

LLORENTE & CUENCA

**La reputación como eje de
competitividad**

Congreso Latinoamericano de
Riesgos

Panamá, 3 septiembre 2018

www.llorenteycuenca.com





El círculo virtuoso



LLORENTE & CUENCA

Hablamos de intangibles?



Tres características de la sociedad actual

LLORENTE & CUENCA



Hipertransparencia

MOTORGIGA



SOCIAL

Zara Withdraws T-Shirts After Accusations Online of Anti-Semitism

By DANNY HAKIM AUGUST 27, 2014 7:21 AM 59 Comments

Email

Share

Tweet

Save

More

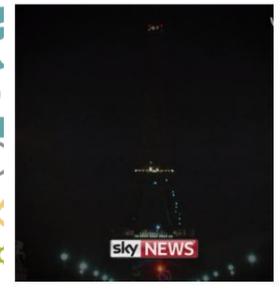
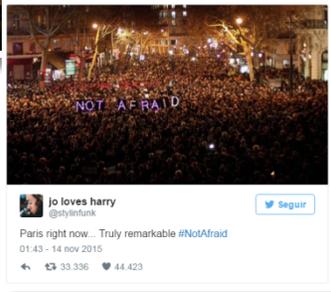


A screen shot of Zara's "Sheriff" shirt taken from the company's website.

LLORENTE & CUENCA

Infoxicación





LLORENTE & CUENCA



Desdibujo de fronteras

Desdibujo de las fronteras entre disciplinas



A word cloud of terms related to marketing, communication, and social media. The words are arranged in a roughly circular pattern, with varying font sizes and colors (black, dark red, and light blue). The most prominent words are 'Reputación', 'Social Media', 'Empoderamiento', 'Valores', 'Asuntos Públicos', 'Personas', 'Comunicación Corporativa', 'Responsabilidad Social', 'Innovación', and 'Hiper-transparencia'. Other visible terms include 'Marketing', 'Marca', 'RRHH', 'Contenido', 'Storytelling', 'Información', 'Transmedia', 'Personalización', 'Cumplimiento', 'Publicidad', and 'Colaboración'.

Cumplimiento Hiper-transparencia Innovación
Personalización Responsabilidad Social
Comunicación Corporativa
Marketing Reputación Transmedia
Marca Social Media Información
RRHH Contenido Storytelling Valores
Empoderamiento
Relacionamiento Asuntos Públicos
Publicidad Colaboración
Personas

Por qué es importante la reputación para las empresas

Reputación: la herramienta directiva del s. XXI

	Energy	Extractive industries ¹	High tech, telecom	Retail
Growth	Dark Brown	Orange	Dark Brown	Orange
Composition of business portfolio	Dark Brown	Dark Brown	Dark Brown	Orange
Innovation and new products	Dark Brown	Orange	Dark Brown	Orange
New markets	Orange	Orange	Orange	Orange
Returns on capital	Orange	Orange	Orange	Dark Brown
Green sales and marketing	Orange	Light Green	Orange	Light Green
Sustainable value chains	Orange	Orange	Orange	Dark Brown
Sustainable operations	Orange	Dark Brown	Orange	Dark Brown
Risk management	Orange	Dark Brown	Orange	Orange
Operational-risk management	Light Green	Light Green	Light Green	Light Green
Reputation management	Dark Brown	Dark Brown	Dark Brown	Dark Brown
Regulatory management	Dark Brown	Dark Brown	Orange	Light Green

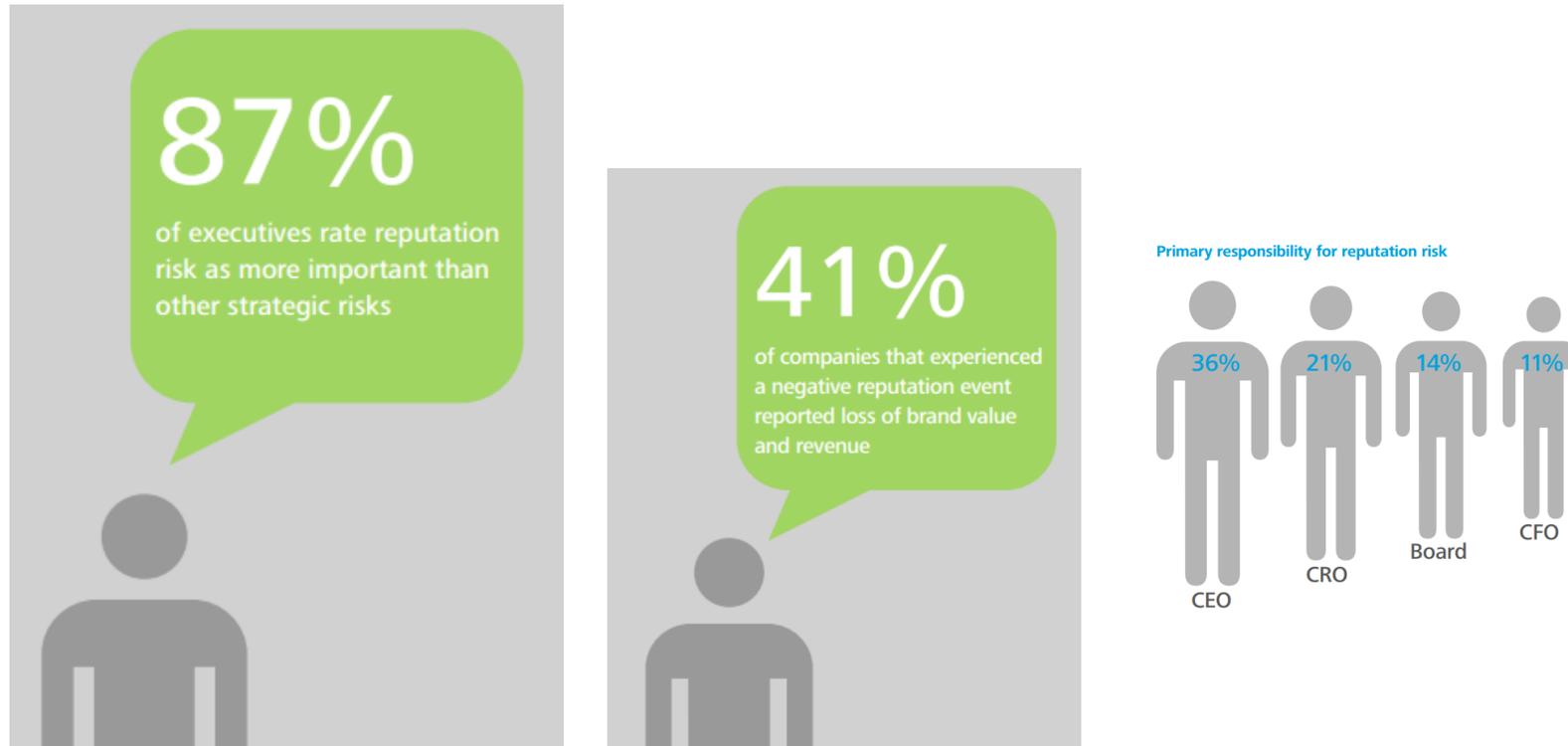


Cómo creamos valor?



Riesgos reputacionales

2014 GLOBAL SURVEY ON REPUTATION RISK



El coste de una crisis reputacional

Company	Loss of value	Equivalent
Goldman Sachs	USD 26 billion	American Express
BP	USD 90 billion	Procter & Gamble
Toyota	USD 25 billion	Motorola

Las empresas con mejor reputación

Rank	Home	2018	Score
1	Switzerland	 ROLEX	79.3
2	Denmark	 LEGO	77.9
3	United States	 Google	77.7
4	Japan	 Canon	77.4
5	United States	 The Walt Disney Company	77.4
6	Japan	 SONY	77.3
7	Germany	 adidas	76.6
8	Germany	 BOSCH	76.4
9	Germany	 BMW GROUP	76.1
10	United States	 Microsoft	75.8

TOP 10 empresas más valoradas en bolsa

El Top 5 del ranking

Compañías	Capitalización (en millones de euros)	Cotización (en dólares)	Per	Revalorización desde enero
Exxon mobil	318.536	67,52	11,14	13,28%
General Electric	296,064	36,14	19.64	5,61%
Microsoft	213.083	27,87	21,94	12,420
Gazprom	217.083	293,11 (en rublos)	16,11	110,115%
Citigroup	200,284	51,05	12,51	12,420

Fuente: El Economista, "En el Top 5 del ranking mundial hay una clara preponderancia estadounidense.", 9 octubre 2006

2015	Empresa	País	Sector	Valor en Bolsa, a 31 de diciembre
1	Apple		EE UU Tecnología	538.403
2	Alphabet (Google)		EE UU Tecnología	484.367
3	Microsoft		EE UU Tecnología	406.577
4	Berkshire Hathaway		EE UU Varios	298.417
5	Exxon Mobil		EE UU Energía	297.707
6	Amazon		EE UU Tecnología	290.671
7	Facebook		EE UU Tecnología	271.539
8	General Electric		EE UU Varios	269.715
9	Johnson&Johnson		EE UU Consumo	260.752
10	Wells Fargo		EE UU Finanzas	254.734

Fuente: El País, "Los gigantes de la economía mundial en 2015". 1 enero 2016

TOP 10 empresas con mejor reputación

FORTUNE GLOBAL MOST ADMIRED COMPANIES 2006

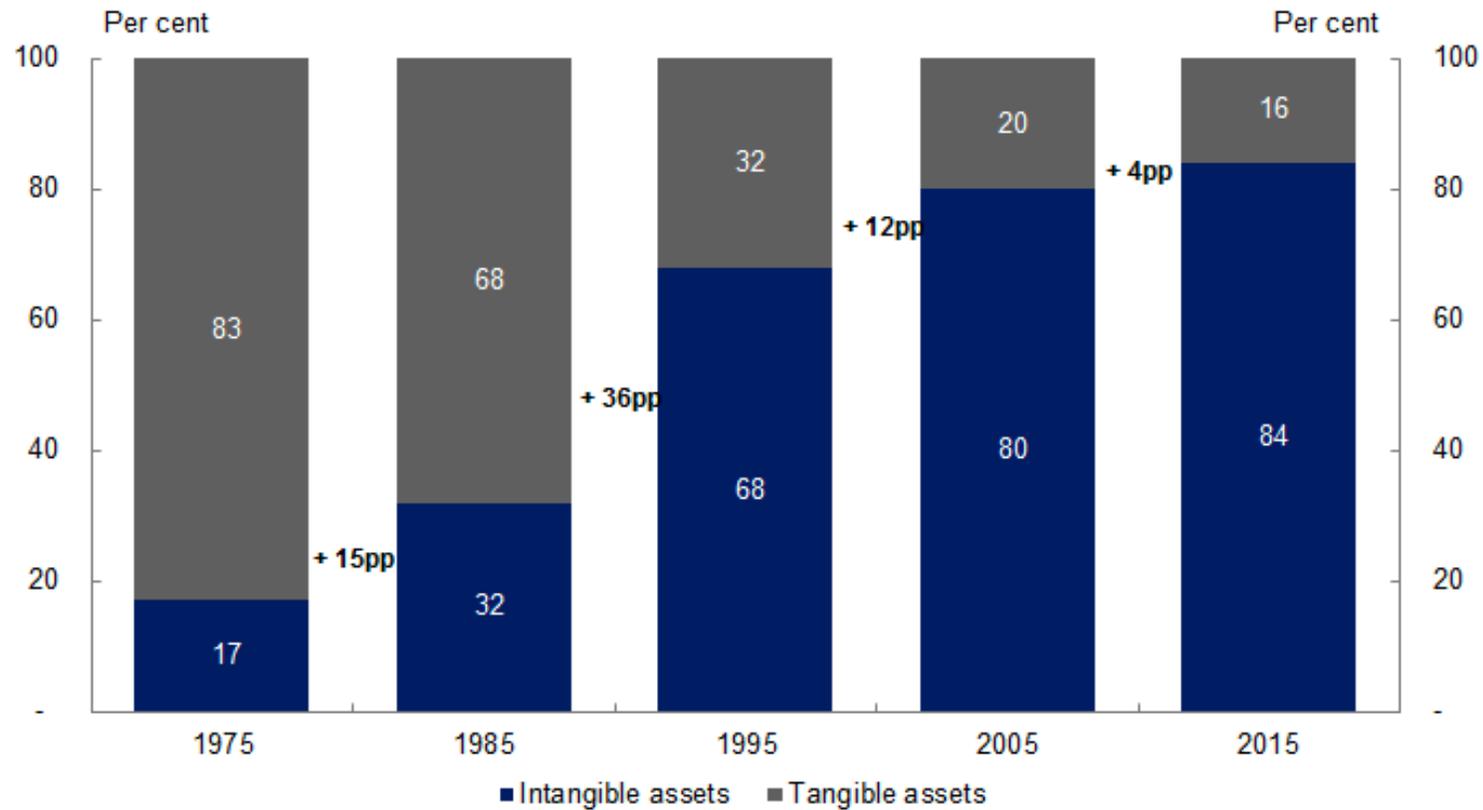
Top 50 [Full list](#) [Countries](#) [Industries](#)
[No. 1s Best & Worst](#) [America's Most Admired](#)
 2006 All-Stars

Rank	Company	Rank	Company
1	General Electric	6	Microsoft
2	Toyota Motor	7	Dell
3	Procter & Gamble	8	Berkshire Hathaway
4	FedEx	9	Apple Computer
5	Johnson & Johnson	10	Wal-Mart Stores

FORTUNE WORLD'S MOST ADMIRED COMPANIES 2016	
1. Apple <small>AAPL, 0.67%</small> Cupertino, Calif. Computers	6. Starbucks <small>SBLX, -3.05%</small> Seattle, Wash. Food Services
2. Alphabet <small>GOOGL, -0.16%</small> Mountain View, Calif. Internet Services and Retailing	7. Southwest Airlines <small>LUV, 0.88%</small> Dallas, Texas Airlines
3. Amazon.com <small>AMZN, 0.59%</small> Seattle, Wash. Internet Services and Retailing	8. FedEx <small>FDX, 1.05%</small> Memphis, Tenn. Delivery
4. Berkshire Hathaway <small>BRKA, 0.30%</small> Omaha, Neb. Insurance: Property and Casualty	9. Nike <small>NKE, 0.12%</small> Beaverton, Ore. Apparel
5. Walt Disney <small>DIS, 0.43%</small> Burbank, Calif. Entertainment	10. General Electric <small>GE, 0.15%</small> Fairfield, Conn. Electronics

Fuente: Fortune, "World's most admired companies", 2016 y 2006.

Entonces... la reputación es intangible?



Components of S&P 500 Market Value

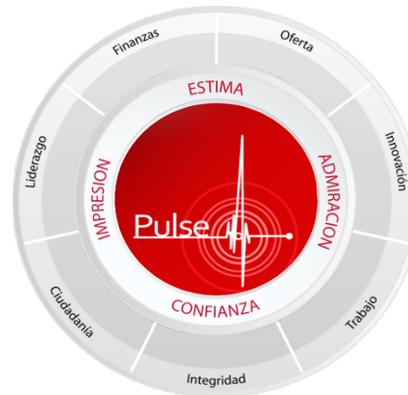
1. LA ECONOMÍA DE LA REPUTACIÓN - GESTIÓN DE LAS PERCEPCIONES

Experiencias directas	
Productos	Inversiones
Servicio al cliente	Empleo

Iniciativas empresariales	
Marca	Marketing
Relaciones públicas	Responsabilidad social

Perspectivas de terceros	
Medios (Tradicional, Internet)	Líderes, Familia/Amigos

Percepciones



Actitudes y comportamientos



Resultados de negocio



Cómo influye el entorno en nuestro sector

Competencia por la credibilidad: Los actores ahora son otros

JPMorganChase



**WELLS
FARGO**

Bank of America



ICBC



Competencia por la credibilidad: Los actores ahora son otros

The Macy's logo, featuring a red five-pointed star to the left of the word "macy's" in a black, lowercase, sans-serif font. A small black star is positioned above the letter 'i'.



The Sears logo, consisting of the word "sears" in a blue, lowercase, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®).

Competencia por la credibilidad: Los actores ahora son otros

★ macy's

Sears



amazon

Competencia por la credibilidad: Los actores ahora son otros

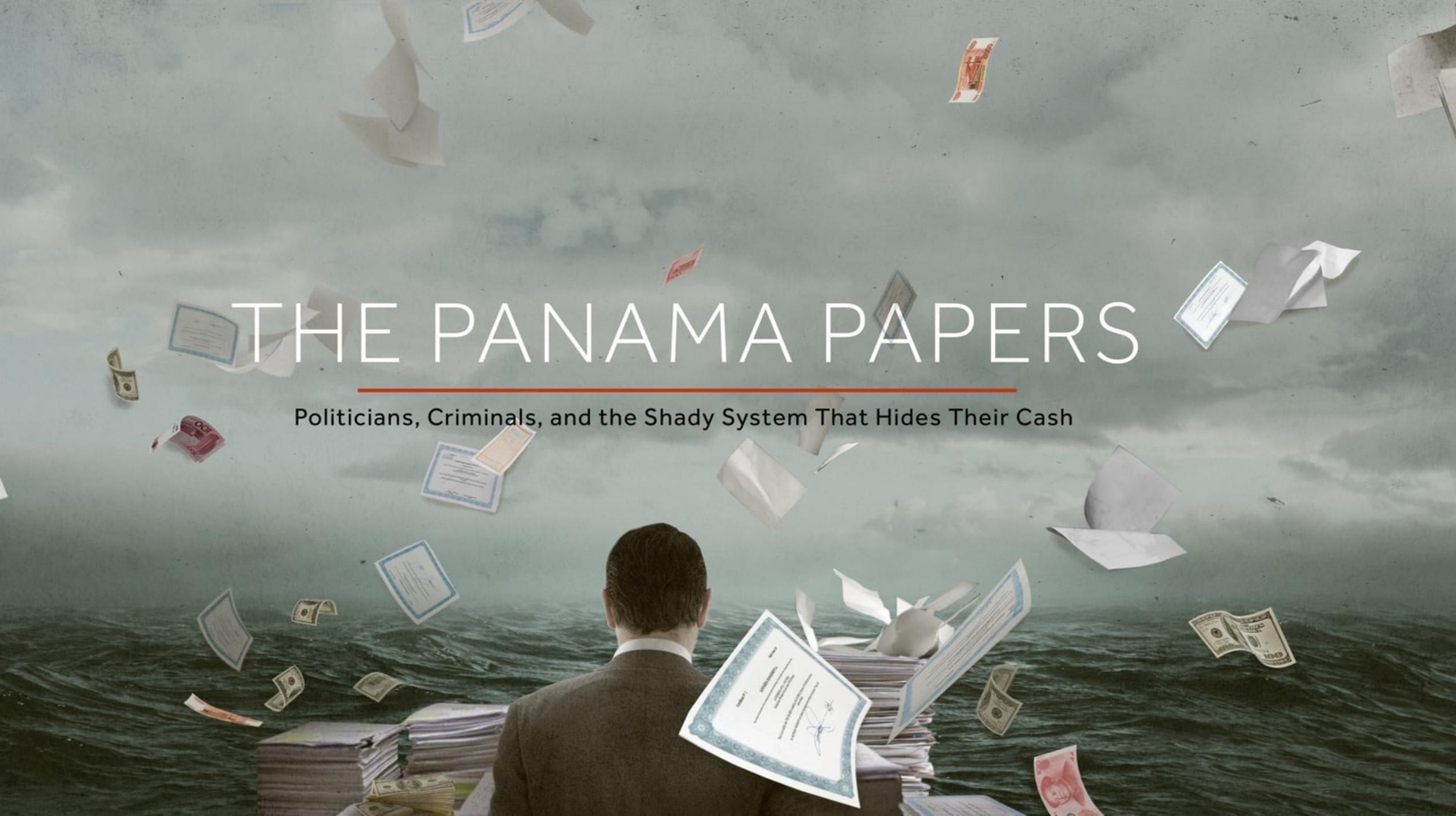
JPMorganChase 

WELLS
FARGO

Bank of America 

ICBC 

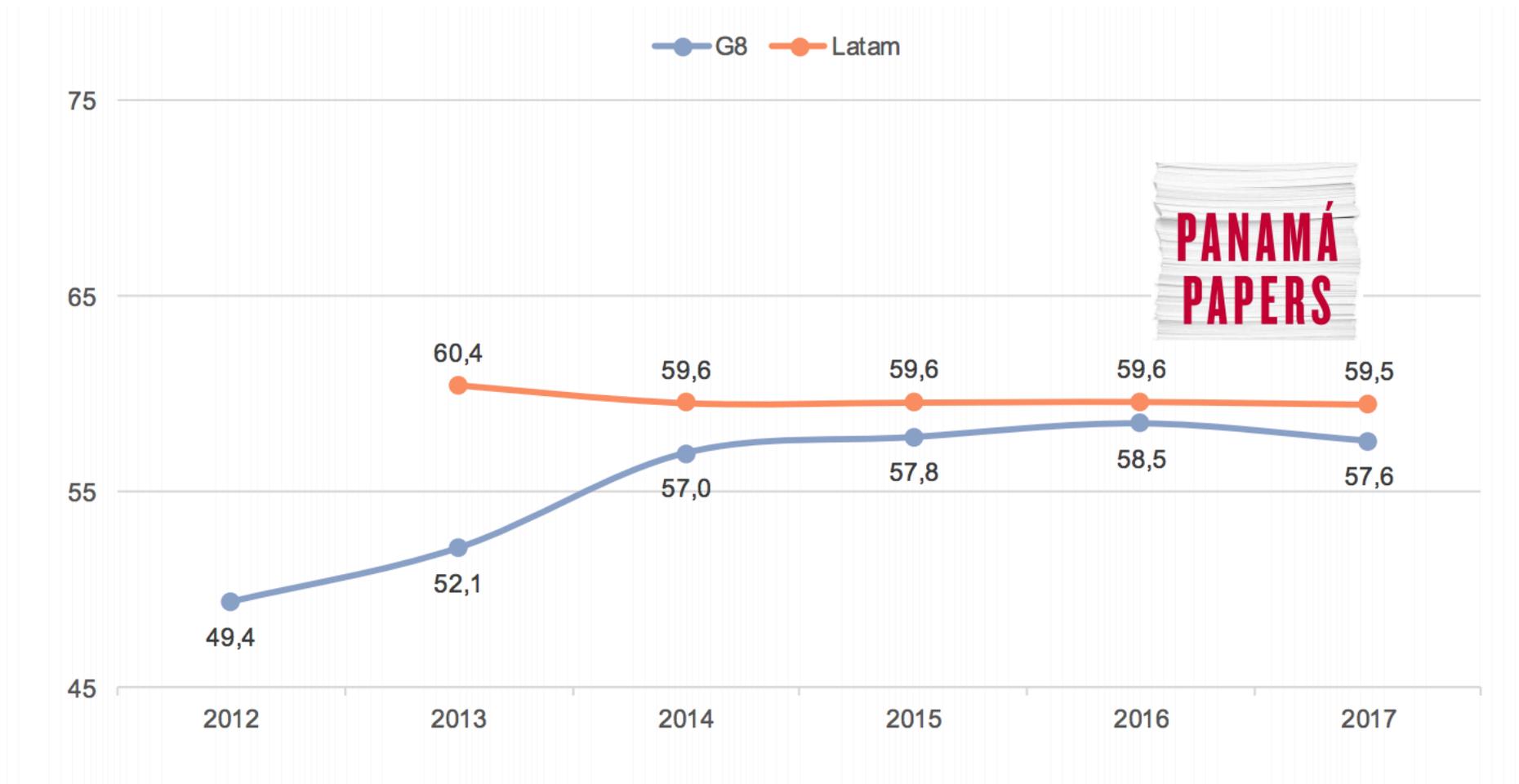




THE PANAMA PAPERS

Politicians, Criminals, and the Shady System That Hides Their Cash

El caso de Panamá



Fuente: Country Reprack (201). Reputation Institute

El caso de Panamá

Vs. 55 countries average



	Weight	Evo. 2016-2017
Beautiful country	3	0,9%
Friendly and welcoming	1	-0,2%
Operates efficiently	10	-2,6%
Appealing lifestyle	4	-2,7%
Safe place	2	-1,9%
Favorable environment for business	14	-2,4%
Effective Government	8	-1,8%
Progressive social and economic policies	9	-4,2%
Enjoyable country	5	-1,7%
Responsible participant	7	-7,5%
Ethical country	6	-9,4%
Well-known brands	16	-5,9%
Well-educated and reliable workforce	11	-1,4%
High quality products and services	12	-5,2%
Values education	15	-1,8%
Culture	13	-4,4%
Technology	17	-7,1%

Confianza y diplomacia pública



LLORENTE & CUENCA

Y por dónde empezamos?

La medición: Claves del éxito

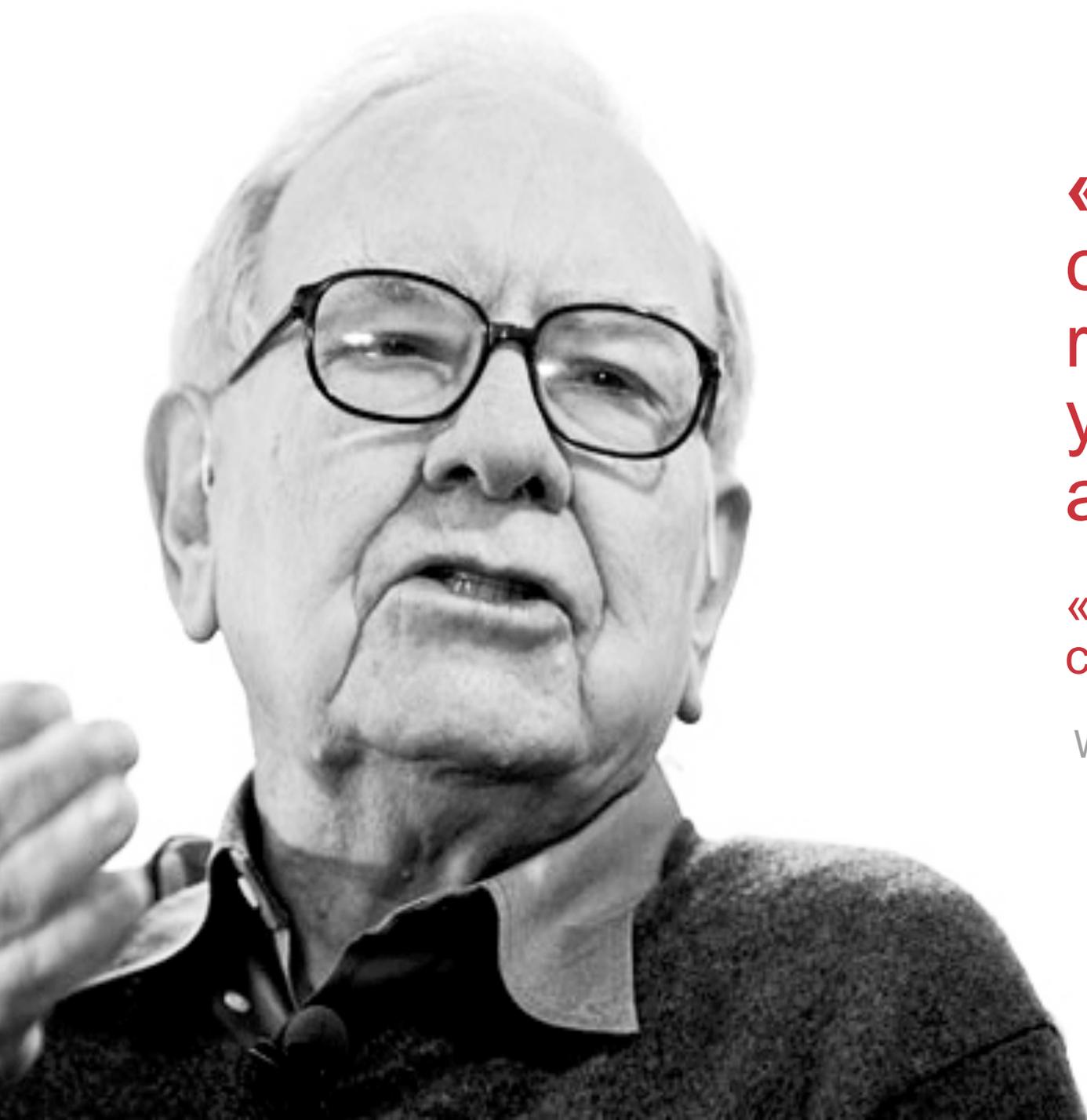
Expectativas medibles y que proporcionan indicadores de diagnóstico y gestión:



**Lo que nos lleva a una fórmula vital para las organizaciones... y
nuestros países**

Integridad +
Responsabilidad

Confianza



«Lleva 20 años
construir una buena
reputación corporativa
y sólo cinco minutos
arruinarla»

«Si pensamos en eso, haremos las
cosas de un modo diferente»

WARREN BUFFET

LLORENTE & CUENCA



jrosado@llorenteycuenca.com
[@javierrosado76](https://www.instagram.com/javierrosado76)
www.llorenteycuenca.com