

Implementación parcial de las medidas para prevenir el riesgo reputacional | Encuestados que creen que su empresa ha cumplido con la medida.



ELABORADO POR EL CENTRO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA DEL ESE BUSINESS SCHOOL DE U. DE LOS ANDES

Estudio alerta: solo 7% de empresas ha implementado todas las medidas para prevenir riesgo reputacional

Los peligros definidos como más probables que ocurran y a los que las firmas están dedicando menos esfuerzo para su prevención son los ataques cibernéticos; conductas impropias de ejecutivos o directores, y el mal uso de datos de clientes.

Flora GATTAVARA

Con el objetivo de analizar las prácticas de grandes empresas para manejar el riesgo reputacional e identificar las tareas pendientes, el Centro de Reputación Corporativa del ESE Business School de la Universidad de los Andes realizó un estudio que reveló que no hay consistencia entre la declaración de esfuerzo que hacen las compañías para prevenir dicho riesgo y las acciones concretas que realizan para estos efectos. Por medio de encuestas y entrevistas a gerentes generales de grandes empresas que operan en Chile, se concluyó que solo un 7% de las firmas encuestadas realiza todas las me-

didias —que el estudio enumera en nueve puntos (ver infografía)— para prevenir el riesgo reputacional, mientras que un 30% realiza entre 7 y 8.

Entre los ítems que el estudio titulado "Riesgo Reputacional: ¿En qué están las empresas?" considera para prevenir el riesgo reputacional, los que son más implementados son tener un có-

digo de ética y/o conductas que proporcione pautas de comportamiento (89%) y tener un canal de denuncia y/o línea ética para que los trabajadores denuncien vulneraciones a la ley o a reglamentos internos (78%).

Pablo Halpern, director del Centro de Reputación Corporativa del ESE Business School, comentó que "las empresas no se

han preocupado de gestionar la reputación y la han tratado como un problema de orden comunicacional y no como un tema sustantivo de estrategia de negocios. Cuando tratas la reputación como un problema de orden comunicacional no se está poniendo la mira telescópica como corresponde. Lo que tiene que mandar en la construcción de la reputación es lo que las empresas hacen y no lo que dicen que hacen".

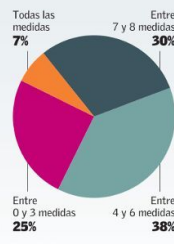
Ataques cibernéticos, entre principales riesgos

Las conductas impropias de ejecutivos y directores, el mal uso de datos de clientes y los ataques cibernéticos son los riesgos que tienen una probabi-

lidad más alta de ocurrir y a los que las compañías no están dedicando su máximo esfuerzo. "El constante dinamismo de la tecnología y el estado de inmadurez de la seguridad de la información en Chile deja a los sistemas informáticos de las compañías en una situación de vulnerabilidad", señala el estudio. En esa línea, las industrias que ven más probable un ataque cibernético son la banca, inversiones y seguros (75%); commodities (67%); y construcción e inmobiliarias (46%).

En tanto, a los riesgos a los que dedican mucho esfuerzo y son considerados poco probable que ocurran son los accidentes laborales y la información falsa al mercado. Sobre en quién recae la res-

Cantidad de medidas implementadas por las empresas para prevenir el riesgo reputacional



Fuente ESE Business School

EL MERCURIO

ponsabilidad final de gestionar el riesgo reputacional de la compañía, 6 de cada 10 empresas señalan que depende del gerente general, y un 7% lo atribuye a un oficial de cumplimiento o de riesgo.

"El foco que han tenido las empresas es en el manejo del foco financiero y del riesgo operacional, porque han sido percibidos como riesgos más estratégicos, pero en la medida que la reputación ha ido tomando un mayor nivel de centralidad, la gestión de la reputación empieza a ser un tema central", comentó Halpern.

“Cuando tratas la reputación como un problema de orden comunicacional, no se está poniendo la mira telescópica como corresponde. Lo que tiene que mandar en la construcción de la reputación es lo que las empresas hacen y no lo que dicen que hacen”.

PABLO HALPERN
DIRECTOR DEL CENTRO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA DEL ESE BUSINESS SCHOOL

COPEC
RALLY CHILE
CONCEPCIÓN 2019

VEN A VIVIR LA ADRENALINA DEL MUNDIAL DE RALLY
9 AL 12 DE MAYO / CONCEPCIÓN

Transmite FOX Sports TVN

© rallymobil.cl

MICHELIN ANONIMO AsahiKASEI wolf AUTO DOC WRC FIA