



# PROYECTOS I+D+i

Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership

# MAPA DE PROYECTOS I+D+i POR ÁREA DE ACTIVIDAD



## REPUTACIÓN

- Medición de la reputación
- Valoración del impacto económico de la reputación
- Recuperación de la confianza de los *stakeholders*
- Riesgos reputacionales
- Observatorio de inteligencia reputacional
- Reputación en entornos digitales
- Reputación del CEO



## IDENTIDAD, ALINEAMIENTO Y MARCA CORPORATIVA

- Propósito corporativo
- Activación del en empleados y consumidores
- Metodología para definir el propósito alineado con la visión y expresión a través de la Marca corporativa



## COMUNICACIÓN

- Nuevo modelo de comunicación
- Contribución de la empresa & narrativa corporativa
- Comunicar la RSC
- Publicidad y Patrocinios



## SOSTENIBILIDAD, RSC Y BUEN GOBIERNO

- *Reporting* no financiero
- Responsabilidad Empresarial & Negocio responsable
- *Compliance* & Control interno
- Modelos de Buen Gobierno



## PROSPECTIVA & ASUNTOS PÚBLICOS

- Observatorio de tendencias, anticipación y asuntos globales
- Investigación prospectiva: de tendencias en gestión de intangibles
- Inteligencia social para la toma de decisiones



## TALENTO

- El rol de los empleados en la construcción de la reputación corporativa
- *Employee advocacy*, activación de empleados



## MÉTRICAS AVANZADAS

- Cuadro de Mando de intangibles
- Evolución del peso de los intangibles en el valor total
- Indicadores clave de marca, reputación y comunicación
- Métricas avanzadas de RRHH
- AMEC, Integrated Evaluation



## CORPORATE EXCELLENCE ACADEMY

- The Global Chief Communications Officer y la gestión estratégica de los activos intangibles – The Global CCO
- Curso online *Introducción a la gestión de la reputación y los intangibles* (RIBPP)
- Curso para la Gestión de Riesgos Reputacionales

**¡TE MOSTRAMOS UNA SELECCIÓN DE LOS PROYECTOS QUE TENEMOS EN CURSO!**



## **PROYECTOS I+D+i**

Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership



REPUTACIÓN

## PROYECTOS I+D+i EN REPUTACIÓN

### Medición de la reputación corporativa

Creación, desarrollo e implementación del modelo de medición y gestión de la reputación RepTrak® Pulse en colaboración con la consultora Reputation Institute. El modelo, presentado por primera vez en mayo de 2006 en la Conferencia Anual de Reputación Corporativa celebrada en Nueva York, se ajusta a la realidad de cada sector y empresa, además de que permite obtener *insights* estratégicos gestionables y de utilidad práctica para las organizaciones. Este modelo ha logrado consolidarse como el método más utilizado en el mundo por la comunidad empresarial para medir y gestionar la reputación.

Actualmente, de la mano de Reputation Institute, estamos trabajando en la adaptación y evolución del modelo en distintos sectores empresariales como la banca, el sector energético, el farmacéutico, entre otros.

*Aliados*





REPUTACIÓN

## PROYECTOS I+D+i EN REPUTACIÓN

### Gestión de riesgos reputacionales

Trabajamos con aliados estratégicos y referentes en riesgos reputacionales a nivel mundial con el objetivo de avanzar de forma sólida y establecer un marco de referencia en la materia de riesgos reputacionales. El desarrollo de este proyecto de innovación, de carácter estructural, ha permitido la difusión de conocimiento en la materia de riesgos estratégicos y reputacionales a través de diversas publicaciones, estudios y un programa especializado de formación.

#### *Aliados*





## PROYECTOS I+D+i EN REPUTACIÓN

### Gestión de la reputación en instituciones académicas y culturales

Con el objetivo de promover la medición y la gestión de la reputación en el ámbito educativo y cultural hemos abierto vías de colaboración e investigación con distintas y relevantes instituciones de dichos sectores que han dado como resultado destacadas iniciativas y actividades que están impulsando la innovación en la gestión de dichas instituciones y donde nuestra Fundación participa como colaborador estratégico.

Dentro de las iniciativas cabe destacar la celebración de la Conferencia Internacional *Building Universities' Reputation* que organiza la Universidad de Navarra y la Conferencia Anual de *Reputación de Museos* que organiza el Museo de la Universidad de Navarra junto a el Museo del Prado y el Reputation Institute y que celebrará su primera edición en mayo de 2019.

#### *Aliados*

MUSEO NACIONAL  
DEL PRADO

Ri  
Reputation Institute

Museo  
Universidad  
de Navarra

Universidad  
de Navarra



IDENTIDAD,  
ALINEAMIENTO Y  
MARCA CORPORATIVA

## PROYECTOS I+D+i EN IDENTIDAD ALINEAMIENTO & MARCA

### Propósito corporativo

El propósito, entendido como la identidad organizativa, aquello que la hace única y diferente, se ha convertido en un elemento movilizador de creencias compartidas y de alineamiento interno y externo.

Para innovar en este ámbito Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership participa en la investigación internacional impulsada por Arthur W. Page Society sobre la implementación del propósito corporativo, trasladando y compartiendo conocimiento en este campo con el tejido empresarial.

### *Aliados*



ARTHUR W. PAGE SOCIETY



COMUNICACIÓN

## PROYECTOS I+D+i EN COMUNICACIÓN

### Modelo de diálogo eficiente con los grupos de interés MODE®

MODE® es un nuevo modelo de evaluación resultado de un proyecto de I+D+i impulsado por Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership junto a Soandex.

El modelo permite medir la eficacia y la eficiencia de los mensajes, las acciones de RSC, los planes de sostenibilidad y las inversiones en comunicación y marketing, entre otras aplicaciones posibles. Proporciona, de forma automatizada, la matriz de materialidad e informa del nivel de consenso o acuerdo existente para cada uno de los ejes de actuación de la empresa. El modelo permite, además, analizar la brecha entre los asuntos relevantes consultados y sus indicadores, ofreciendo datos de coste-efectividad, coste-eficacia, así como análisis prospectivos.

El modelo cuenta tanto con la validación académica de la Universidad Jaume I como con los resultados de su aplicación real a Auchan Retail España.

*Aliados*







COMUNICACIÓN

## PROYECTOS I+D+i EN COMUNICACIÓN

### Narrativa empresarial

Para lograr transmitir la identidad de la empresa de forma consciente y coherente es preciso conectar con un historia clara y diferenciadora que se ajuste a las expectativas de los diferentes grupos de interés. Es por ello que Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership ha puesto en marcha un proyecto piloto para crear un método innovador en narrativa empresarial.

Este modelo permite a las organizaciones contar su relato corporativo y poner en valor su contribución positiva a través de nuevos formatos narrativos dirigidos a cada uno de los grupos de interés que conforman el mapa de stakeholders de una compañía.

### *Aliados*





SOSTENIBILIDAD,  
RSC Y BUEN  
GOBIERNO

# PROYECTOS I+D+i EN SOSTENIBILIDAD, RSC Y BUEN GOBIERNO

## Modelo para la rendición de cuentas de la sostenibilidad

Desarrollo de una nueva metodología para la comunicación de la RSC y la sostenibilidad en colaboración con la consultora de comunicación Atrevia. Este modelo ofrece a los directivos de comunicación, relaciones institucionales y RSC/RSE herramientas sofisticadas de transparencia, escucha, cocreación de compromisos y evaluación de resultados.

El objetivo del modelo es conectar y generar confianza a los grupos de interés y proporcionar claves relacionales para que la empresa pueda mostrar la diligencia debida en la implantación de su Política de RSC, como lo marca la Ley y lo recomienda el Código de Buen Gobierno de Sociedades Cotizadas.

*Aliados*

# ATREVIA



TALENTO

## PROYECTOS I+D+i EN TALENTO

### La responsabilidad de los empleados en la reputación corporativa

El rol de los empleados en la construcción o destrucción de la reputación de la compañía para la que trabajan es determinante; son los principales embajadores de una marca y uno de los actores sociales que mayor confianza genera, pero ¿cómo podemos activar su compromiso para que promuevan favorablemente la reputación de la empresa para la que trabajan?

Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership ha desarrollado en conjunto con Alcor Consultores (hoy, Estudio de Comunicación) y la participación de Enrique Carreras, miembro del comité experto en métricas de la fundación, un modelo de gestión operativo para movilizar a los empleados como responsables principales de la reputación de la empresa. Hasta ahora el modelo ha sido aplicado a empresas miembro y empresas cercanas a la red de Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership.

### *Aliados*





MÉTRICAS AVANZADAS

## PROYECTOS I+D+i EN METRICAS DE INTANGIBLES

### Cuadro de Mando de indicadores intangibles clave y sus relaciones causales con negocio

Investigación desarrollada con la ayuda de matemáticos expertos para la introducción de indicadores no financieros (reputación, marca y experiencia) en los cuadros de mando que definen la estrategia general de la compañía y la compensación de los empleados.

Se trata de añadir a los indicadores financieros tradicionales que hasta ahora han dominado este cuadro de mando, y que explican cómo hemos ganado dinero en el pasado, algunos indicadores que nos hablan de la proyección de ingresos futuros como la reputación, la salud de la marca corporativa, el orgullo de pertenencia/compromiso de los empleados, la satisfacción de los clientes y la propensión a recomendar la marca y sus productos y servicios a terceros.

### *Aliados*





MÉTRICAS AVANZADAS

## PROYECTOS I+D+i EN METRICAS DE INTANGIBLES

### I+D+i - Indicador de Marca Triple E

Con el objetivo de demostrar la contribución al negocio de la gestión de la marca corporativa, hemos desarrollado junto a Conento Advanced Analytics Solutions un indicador de marca corporativa, con impacto demostrado en negocio, para introducir en los Cuadros de Mando de las organizaciones.

El indicador de marca recibe el nombre «Triple E», al actuar sobre tres palancas clave de la marca *energía*, *esencia* y *experiencia*. El indicador, que identifica las palancas más influyentes de la marca para generar comportamientos favorables en los grupos de interés que impactan directamente en el negocio, ha sido validado por el sector bancario.

### *Aliados*





MÉTRICAS AVANZADAS

# PROYECTOS I+D+i EN METRICAS DE INTANGIBLES

## Métricas de Talento

Conscientes de la importancia del talento para el desarrollo de las organizaciones, Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership contribuye activamente con la investigación y creación de indicadores de talento organizacional impulsados por el Centro Avanzado para el desarrollo de Métricas de Talento Organizacional del Instituto de Ingeniería del Conocimiento de la Universidad Autónoma de Madrid, CAMTO.

El grupo, conformado por empresas de prestigio, consultores especializados e investigadores académicos tiene por objetivo compartir experiencias y *best practices* así como el desarrollo de metodologías y métricas para que sean utilizados como un estándar de medida en la valoración del talento de las organizaciones.

## *Aliados*





# PROYECTOS I+D+i

Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership

Más información

[info@corporateexcellence.org](mailto:info@corporateexcellence.org)

[www.corporateexcellence.org](http://www.corporateexcellence.org)

91 445 18 18