



ANOTACIONES SOBRE REPUTACIÓN EMPRESARIAL EN COLOMBIA

A PARTIR DE LOS RESULTADOS DEL
ESTUDIO MERCO 2016

Speak es una compañía de consultoría
que ofrece modelos de evaluación,
análisis, gestión y detonación de la
reputación para organizaciones
públicas y privadas del sector
empresarial colombiano.



Leonardo García Suárez,
Socio Senior Speak
Consultoría de Reputación

LA IMPORTANCIA DE MEDIR Y GESTIONAR LA REPUTACIÓN CORPORATIVA

Para las organizaciones resulta cada vez es más relevante posicionarse frente a sus grupos de interés. Gestionar estrategias de comunicación y relacionamiento e identificar con precisión cuales son los atributos que son relevantes para que éstos los prefieran.

Gestionar reputación es gestionar los grupos de interés de las organizaciones. Conocer sus expectativas, satisfacerlas y consolidar relaciones para hacer sostenible una empresa, sus marcas, productos y servicios. Por ello, se hace cada vez necesario hacer una buena lectura de los entornos en los que estas relaciones suceden.

La información disponible da cuenta cada vez con mayor énfasis, que en los próximos años la reputación será el factor más relevante para la sostenibilidad de las compañías, y será cada vez más importante en la cuenta de resultados.

Las compañías que logran una lectura precisa del entorno y gestionan sus estrategias en consecuencia, son las que resultan reconocidas, y finalmente las que prefieren sus grupos de interés a la hora de comprar sus productos, de hacer una recomendación, de defenderlas en determinadas situaciones. Las que no lo logran castigan de una manera cada vez más notoria su valor en el mercado y todo lo que esto implica, como lo muestran muchos ejemplos recientes (el último más visible para el caso colombiano: Van Camps).

Por ello resulta tan importante la versión 2016 del estudio de reputación de Merco, presentada al sector empresarial colombiano el pasado 31 de octubre. La novena medición de este monitor empresarial que se realiza desde 2008, ratifica que se trata del ejercicio de evaluación sindicada más antiguo y creíble disponible en el mercado colombiano.

Sus resultados muestran la reputación (conjunto de juicios de valor emitidos por distintos grupos de interés como respuesta al comportamiento corporativo de una organización, que se obtiene de la comparación de un ideal de excelencia empresarial y motiva conductas de apoyo u oposición) y descubren cómo los grupos de interés leen los mensajes del sector empresarial colombiano en este nuevo ambiente de relacionamiento.

A pesar de ser un ejercicio confiable de medición general, Merco no es una herramienta con la que las organizaciones pueden tomar decisiones estructurales en temas de reputación. Los estudio Ad Hoc, con objetivos enfocados a las audiencias de cada organización, permiten entender de manera integral el entorno y alinear sus estrategias con la expectativas de sus grupos de interés. El ranking es apenas una señal que hay que tener en cuenta, pero sin duda no la mejor manera de medir la reputación de las organizaciones.

Speak Consultoría de Reputación presenta las conclusiones que considera más relevantes de este ranking reputacional que puede consultar completo en www.merco.info

LA REPUTACIÓN

De las principales empresas colombianas no cambió. Bancolombia es la organización empresarial número 1 del ranking merco.



- **Bancolombia se consolida como la primera organización empresarial del ranking** Merco ampliando su ventaja algunos puntos con Nutresa (también segunda en 2015). Esta organización ha logrado comunicar de forma sobresaliente los valores reputacionales que promueve, y ha conectado de manera emocional con sus audiencias que entienden y comparten su oferta de valor reputacional. Este año la organización enfrentó algunos inconvenientes con sus plataformas tecnológicas que generaron problemas para sus usuarios y para el sector. Sin embargo, de esta situación compleja de reputación, la construcción consistente de un mensaje que comunica su credo corporativo sigue convenciendo y constituyéndose en un referente del sector empresarial colombiano.
- Revisando los top 5 para cada uno de los 8 grupos de interés evaluados por Merco, Bancolombia solo está en estos lugares en 2 grupos (Empresa y Analistas Financieros), lo que puede mostrar como una misma organización es percibida de manera distinta por diferentes audiencias o como un incidente afecta su reputación de manera desigual en cada una de las audiencias.

- La reputación empresarial colombiana viene evolucionando su imaginario hacia iniciativas empresariales con mensajes claros, resultados sólidos y valores definidos. Argos (que pasó del 9 al 4) y Alpina (que pasó del 6 al 3) han ganado puntos relevantes en la métrica definida (máximo de 10.000 dado a la empresa que ocupa el primer puesto), logrando aumentar de manera significativa **su reconocimiento reputacional con respecto de 2015.**
- **Las primeras 10 compañías que conformaron Merco 2015, repiten para la versión de 2016**, lo que muestra entre otras cosas, la consistencia de respuesta de la herramienta por parte de las audiencias seleccionadas y la ausencia de una crisis relevante que cambiara ese orden para 2016 (tendencia de las 10 más reputadas).
- Finalmente, es relevante mencionar la caída de EPM que cedió 5 puestos y fue la organización que más espacio perdió entre las 10 primeras del ranking. Frente a los riesgos de apagón eléctrico y la crisis que se generó que incluyó la caída del Ministro de Minas, la compañía tuvo un desempeño adecuado que evitó una pérdida de confianza grave, pero que sin duda afectó su percepción como lo muestra el ranking



LAS QUE MAS GANARON

Hay 3 grandes estrellas que brillaron en esta última versión de Merco. (i) La multinacional 3M duplicó su métrica entre 2015 y 2016, y subió 47 puestos en este periodo; (ii) Procafecol (Juan Valdez) que subió 48 puestos se constituyó en la mayor ascenso; y (iii) Caracol TV que se recuperó 30 puestos e incrementó su medición en cerca del 90% con respecto al año anterior.



Directv, Protección, Alianza Team y Postobón también tuvieron un desempeño significativamente superior al del 2015 incrementado su base de reconocimiento reputacional y **subiendo más de un 20% en la escala de puestos del ranking.**



Cinco (5) compañías hicieron su entrada al ranking Merco: Natura, Frisby, Diageo, Cencosud y Ramo son nuevas entre las 100 más reputadas de 2016. Esta última fue la que experimentó un mayor ascenso al ingresar al puesto 65 del monitor.



Diez (10) compañías tuvieron un ascenso radical de más de 20 puestos en Merco 2016. Para las siguientes compañías se muestra el número de puestos ascendidos: Juan Valdez (48), 3M (47), Caracol TV (30), Claro (29), Protección, Directv y Alianza Team (26), Postobón (23), Cemex y Colgate (22).

EL DESEMPEÑO DE ALGUNOS SECTORES

4

Dos sectores aportan la cuarta parte de las compañías Merco más reputadas del país. El sector alimentos y bebidas que aporta el 16% del ranking y tiene una media de 6.518 puntos (promedio de las compañías evaluadas), es decir un puntaje promedio mayor que el de las 31 primeras empresa del ranking. El sector financiero aporta el 9% de la empresas Merco con una media 6.462 que lo ubican en conjunto como una de las 33 primeras empresas del monitor.

.....

Hay una alta relación entre las empresas con mayores ingresos operacionales y las 10 más reputadas de Merco 2016. Sin embargo, de las 10 empresas más grandes del país (por ingreso operacional) hay 3 que no hacen parte del top 10 reputacional: Terpel (20), Claro (50) y Exxonmobil (92).

.....

De las 10 empresas más reputadas según la metodología de Merco, hay 2 que no hacen parte de las empresas más grandes del país (por ingreso operacional): Alpina y Sura.

.....

Olímpica, Drummond y NuevaEps que se cuentan entre las 20 compañías con mayores ingresos operacionales en 2015, no hacen parte del ranking merco 2016.

COINCIDENCIA ENTRE LÍDERES Y EMPRESAS



Merco mide también la reputación de los líderes empresariales colombianos (ranking líderes). En esta materia se debe destacar para la versión 2016 que existe una alta coincidencia entre las 10 compañías más reputadas y la reputación de sus Presidentes. En siete de las diez compañías con mayor reputación de Colombia, sus Presidentes son reconocidos por el ranking como los líderes más reputados.

Los casos de Arturo Calle (Arturo Calle) y Luis Carlos Sarmiento (Grupo Aval) no cumplen con la anterior coincidencia. Estas compañías no hace parte del top 10 de Merco para 2016, pero los nombres de sus cabezas aparecen con el más alto reconocimiento (1 y 2) por parte de las audiencias consultadas.

A large, bold, yellow number '6' is positioned on the left side of the page, partially overlapping the title text.

LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN Y LAS UNIVERSIDADES DE BOGOTÁ SE MANTIENEN

Cinco Universidades (Nacional, Sabana, Javeriana, los Andes y Externado) y tres Cajas de Compensación Familiar (Compensar, Colsubsidio y Cafam) de Bogotá hacen parte del ranking de las 100 más reputadas del país de acuerdo con Merco 2016, de la misma forma que lo hicieron el año anterior. Ninguna otra Universidad ni Caja de otras regiones del país están incluidas en el ranking.

LAS QUE MAS PERDIERON

- ISAGEN fue la compañía más castigada en la versión 2016 de Merco. Su proceso de venta generó un ambiente de opinión complejo, despertó muchas críticas y empujó a que esta compañía pasara del puesto 16 al 80 (64 puestos) convirtiéndose en la compañía que más descendió en el ranking.



- Los precios internacionales del petróleo han generado una crisis generalizada de resultados económicos, factor que afecta de manera relevante el imaginario reputacional de las compañías (la reputación y los resultados van de la mano). Lo anterior puede explicar la pérdida continuada de capital reputacional de Ecopetrol, compañía que cayó 4 puestos más para la versión de 2016, y que en dos años ha disminuido cerca del 15% de su reconocimiento en esta materia luego de haber sido por 7 años consecutivos, la número 1 del ranking (hoy se encuentra en el puesto 7).
- El caso de Pacific es aún más crítico. Esta compañía ha perdido el 30% de su capital reputacional en dos años. Para la versión 2016, Pacific fue la compañía que más puestos cedió en el ranking después de Isagen.



LAS QUE MAS PERDIERON

- Smurfit y Codensa cierran el grupo de las mayores perdedoras del ranking Merco. Las dos compañías perdieron 32 posiciones en el monitor, cediendo cerca del 7% de su capital reputacional en el periodo medido.



- Cinco compañías tuvieron un descenso radical de más de 20 puestos en Merco versión 2016. Las siguientes compañías perdieron los siguientes puestos: Isagen (64), Pacific (32), Codensa y Smurfit (32) y Kimberly (22).

ANÁLISIS DE ALGUNOS CASOS



- El GRUPO AVAL es una de las organizaciones más grandes del país y en el ranking MERCO aparece en el puesto 69. Esta situación puede mostrar que aunque el desempeño económico de una organización es relevante para cualquier grupo de interés cuando emite su juicio de valor reputacional, otras dimensiones son tenidas en cuenta y generan un peso en la construcción del ranking.
- EPM atravesó una compleja crisis reputacional relacionada con el daño en la central hidroeléctrica de Guatapé, hecho que generó la amenaza de racionamiento y la caída del Ministro de Minas. Sin embargo de este incidente, su métrica reputacional solo bajó 2,66% de un año a otro (bajó del 5 al 9), lo que muestra como una reputación sólida, construida por varios años, permite mantener una percepción organizacional positiva a pesar de las crisis en esta materia.

speaK

CONSULTORÍA DE REPUTACIÓN