

MONTERREY. MÉXICO

I Foro (in)Comunicación

25 SEPTIEMBRE 2024



**XIII CUMBRE
IBEROAMERICANA DEL SEGURO**
MONTERREY, MÉXICO | POR UNA SOCIEDAD SOLIDARIA, ÉTICA,
HUMANA, SALUDABLE, JUSTA Y SOSTENIBLE

18 COMUNICACIÓN
RESPONSABLE





I Foro de (in)Comunicación

¿Para qué comunican las organizaciones? Básicamente para construir reputación, generar vínculos con sus grupos de interés e influir sobre sus percepciones y decisiones. A partir de ahí, se plantean objetivos distintos: desde vender más y mejor, a atraer talento o, incluso, potenciales inversores.

En un entorno social y político cada vez más polarizado, confuso e inundado de fake news, los grandes líderes mundiales se plantean la necesidad de reconstruir la confianza como elemento imprescindible para recuperar la senda del progreso y el crecimiento. De hecho, el eje del último World Economic Forum de Davos ha sido el concepto “trust-building”.

Pero no todo son malas noticias. Si nos atenemos a los resultados del último Barómetro de la Confianza de Edelman, los negocios y las empresas son las únicas instituciones consideradas éticas y competentes. Sin embargo, a tenor de iniciativas como el impulso de la creación de un ODS 18 vinculado a la comunicación responsable de la Fundación Iberoamericana Alianza del Seguro tras la intervención de Genuario Rojas, presidente e El Asegurador, en el marco de la cumbre realizada en Ciudad de México en 2023, y por parte de Global Alliance, esto no significa necesariamente que se esté comunicando bien o, al menos, todo lo bien que podría hacerse.

El sector asegurador no es, desde luego, ajeno a esta realidad. Más bien al contrario. En términos generales, su comunicación no ha destacado especialmente en términos de construcción de reputación y eficacia, aunque son numerosos los esfuerzos de compañías y asociaciones sectoriales para mejorarla. Un ejemplo es la campaña “Estamos seguros” de la patronal española del seguro UNESPA que busca prestigiar el sector y dotar a su comunicación de un perfil más humano y emocional.

Por tanto, aquí está nuestra oportunidad. El mundo del seguro debe abrazar la comunicación

responsable sin esquivar ninguno de sus elementos. Solo así podrá responder a su propósito y aprovechar el momentum (recordemos los datos de Edelman).

Pero ¿qué significa la comunicación responsable? Entre otras cosas:

- Considerar el diálogo como la herramienta más poderosa. Por tanto, generar de forma estratégica y planificada espacios de diálogo con todos los grupos de interés.
- Enfoque ético de la comunicación basado en hechos. Dicho de otra forma, ser coherentes y consistentes entre lo que decimos y lo que hacemos.
- Apoyo al periodismo riguroso y lucha contra las noticias falsas.
- Participar e impulsar un diálogo abierto sobre los grandes desafíos globales. Es decir, comprender que la empresa forma parte de la ciudadanía (ciudadano corporativo) y que tiene obligaciones sociales.
- Apoyar e impulsar la diversidad en todas sus facetas y utilizar siempre un lenguaje positivo e inclusivo.
- Compromiso con la accesibilidad y la inclusión en formatos, mensajes, canales, etc.
- Atención especial a los colectivos más vulnerables.
- Impulso de la transparencia a todos los niveles (por ejemplo, en la oferta comercial, en los aspectos contractuales, en el reporting corporativo, etc.).

Esto implica, entre otras cosas, una apuesta estratégica de las compañías aseguradoras por la comunicación que pasa por una mayor profesionalización de su gestión, por integrar a los directores de Comunicación en los órganos corporativos de gobierno, por dotar de presupuesto suficiente, etc.



José María Palomares

Director del I Foro de (in)Comunicación

MIÉRCOLES

25 | SEP
TIEM
BRE

18 COMUNICACIÓN
RESPONSABLE



09:00h REGISTRO DE PARTICIPANTES



Café de bienvenida

Presentadora de continuidad



Anna Muñoz

Periodista. Responsable de comunicación de la Fundación Iberoamericana Alianza del Seguro.

09:30h EL FOCO DEL I FORO DE (IN)COMUNICACIÓN



José María Palomares

Director del I Foro de la (in)Comunicación.

09:40h CONFERENCIA: “REPUTACIÓN CORPORATIVA EN TIEMPOS DE DESINFORMACIÓN Y POLARIZACIÓN”.



Juan Luis Manfredi

Catedrático de Periodismo y Estudios Internacionales en la Universidad de Castilla-La Mancha.

10:15h **DIÁLOGO: RETOS REPUTACIONALES EN TORNO
A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA**



Laura Barona
AVP Comunicación Corporativa en AT&T.



Mariana Sanz
CEO Latin America & GM Mexico, Edelman.

10:45h **COFFEE BREAK**

11:15h **MESA REDONDA: LA PERSPECTIVA DEL SECTOR
FINANCIERO Y ASEGURADOR**



Daniel Bandle
Director general de AXA México



Lyssette Bravo
*Directora de Comunicación y Asuntos Públicos
de HSBC Latam.*



Manuel G. Musi Veyna
*Marketing & Communications Director, Marsh
McLennan México.*



José María Palomares
*Vicepresidente del Foro-ia y director del Foro de
(in)Comunicación.*

Modera:

César Rojas
Director de El Asegurador.

12:00h EL IMPACTO DE LAS EMOCIONES EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN



Florencia Gianelli
Psicóloga. Directora de Administración de Riesgos del Trabajo de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

12:30h CONFERENCIA: LIDERAZGO ESTRATÉGICO: CONFIANZA Y GESTIÓN DEL RIESGO REPUTACIONAL



Mónica Araya
Presidenta y fundadora de Gorbar Internacional.

13:00h CIERRE Y CONCLUSIONES



José Mª Palomares
Director del I Foro de (in)Comunicación.



César Rojas
Director de El Asegurador.

18 COMUNICACIÓN RESPONSABLE

