



PROGRAMA DE PATROCINIO

The reputation journey

From Exploration
to Business Impact

17th INTERNATIONAL CONFERENCE
ON CORPORATE REPUTATION,
BRAND IDENTITY AND
COMPETITIVENESS

JUNE 5-7 2013
BARCELONA SPAIN



REPUTATION
INSTITUTE 



The reputation journey

From Exploration to Business Impact

Reputation Institute tiene el placer de presentar, junto a sus socios, la 17ª Conferencia Anual sobre Reputación Corporativa.

La Travesía de la Reputación: de la exploración al impacto en el negocio

Participe como patrocinador y contribuya a formar a los futuros líderes en gestión de la reputación.

Algunas ventajas de ser patrocinador

- **Estar en buena compañía**
...las organizaciones globales líderes patrocinan nuestras Conferencias Anuales.
- **Asociación destacada**
...con la única conferencia global anual en el mundo sobre reputación corporativa.
- **Máxima visibilidad**
...antes, durante y después de la conferencia en la comunidad global de Reputation Institute, formada por más de 20.000 profesionales y líderes de opinión.
- **Network con los líderes globales en reputación**
...de las compañías con mejor reputación del mundo de más de 30 países que asistirán a la conferencia.
- **Invitaciones exclusivas para acceder a eventos de networking**
...como mesas redondas sectoriales y cenas privadas con altos directivos.

Ventaja exclusiva para las empresas españolas : únase a Reputation Institute como anfitrión local de la conferencia anual, garantizándose una presencia destacada en todos los materiales promocionales, y colabore con nosotros en la organización de la cena de gala de la conferencia.

Tema de la Conferencia

La Travesía de la Reputación: de la exploración al impacto en el negocio

Avalado por nuestras últimas reflexiones e investigaciones...

Pocos niegan el hecho de que en la *Economía de la Reputación* las percepciones de quién eres y qué defiendes como empresa importan más que las características y los beneficios de tus productos. Sin embargo, son todavía muchos menos los que saben interpretar esta realidad y asumir los cambios organizacionales necesarios para competir con éxito en la *Economía de la Reputación*. Según el estudio "Navegando en la Economía de la Reputación", realizado en 2012 por Reputación Institute entre 300 ejecutivos globales responsables de gestionar la reputación de sus compañías, **8 de cada 10 empresas multinacionales se encuentran todavía en las primeras etapas de su travesía de la gestión de la reputación.**

Sin embargo, el testimonio del 20 por ciento de las organizaciones que sí han integrado plenamente la reputación corporativa en la visión de la compañía, los objetivos de negocio, las inversiones y en toda su planificación estratégica **confirma que este intangible es una de las principales palancas, sino la principal, para generar valor tangible en las empresas.**

La conferencia proporcionará acceso directo a estos ejemplos de cambio en las compañías más avanzadas, enseñándonos cómo convierten su travesía en "retorno de la reputación" en forma de euros o dólares, y no sólo en presencia en los medios o en hallazgos de la investigación.

El tema de este año quiere ser una invitación para que los líderes de opinión y altos directivos se unan a nosotros en las presentaciones y los debates de la conferencia, que tendrán como objetivo principal mostrar **cómo las empresas pueden mejorar las relaciones con sus múltiples grupos de interés y, de esta manera, alcanzar el éxito comercial y construir su capital reputacional.**





The reputation journey

From Exploration to Business Impact

Temas de las ponencias

En las más de 20 sesiones de trabajo tendremos la oportunidad de explorar, entre otros, los siguientes temas:

- ¿La *Economía de la Reputación* supone una nueva forma de hacer negocios o un cambio de paradigma en la gestión empresarial?
- ¿Quién se encarga de gestionar la reputación en una empresa y cuáles son sus roles y responsabilidades?
- ¿Qué cambios organizativos son necesarios para integrar las expectativas de los grupos de interés en la estrategia de una compañía?
- ¿Cómo puede gestionarse la reputación en el conjunto de la organización?
- ¿De qué manera se puede vincular la reputación con otras métricas de negocio?
- ¿Cómo puede la alta dirección incluir la reputación entre los KPIs de una empresa?
- ¿Qué efecto tiene la reputación sobre el balance de la empresa?
- ¿Cómo establece la dirección un diálogo continuo con los grupos de interés de la empresa?
- ¿Cuáles son las métricas más adecuadas para estimar las percepciones de los grupos de interés?
- ¿Cómo se puede desarrollar un mapa de riesgos reputacionales? ¿En qué herramientas puede apoyarse este desarrollo?
- ¿Cómo puede gestionarse la RSC para que tenga un impacto sobre la reputación y consecuentemente sobre los resultados de negocio?
- ¿Cómo se puede medir y gestionar la reputación de un país?
- ¿Cómo se puede influir sobre la percepción interna de un país durante la construcción de una marca país?

¿Quién debería asistir?

- **EI CEO** (*Chief Executive Officer*), que conoce las necesidades de su organización para cumplir con las exigencias de la *Economía de la Reputación* –tanto en el mercado como en el entorno de trabajo– y está buscando asesoramiento y compartir las experiencias de sus colegas;
- **EI CCO** (*Chief Communication Officer*), que sabe que la gestión de la reputación se basa en la integración interdepartamental, pero que necesita conseguir la cooperación de otras áreas de su propia organización para lograrlo;
- **EI CMO** (*Chief Marketing Officer*), que ha tenido éxito construyendo la marca corporativa, pero a quien ahora el CEO ha encargado contribuir a la construcción de la reputación de la empresa en el ámbito global;
- **EI CFO** (*Chief Financial Officer*), que necesita entender el impacto de la reputación sobre la cuenta de resultados y el balance de la empresa;
- Asimismo, los directores, vicepresidentes y jefes funcionales que tienen responsabilidad en la gestión de la reputación (marca, RSC, marketing, recursos humanos, relaciones institucionales, asuntos públicos...);
- **Académicos**, que incluye el amplio grupo formado por personas interesadas en la Reputación y su gestión y en el que se encuentran estudiantes, catedráticos, profesores y demás personal docente.





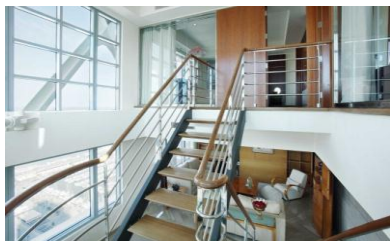
The reputation journey

From Exploration to Business Impact

Localización

Hotel Arts Barcelona, un lujoso hotel con vistas al Mediterráneo en una de las ciudades más dinámicas de Europa.

El Hotel Arts, dispone de una vista privilegiada al Mediterráneo y al Puerto Olímpico. Junto a algunas de las más conocidas playas de la ciudad y el puerto deportivo, el Hotel Arts está rodeado de concurridas terrazas y animados paseos.



Programa de patrocinios

Patrocinio Platino (máximo 5 patrocinadores)

Pre- evento

- Publicidad tanto en medios digitales como impresos a nivel global
- Campaña de marketing integrada – incluye marketing directo, e-mailing, medios impresos y digitales
- Impacto en más de 50.000 altos directivos y líderes de opinión en reputación
- Promoción del evento a través de las comunidades online y las redes sociales de RI

Durante el evento

- Sesión Plenaria de la Conferencia – Presentación de apertura
- Mesa redonda (tema y participantes elegidos a partir de las preferencias de la organización)
- Presencia del nombre, logo y link al website del patrocinador en todos los materiales promocionales (digital, direct mail, notas de prensa...)*
- Patrocinio colectivo de la Cena de Gala con todos los participantes a la conferencia
- Hasta quince pases gratuitos al evento para directivos y/o invitados.

Post- evento

- Número especial de *Reputation Intelligence*, revista cuatrimestral de referencia en la gestión de la reputación y distribuida a más de 10.000 directivos y líderes de opinión, dedicado a la Conferencia y en el que tendrán un espacio destacado las presentaciones de los patrocinadores y/o de sus reflexiones.

Inversión: 50.000 €

** Nota: En el caso de asociaciones, think tanks, etc., solo se mostrará el logo de la entidad (no todos los logos de todos los componentes de la misma).*





The reputation journey

From Exploration to Business Impact

Patrocinio Oro

Pre- evento

- Publicidad tanto en medios digitales como impresos a nivel global
- Campaña de marketing integrada – incluye marketing directo, e-mailing, medios impresos y digitales
- Impacto en más de 50.000 altos directivos y líderes de opinión en reputación
- Promoción del evento a través de las comunidades online y las redes sociales de RI

Durante el evento

- Sesión Plenaria de la Conferencia – Presentación de apertura
- Mesa redonda (tema y participantes elegidos a partir de las preferencias de la organización)
- Presencia del nombre, logo y link al website del patrocinador en todos los materiales promocionales (digital, direct mail, notas de prensa?...)*
- Hasta diez pases gratuitos al evento para directivos y/o invitados.

Post-evento

- Número especial de *Reputation Intelligence*, revista cuatrimestral de referencia en la gestión de la reputación y distribuida a más de 10.000 directivos y líderes de opinión, dedicado a la Conferencia y en el que tendrán un espacio destacado las presentaciones de los patrocinadores y/o de sus reflexiones.

Inversión: 30.000 €

** Nota: En el caso de asociaciones, think tanks, etc., solo se mostrará el logo de la entidad (no todos los logos de todos los componentes de la misma).*

Patrocinio Plata

Pre- evento

- Campaña de marketing integrada – incluye marketing directo, e-mailing, medios impresos y digitales
- Impacto en más de 50.000 altos directivos y líderes de opinión en reputación
- Promoción del evento a través de las comunidades online y las redes sociales de RI

Durante el evento

- Presencia del nombre, logo y link al website del patrocinador en todos los materiales promocionales (digital, direct mail, notas de prensa...)*
- Hasta cinco pases gratuitos al evento para directivos y/o invitados.

Inversión: 15.000 €

** Nota: En el caso de asociaciones, think tanks, etc., solo se mostrará el logo de la entidad (no todos los logos de todos los componentes de la misma).*

Resumen del programa de patrocinios

Características	Platino	Oro	Plata
Sesión plenaria	✓		
Cena de acogida	✓		
Marketing Pre-Conferencia a mas de 50.000 altos directivos	✓	✓	
Mesa redonda	✓	✓	
Promoción in situ	✓	✓	✓
# of inscripciones gratuitas	15	10	5
Inversión	€50.000	€30.000	€15.000

Únase a nosotros como patrocinador y contribuya al desarrollo y la difusión global del conocimiento en gestión de la reputación.

Si desea más información, por favor contacte con:

María Luqui

mluqui@reputationinstitute.com

Phone +34 917 817 184

