

La buena reputación

COLUMNISTA INVITADO
11 horas ago



Alfonso Castro Cid

En el mundo de las percepciones todo es posible, están los que creen en personas y los que siguen imaginarios, existen los que persiguen sueños o quienes recorren el camino establecido por otros. En ese universo complejo de a quiénes valoramos y les otorgamos nuestra confianza, está creciendo con mayor interés la forma de entender y medir la reputación tanto de personas, líderes, políticos, empresas e instituciones. Me parece excelente que se establezcan mediciones y rankings, pero me preocupa que para algunos esto se convierta en una carrera por querer figurar dejando de lado lo realmente importante: SER.

En el afán de aparecer en la foto de un ranking, podemos olvidar el trabajo que realmente hay detrás de una imagen coherente, consecuente y que se aferre en el imaginario colectivo. Al fin y al cabo, la reputación es un valor intangible que está dado por la forma como otros perciben lo que somos y lo que hacemos día a día para cumplir con ese "somos". Si tomamos las primeras empresas de estos rankings, no están ahí por mera casualidad, son entidades que han puesto su foco en algo que parece muy sencillo: trabajar desde su misión y visión, hoy en muchos lugares llamado 'propósito', de la mejor forma posible y buscando absoluta coherencia entre el saber hacer y el hacer saber.

Tomando, por ejemplo, los resultados de la decimotercera edición del ranking general de empresas y líderes 2020 de Merco, que se presentaron esta semana en el país, las primeras empresas en Colombia fueron Bancolombia, Grupo Nutresa, Alpina, Sura y **Ecopetrol**. Para nadie es un secreto que estas entidades tienen procesos claros de trabajo para ser coherentes en todas sus acciones y convertirse así, en derroteros para los sectores que representan.

Anuncios

Su ubicación en la punta del ranking es el resultado del esfuerzo de muchos años invertidos en desarrollar su oficio de forma clara y transparente, en los que han volcado su atención en ejes fundamentales que le imprimen un sello único al negocio, como la implementación de las mejores prácticas de gobierno corporativo, estrategias de sostenibilidad que van más allá de una declaración o una nota de prensa y que responden a los intereses de nuestra sociedad, así como programas de desarrollo y crecimiento para su fuerza laboral, convirtiéndolos en embajadores de sus valores corporativos, tan solo por mencionar algunos aspectos que toman años en madurarse.

Seguir los rankings puede ser atractivo para muchos y una obsesión para otros, pero lo que realmente destacan estas mediciones, es la necesidad de una estrategia corporativa que ponga al propósito organizacional en el centro. Valoramos a quien nos trata bien, con honestidad y transparencia, a quien es coherente, responsable y tiene la capacidad de asumir sus errores cuando los comete; esto mismo ocurre con las empresas y sus líderes.

Sea esta también la oportunidad para tranquilizar a muchos que pueden estar devastados por no aparecer. A ellos hay que decirles que inviertan esa energía en estudiar si sus relaciones con clientes, proveedores, colaboradores y distintos actores, son interacciones de respeto y aporte mutuo. Que analicen si sus valores y su propósito fundacional siguen haciendo sentido en un mundo que está cambiando rápidamente. En estos puntos encontrarán más valor y figurar será simplemente una sencilla consecuencia de un buen accionar.

[@AlfonsoCastrCid](#)

Managing Partner
KREAB Colombia

Elija a Confidencial Colombia como fuente de información en Google Noticias clic aquí

#Alfonso Castro Cid #imagen #reputación

MÁS NOTICIAS



La Minga en Bogotá: toda una experiencia pedagógica



La Minga despejó, temporalmente, la nube del autoritarismo en Bogotá



¿En qué está la bancada liberal en el senado?



Pasos firmes hacia la madurez institucional

LO MÁS RECIENTE



'Jerusalema', el concepto de 'Dios madre' y ¿Por qué se viralizó?



Hamilton, el más exitoso de todos los tiempos en la Fórmula 1



Hamilton, el más exitoso de todos los tiempos en la Fórmula 1



Everton pierde el invicto de Premier League contra el Southampton

CONFIDENCIAL COLOMBIA

Confidencial es la palabra ligada por excelencia a la esencia del periodismo. Por esto, el concepto de Confidencial como medio con vocación regional, consiste en lograr información, relevante, pertinente e influyente.

SÍGUENOS EN REDES

Seguir a @confidencialcol 76,3 mil seguidores
YouTube 999+

CONTÁCTENOS

Escribenos en WhatsApp: 3175990862 |
Dirección: Calle 106 # 23-61, oficina 502 |
Llámanos: 320 838 9330 | Escribenos vía E-mail:
info@confidencialcolombia.com