

CORPORATE & PUBLIC AFFAIRS



La comunicación se centrará en las **personas**.



La **Responsabilidad Social** de la Empresa tendrá un papel destacado.



La Comunicación Interna recupera su protagonismo.



El nuevo escenario político y los nuevos players surgidos favorecerán el crecimiento de **Asuntos Públicos**.

· **Empresas más sociales, comunicación más social**

Los millennials han dejado su legado y las empresas se han creído lo de ser cada vez más sociales y responsables. La RSE iniciará una nueva era y recuperará el protagonismo en la estrategia de Comunicación Corporativa. Destacarán las empresas más responsables y socialmente más comprometidas. El "nuevo consumidor" es digital y exige marcas más sociales, responsables y comprometidas.

· **Comunicación con cara, comunicación de personas**

En un doble sentido:

- El equipo:** las personas son el centro de las organizaciones, el talento y el alma de las empresas. La comunicación hablará de "nuestras personas", "nuestro equipo" y "nuestro talento".
- Los líderes:** el CEO es uno de los grandes activos reputacionales. El Dircom constituirá relatos sólidos y creíbles para comunicar la Marca a través del líder.

· **Más comunicación interna**

Atrás han quedado los recortes. La comunicación interna será un elemento estratégico liderado, en casi todas las grandes empresas, por el Dircom.

· **Principales tendencias en Comunicación Interna**

1· **Conversación:**

Los canales sociales y participativos serán cada vez más importantes y harán que las redes sociales internas sigan creciendo. La comunicación personal del equipo directivo seguirá teniendo un papel destacado.

2· **Implicación en el negocio:**

Cada empleado es embajador de la Marca y lo hace permanentemente, de forma activa y de forma pasiva. Serán necesarios un entendimiento amplio del negocio, valores y saber transmitirlos.

3· **Evaluar resultados: Sigue siendo un reto pendiente.**

Los KPI convencionales son insuficientes. Comunicación Interna necesitará criterios de evaluación económica y ROI para todos los canales implantados, al igual que la publicidad, las relaciones públicas y el Marketing Directo.

4· **Las redes sociales... móviles:**

Las apps de comunicación interna para círculos reducidos de empleados y/o directivos se consolidan. Las redes sociales internas se instalarán en los smartphones para asegurar una comunicación eficaz e inmediata.

5· **Integración cultural:**

Surge el reto de integrar lo común (valores y visión de marca) bajo lo diverso (países, lenguas y continentes), como consecuencia de la globalización empresarial.