

## GLOBAL CAPABILITY FRAMEWORK

Proyecto [Global Capability Framework](#), coordinado y financiado por la [University of Huddersfield](#) (Reino Unido), con el soporte institucional de la [Global Alliance for PR and Communication Management](#), realizado en nueve países en el bienio 2016-2018: Reino Unido –University of Huddersfield-, Suecia –Lund University-, España –Universidad de Navarra-, Estados Unidos –University of Oklahoma-, Canadá –Mount Saint Vincent University y McMaster University-, Argentina –Universidad Abierta Interamericana-, Singapur –Singapore Management University-, Sudáfrica –University of Pretoria- y Australia –RMIT University y Curtin University-.

El Global Capability Framework fue presentado el 24 de abril de 2018 en el marco del World Public Relations Forum (WPRF) celebrado en Oslo. Se articula en tres capítulos y once capacidades, que, a su vez, se despliegan en subcapacidades:

### CAPACIDADES DE COMUNICACIÓN

#### **Alinear las estrategias de comunicación con el propósito y los valores de la organización**

- . Establecer objetivos claros de comunicación alineados con los de la organización
- . Actuar como un arquitecto de los planes de comunicación, promulgando el propósito, los valores y las políticas de la organización
- . Entender cómo la comunicación puede (y no puede) ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos

#### **Identificar y gestionar proactivamente las problemáticas de comunicación**

- . Crear narrativas para el corto y el largo plazo con el fin de facilitar la comunicación con múltiples stakeholders de la organización
- . Identificar oportunidades para diseñar acciones de comunicación y perfilar contenidos
- . Desarrollar operaciones integradas de comunicación

#### **Realizar investigación formativa y evaluativa para respaldar las estrategias y tácticas de comunicación**

- . Emplear la investigación para atender y entender situaciones antes, durante y después de la implementación de acciones de comunicación y de desarrollo de relaciones
- . Gestionar el diseño de la investigación, la recolección y el análisis de datos para mejorar los resultados de la comunicación
- . Establecer sistemas de evaluación para evidenciar el impacto de la comunicación

#### **Comunicar eficazmente a través de un rango amplio de plataformas y tecnologías**

- . Comandar las distintas áreas de la comunicación, como la de relaciones con inversores, y entender los canales óptimos para cada stakeholder
- . Comunicar eficazmente a través de medios propios (owned), pagados (paid) y ganados (earned)
- . Tener o poder obtener habilidades fuertes de comunicación escrita y visual para crear y contar historias que conecten e involucren a diversos públicos
- . Sintetizar conceptos complejos y convertirlos en contenidos sencillos, claros y relevantes

### CAPACIDADES ORGANIZACIONALES

#### **Facilitar relaciones y generar confianza con grupos de interés y comunidades externas e internas**

- . Identificar, analizar y escuchar a los stakeholders y sus necesidades de comunicación

- . Desarrollar estrategias y alianzas mutuamente beneficiosas que produzcan el involucramiento de los stakeholders
- . Comunicar con sensibilidad con un amplio rango de stakeholders y comunidades con culturas, valores y creencias diferentes

### **Construir y fortalecer la reputación de la organización**

- . Identificar, analizar y aconsejar estratégicamente sobre asuntos y riesgos clave para la organización
- . Ayudar a la organización a definir y activar su propósito y valores
- . Ayudar a modelar la cultura organizacional y sus procesos
- . Entender y gestionar los activos intangibles (por ejemplo, marca, cultura, sustentabilidad)

### **Proveer a la dirección de inteligencia contextual**

- . Visualizar el panorama completo (the big picture), es decir, considerar las implicaciones sociales, culturales, políticas, tecnológicas y económicas de la actividad de la organización
- . Identificar oportunidades estratégicas, amenazas, asuntos clave y tendencias
- . Operar en un mundo conectado, demostrando una amplia comprensión de la diversidad local y global en cultura, valores y creencias

## **CAPACIDADES PROFESIONALES**

### **Brindar asesoría valiosa y ser un consejero confiable para la organización**

- . Combinar una perspectiva de largo plazo con la agilidad para gestionar crisis
- . Ofrecer consejo a la alta dirección, particularmente en lo que se refiere a los intereses de los múltiples stakeholders
- . Influir en los procesos de decisión y desarrollo de la organización
- . Negociar con empatía y respeto para todas las partes

### **Ofrecer liderazgo organizacional**

- . Ser parte o tener acceso al equipo ejecutivo de gestión y ayudar a construir alianzas internas en la organización
- . Demostrar el liderazgo en comunicación impulsando un modelo de gestión basado en el diálogo
- . Demostrar visión de negocio y financiera mediante el conocimiento profundo de los procesos esenciales de la organización

### **Trabajar dentro de un marco ético de referencia en representación de la organización, en línea con las expectativas profesionales y de la sociedad**

- . Considerar los objetivos de negocios a la luz de las expectativas de la sociedad
- . Clarificar las consecuencias de las acciones propuestas sobre terceros, asegurándose de que los resultados potenciales sean entendidos por los decisores
- . Entender y aplicar marcos éticos
- . Reconocer y respetar las obligaciones sociales de los profesionales

### **Desarrollarse a uno mismo y a los demás, incluyendo el aprendizaje profesional permanente**

- . Responsabilizarse del propio y continuo desarrollo profesional, por medio de un rango de actividades que incluyan la capacitación y la educación
- . Participar en los eventos del sector, representar a la profesión en foros públicos y educar a otros sobre el papel y el valor de las relaciones públicas para con empleados y clientes
- . Ser capaz de ofrecer orientación profesional que implique, motive y contribuya al desarrollo personal y de los equipos