

## **Nestlé, Corporación Favorita con sus supermercados Aki y Supermaxi son las empresas con mejor reputación corporativa del Ecuador**

*El índice general fue de 635, con Nestlé en el primer lugar. Para los ecuatorianos las dimensiones Productos & servicios y Emocional son las que más inciden en la construcción de la reputación de una organización; de acuerdo con el Estudio de Reputación Corporativa (ERC®) 2023 desarrollado por Ipsos Ecuador y Ekos con modelo estadístico de INC Consultores. Este estudio se desarrolla hace 22 años en Chile y por cuarto año consecutivo en Ecuador.*

De acuerdo con la evaluación de la población, Nestlé, Supermercados AKI y Supermaxi son las empresas con mejor reputación del Ecuador; seguidas por Coca-Cola, Marathon Sports, Cruz Azul, Netlife, Sana Sana, Pronaca, y KFC; las cuales son clasificadas como el grupo oro y que con un total de 22 organizaciones obtuvieron los mejores resultados con un promedio de un puntaje de 702; comparado con los 661 del grupo plata (reputación media) y 602 del grupo bronce (baja reputación).

Destaca la mejora de la valoración de empresas locales, lo cual se ve reflejado en la posición que ocupan dentro de las 10 empresas con mejor reputación; de las cuales 7 son de origen ecuatoriano.

La dimensión Financiera obtuvo el puntaje más alto con 667, seguido de Productos & Servicios con 651; mientras que Sostenibilidad tuvo la peor evaluación ciudadana con 599.

“Para el sector privado este aumento de 24 puntos del índice del estudio 2023 versus el año pasado es un gran incentivo a continuar gestionando su reputación, tras una clara mejora en la percepción ciudadana de su quehacer. Esto, es producto de que estamos transitando hacia un nuevo ciclo y plena economía de la #reputación donde emerge un nuevo-consumidor-ciudadano-persona del siglo XXI; que más que castigar a las marcas, tiene una energía transformadora y consumo inteligente, que premia, elige y prefiere más allá del binomio precio- calidad, a quienes incorporan una tercera variable asociada a un propósito superior que debe ir orientado hacia los grupos de interés y la creación de valor para ellos” explica Diego Fuentes, Co - Founder de INC Consultores.

Aquellos sectores que tienen peor valoración son construcción, medicina prepagada, y seguros. Por el contrario, supermercados, farmacias, y el sector automotriz son los rubros con la mejor evaluación reputacional de los ecuatorianos.

### **La calidad es lo más relevante del quehacer de una empresa**

Un 76% de los ecuatorianos tomarían en cuenta la reputación de una empresa al comprar un producto o servicio; mientras un 47% opina que conocer al gerente o dueño de la empresa influye en su reputación corporativa.

“Los líderes en el Ecuador deben sin duda estar familiarizados con ESG que significa Environmental, Social, and Governance, tres factores clave que se utilizan para medir la sostenibilidad y el impacto ético de las operaciones de una empresa.

Los factores ambientales se refieren al impacto de la empresa en el medio ambiente, como su huella de carbono, el uso de energía y la gestión de residuos. Los factores sociales analizan el impacto de la empresa en la sociedad, incluidas sus prácticas laborales, las relaciones con los empleados y la participación en la comunidad. Los factores de gobierno se refieren a la estructura de gestión de la empresa y cómo opera, incluida la estructura de la junta, la compensación de los ejecutivos y la gestión de riesgos.

ESG es importante para las empresas porque las ayuda a evaluar y gestionar su impacto en el medio ambiente y la sociedad. Las empresas que se desempeñan bien en las métricas de ESG tienen más probabilidades de atraer inversores con conciencia social, reducir los riesgos regulatorios y de reputación y mejorar su sostenibilidad general a largo plazo. ESG también ayuda a las empresas a identificar áreas en las que pueden mejorar sus operaciones y crear un cambio positivo que conduzca a una economía más sostenible y equitativa.” dice Cristina Páez, CEO de IPSOS Ecuador.

“A pesar de que la ciudadanía califica muy bien a las empresas en su desempeño financiero, lo que mayor impacto tiene en la reputación a nivel país es cómo brindan sus productos y servicios dentro de la categoría en la que se desenvuelve, el trato y el vínculo que pueden crear con el consumidor y cómo se percibe que es su relación con la fuerza laboral. En términos reputacionales importa más lo que se dice de la empresa que lo que la empresa comunica de sí misma” señala Karem Orbe, Service Line Solution Leader Corporate Reputation IPSOS.

Un 17,4% de los ecuatorianos considera que ofrecer productos de calidad es el aspecto más importante en el quehacer de una empresa, seguido de dar un buen trato a sus clientes (16,1%), y preocuparse del bienestar de sus trabajadores (13,7%).

“Para mantener estos buenos resultados es clave que más empresas y sus líderes, quieran cambiar; con valores claros y dispuestos a acelerar su transformación para generar también impactos positivos en lo social y medioambiental. Que sean más que todo consistentes y coherentes en su ser, hacer y parecer; comprendiendo que las expectativas crecientes del nuevo ciudadano-consumidor-persona con respecto a los líderes son el que se involucren en los asuntos relevantes—que se deben identificar con inteligencia contextual - donde operan sus negocios -; de la mano con la revolución digital y que los liderazgos reputacionales gestionen su reputación desde ese entorno con cada vez mayor transparencia” explica Fuentes.

“En un contexto en el que la confianza ciudadana recae en las empresas como medios para sacar adelante al país y no en los gobiernos, se vuelve cada vez más relevante trabajar en la construcción de bases sólidas que le devuelvan el sentido de seguridad a los ecuatorianos” finaliza Páez.