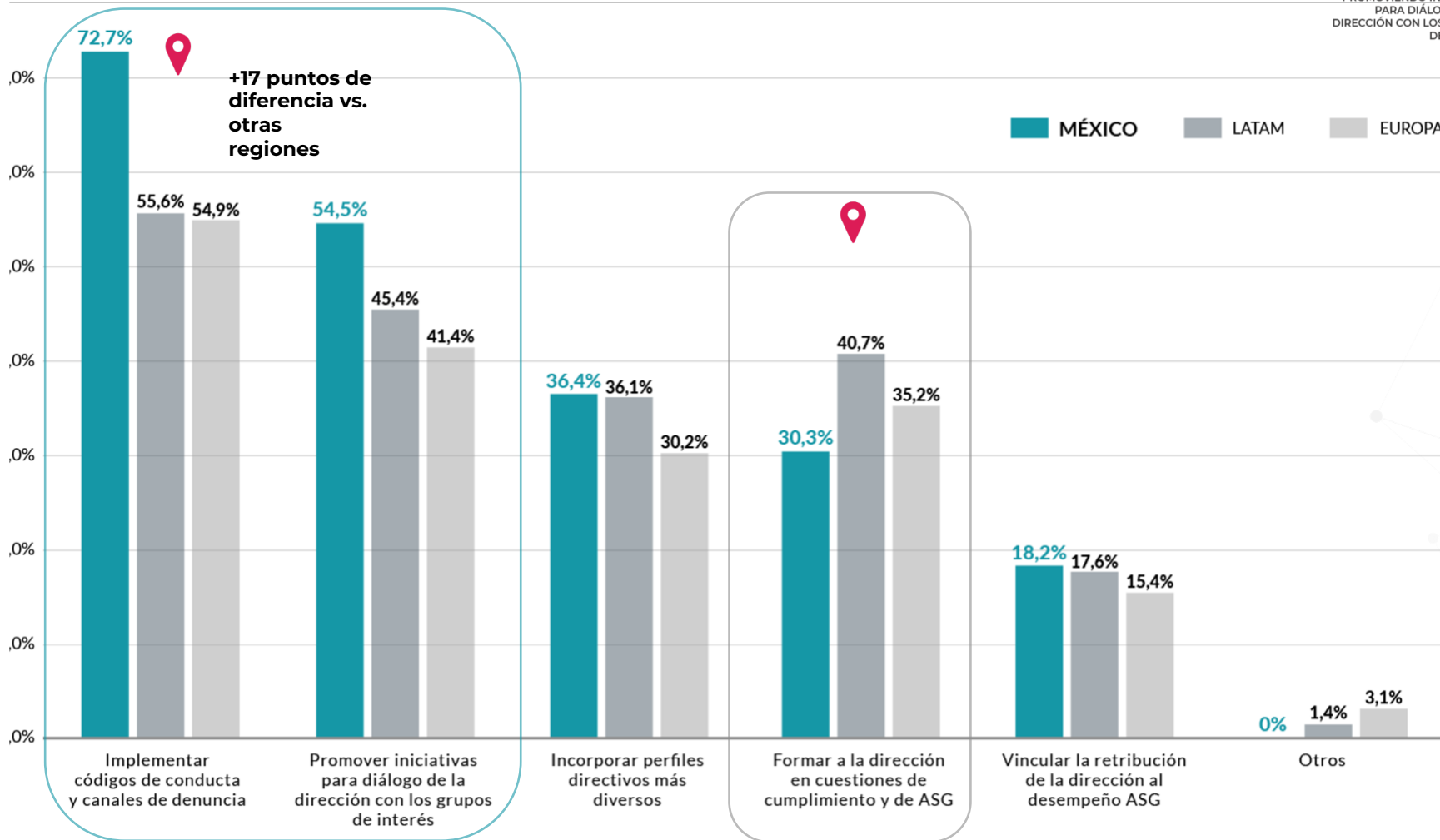
Por su parte, la formación en cuestiones de cumplimiento y ASG es un único aspecto en el

que México es superado por Latam y Europa en términos de intensidad y esfuerzo (+10,4 y 4,9 respectivamente).

El principal **desafío** consiste en la **vinculación de la retribución de la dirección al desempeño de criterios ASG** (54,5%), seguido de la **incorporación de perfiles más diversos** (45,5%). Ambos desafíos con un nivel de preocupación mayor para las organizaciones mexicanas que para las de Latam y Europa.

#9 GOBIERNO CORPORATIVO

ÁMBITOS DE ACCIÓN



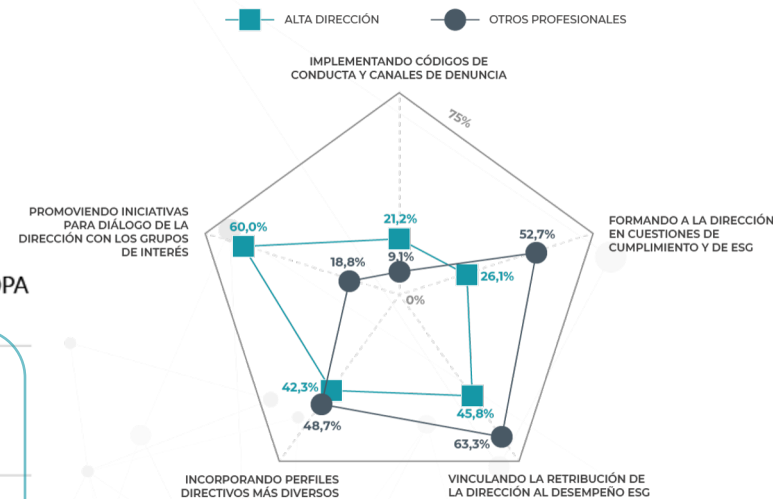
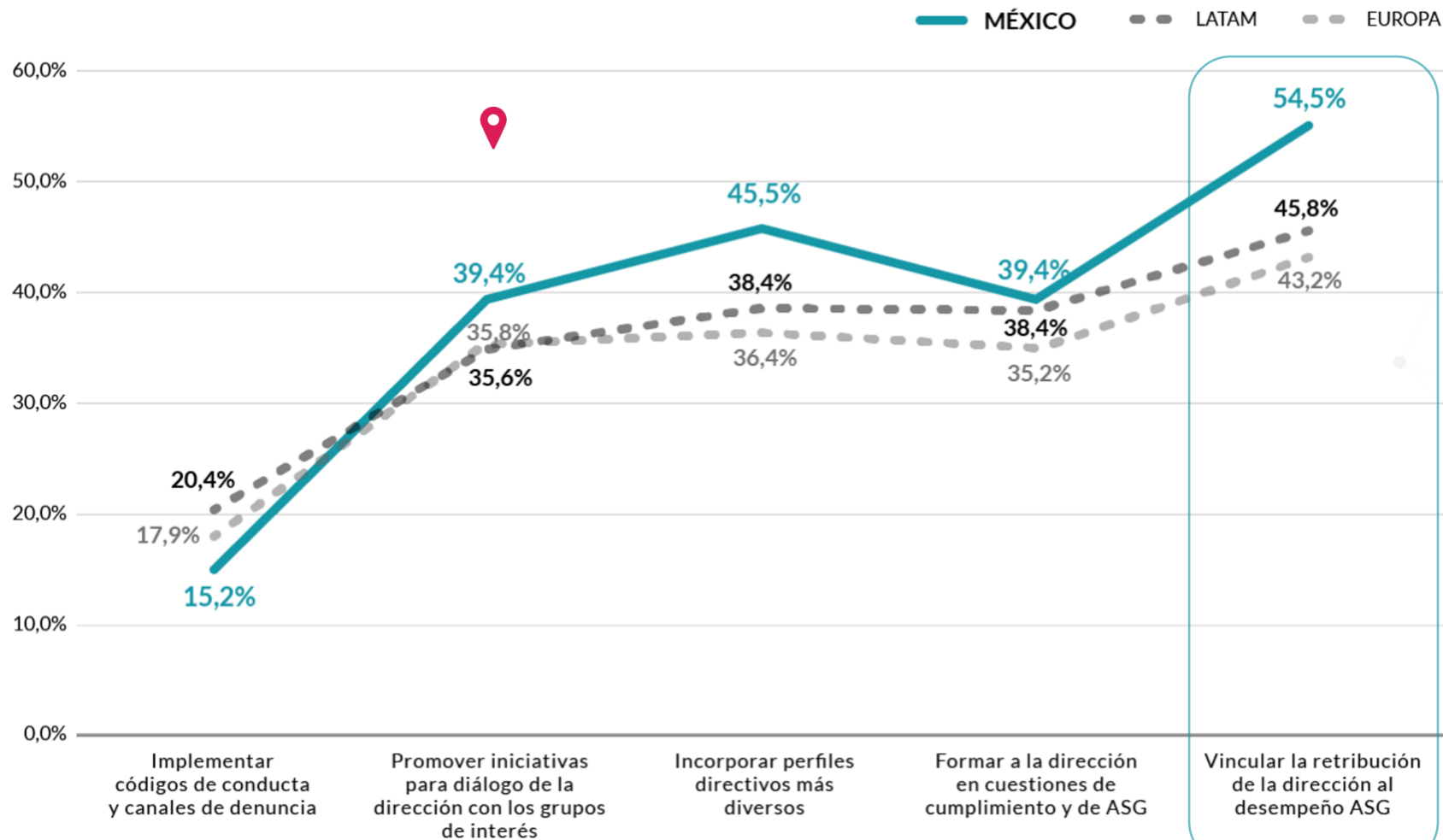
La alta dirección da una importancia de:

- ☐ Coincide con el principal ámbito de acción identificado: Códigos y canales de conducta (65,1%)
- ☐ +24 puntos a formación a la dirección en cuestiones de cumplimiento y ASG

Casi 3 de cada 7 organizaciones en mexicanas trabaja de forma intensa en este campo (27,5%)

#9 GOBIERNO CORPORATIVO

RETOS



Principales retos para la alta dirección

- +41,2 puntos a promover iniciativas de diálogo con los grupos de interés

#10 EMERGENCIA CLIMÁTICA

A pesar de los avances en sostenibilidad de las organizaciones, el ámbito ambiental es el menos desarrollado por segundo año consecutivo, reflejando una importante brecha entre los compromisos y las acciones.

La emergencia climática es el último tema en nivel de importancia para los profesionales de México, y también al que menos esfuerzos y energías se está destinando, coincidiendo con los resultados de todas las regiones analizadas, y en parte por encontrarse resuelta desde el enfoque del triple impacto que persigue la sostenibilidad, ubicada en posiciones más elevadas en términos de importancia en 2023; y en primera posición en el caso de los resultados globales y Europa.

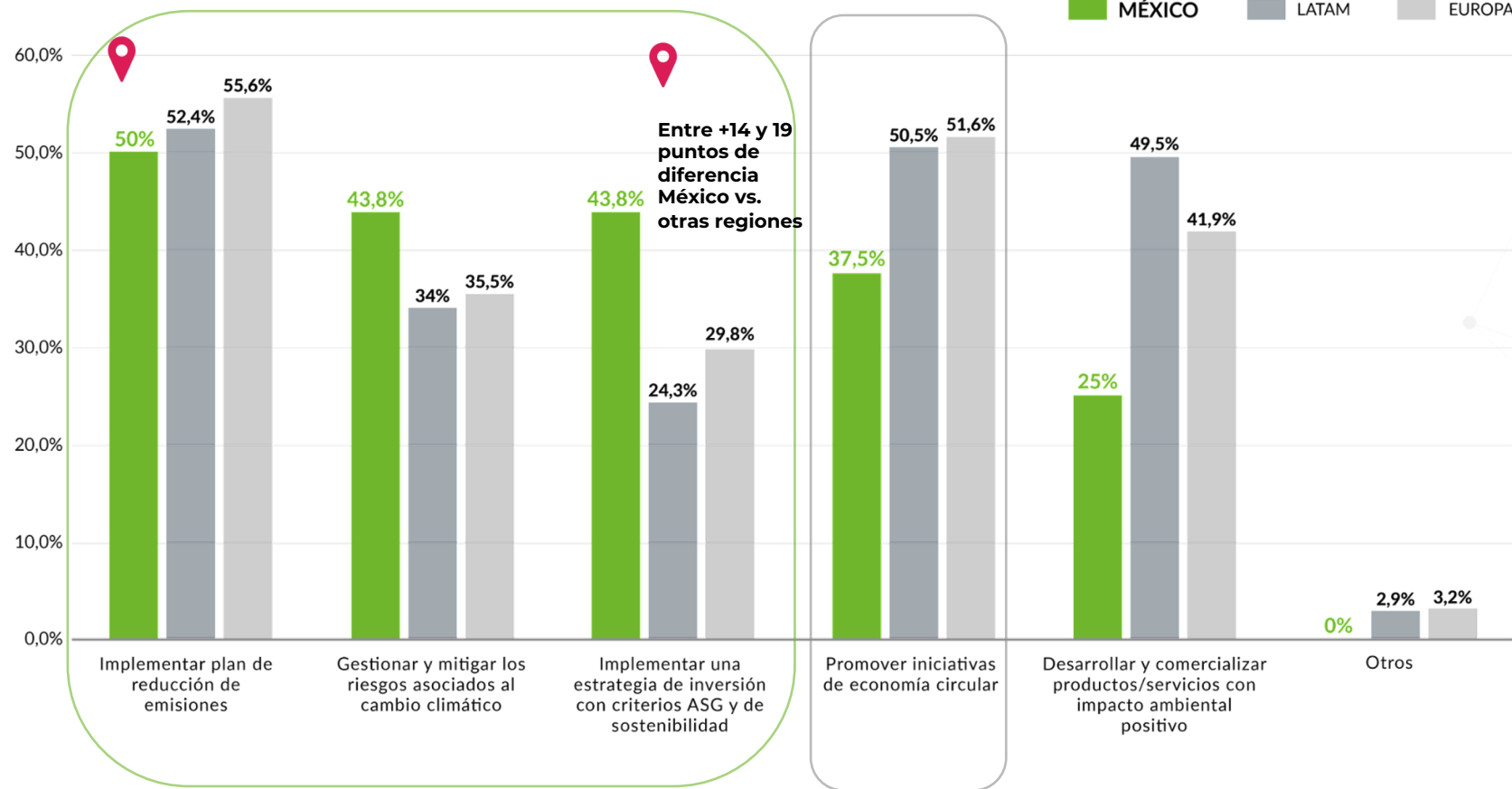
Los **ámbitos de acción** sobre los que se está avanzando en este aspecto son: la **implementación del plan de reducción de emisiones** (52,4 %) y con la misma valoración

(43,8%) la **gestión y mitigación de los riesgos asociados al cambio climático** y la implementación de **una estrategia de inversión con criterios ASG**, que presenta una intensidad de 15 a 19 puntos diferencia frente a Latam o Europa.

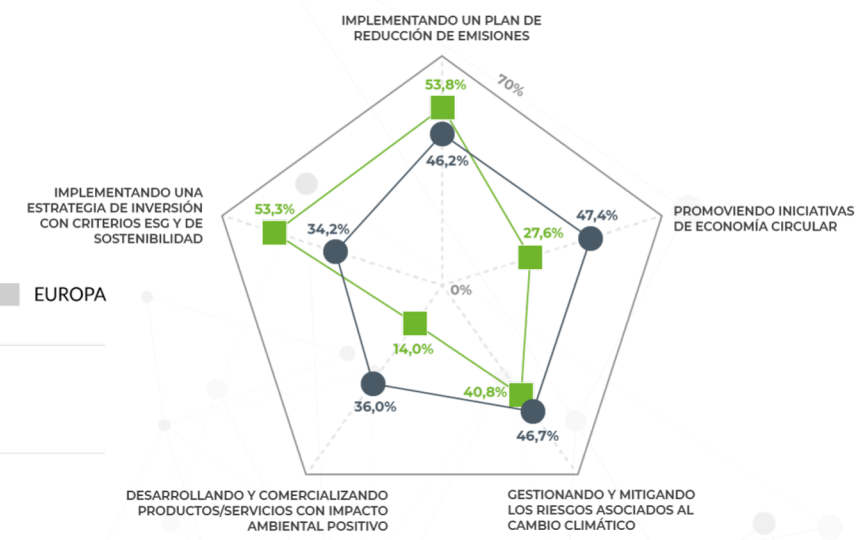
Se observa, además, que las organizaciones Mexicana **no están dedicando tantas energías a la promoción de iniciativas de economía circular** como sí se hace desde Latam y Europa (-13 puntos). De hecho, este es el **principal reto** que identifican la mitad de las organizaciones de la región.

#10 EMERGENCIA CLIMÁTICA

ÁMBITOS DE ACCIÓN



■ ALTA DIRECCIÓN ● OTROS PROFESIONALES



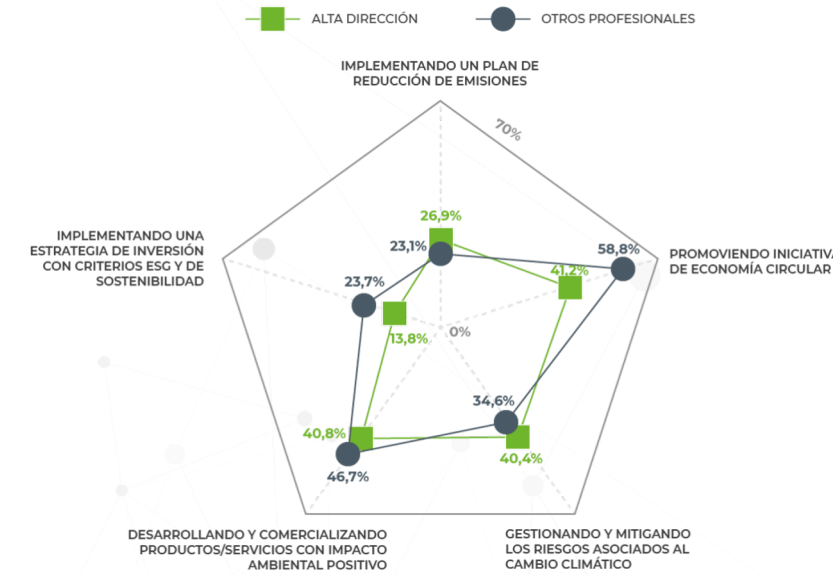
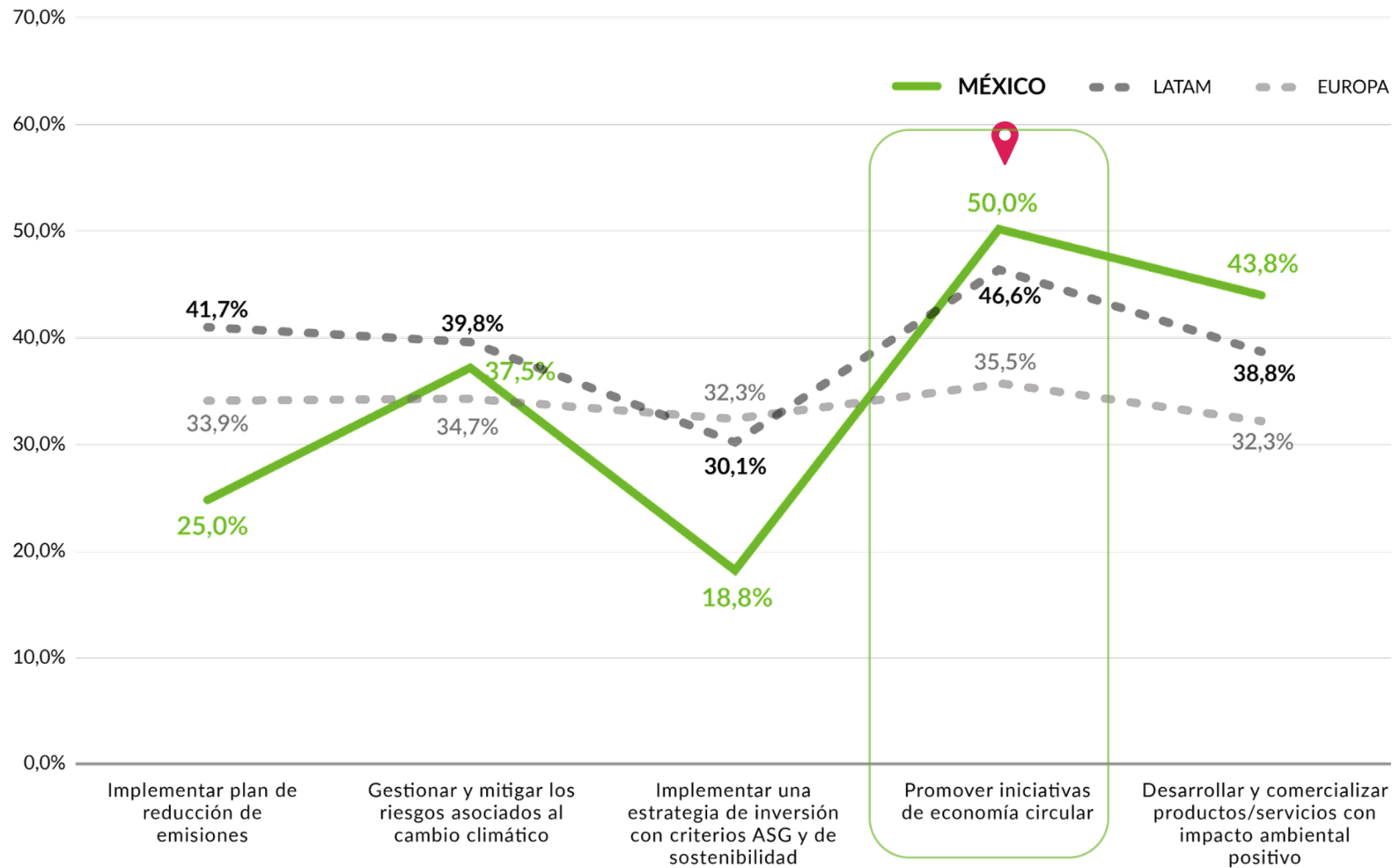
La alta dirección da una importancia de:

- ☐ +7,6 puntos a la implementación de un plan de reducción de emisiones, seguido de la implementación de una estrategia de inversión en criterios ASG, con una intensidad de +19 puntos.

Aspectos menos relevante (21,7 %) y trabajado (13,3%) en sintonía con los resultados de Latam y Europa.

#10 EMERGENCIA CLIMÁTICA

RETOS



Principales retos para la alta dirección

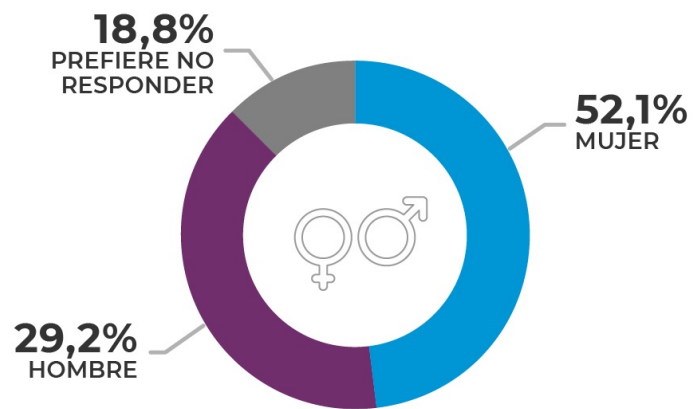
- ❑ Coincide con el principal reto: promover iniciativas de economía circular, pero le otorgan incluso menos importancia (41,2%). Para el resto de retos se observan mismas valoraciones, y destaca el desarrollo de productos con impacto positivo y la gestión y mitigación de riesgos o (40,8% y 40,4% respectivamente).

FICHA TÉCNICA

México

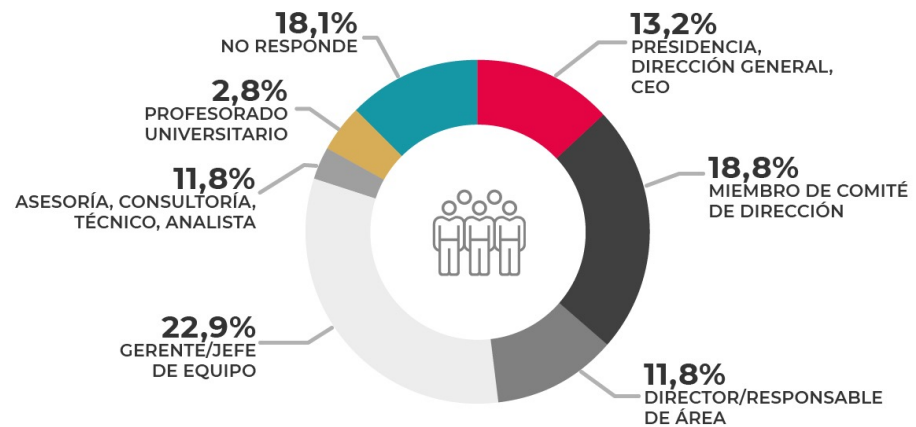
GÉNERO DE RESPUESTA

MÉXICO



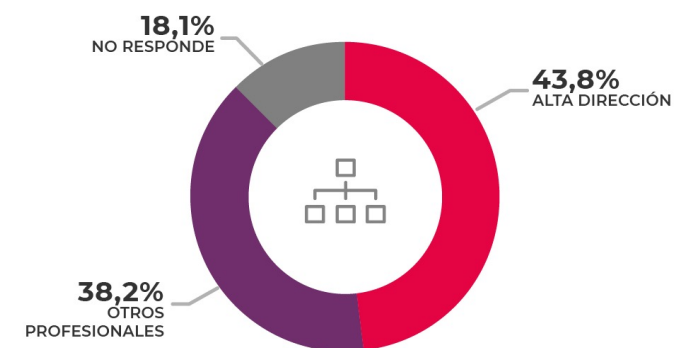
ROL PROFESIONAL

MÉXICO



ROL PROFESIONAL - ALTA DIRECCIÓN

MÉXICO



ENTIDADES COLABORADORAS

MÉXICO

APOYO INSTITUCIONAL
MÉXICO

JeffreyGroup
a Hill+Knowlton company



CÍRCULO
DE REPUTACIÓN
CORPORATIVA



2023

APPROACHING THE FUTURE

TENDENCIAS EN REPUTACIÓN
Y GESTIÓN DE INTANGIBLES

DESCARGA

- Resumen ejecutivo
- Top Aprendizajes
- Vídeo lanzamiento
- Informes enfocados
- Informe completo





EN SUSCRIPCIÓN +



www.approachingthefuture.com

Únete a la revolución de la Reputación.



-  ACOMPAÑAMIENTO ESTRATÉGICO
-  HERRAMIENTAS, INDICADORES Y MODELOS
-  CONOCIMIENTO PRÁCTICO
-  FORMACIÓN AVANZADA