Portafolio
EL DIARIO LÍDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Entrevista
Empresarial

Nutresa, empresa líder en goodwill

El Premio 2WAY evalúa y reconoce, tal vez, el activo más importante de las compañías en la actualidad, su 'buen nombre'.

En la sexta edición del Premio 2WAY al goodwill, investigación que clasifica a las 200 empresas más grandes de Colombia, de acuerdo a su buen nombre, el Grupo Nutresa repitió por tercer año consecutivo como el líder del ránking, algunas empresas bajaron como fueron los casos de Ecopetrol y Grupo EPM y otras aparecieron en el top 10, como Bavaria y el Grupo Energía Bogotá.

Portafolio conversó con José María de Guzmán, senior partner de 2WAY goodwill consulting y Mateo Londoño, consultor de la misma compañía, sobre la metodología que utilizan para el Premio, las empresas que hoy son ejemplo de reputación en el país y las conclusiones a las que llegaron con su investigación.

¿Qué es el goodwill?

Hablamos del buen nombre o prestigio que tiene una persona, empresa, establecimiento, producto o servicio frente a terceros. Es un activo intangible que representa lo premium.

¿Cómo lo mide 2WAY?

El índice se construye a partir de la recolección y clasificación de mediciones en 20 variables, correspondientes a seis pilares relacionados con los factores de capital (realidad) y pilares reputacionales (percepción) que inciden sobre el valor y buen nombre de la organizaciones entre sus grupos de interés. Las bases son solidez y trayectoria, oferta de valor, talento y bienestar, responsabilidad social empresarial y sostenibilidad, innovación y liderazgo, y ética y transparencia.

¿Cuál es la empresa con el mejor goodwill?

El Grupo Nutresa se ubica en el primer lugar por tercer año consecutivo, esto gracias a sus enormes aportes en materia de innovación, oferta de valor y solidez y trayectoria, que los ayuda a consolidarse como la empresa con mejor reputación del país.

En oferta de valor es donde le va mejor por sus productos y servicios, tienen marcas que todo el mundo conoce y, además, consume. A la gente, en términos generales, les encanta trabajar ahí. tienen muchos esfuerzos en responsabilidad social, hacen innovación, son transparentes y todo es público.



José María de Guzmán, senior partner de 2WAY. Cortesía.



Mateo Londoño, consultor de 2WAY. Cortesía.

¿Qué cambió en el ránking 2019?

La calificación media del top 30 no cambió respecto al año 2018, se mantuvo en un rango aproximado de 46 puntos con un aumento en el primer puntaje y un aumento en la diferencia entre las empresas 1 y 30.

Los grupos empresariales más grandes de Colombia (Argos, Nutresa, Terpel, Éxito, Bavaria, entre otros) hicieron enormes esfuerzos por mejorar su reputación como grupo, más que como un conjunto de empresas, esto ayuda a que en el ránking estén presentes tanto las empresas como el grupo.

Ranking Goodwill

	Puesto 2019	Puntaje	Puesto 2018	Puntaje
Nutresa	1	71,20	1	65,30
Celsia	2	67,40	5	63,90
Terpel	3	61,50	15	59,70
Grupo Éxito	4	55,80	8	59,40
Bavaria	5	55,40	19	59,00
Alpina	6	51,30	4	56,60
Grupo Energia Bogotá	7	49,80	27	54,20
Isa	8	48,30	6	54,10
Grupo epm	9	48,20	2	53,60
Ecopetrol	10	47,90	3	52,10

Fuente: 2WAY

¿Cuáles suben?

Aparecen diez nuevas empresas en nuestro Premio: Odinsa, Cementos Argos, Belcorp, IBM, Enel, Equión, Unilever Andina, Nacional de Chocolates, Telefónica Movistar y Pepsico Alimentos Col.

¿Cuáles compañías tuvieron resultados desfavorables?

El Grupo EPM sufrió un nuevo bajón en su clasificación y calificación por el escándalo de Hidroituango, que retumbó en todos los medios a nivel nacional y fue la temática común de todas las noticias que incluían al Grupo EPM.

Ecopetrol fue otra de las empresas que sufrió una importante caída, por problemas relacionados a la afectación de su negocio por atentados que obligaron a la empresa a diseñar planes de contingencia que, si bien pretendían evitar afectar a la sociedad civil, ayudan a crear una percepción de error en el manejo de su industria.

¿Qué tanto influye la percepción en el goodwill?

En los países con sistemas judiciales débiles, los conflictos tienden a dirimirse en el tribunal de la opinión pública. En este contexto, es fundamental cuidar y manejar el goodwill de las organizaciones, pues hacerlo no solo sirve para aumentar el valor de las compañías, sino también para construir una licencia social que permite evitar conflictos con sus grupos de interés y superar situaciones de crisis.

¿Algunos la tienen más difíciles?

Hay una correlación entre la percepción de una compañía y la industria a la que hace parte, industrias como la de los hidrocarburos y la petrolera tienen una percepción negativa mientras que industrias como la alimentaria tiene una percepción positiva, eso contribuye a ver empresas como Nutresa y Grupo Éxito mejorando su calificación y a empresas como Ecopetrol decrecer.

¿Para qué sirve el 'buen nombre'?

Esto sirve como un fondo de reservas para resguardar la licencia social. Es importante construirlo mes a mes, gestionando y comunicando las mejoras que se hagan en cada pilar a los grupos de interés relevantes. De esta forma, ante una crisis, una organización puede apalancarse en esta reserva mientras recupera su licencia social. En el manejo del goodwill es mejor tomar vacunas que antibióticos.

> "El goodwill de las organizaciones no solo sirve para aumentar el valor de las compañías, también para construir una licencia social que evite conflictos".