

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