



LA TRIADA ESTRATÉGICA DEL CORPORATE AFFAIRS

El poder de transformar,
anticipar y comunicar



Cuando una empresa se enfrenta a retos grandes — una fusión, una regulación que puede cambiar las reglas del juego, o simplemente la necesidad de redefinir su identidad en un mercado convulso—, lo que marca la diferencia no es sólo tener buenos números.

Lo que marca la diferencia es tener claro cómo moverse en el tablero político, cómo conectar con quienes toman decisiones,

y cómo contar tu historia con honestidad y visión.

Éso es lo que ocurre cuando un equipo de Corporate Affairs logra combinar conocimiento político, comunicación estratégica y una planificación rigurosa.

Pongamos un ejemplo real. Tras la compra de BAA por Ferrovial y su posterior fusión con Cintra, la empresa no sólo tuvo que integrar estructuras, sino también culturas, identidades y expectativas de públicos muy distintos.

La consultoría de Keka Alcalde comenzó su andadura en 2010 y ofrece servicio a nivel nacional



Un equipo compuesto por políticos, expertos en comunicación y juristas, conforman el departamento de Corporate de la consultoría

La apuesta fue clara: redefinir la marca con una nueva arquitectura corporativa, con mensajes adaptados y con un planteamiento de comunicación consciente del contexto —uno en el que había regulaciones, actores institucionales y nuevos públicos.

Ese tipo de operaciones —fusiones, adquisiciones, integraciones complejas— demuestran que sin una

visión estratégica conjunta: política, regulatoria y comunicativa, muchas veces lo que parece un éxito en el papel puede convertirse en problema.

Y lo contrario también es cierto: una operación perfectamente planificada puede quedarse en nada si no logras explicarla bien, anticiparte a reacciones, dialogar con stakeholders clave y proteger la reputación.



Otro ejemplo lo encontramos en el trabajo de consultoras especializadas en España, que centran su labor en asesoría estratégica, gestión de reputación y asuntos públicos. Gracias a su experiencia —en algunos casos acompañando procesos complejos o crisis de alto impacto—, han demostrado que lo importante no es sólo reaccionar, sino anticiparse y comunicar con transparencia.

Cuando un equipo de Corporate Affairs combina esos tres vectores —entendimiento del contexto político-institucional, estrategia corporativa clara y comunicación eficaz—, la empresa deja de estar a merced de los acontecimientos. Pasa a liderar, a influir con responsabilidad, a adaptarse con firmeza. Se convierte en una organización resiliente, capaz de navegar la complejidad, de dialogar con reguladores, de explicar sus decisiones a empleados, accionistas y sociedad. Y sobre todo: de cuidar su reputación y su legitimidad.



Porque al final, no basta con “tener razón” o “hacer las cosas bien”. Hay que saber cuándo, cómo y con quién hablar. Hay que construir confianza, compartir propósito, anticiparse a tensiones.

Esa combinación —conocimiento + estrategia + comunicación— es el verdadero motor de Corporate Affairs.

Es la diferencia entre reaccionar y liderar; entre adaptarse y transformar; entre sobrevivir y crecer con propósito.

Y cuando se hace bien, no hay marcha atrás. El impacto es profundo, real y duradero.

BB **Invertir en esa triada no es un lujo,
es una decisión estratégica** QQ

Keka Alcaide

