FSP 2022 INTERPORC

Interporc

23 JUN
Madrid

La economía de la reputación

Fernando Prado Abuín

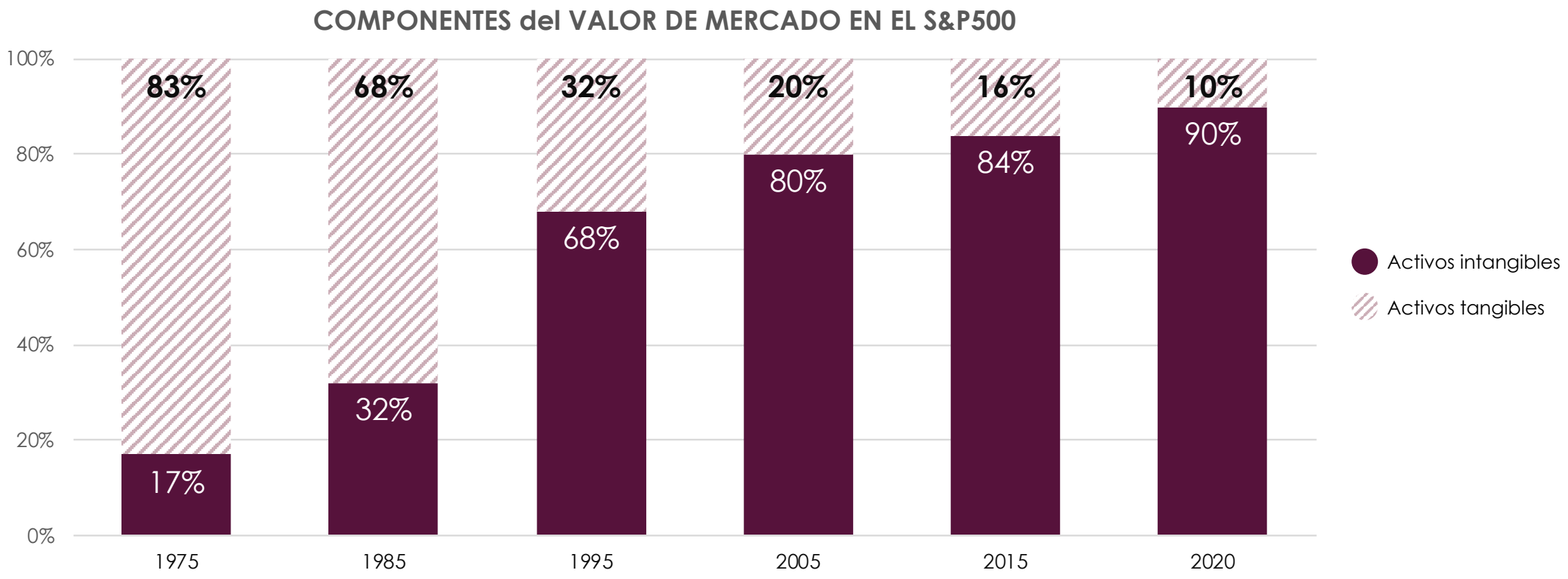
@fpradoRI

VII FORO SECTOR PORCINO

La reputación corporativa y su importancia

Reputation Lab

El valor de los activos intangibles



Fuente: Ocean Tomo

Reputation Lab

¿Qué es la reputación corporativa?

La reputación corporativa es el conjunto de sentimientos generados a partir de ***percepciones****, juicios y valoraciones de los* ***grupos de interés*** *sobre una empresa u organización.*

Condicionan las actitudes y comportamientos *de esos grupos de interés hacia la empresa u organización.*

¿Cómo se construye la reputación corporativa?

Experiencias personales

Productos
Servicio al cliente
Inversiones
Empleo

Comunicación de la empresa

Publicidad
Relaciones públicas
Otras acciones de marketing

Perspectivas de terceros

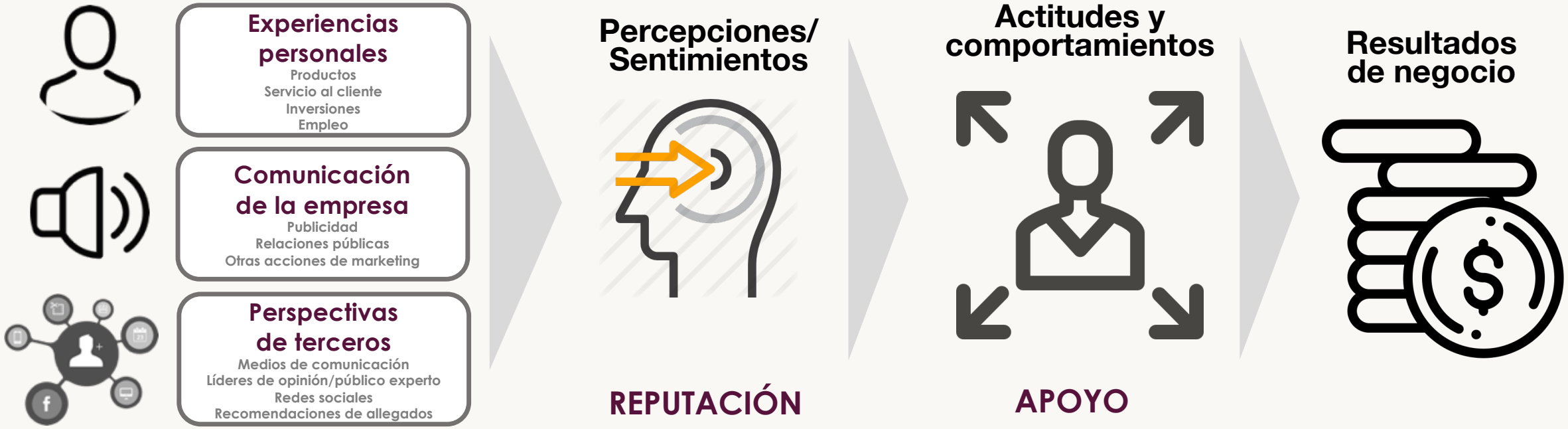
Medios de comunicación
Líderes de opinión/público experto
Redes sociales
Recomendaciones de allegados

Reputación Corporativa

Cómo es percibida la empresa

La economía de la reputación

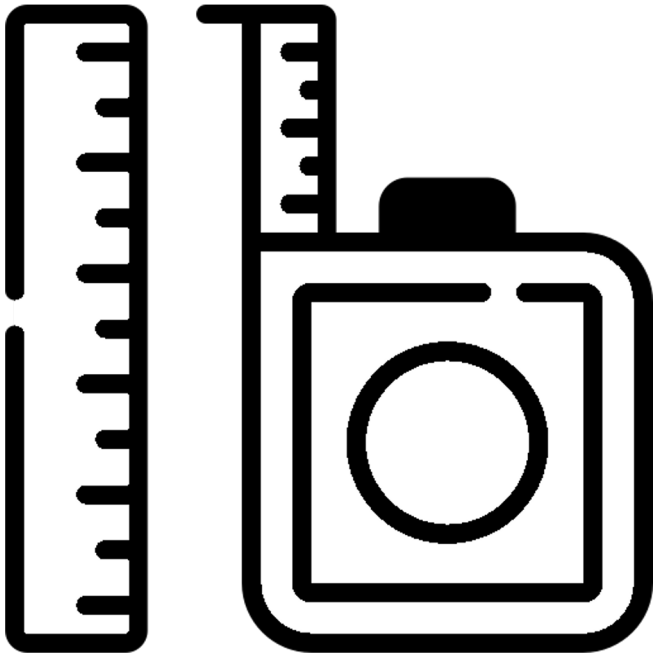
Un entorno en que las **percepciones** de los grupos de interés sobre las empresas tienen un **impacto directo** en sus **resultados de negocio**.



“Lo que no se puede medir, no se puede gestionar”

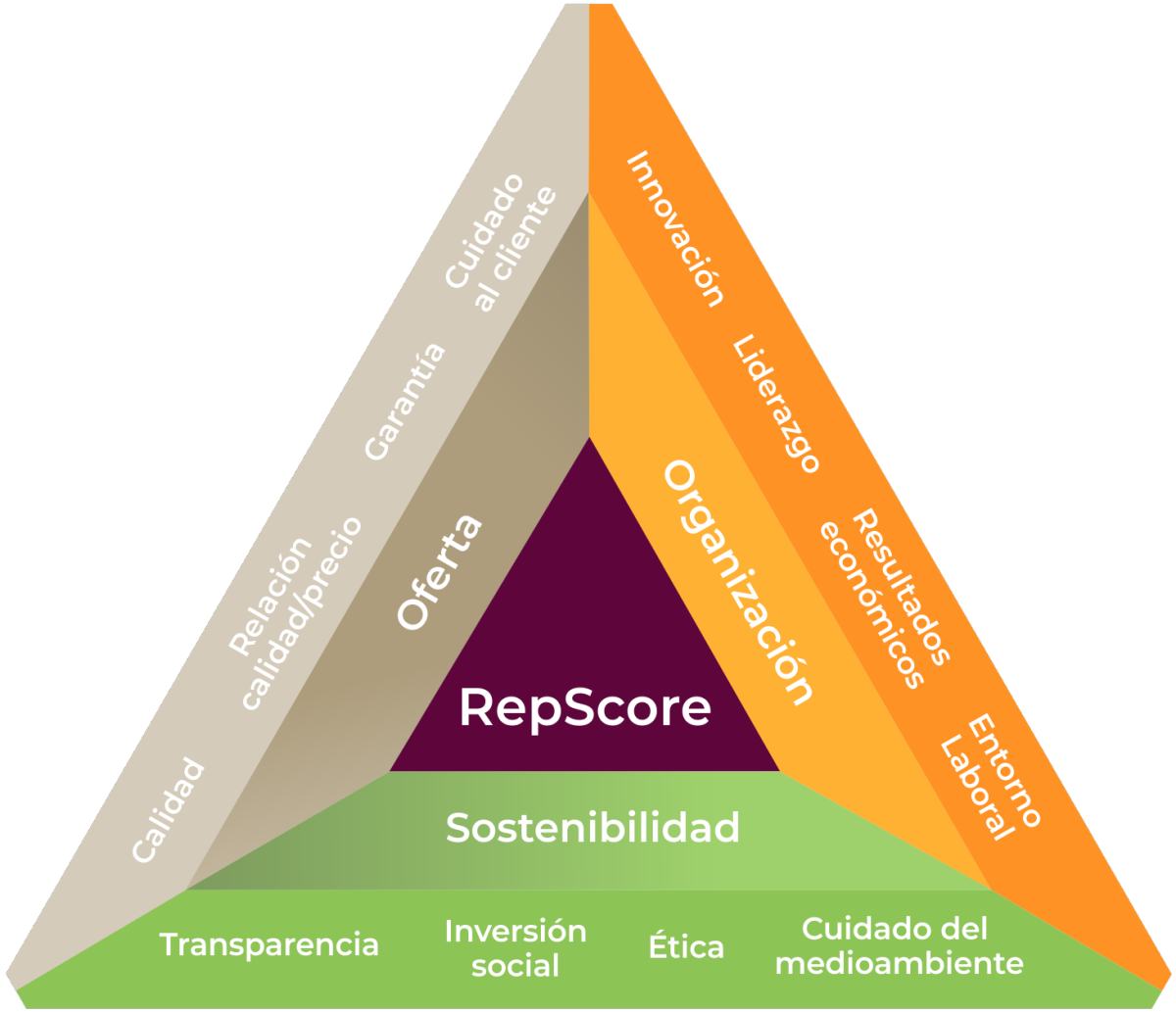
La medición de la reputación corporativa nos permite:

1. **Entender** cuáles son las **expectativas de los grupos de interés clave** para la organización.
2. **Identificar** las **fortalezas y debilidades** en términos **reputacionales** de la organización en relación con sus **competidores**.
3. **Fijar objetivos concretos** y **medir evoluciones**.



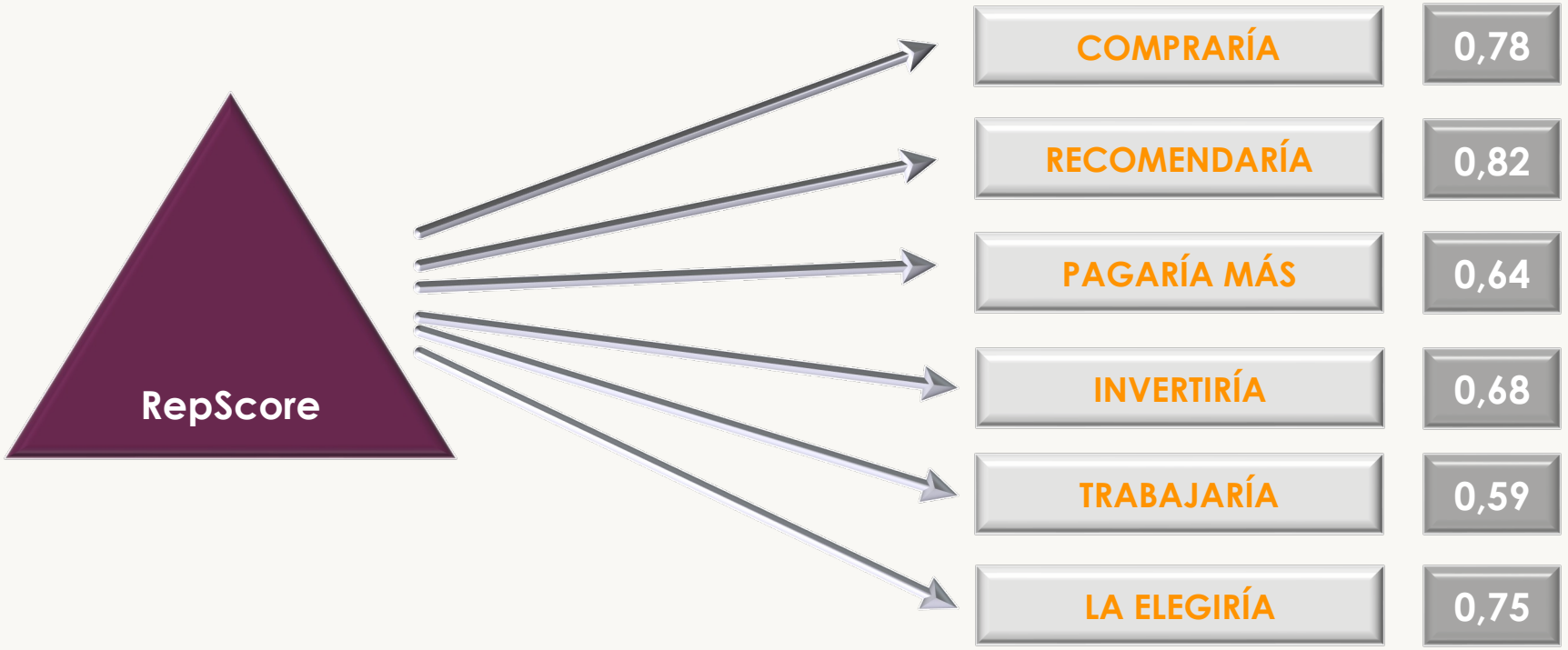
Componentes de un modelo de reputación

El modelo RepCore®



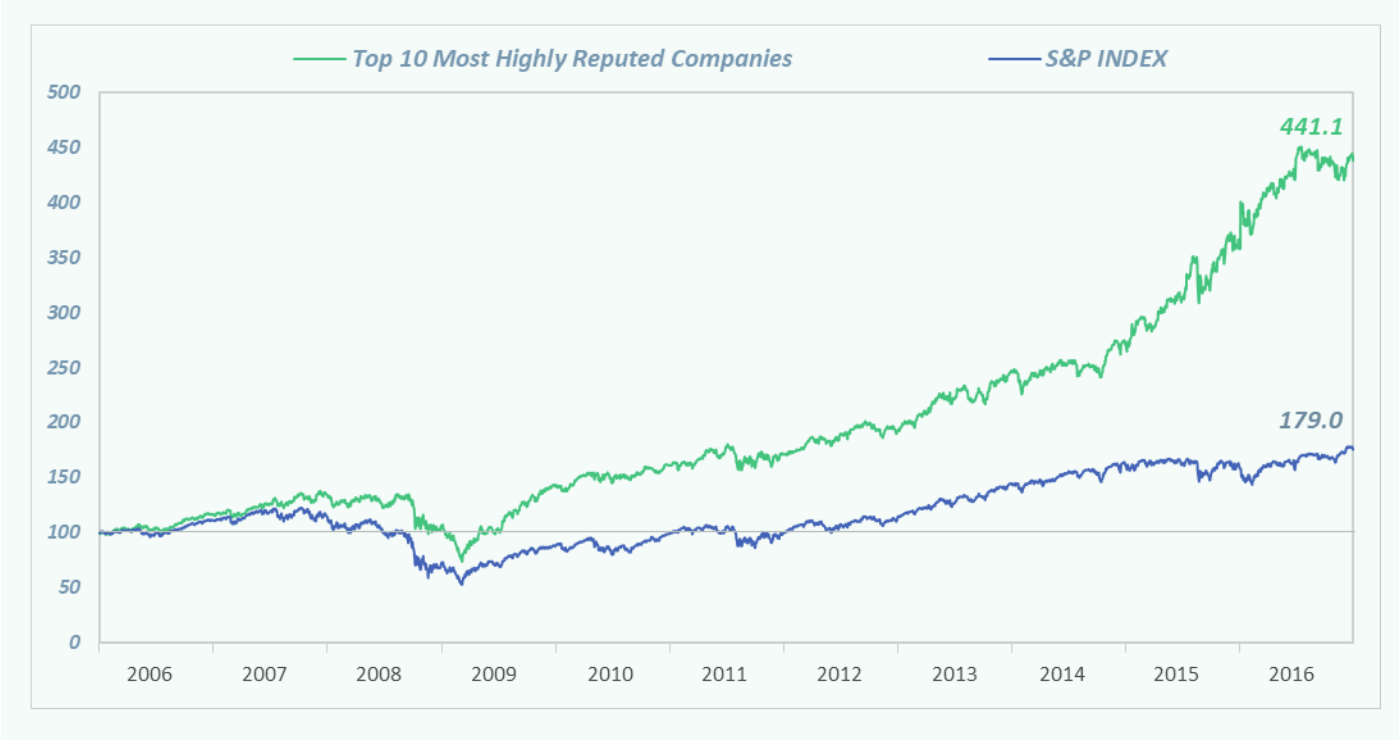
Reputation Lab

Correlación entre la reputación y las actitudes de apoyo



Estudio realizado en España, EEUU, Reino Unido y México.
Correlaciones de Pearson.

La reputación mueve los mercados



Desde 2006 una cartera de inversión de empresas con buena reputación consigue una mucho mayor revalorización que la media del S&P por un factor de…

2.5 X

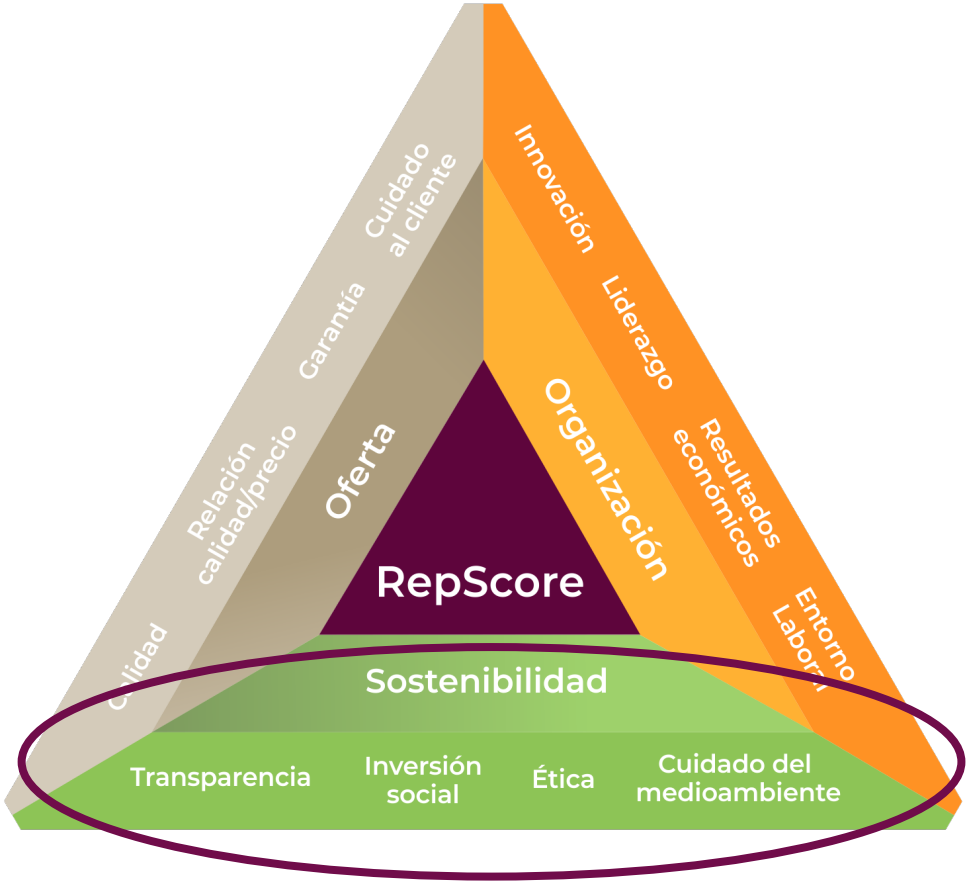
Fuente: Reputation Institute

Reputation Lab

Reputación y sostenibilidad

Reputation Lab

Los criterios ESG explican una buena parte de la reputación



>30%

Las variables más relacionadas con la sostenibilidad explican

entre el 30% y el 40%

de la reputación de la empresa.

Reputation Lab

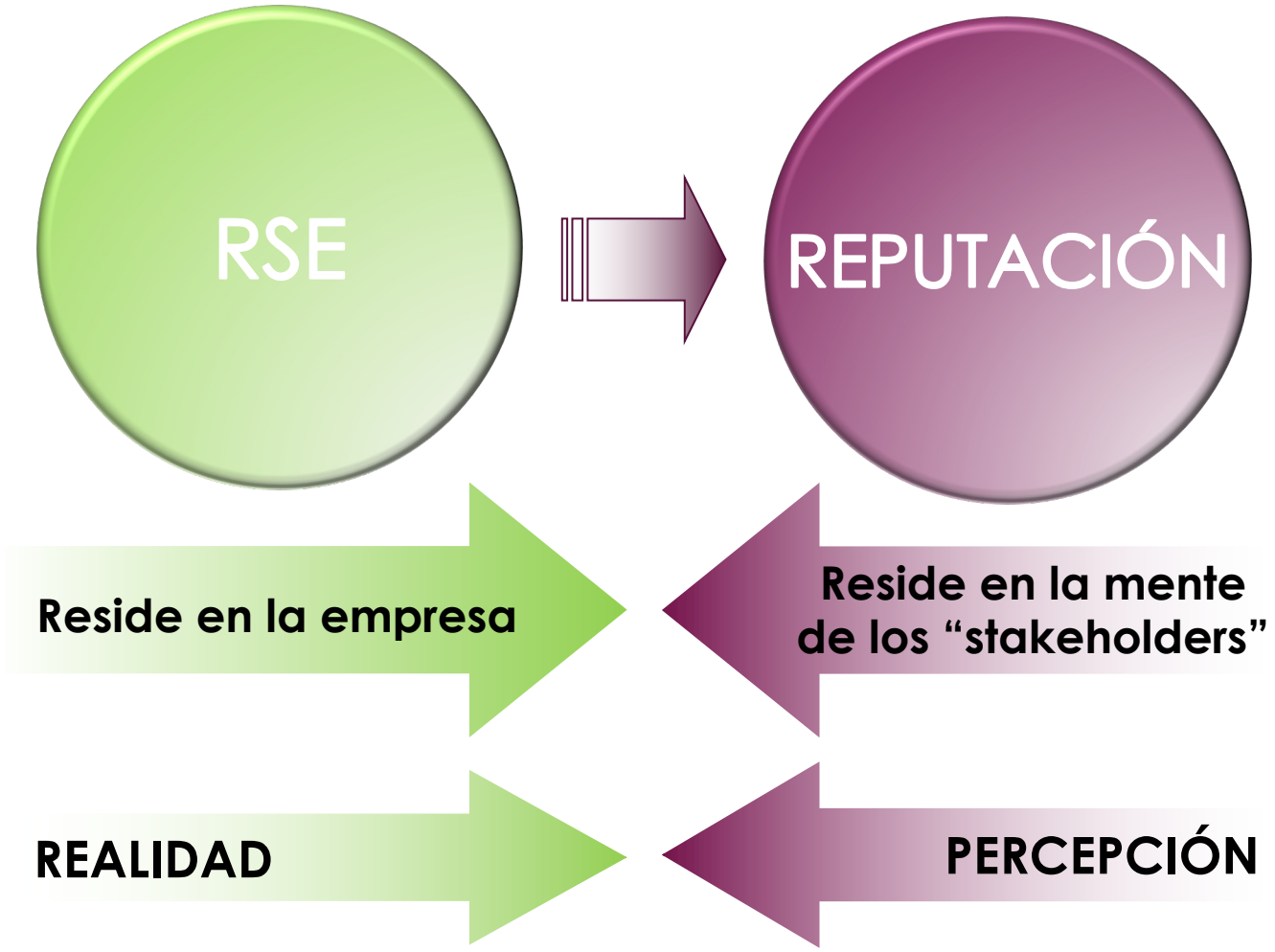
Responsabilidad Social Corporativa

Comisión Europea

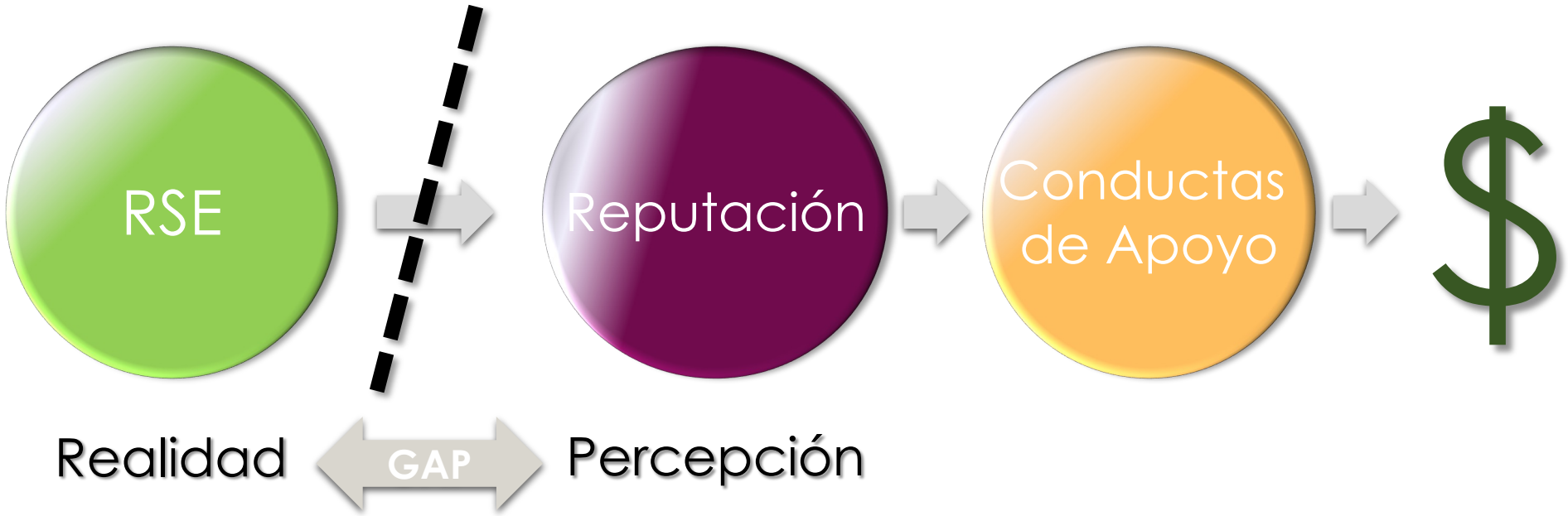
"La responsabilidad de las empresas por su ***impacto en la sociedad****."*

"Las empresas deberían poner en práctica un proceso para integrar las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, de derechos humanos y de los consumidores en sus ***operaciones*** *y* ***estrategia de negocio*** *en colaboración con sus grupos de interés."*

Reputación corporativa versus Sostenibilidad

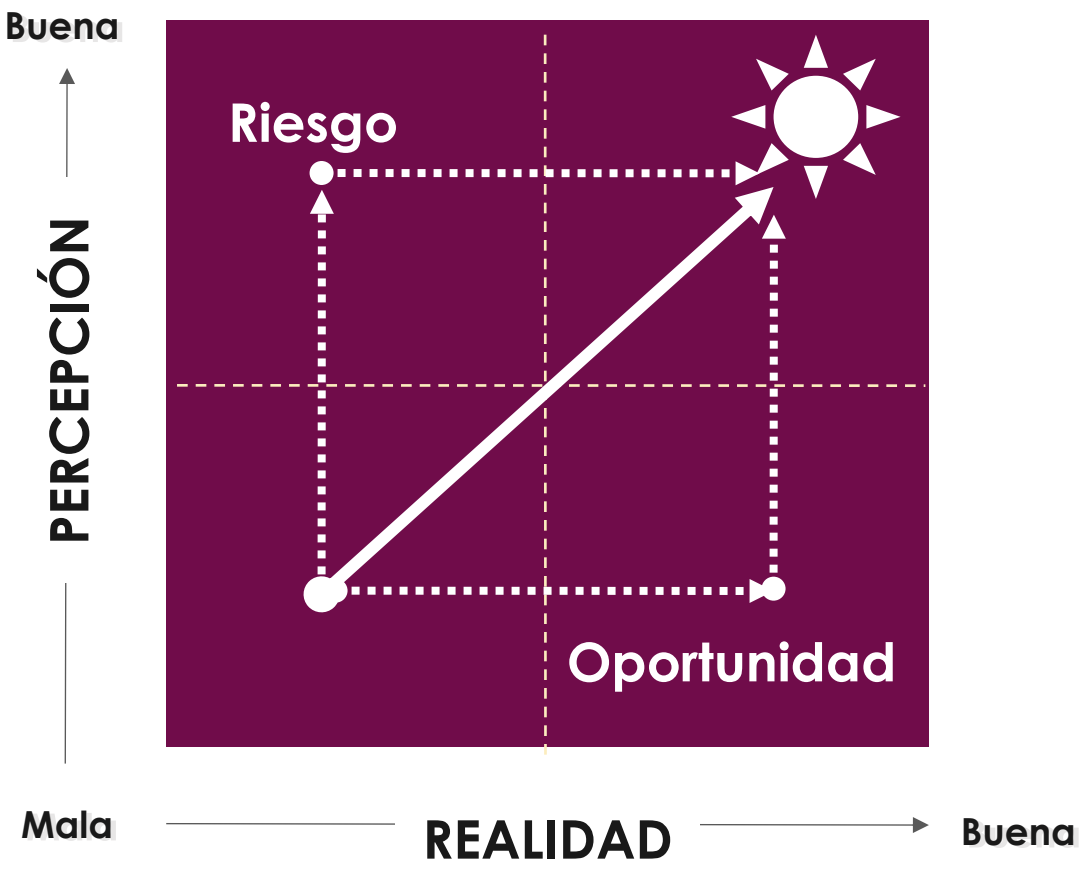


Modelo de negocio de la RSE



Fuente: "Reputación, RSC y Comunicación: Lo que hace mi mano izquierda." Fernando Prado (2011).

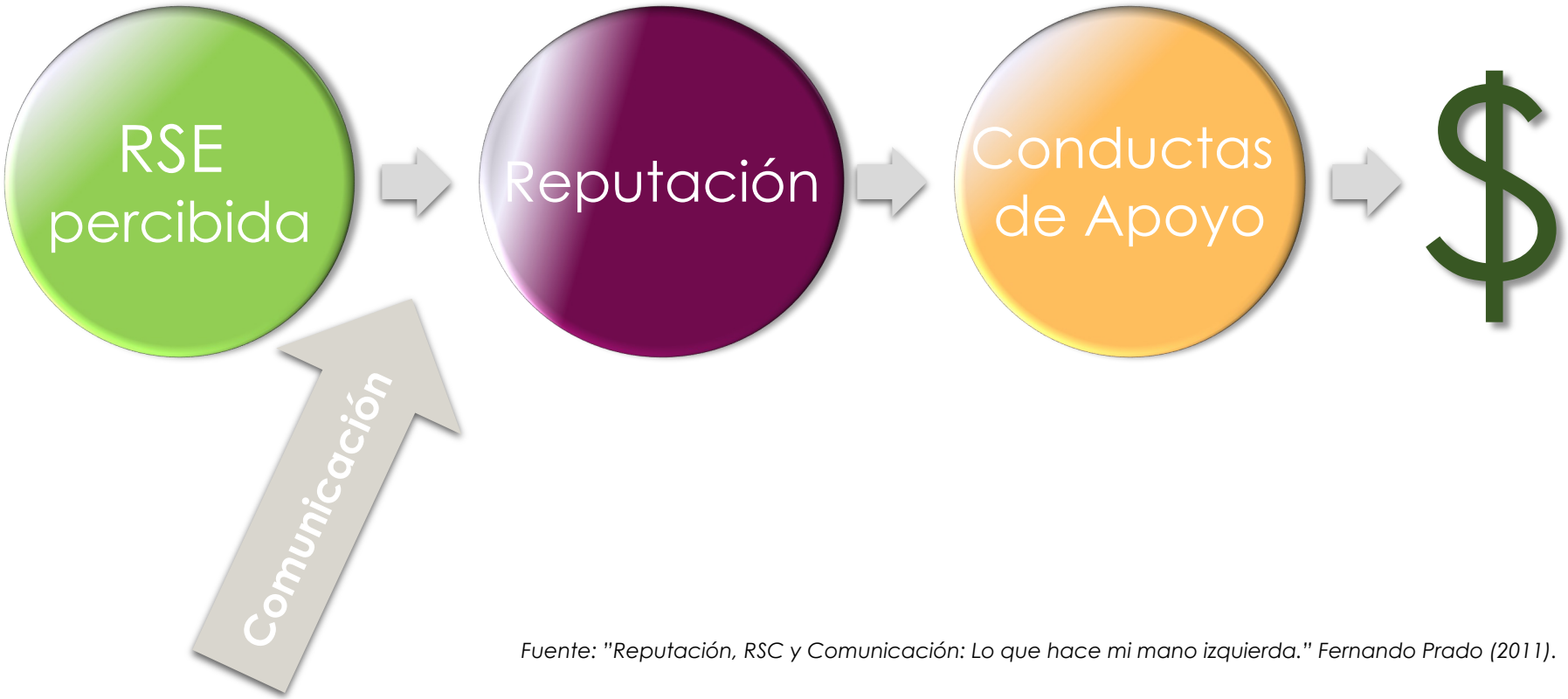
La gestión de la reputación



Fuente: "Fame & Fortune: How successful companies build winning reputations". Charles Fombrun (2003).

Reputation Lab

Modelo de negocio de la RSE



Fuente: "Reputación, RSC y Comunicación: Lo que hace mi mano izquierda." Fernando Prado (2011).

El riesgo reputacional y su gestión

Reputation Lab

¿Qué es el riesgo reputacional?

Un riesgo reputacional es un ***potencial evento negativo****…*

… que en caso de producirse ***impacta en la percepción*** *(reputación)* ***y en los comportamientos*** *de los grupos de interés hacia una empresa u organización.*

Reputation Lab

La reputación construye valor

Lo que hacemos, lo que decimos y lo que dicen de nosotros

Genera una opinión en los grupos de interés (las percepciones que ordenamos mediante el modelo de medición)

Que condiciona como estos se comportan con la empresa

Lo que determina sus resultados de negocio

Reputation Lab

El riesgo reputacional tiene el impacto inverso

Si el **riesgo** cristaliza
(por lo que hacemos o dicen de nosotros)

Puede generar un cambio de las percepciones que los grupos de interés tienen de nosotros (se "daña" la **Reputación)**

Esa peor percepción **condiciona negativamente los comportamientos de apoyo**

Lo que **impacta negativamente en el negocio**

El **impacto económico del riesgo reputacional** será la **pérdida económica** que sufre la empresa al tener una **peor reputación**.

Es la consecuencia de tener un **menor apoyo** por parte de sus **grupos de interés**

Impacto económico
=
% caída del apoyo
x
valor del apoyo

¿Cómo gestionar el riesgo reputacional?

Identificar posibles eventos de riesgo reputacional

↓

Analizar su nivel de impacto y probabilidad de ocurrir

↓

Priorizar los más relevantes

↓

Desarrollar planes de mitigación

¿Está el sector porcino en una situación de riesgo reputacional?

Reputation Lab

Polémicas con las explotaciones intensivas

- Se les acusa de contaminar el agua y el suelo debido a los purines y el estiércol (amoniaco, nitratos, ...)
- Malos olores.
- Emisión de gases de efecto invernadero.
- No respetar el bienestar animal.

Reputation Lab

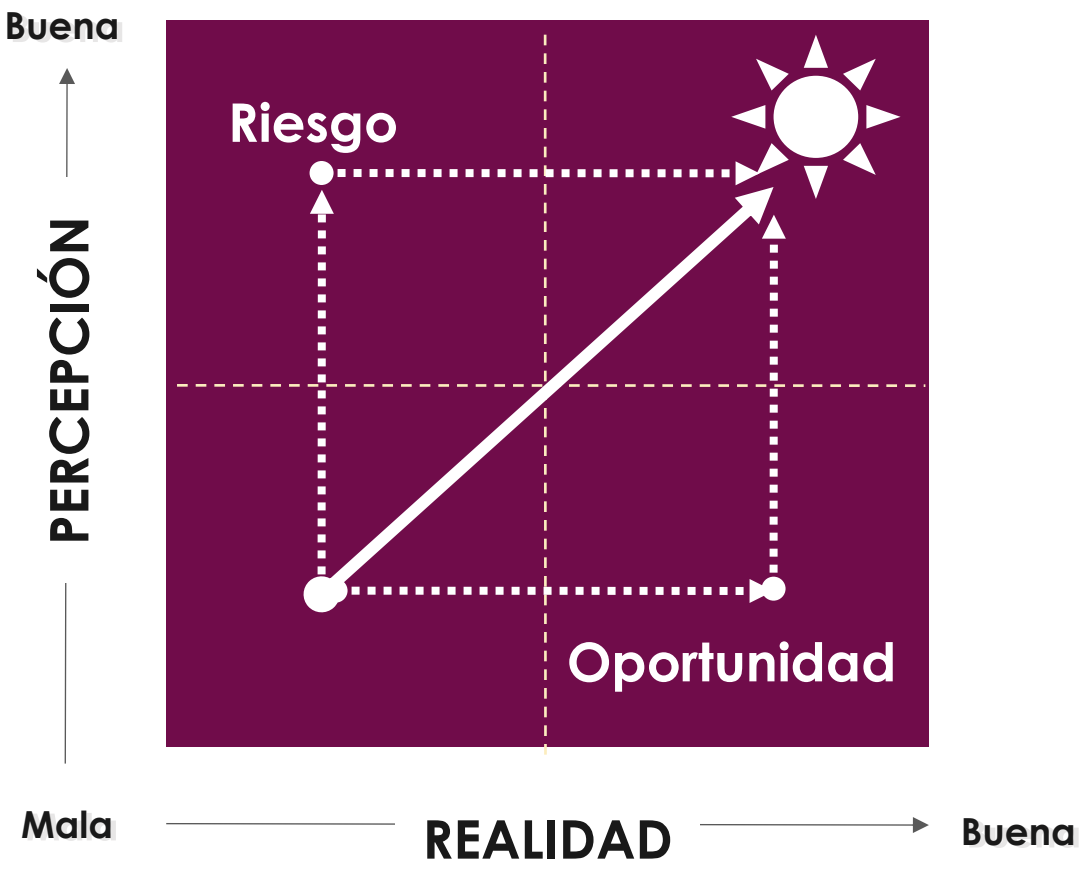
¿Es ésta la percepción del sector porcino en la mente de los consumidores?

Reputation Lab

¿O es esta otra?

Reputation Lab

La gestión de la reputación



Fuente: "Fame & Fortune: How successful companies build winning reputations". Charles Fombrun (2003).

Reputation Lab

Reputation Lab

Fernando Prado Abuín

fprado@corporatereputationlab.com

@fpradoRI

GRACIAS