



Fernando Prado, socio y director de Reputation Institute Latinoamérica e Iberia



# RESPONSABILIDAD SOCIAL Y REPUTACIÓN DE UNA EMPRESA, ÍNTIMAMENTE LIGADAS

## Estudio Global RepTrak® Pulse

Por Pam Quibec

***Además de estos resultados, más de la mitad de las empresas asegura que la reputación corporativa tiene, al día de hoy, mayor prioridad de la que tenía en 2013.***



El estudio RepTrak Pulse, que busca conocer y evaluar la reputación (buena y mala) de las empresas y que es realizado por el Reputation Institute, en esta ocasión unió esfuerzos con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) para así dar a conocer la lista de las 100 empresas con mejor reputación en México este 2014.

Pero, ¿por qué es valiosa esta investigación? De acuerdo con lo mencionado por Fernando Prado, socio y director de Reputation Institute Latinoamérica e Iberia, es de vital importancia para las marcas construir una reputación, ya que lo que mueve los comportamientos de los grupos de interés no es la realidad de la empresa, sino la percepción de la misma.

A partir de lo que el cliente o consumidor final cree de una marca en particular, determina de manera total su relación con el producto. De allí la importancia de mantener un buen diálogo con el público meta.

Para lograr obtener estos resultados un total de 4,659 personas fueron encuestadas buscando conocer su percepción acerca de más de 200 empresas de 19 diferentes industrias.

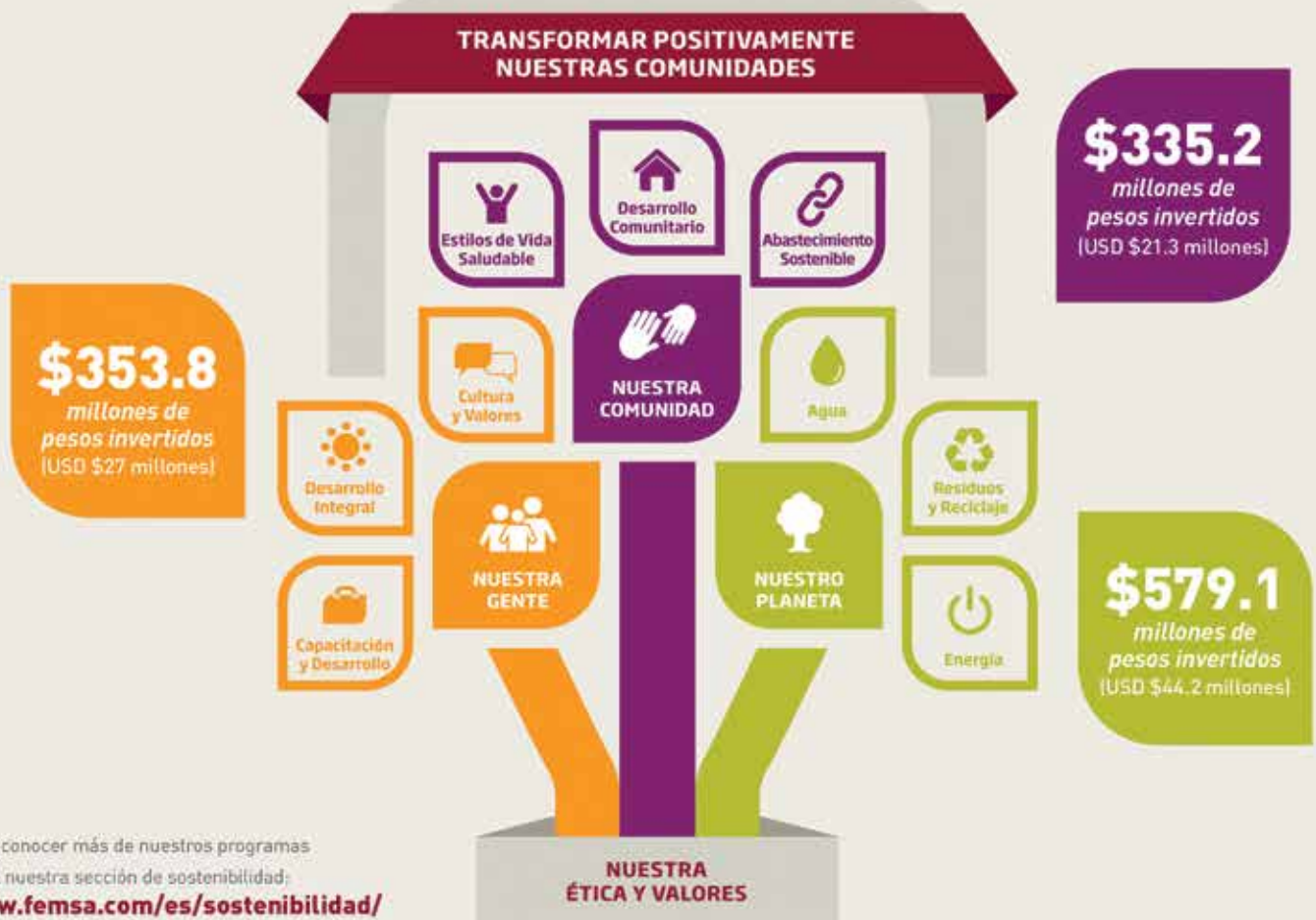
### **¿Qué es reputación?**

De acuerdo con el estudio RepTrak® Pulse se trata de admiración, respeto y confianza; perspectivas que pueden provocar que las personas de un grupo decidan comprar o laborar en una u otra compañía y comprar o no un producto.



A través de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, formada por tres ejes de acción y un eje base, buscamos atender las necesidades de nuestros grupos de interés y generar valor económico, social y ambiental, simultáneamente, y así transformar positivamente nuestras comunidades.

## Nuestra Estrategia de Sostenibilidad



Para conocer más de nuestros programas visita nuestra sección de sostenibilidad:  
[www.femsa.com/es/sostenibilidad/](http://www.femsa.com/es/sostenibilidad/)



Liga a nuestro Informe de Sostenibilidad 2013.



Sostenibilidad: +52 (81) 8318.1956  
 sostenibilidad@femsa.com.mx  
 Comunicación Corporativa: +52 (81) 8328.6046  
 comunicacion@femsa.com  
[www.femsa.com](http://www.femsa.com)



## Las 10 empresas con mejor reputación 2013 y 2014

2014		2013	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	
8		8	
9		9	
10		10	

Fuente: Estudio RepTrak® Pulse México, 2014.

“La ética -la integridad- es la dimensión de la reputación, que después de la oferta de productos es la que definitivamente más pesa en la opinión de los encuestados, pero también estamos analizando a la ciudadanía, que es por decirlo de alguna forma la inversión social, el apoyo a buenas causas, el cuidado del medio ambiente y el entorno de trabajo. Esas tres dimensiones pesan un poco más del 42% de la reputación aquí en México. Con ello se puede explicar que sí, la reputación la podemos explicar casi como la mitad por Responsabilidad Social Corporativa y es por ello que no podemos dejar de lado el ser una Empresa socialmente responsable”, aseguró Fernando Prado en exclusiva para **GANAR-GANAR**.

### Comunicación, el paradigma de la buena reputación

Existen cientos de empresas que al día de hoy están implementando programas de RSE, pero que no cuentan precisamente con una buena reputación y muchas otras que no tienen programas con un gran impacto social o medioambiental, pero sí una difusión importante de su labor, es por ello que es vital que esa información, se dé a conocer al público en general.

No sólo es importante tener grandes proyectos que estén impactando favorablemente a las comunidades o a la ecología, es vital que la gente sepa que están sucediendo.

Dicho de otra manera: Una empresa por mucha que sea su labor, se quedará en el límite de lo que podría convertir su mayor fortaleza en temas de reputación si no lo anuncia. Si entendemos, que es precisamente la reputación la que puede mover a las masas a acercarse a una empresa y consumir sus productos o servicios, estamos hablando entonces de pérdidas millonarias, por no hacer algo tan simple como es abrir una relación comunicativa. Así se explicó durante la presentación del RepTrak® Pulse.

“El vínculo importante y relevante que hay entre la responsabilidad social y la reputación pasa muchas veces por la comunicación corporativa, el hecho de que las empresas sean suficientemente expresivas y sepan hacer saber a sus grupos de interés lo que realmente hacen, lo que realmente valen, y si se comunica de manera proporcional y de forma sincera lo que una empresa hace, al final construye Reputación” cerró Fernando Prado. ●

### La reputación y la responsabilidad social

La reputación se compone de siete áreas claves que son:

1. Oferta
2. Innovación
3. Finanzas
4. Trabajo
5. Integridad
6. Ciudadanía corporativa
7. Liderazgo

Las tres últimas están ligadas de manera directa a la responsabilidad social.



Emocional

### RepTrak® mide

Los siete factores clave de la reputación



Explicación Racional de lo emocional



## Dentro de nuestra estrategia como Empresa Socialmente Responsable en Bepensa, destaca el Cuidado y Preservación del Medio Ambiente



Fundación Bepensa es la organización civil y brazo de Grupo Bepensa, conformada para cumplir con la responsabilidad social del grupo hacia la sociedad, su entorno y el planeta

Nuestra misión es ser una institución promotora de acciones orientadas a la creación, desarrollo y fortalecimiento de procesos sociales en materia de *salud, medio ambiente y desarrollo social*, en los lugares en los que Bepensa está presente.

Por medio de nuestra Fundación y como parte de nuestro compromiso por hacer una diferencia positiva en la comunidad y el entorno en el que nos desempeñamos, constantemente optimizamos nuestro desempeño operativo acorde a las mejores prácticas de desarrollo sustentable y promovemos una cultura verde entre nuestro personal; lo cual, aunado a los múltiples proyectos ecológicos que realizamos en la comunidad, fortalecen nuestro enfoque de proteger, preservar y mejorar el medio ambiente en todo lo que hacemos.

Una de nuestras líneas de trabajo es el programa de residuos sólidos ReQPet, cuyo objetivo es desarrollar acciones encaminadas a la reutilización y reciclado de plástico PET.

ReQPet se enfoca en la educación ambiental y al acopio permanente de PET, principalmente en escuelas primarias. Su participación es voluntaria y gratuita y se hace extensivo a todas las familias de la comunidad escolar, ya que la actividad comienza en el hogar. En base a la cantidad de PET recolectado, los participantes pueden canjear artículos diversos tales como aparatos de aire acondicionado, balones, pizarras y material didáctico.

Como parte del programa ReQPet se imparten pláticas a los alumnos con los siguientes temas: Reducir, Reutilizar, Reciclar; plástico termo-plástico, tipos de plástico, proceso de reciclado del PET y beneficios medioambientales del reciclaje; además de incluirse el trabajo de recolección periódica sin costo alguno para los participantes.

Actualmente ReQPet opera en las ciudades de Mérida, Progreso y Valladolid en Yucatán; y en las ciudades de Campeche y Cancún. Cuenta con 201 participantes y los alumnos beneficiados suman casi 50 mil. Todos ellos tienen la oportunidad de contar con un centro de acopio y recolección del PET que se genera en casa.

Para saber más visita [www.fundacionbepensa.org](http://www.fundacionbepensa.org)

