



## Considerando el riesgo reputacional en todas las decisiones

El manejo del riesgo reputacional en la empresa es un proceso que busca identificar, evaluar y gestionar aquellas situaciones que pueden afectar la reputación corporativa. Al ser un proceso sistemático que envuelve a toda la compañía, es fundamental que sea considerado como un riesgo estratégico -sujeto a la supervisión del directorio o comité-, tomándose en cuenta en todas las definiciones y procesos organizacionales.

### Componentes claves para un apropiado manejo del riesgo reputacional



#### Evaluación de los riesgos

Determinar su probabilidad de ocurrencia y potencial impacto en la organización.



#### Decidir qué hacer con los riesgos

Si se evitan, aceptan, se reduce la probabilidad de que ocurran o se comparten con otros actores (Ej.: tomar un seguro).



#### Actividades de control

Establecer e implementar políticas y procedimientos que contribuyan a llevar a cabo la respuesta al riesgo que se decidió mitigar.

### ¿Han tomado las empresas en Chile las medidas adecuadas para gestionar el Riesgo Reputacional?

De acuerdo a un estudio sobre riesgo reputacional en las empresas, desarrollado por el centro durante el año 2018, entre las nueve medidas para prevenir el riesgo reputacional consultadas<sup>1</sup>, se observa una implementación parcial de estas por parte de las empresas encuestadas.



**El riesgo reputacional se volverá aún más crítico en los próximos años, por lo que es fundamental que las compañías sigan mejorando sus capacidades en el manejo de este.**

**Todas estas capacidades deben estar desarrolladas cuando una crisis golpee a las empresas, porque el peor momento para diseñar un plan de gestión de crisis es cuando el problema ya se presentó<sup>2</sup>.**

### Novedades del centro



#### “¿Cómo están gestionando las empresas su reputación en el espacio digital?”

Estudio que busca analizar cómo gestionan las grandes empresas su reputación en las redes sociales e identificar los principales desafíos en esta materia.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [Ver Informe](#)

#### ¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL? Cómo restaurar la confianza



PABLO HALPERN  
FRANCISCA LOBOS

EDICIONES  
EL MERCURIO

#### ¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL?

#### CÓMO RESTAURAR LA CONFIANZA

Ediciones El Mercurio  
Disponible en librerías, Amazon e Itunes

Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: [Comprar Libro](#)

¡Síguenos en nuestro LinkedIn!

[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)

<sup>1</sup> Medidas: Código de ética y/o conducta que proporcione las pautas de comportamiento deseadas de sus trabajadores; Canal de denuncia y/o línea ética para que los trabajadores denuncien vulneraciones a la ley o a reglamentos internos; Capacitaciones o charlas periódicas a los trabajadores que aborden regulaciones a las que está afectada la industria y/o dilemas éticos a los que se pueden ver enfrentados en sus funciones; Asignación de un oficial de riesgo o similar, cuya función sea identificar y evaluar los riesgos a los que está sometida la compañía; Implementación de un modelo de prevención del delito con objeto de controlar los riesgos de comisión de delitos tipificados en la Ley 20.393; Política de reclutamiento que realice chequeos significativos de la integridad de los ejecutivos; Revisión de planes de incentivos a ejecutivos que pudieran motivar conductas deshonestas; Canal de denuncia y/o línea ética que pueda ser usado por terceras partes de la compañía, como proveedores o clientes; Área de estudios o similar, dedicada a monitorear cambios en las expectativas de sus stakeholders más importantes.

<sup>2</sup> Deloitte, 2014 Global Survey on Reputation Risk, 17, <https://go.pardot.com/e/799403/fsk20survey20report-FINAL-pdf/lkv2/347405877h=LSu9cMUFzeH62IDuU0mnsmdjv0bM03QeEx26zqjxay>



Centro Reputación Corporativa  
ESE Business School  
Universidad de los Andes  
[www.ese.cl](http://www.ese.cl)