

# Cimientos de confianza

Construyendo reputación corporativa desde las **Juntas Directivas** para el éxito empresarial



#LEADERS4LEADERS  
#LEADERS4LEADERS  
#LEADERS4LEADERS  
#LEADERS4LEADERS

La reputación corporativa es un activo invaluable para cualquier empresa. Va más allá de la rentabilidad financiera y juega un papel crucial en la construcción de relaciones sólidas con los clientes, empleados y *stakeholders* en general.

- De acuerdo con el informe de **KPMG y el Corporate Excellence-Centre for Reputation Leadership**, para el **44%** de los miembros de Junta Directiva la reputación es igual o más importante que los criterios financieros, y el **87%** considera que se incluye como variable en la definición de la estrategia, tanto a corto como a largo plazo.
- La reputación se ha convertido en una **variable estratégica para los miembros de Junta**, que le dan una importancia

**media de 7,1 sobre 10.**

Información alineada a Colombia, en donde los miembros de Junta, consumidores e inversionistas la consideran cada vez más relevante.

- En una **escala de 1 al 10**, destacan el sector:

**Retail (10) Financiero (8,5) Energético (8,5)**

Cuyas controversias suelen tener mayor repercusión en las relaciones con sus grupos de interés. Por el contrario, para el sector de las **infraestructuras** solo representa un **2,5** y para el sector **seguros**, un **5**.

Proteger y fortalecer la reputación corporativa es una responsabilidad clave de la Junta Directiva. La confianza del mercado y la lealtad de los clientes son **activos intangibles que no aparecen en los balances**, pero que tienen un impacto directo en la **salud financiera** y la **competitividad** de la empresa. De acuerdo con Jerusalem Hernández, Socia de Sostenibilidad, Reputación y Gobierno Corporativo:

**Jerusalem Hernández**

Socia de Sostenibilidad,  
Reputación y Gobierno  
Corporativo

KPMG España



El éxito de las organizaciones depende en gran medida de la confianza que son capaces de generar, y de la inclusión de buenas prácticas en sus órganos de gobierno, por ejemplo, contar con información sobre la relación existente entre la compañía y sus principales grupos de interés, las expectativas detectadas, las percepciones actuales, los riesgos reputacionales o los canales de relación disponibles

**En este sentido, resalta tres puntos para mejorar la reputación corporativa en las organizaciones:**

## **Promover la responsabilidad social corporativa (RSC):**

Identificar áreas en las que la empresa pueda tener un impacto positivo en la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en general, y **desarrollar iniciativas significativas y sostenibles** alrededor de ellas, demuestra su compromiso con el bienestar social y ambiental.

## **Priorizar la transparencia y la integridad:**

Fomentar una cultura organizacional que promueva la honestidad, la ética y la responsabilidad en todas las acciones y decisiones de la empresa. Esto incluye **divulgar información relevante de manera oportuna y honesta**, así como abordar de manera proactiva cualquier situación que pueda afectar la confianza del público.

## **Gestionar las crisis de manera eficaz:**

Desarrollar un plan de gestión de crisis detallado que incluya **protocolos de comunicación claros y líneas de responsabilidad definidas es imperativo**. En caso de enfrentar una crisis, practicar la comunicación abierta y transparente, reconocer los errores y mostrar un compromiso claro con rectificar cualquier daño causado disminuirá los riesgos reputacionales.

Este es un tema prioritario en las agendas de las Juntas Directivas, como menciona Camilo Bueno, Vicepresidente de Crecimiento y Estrategia - Socio Líder del *Board Leadership Center*:



### **Camilo Bueno**

Vicepresidente de Crecimiento y Estrategia - Socio Líder del *Board Leadership Center*  
KPMG Colombia

En el entorno empresarial actual, la reputación es fundamental para construir y fortalecer relaciones con inversores, consumidores y empleados. Es la diferencia entre el éxito sostenido y la vulnerabilidad ante las crisis.

## **CONTACTO**

### **Camilo Bueno**

Vicepresidente de Crecimiento y Estrategia - Socio Líder del *Board Leadership Center*  
KPMG Colombia

### **Estefanía Ramírez**

Coordinadora del *Board Leadership Center*  
KPMG Colombia



KPMG Colombia

KPMG\_CO

