

Reputación en juego



“Toma 20 y hasta 25 años construir una buena reputación y cinco minutos arruinarla”, así lo afirma el inversor y empresario estadounidense Warren Buffett y no se equivoca, perder la reputación pasa factura a nivel empresarial y personal, se corre el riesgo de que cada acción, evento o situación impacte de manera negativa, pero si por el contrario se cultiva lo hará de forma positiva

*Por Walter Morales
Coordinador de Consultorías Yancor Coaching & Mentory
26 de Enero de 2018*

Tener un buen prestigio tiene diferentes etapas, una es la de cumplir las leyes y regulaciones, por lo tanto deben conocerse, aplicarse y evitar involucrarse en situaciones que en apariencia sean correctas, pero que puedan traer consigo riesgos como la condena legal de la que se podría salir airoso, pero no así de la condena pública poniendo en juego la reputación.

Perderla es oneroso, por ejemplo a nivel corporativo puede llevar al cierre de empresas y a nivel personal correr el peligro de no volver a ser contratado en ninguna corporación o institución, debido a que la marca individual ya está manchada y deteriorada.

En la actualidad, la reputación empresarial es considerada un activo intangible valioso, es un distintivo, por lo que es fundamental crear confianza con las partes interesadas, ya que se posiciona marca, atrae clientes, inversionistas y profesionales, entre otros, generando mayores ventas de productos o servicios, lo que se traduce en resultados sostenibles, es decir, competitividad, pero una reputación o imagen dañada provoca pérdidas recurrentes de clientes y resultados catastróficos.

Mantener una cultura ética y cumplir con las leyes, como la Ley Contra el Lavado de Dinero y Activos es inexcusable, ya que tiene un alto impacto porque además busca fomentar el crecimiento de una economía transparente para generar confianza como país e incentivar la inversión nacional y atraer la extranjera, lo que beneficiará a toda la nación con

base en su buena imagen.

En este sentido, la Ley Contra el Lavado de Dinero es considerada un cumplimiento más, cuando por el contrario el enfoque debe ser proteger la reputación de la empresa y el de sus empleados, a esto se le llama generar competitividad.

Como primer paso para cumplirla, las empresas e instituciones deben de capacitar a su personal, ya que además de ser una obligación establece en su artículo 10 que ayudará a evitar relaciones comerciales vulnerables de contagio y con riesgo legal, pero sobre todo del riesgo reputacional. Además, es necesario contar con un designado de cumplimiento y con políticas claras de prevención de lavado de dinero y de activos, monitorear y medir el desempeño, comunicar los resultados a los grupos de interés. Se trata de un trabajo sistematizado y hacerlo de forma habitual.

Si todos valoramos la reputación como distintivo, debemos enfocarnos en hacer crecer el buen nombre de la empresa, porque es así también como crece el nombre de cada uno de los que laboran en cada entidad.

En el ámbito personal debemos potenciar la marca personal, fomentando valores éticos como: integridad, honestidad, compromiso, lealtad, y ser el reflejo de ellos para transmitirlos y dejar un legado de valores en la sociedad salvadoreña procurando cambiar la imagen de personas y entidades, y quien quita la de todo un país, es ahora cuando podemos empezar.

LA PRENSA
GRÁFICA

