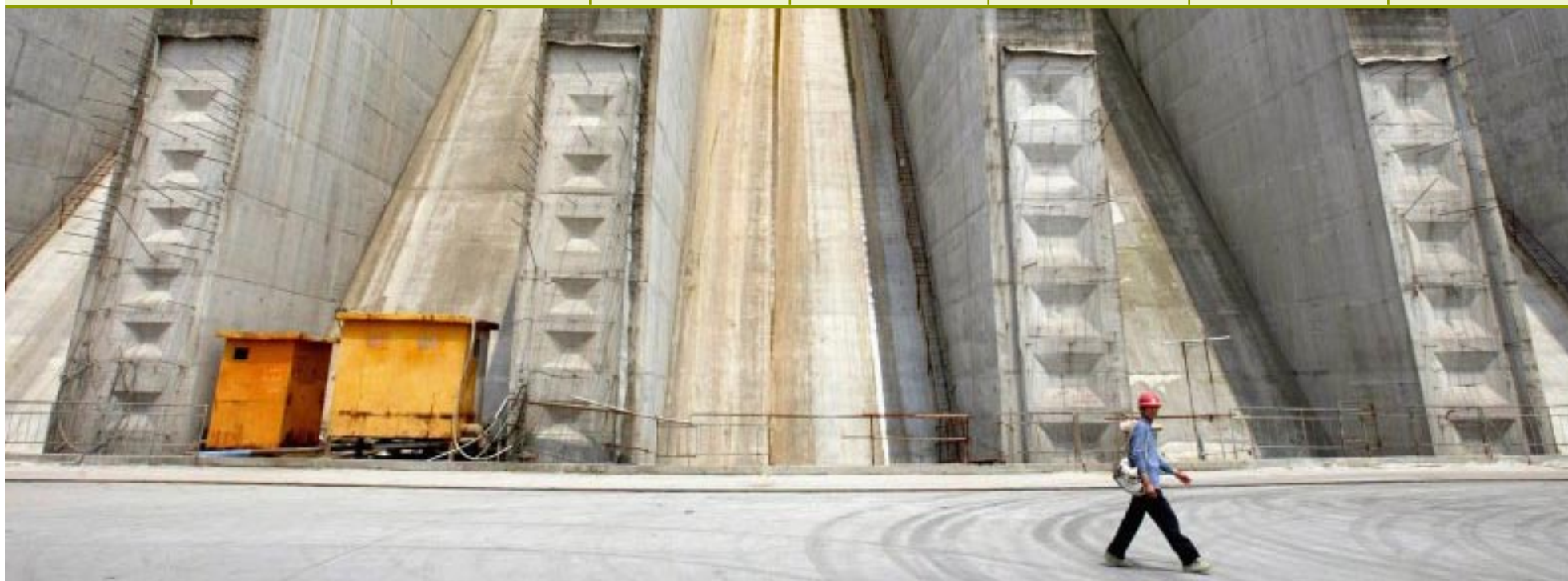


Boletín Asesoría Gerencial*

Mayo 2007

El valor de la reputación empresarial

Introducción	¿Qué es la reputación empresarial?	Importancia de la reputación empresarial	Pilares de la reputación empresarial	La reputación como recurso	Beneficios de una buena reputación empresarial	Conclusiones	Créditos
--------------	------------------------------------	--	--------------------------------------	----------------------------	--	--------------	----------





El valor de la reputación empresarial

> Inicio > Imprimir > Salir



Introducción	¿Qué es la reputación empresarial?	Importancia de la reputación empresarial	Pilares de la reputación empresarial	La reputación como recurso	Beneficios de una buena reputación empresarial	Conclusiones	Créditos
--------------	------------------------------------	--	--------------------------------------	----------------------------	--	--------------	----------

Introducción

Para las grandes corporaciones, el concepto de marketing que indica: “la percepción lo es todo”, no puede pasar desapercibido y su importancia y vigencia aumenta cada día más.

La diferencia entre el valor contable de las acciones de una empresa y el valor negociado en los mercados financieros, no responde únicamente a razones económicas y cálculos financieros, sino también a la percepción que tienen los inversionistas, accionistas, clientes, proveedores, empleados y público en general del desempeño actual y futuro de esa empresa.

En los últimos años, varias compañías que se vieron envueltas en escándalos financieros por casos de corrupción, fraudes y faltas a la ética en los negocios terminaron desapareciendo. En algunos casos, el patrimonio de esas empresas podía soportar el impacto financiero de los fraudes o malos manejos administrativos o contables, pero la pérdida de la confianza de los mercados financieros fue el detonante que originó la desaparición de esas empresas.

Lamentablemente, estos escándalos también afectaron a los auditores, inversionistas, empleados, proveedores y la sociedad en general que estaban relacionadas con estas empresas.

No hay duda que la reputación empresarial es clave en el desarrollo y crecimiento de las empresas.

¿Qué es la reputación empresarial?

La reputación empresarial puede ser definida como la percepción que tienen los mercados sobre una empresa. La percepción proviene de una serie de atributos empresariales, los cuales contribuyen en la construcción de un determinado nivel de reputación. Es obvio que una empresa cuando logra un determinado nivel de reputación, luchará por mantenerla e incluso aumentarla por medio de sus actuaciones, lo que convierte la reputación empresarial en un proceso complejo y dinámico, pero beneficioso.





Introducción	¿Qué es la reputación empresarial?	Importancia de la reputación empresarial	Pilares de la reputación empresarial	La reputación como recurso	Beneficios de una buena reputación empresarial	Conclusiones	Créditos
--------------	------------------------------------	--	--------------------------------------	----------------------------	--	--------------	----------

¿Por qué es importante la reputación empresarial?

La reputación empresarial es un intangible clave para la creación de valor de una empresa y que contribuye en crear y fortalecer su ventaja competitiva sostenible, ya que:

- Facilita la consecución de mejores condiciones financieras en la negociación con clientes y proveedores.
- Mejora la percepción del valor de la empresa entre sus socios de negocios.
- Influye en que la empresa sea recomendada por clientes actuales a los potenciales.
- Mejora los niveles de captación y retención de clientes.
- Facilita su acceso a los mercados y la ejecución de las operaciones empresariales.
- Eleva las barreras frente a los competidores.
- Promueve la retención y motivación del capital humano, debido a la percepción de excelencia o admiración.
- Mejora el tratamiento que recibe en situaciones de crisis.

Los Pilares de la Reputación Empresarial

La reputación empresarial puede ser vista gráficamente como un templo con una base y pilares que la sostienen, como se ilustran en la Figura N° 1:

Para ampliar: haga click sobre la imagen

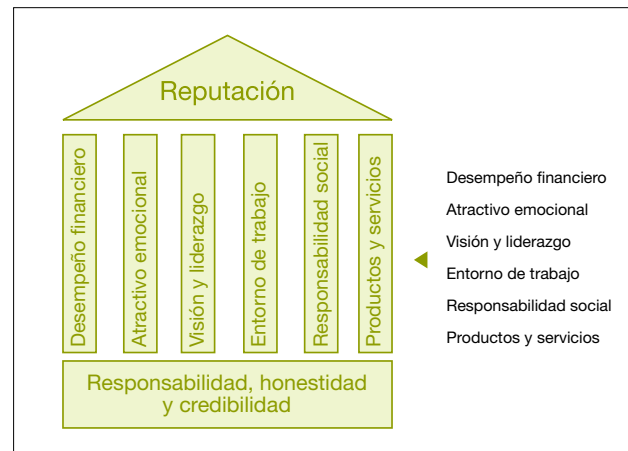


Figura N° 1: Templo reputacional

[Retorno](#)

Una definición de la base y columnas que sostienen la reputación empresarial podría ser la siguiente:

Desempeño financiero: se refiere al resultado de la calidad de los productos o servicios, la rentabilidad, los riesgos de inversión asumidos y las perspectivas de crecimiento.

Atractivo emocional: corresponde a los niveles de respeto, admiración y confianza que le brinda la sociedad.

Visión y liderazgo: son elementos que demuestran las cualidades y capacidades de la dirección empresarial.

Entorno de trabajo: significa el clima de trabajo, la cultura y el entorno donde se desenvuelve la empresa.

Responsabilidad social: se refiere a los esfuerzos empresariales para contribuir con el desarrollo de la sociedad.

Productos y servicios: referido a los niveles de calidad, innovación y atractivo de los productos y servicios que presta la empresa.

Estos pilares están sustentados en los valores fundamentales de responsabilidad, honestidad y credibilidad de los miembros de la empresa.



El valor de la reputación empresarial

> Inicio

> Imprimir

> Salir



Introducción

¿Qué es la reputación empresarial?

Importancia de la reputación empresarial

Pilares de la reputación empresarial

La reputación como recurso

Beneficios de una buena reputación empresarial

Conclusiones

Créditos

La reputación como recurso

La percepción de excelencia o admiración que causa la empresa en sus diferentes socios de negocio, se convierte en un potente recurso intangible que le confiere un indudable valor a la empresa, y que de igual forma, sirve como un recurso muy valioso de difícil imitación por sus competidores.

La reputación empresarial se alcanza por medio de una serie de características propias de la empresa, como es el caso de la transparencia en la divulgación financiera, la calidad de los productos o servicios, la atención que le presta a sus clientes, el cumplimiento de las responsabilidades legales y sociales, entre otros.

Cuando una empresa está consciente del valor estratégico de la reputación, la puede utilizar como una herramienta clave que le proporciona una clara ventaja competitiva. Por otra parte, los consumidores prefieren relacionarse y adquirir los productos o servicios de este tipo de empresas.

Beneficios de una buena reputación empresarial

El valor de una empresa depende de varios elementos, además del capital financiero y sus activos. Por ello, las empresas deben identificar los elementos creadores de valor, en función de las expectativas de sus socios de negocios para gestionarlos activamente; esto implica integrar consistentemente nuevos valores sociales, medioambientales y económicos hasta ahora ajenos a la estrategia empresarial. Al gestionar estos valores reputacionales, la empresa podrá gozar de beneficios como:

- Diferenciación sostenida en el tiempo, difícil de copiar por sus competidores.
- Aseguramiento de colocación de sus productos y servicios.
- Atracción de recursos humanos calificados para integrarse a este tipo de empresas.
- Mayor lealtad de los consumidores y empleados.
- Mayor estabilidad en los ingresos y, por tanto, en la rentabilidad.

Conclusiones

La reputación empresarial es y será una de las claves del éxito empresarial, y necesariamente debe formar parte de las estrategias corporativas. Por esta razón, las compañías tendrán que invertir tiempo y recursos en la consolidación de una cultura que genere líderes, cuyos valores, principios y creencias trasciendan el logro de los objetivos económicos y que marquen una significativa diferencia en sus mercados.

Algunas empresas consideradas élite en el mundo, tardaron décadas en alcanzar una buena reputación y en sólo unos meses quedaron destruidas. Por esta razón, la reputación empresarial se ha convertido en un activo más de las empresas que debe ser medido y gestionado como cualquier otro de manera estratégica e inteligente.



El valor de la reputación empresarial

> Inicio > Imprimir > Salir



Introducción	¿Qué es la reputación empresarial?	Importancia de la reputación empresarial	Pilares de la reputación empresarial	La reputación como recurso	Beneficios de una buena reputación empresarial	Conclusiones	Créditos
--------------	------------------------------------	--	--------------------------------------	----------------------------	--	--------------	----------

Boletín Asesoría Gerencial

El Boletín Asesoría Gerencial es publicado mensualmente por la Línea de Servicios de Asesoría Gerencial (Advisory) de Espiñeira, Sheldon y Asociados, Firma miembro de PricewaterhouseCoopers.

El presente boletín es de carácter informativo y no expresa opinión de la Firma. Si bien se han tomado todas las precauciones del caso en la preparación de este material, Espiñeira, Sheldon y Asociados no asume ninguna responsabilidad por errores u omisiones; tampoco asume ninguna responsabilidad por daños y perjuicios resultantes del uso de la información contenida en el presente documento. *connectedthinking es una marca registrada de PricewaterhouseCoopers. Todas las otras marcas mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños. PricewaterhouseCoopers niega cualquier derecho sobre estas marcas

Editado por Espiñeira, Sheldon y Asociados
Depósito Legal pp 1999-03CS141
Teléfono master: (58-212) 700 6666

Si está interesado en recibir en su correo electrónico este Boletín, por favor envíenos su dirección de e-mail a:
advisory.venezuela@ve.pwc.com



© 2007. Espiñeira, Sheldon y Asociados. Todos los derechos reservados. "PricewaterhouseCoopers" se refiere a la firma venezolana Espiñeira, Sheldon y Asociados, o según el contexto, a la red de firmas miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. RIF: J-00029997-3