



Diplomacia corporativa. La nueva inteligencia directiva

Juan Luis Manfredi Sánchez

Editorial UOC S.L., Barcelona, 2018

Diplomacia corporativa. La nueva inteligencia directiva

A mediados del siglo pasado, Covin definió la inteligencia como la capacidad de adaptación al medio. Hoy, setenta años después, se hace imprescindible desarrollar al máximo esta competencia en las organizaciones para acomodarse a un entorno de incertidumbres y cambios disruptivos propiciados, en gran medida, por la evolución tecnológica.

En un escenario globalizado, los retos de las empresas van más allá de las estrategias de mercado; el valor de la marca se ha convertido en un bien preciado y la reputación allana el camino hacia la influencia.

Partiendo de un cabal análisis del contexto actual, el profesor Juan Luis Manfredi defiende que ya no vale solo con comunicar globalmente sino que es preciso contar con estrategias de diplomacia corporativa. En este sentido, propone una metodología de trabajo para las compañías y un amplio catálogo de tácticas y acciones cuya implementación les facilitará la adaptación al nuevo marco e incrementará su influencia para tratar de acomodarlo a sus necesidades.

A lo largo de nueve capítulos, el autor aprovecha sus conocimientos sobre la gobernanza pública, la gestión corporativa y la comunicación para abordar asuntos de gran actualidad como la interacción entre política y empresa, la legislación multinivel (internacional, nacional, local), el entorno digital como espacio donde se libra la batalla por la influencia, los *think tanks* como instituciones de influencia global o el nuevo papel de la ciudadanía en los procesos de comunicación. En este recorrido se evidencia la importancia que ha adquirido la gestión del capital político de las compañías.

Sin embargo, lejos de ser un profundo análisis teórico, desciende a la arena de la cotidianidad para proponer tácticas y acciones concretas. Como una “función propia de la innovación directiva en el siglo XXI”, considera que la diplomacia privada traduce las amenazas tangibles y numéricas en riesgos concretos y observables y propone el desarrollo de tres mapas (riesgos, grupos de interés y redes) como base de un plan de acción que ayude a los consejos de administración a la toma de decisiones para alcanzar la reputación global y la influencia local.

Este escenario sin fronteras territoriales precisa de nuevos perfiles en la dirección de las empresas que Manfredi disecciona a través de las competencias profesionales, habilidades, destrezas, conocimientos y actitudes de los directivos que han de asumir este novedoso papel de embajadores de la marca para defender sus intereses frente al creciente número de actores que pugnan por influir en un entorno que, hasta hace muy poco, era competencia exclusiva de los Estados. Sus directrices se orientan a que los dirigentes sean capaces de interpretar el contexto, dispongan de un método de trabajo, gestionen convenientemente la reputación, cuenten con un discurso público estructurado y tengan capacidad crítica para evaluar el desarrollo de la estrategia.

La experiencia adquirida por el profesor Manfredi en diversos organismos internacionales le permiten ser un observador privilegiado de la realidad. En este sentido, resulta especialmente relevante conocer su punto de vista sobre algunos nuevos caminos que se atisban como relevantes para la gestión corporativa en un futuro cada vez más cercano, como la emergencia de inéditos movimientos políticos, la ciberseguridad, la desigualdad en la era digital, la gobernanza de la inteligencia artificial o la robotización.

En resumen, en un momento lleno de incertidumbres, este manual arroja luz y sirve de guía a los gestores de las empresas que se mueven en un entorno global para que incorporen estrategias de diplomacia corporativa y pongan al servicio de sus empresas la inteligencia directiva necesaria para adaptarse a los nuevos tiempos.

Luis Mauricio Calvo Rubio

Periodista y doctorando

Universidad de Castilla-La Mancha