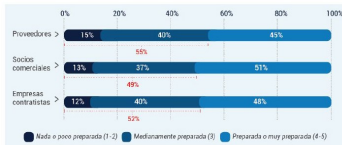




Ampliando la cultura organizacional de la compañía a otros actores claves

Tal como señala Richard Steinberg en su libro "Governance, Risk Management and Compliance", mientras los trabajos pueden ser subcontratados, la reputación nunca lo es. Por ello, es esencial que proveedores, socios comerciales y empresas contratistas sean vigilados y controlados como parte del modelo de riesgos de la compañía. De acuerdo a un estudio realizado por el Centro de Reputación Corporativa el año 2018, se observó que las empresas se sienten medianamente preparadas frente a riesgos derivados de la actuación de la cadena de suministro en su conjunto.

¿Qué tan preparada está su compañía para prevenir riesgos derivados de las actuaciones vinculadas a la cadena de suministro de su compañía?



Nota: La suma de "Nada o poco preparada" y "Medianamente preparada" en "Socios comerciales" no coincide con el porcentaje que se muestra en el gráfico, por lo tanto los porcentajes observados fueron: Socios comerciales: 49% (Nada o poco preparada) y 37% (Medianamente preparada).

Considerando que solo el 44% de las empresas permite que su canal de denuncia y/o línea ética pueda ser usada por proveedores, socios comerciales y empresas contratistas, se recomienda ampliar estas iniciativas que permiten la denuncia de prácticas contrarias a la ética a estos actores e incluso a clientes¹. Todos ellos pueden haber sido testigos de situaciones de soborno, colusión, incumplimiento de normativas, u otro tipo de situaciones reprochables.

Es fundamental alinear a toda la cadena de valor con la cultura organizacional de la empresa, contribuyendo así a hacer menos probable que se vean envueltos en controversias evitables

Novedades del centro



Nuevo Pacto Social: ¿Qué se espera de la empresa?

Estudio que analiza las percepciones de los trabajadores con respecto al rol social que cumplen las empresas, antes y después del 18-O, identificando propuestas concretas para las compañías.

Para ir al informe haga click en el siguiente link [ver informe](#)



"Empresas y Covid-19: ¿Cómo están gestionando la pandemia?"

Informe realizado junto al Centro de Ética Empresarial del ESE Business School, que aborda en la percepción de los colaboradores sobre la forma en que las empresas están gestionando la crisis sanitaria, identificando a partir de esto algunas recomendaciones.

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



"¿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

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](#)

¹ Steinberg, Governance, Risk Management, and Compliance, 30.
² Centro de Reputación Corporativa (2018). Impacto Reputacional: En qué están las empresas.



Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
Universidad de los Andes
www.esecol.org