



EL CAMINO
DE LA REPUTACIÓN
CORPORATIVA
EN COLOMBIA

2023

SUPER HÉROES EN HALLOWEEN





- Empresas participantes
- Panelistas
- Asistentes
- Viajeros
- Presidente
- Colegas
- Amigas

UN CAMINO DEDICADO A LA REPUTACIÓN



Goodwill
Comunicaciones S.A.S.

2006-2007
Representación de
Reputation
Institute para
Colombia



2011
1^a Conferencia
Latinoamericana
de Reputación en
Cartagena



2011 y 2012
Publicación de
ranking Reprak
en alianza con
Revista Dinero



2013
2^a Conferencia
Latinoamericana
de Reputación en
Cartagena

Anny
Martínez®



2019
Liquidación de
Goodwill y nace
Anny Martinez
consultoría
boutique

Anny
Martínez

CONTEXTO GENERAL

Ofrecer otra mirada al tema de reputación, cuantificar la gestión y resolver enigmas



- **Objetivo:** explorar cómo se está llevando a cabo el gerenciamiento de la reputación al interior de las principales empresas en Colombia e identificar hallazgos que puedan ser útiles para los Dircom y las áreas



- **Metodología:** El cuestionario del estudio se compone de capítulos, basados en el sistema de gestión de la reputación que desde Anny Martinez he diseñado, para acompañar a mis clientes



- **Costo:** la participación en este estudio no tiene ningún costo para las empresas que deciden aceptar. La inversión de tiempo y recursos es asumida en su totalidad por mi empresa.



- **Competencia:** este estudio no es una medición de reputación ni un “ranking”, por lo cual, no implica competencia con los demás participantes. Por el.



- **Confidencialidad:** Este criterio garantiza que la información de las empresas participantes no será revelada en los resultados generales. En aquellos casos de éxito que pudieran considerarse referentes, las empresas serán consultadas previamente para decidir si desean ser resaltadas.



- **Resultados:** En señal de gratitud por su aporte, a cada una de las empresas participantes haré entrega del informe ejecutivo con los resultados generales del estudio.

0.

EL CAMINO DE LA REPUTACIÓN

Seguir aportando a los colegas



EMPRESAS PARTICIPANTES

Listadas en orden alfabético



FICHA TÉCNICA



Sectores

50 empresas
representantes de
26 sectores

5 Agroindustria
5 Energía
4 Consumo masivo
4 Financiero
3 Alimentos
3 Cajas de Compensación
3 Construcción
3 Telecomunicaciones
2 Industria
2 Infraestructura
2 Farmacéutico

1 Asegurador
1 BPO
1 Empaques de papel
1 Manufactura
1 Materiales de Construcción
1 Minero energético
1 Oil and Gas
1 Productos aseo personal, oral y del hogar
1 Retail
1 Salud
1 Servicios públicos
1 Siderúrgico
1 Transporte
1 Transporte Aéreo

FICHA TÉCNICA



Alcance

Departamental	12%
Nacional (Colombia)	26%
Multilateral	32%
Multinacional	30%



Oficina principal

Medellín	48%
Bogotá	22%
Cali	22%
El Cerrito, Valle	2%
Envigado	2%
Pereira	2%
Sopó	2%



Colaboradores

Entre 100 y 500	2%
Entre 500 y 1.000	8%
Entre 1.000 y 5.000	42%
Entre 5.000 y 10.000	22%
Entre 10.000 y 20.000	16%
Entre 20.000 y 50.000	10%

1.

VISIÓN ESTRATÉGICA

El Camino de la Reputación en Colombia 2023



VISIÓN ESTRATÉGICA

Relevancia

56%

De los directivos considera que la reputación es un activo fundamental y **28%** lo considera **muy importante**

Conocimiento

22%

Considera que el nivel de conocimiento de sus directivos sobre reputación es Muy Alto y **44%** considera que es medio o regular

Respaldo

82%

Considera que el nivel de respaldo de su equipo directivo a la gestión de reputación es **Muy Alto o Alto**

Claridades

46%

Considera que su equipo directivo tiene clara la diferencia entre **marca y reputación**

CONCEPTO

En términos muy generales ¿Qué crees que crees que piensan tus directivos sobre la reputación?

26 % **Es un activo clave**

Es un intangible fundamental que puede convertirse en diferenciador y ventaja competitiva.

22 % **Continuidad del negocio**

Es la licencia para operar; una palanca para alcanzar los objetivos del negocio y viabilizar su crecimiento y perdurabilidad.

16 % **Percepción y relacionamiento**

Es el posicionamiento y la manera como nos perciben los grupos de interés y se basa en el relacionamiento que tenemos con ellos

14 % **Falta comprensión y conciencia**

Es un activo fundamental pero falta conocimiento y comprensión sobre cómo gestionarla y llevarla a todos los niveles de la organización.

12 % **Requiere de cuidado**

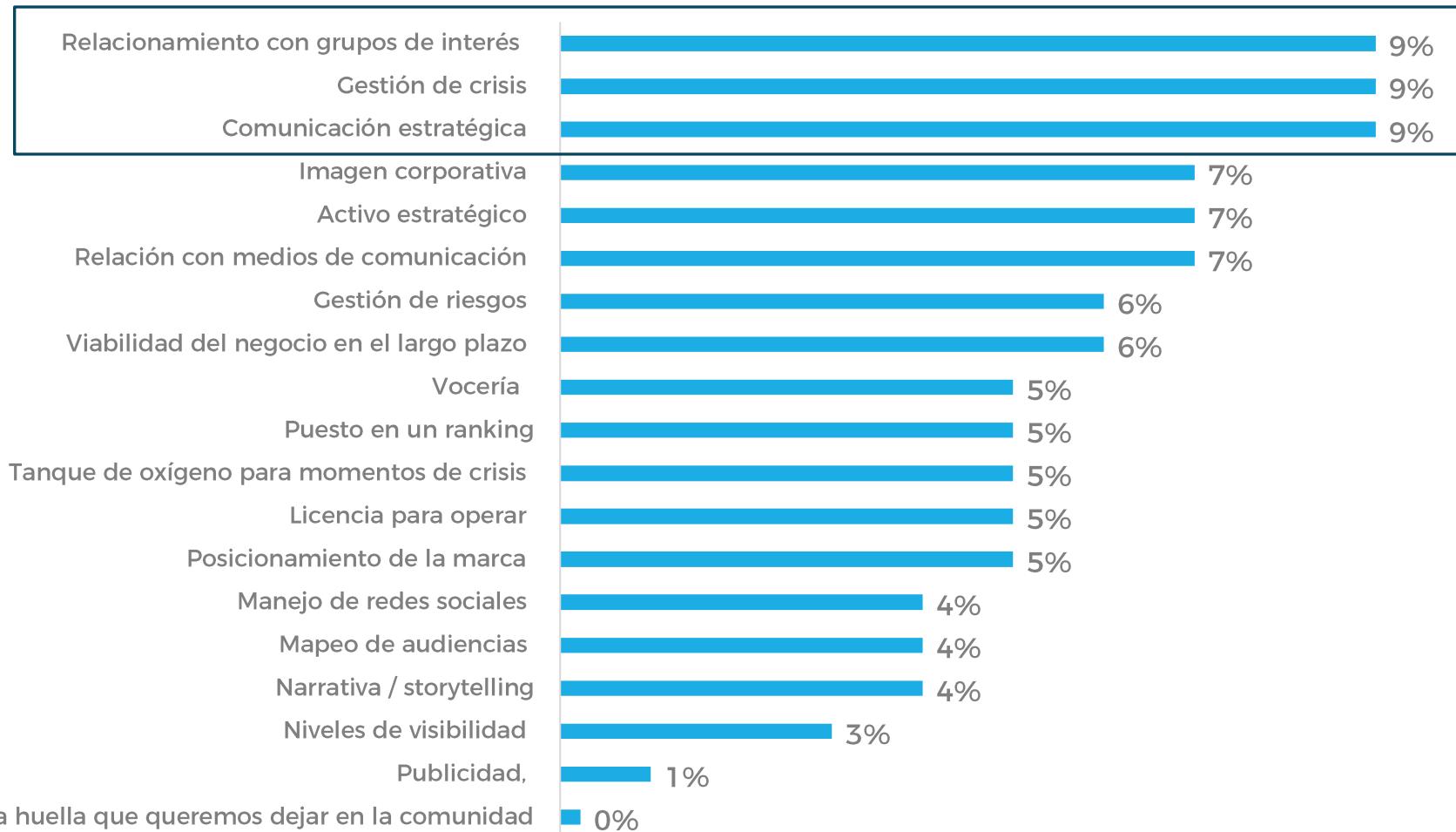
Es un generador de valor para la organización y por eso es necesario protegerla y cuidarla.

10 % **Confianza**

Es la capacidad de generar confianza y construir relaciones de largo plazo con los grupos de interés

ASOCIACIÓN

Cuando se habla de reputación entre tu equipo directivo ¿con cuáles temas la asocian?



BARRERAS Y RETOS

¿Cuáles **BARRERAS** enfrentas tu o tu organización al gestionar la reputación?

15% Dificultad para cuantificar su impacto

14% Falta de claridad sobre el ROI

14% Presupuesto limitado

9% Ausencia de medición e indicador de reputación

8% Asociación de reputación con resultado en ranking

¿Cuáles son los principales **RETOS** internos y externos que enfrenta tu organización en reputación?

12% Mejorar/fortalecer relación con grupos de interés

9% Gestionar el riesgo político

9% Definir un indicador de reputación

8% Enfrentar la narrativa anti empresa

8% Medir la reputación de la organización

IMPACTO

¿Para qué consideras que se debe gestionar la reputación de tu organización?

1.

Construir relaciones de confianza con los grupos de interés

2.

Viabilizar sostenibilidad de la organización (licencia para operar)

3.

Apalancar el logro de objetivos de la organización

4.

Obtener respaldo de los grupos de interés

5.

Reforzar la coherencia organizacional

6.

Tener tanque de oxígeno ante las crisis

2.

ESTRUCTURA

El Camino de la Reputación en Colombia 2023



ESTRUCTURA

Líder

95%

De las empresas participantes tiene alguna persona encargada de liderar y gestionar la reputación de la organización

Área

82%

De las empresas participantes tiene un área encargada directamente de gestionar la reputación

Exclusividad

56%

De las empresas participantes tiene un profesional dedicado exclusivamente a gerenciar la reputación

Profesión

58%

De quienes lideran los procesos de reputación tienen como profesión la Comunicación Social y **10% son abogados**

REPORTE

En caso afirmativo ¿a qué área de la organización reporta dicho cargo?



A close-up photograph of a person's hand holding a blue ballpoint pen. The hand is positioned over a white document that features several colorful bar charts in the background and a prominent green and red line graph in the foreground. The pen is angled towards the right side of the frame.

3.

MEDICIÓN

El Camino de la Reputación en Colombia 2023

MEDICIÓN

Medición propia

46%

De las empresas participantes cuenta con una medición propia entre sus grupos de interés

Periodicidad

48%

De las empresas participantes mide su reputación de manera periódica

Medición de CEO

56%

De las empresas participantes nunca ha medido la reputación de su CEO o directivo principal

Plan de acción

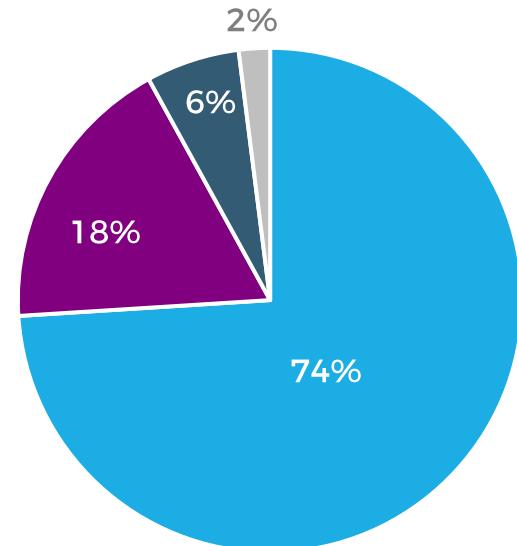
64%

De las empresas participantes diseña un plan de acción después de medir reputación

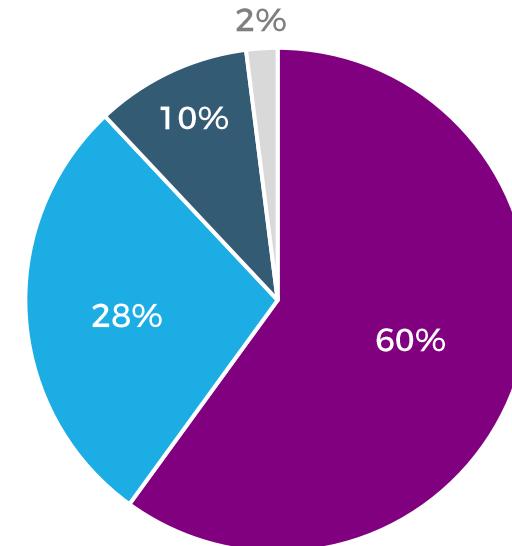
MEDICIÓN

Tu organización ...

¿Figura en algún ranking de reputación?



¿Compra el informe de resultados de dicho ranking?



■ Si ■ No ■ Algunas veces ■ No aplica ■ Ns/Nr

MEDICIÓN

Indicador	Indicador principal	Impacto en el bono	Periodicidad
60%	36%	32%	12%

De las empresas participantes cuenta con uno o varios indicadores de reputación

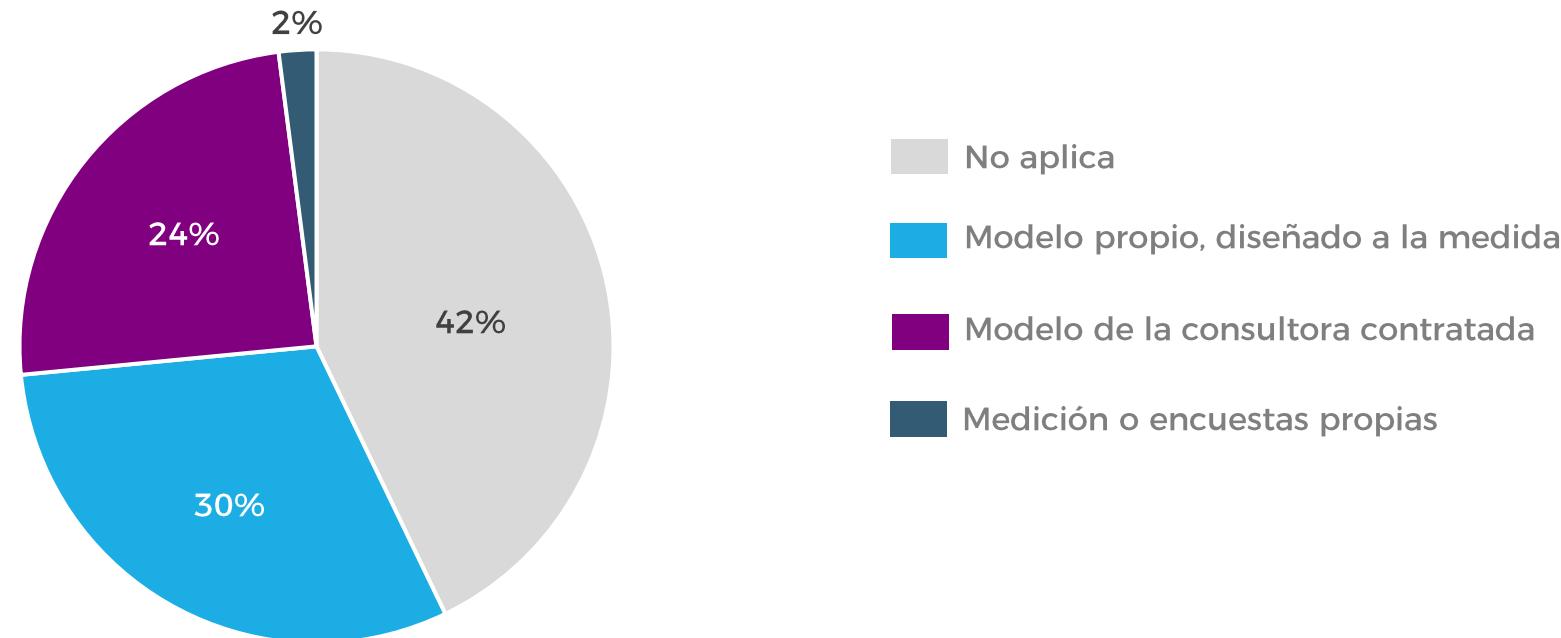
De las empresas participantes cuenta con el indicador de reputación como uno de los principales indicadores de la organización

En el 32% de las empresas, el indicador de reputación impacta el bono del área que lo gestiona y en el 10% de el indicador impacta el bono de los directivos

De las empresas participantes miden su reputación cada año y 22% mide cada dos años

MODELO

¿Si tu organización tiene una medición propia de reputación, con qué modelo mide?





4.

GERENCIAMIENTO

El Camino de la Reputación en Colombia 2023

GERENCIAMIENTO

Estrategia

52%

De las empresas participantes tiene incluida la reputación en la estrategia general de la organización

Visión

62%

De las empresas participantes tiene definida una visión reputacional

Plan

60%

De las empresas participantes cuenta con un plan de reputación

Comité

30%

De las empresas participantes cuenta con un Comité de Reputación

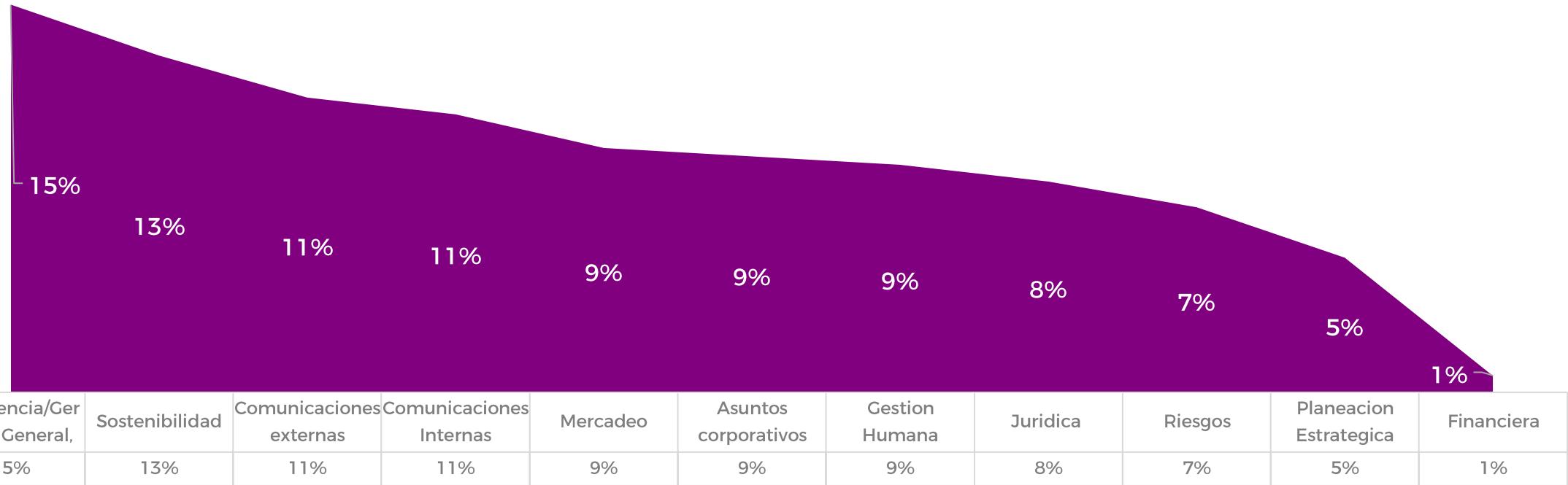
Relacionamiento

34%

De las empresas participantes no cuentan con un plan de relacionamiento con sus grupos de interés

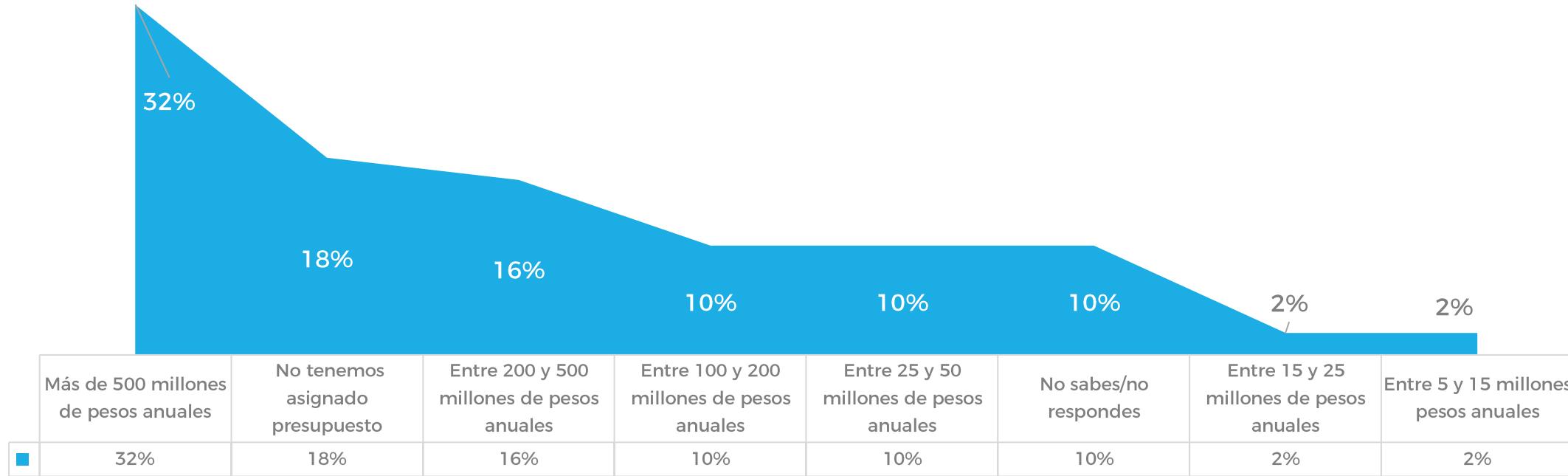
ALIADOS

¿Cuál o cuáles áreas de tu organización son tus principales aliadas actualmente para gestionar la reputación?



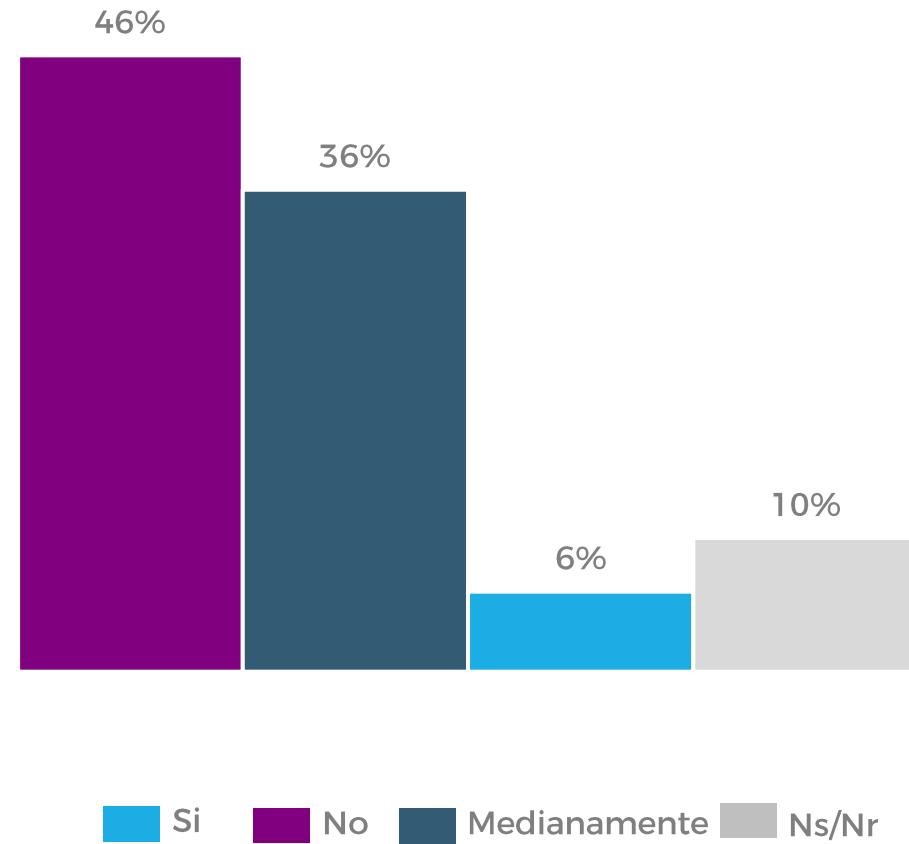
PRESUPUESTO

¿Cuál es tu presupuesto anual estimado para gestionar la reputación de tu organización?



ACADEMIA

¿Consideras que las universidades están formando adecuadamente a los profesionales de comunicación en torno al tema de reputación?



FORMACIÓN

¿Qué alternativa de formación o estudios en reputación recomendarías a una persona que quiera incursionar en el tema?

A Carreras

- (6) Comunicación Social/Corporativa
- (6) Ciencias políticas
- (5) Marketing digital
- (4) Derecho y temas legales
- (3) Mercadeo
- (2) Periodismo
- (2) Asuntos públicos
- (2) Ciencias del comportamiento
- (1) Administración de empresas
- (1) Economía
- (1) Psicología
- (1) Sociología
- (1) Economía



14%

- (7) No sabe/ No responde

B Áreas temáticas

- (6) Gestión de riesgos y crisis
- (3) Gestión de la reputación
- (3) Sostenibilidad
- (3) Estrategia
- (2) Relación con grupos de interés
- (2) Gestión de intangibles
- (1) Indicadores de gestión
- (1) Asuntos públicos
- (1) Relaciones públicas
- (1) Marca
- (1) Cultura
- (1) Narrativa
- (1) Vocería
- (1) Gestión de contenidos de valor
- (1) Programación y analítica

C Cursos

- (6) Programa de alta dirección en reputación del ICESI
- (2) Diplomado en reputación de la Universidad de la Sabana
- (2) Cursos de la universidad Externado de Colombia
- (1) ESADE tiene algo sobre CCO
- (1) Diplomados del Instituto de Empresa y Reputation Institute
- (1) Programas y literatura de Corporate Excellence
- (1) Cursos con Standford o Harvard en USA
- (1) Maestría o especialización en Comunicación Estratégica

D Otros

- Congresos y simposios.
- Referenciaciones con otras compañías
- Referenciación con agencias que han desarrollado modelos y estudios sobre el tema
- Inmersion con empresas top en la gestión del proceso
- Mentoring con expertos en gestión de la reputación

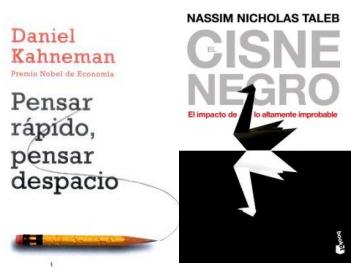
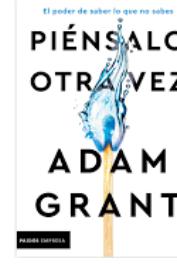
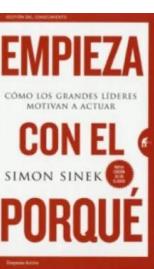
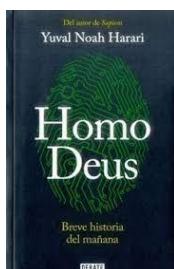
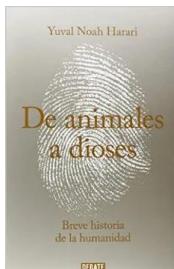
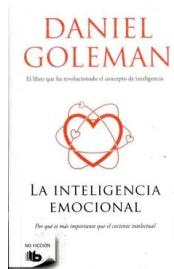
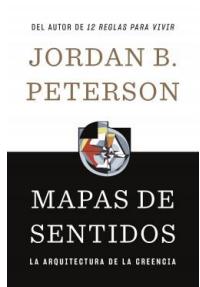
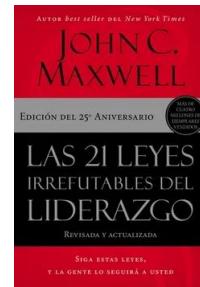
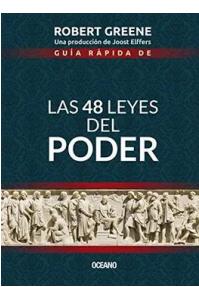
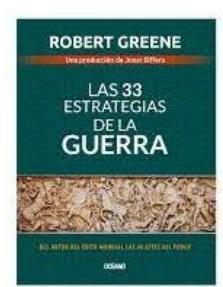
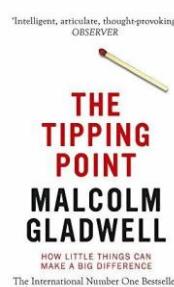
BIBLIOGRAFÍA (26 TÍTULOS)

¿Qué libro(s) recomendarías a una persona cuyo reto sea gerenciar la reputación en su empresa?



BIBLIOGRAFÍA – LIBROS SOBRE TEMAS AFINES

¿Qué libro(s) recomendarías a una persona cuyo reto sea gerenciar la reputación en su empresa?





5.

RIESGO REPUTACIONAL

El Camino de la Reputación en Colombia 2023

RIESGO REPUTACIONAL

Mapa

94%

De las empresas participantes cuenta con un mapa de riesgos

Riesgo

80%

De las empresas participantes tiene incluido en su mapa de riesgos el riesgo reputacional

Monitoreo

78%

De las empresas participantes monitorea los riesgos reputacionales

Comité crisis

94%

De las empresas participantes cuenta con un Comité de Crisis

Medios y redes

92%

De las empresas participantes cuenta con monitoreo de medios y 90% cuenta con monitoreo de redes sociales

6.

TERCERIZACIÓN

El Camino de la Reputación en Colombia 2023



TERCERIZACIÓN

Valor agregado

86%

De las empresas participantes considera que los consultores en reputación pueden agregar valor

Asesoría

72%

De las empresas participantes ha contratado alguna vez un consultor en reputación

Presupuesto

46%

De las empresas participantes cuenta con presupuesto anual para contratar proveedores de reputación

Apoyo actual

50%

De las empresas participantes cuenta con el apoyo actual de un consultor en reputación

Formación

44%

De las empresas participantes invierten en cursos de formación en reputación

7.

RESUMEN GENERAL

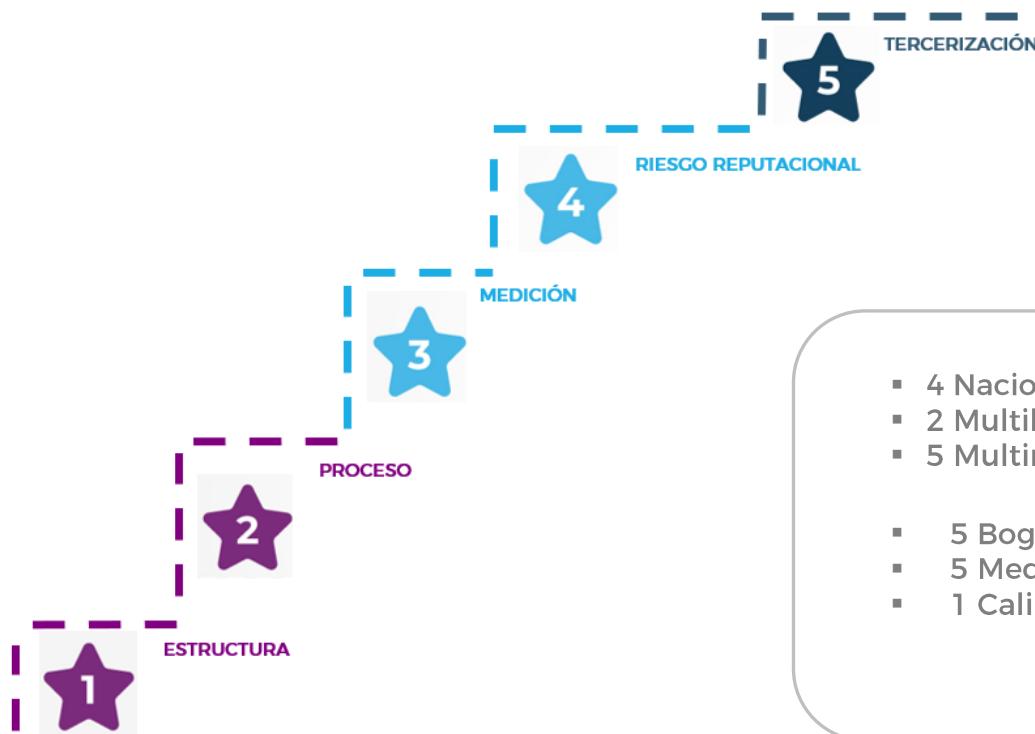
El Camino de la Reputación en Colombia 2023



EL CAMINO DE LA REPUTACIÓN



EL CAMINO DE LA REPUTACIÓN



22%

11 empresas

- 4 Nacional
 - 2 Multilatina
 - 5 Multinacional
 - 5 Bogotá
 - 5 Medellín
 - 1 Cali
- 5 Entre 1.000 y 5.000
1 Entre 5.000 y 10.000
3 Entre 10.000 y 20.000
2 Entre 20.000 y 50.000
- 2 Consumo masivo
 - Financiero
 - Telecomunicaciones
 - Financiero
 - Materiales de Construcción
 - Alimentos
 - Retail
 - Industria
 - Agroindustria
 - Servicios públicos



El valor de la Confianza

www.annymartinez.com.co



+57 3104265752

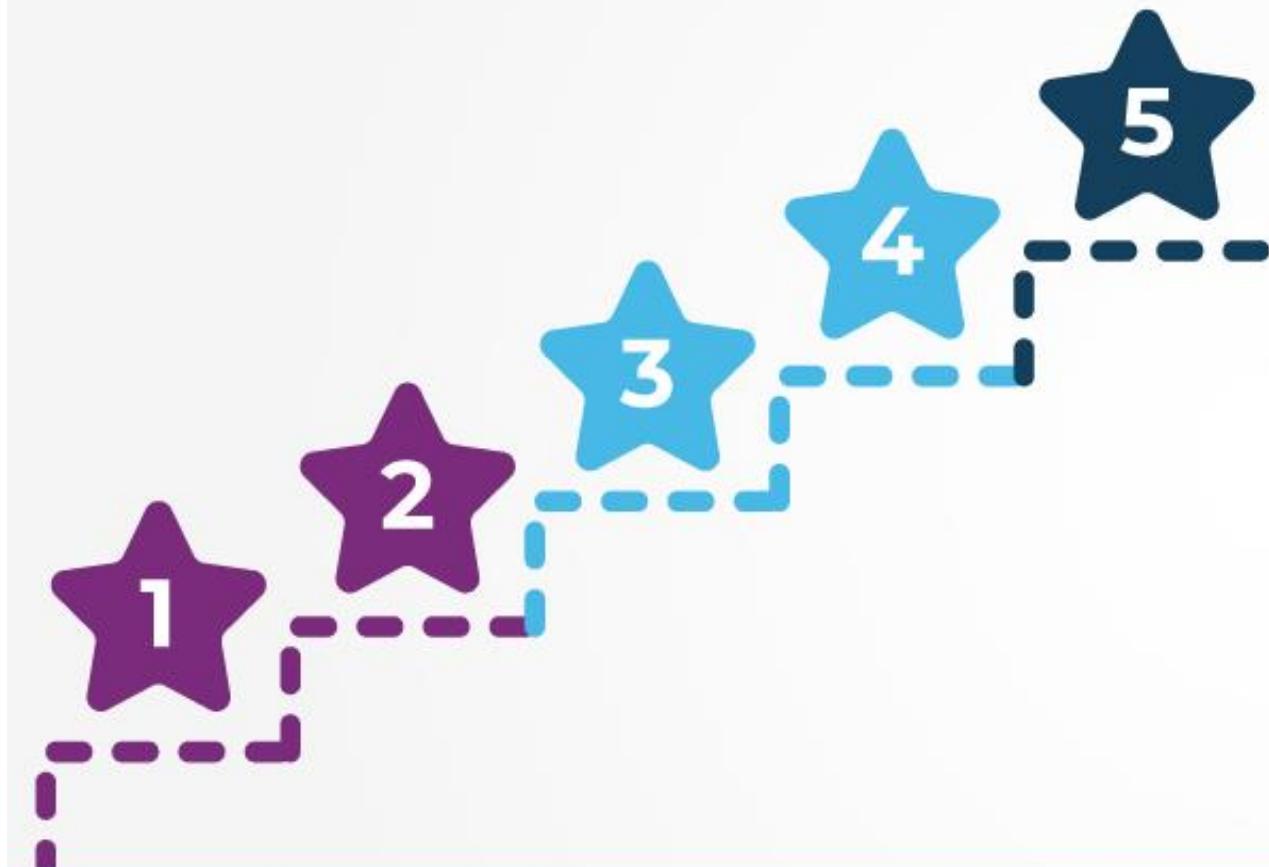


annymartinezsas@gmail.com



Ana Isabel Martinez M





EL CAMINO
DE LA REPUTACIÓN
CORPORATIVA
EN COLOMBIA

2023