



Reputación Terpel: intangible que agrega valor

La **Real Academia Española de la Lengua** define **Reputación** cómo la opinión, consideración, prestigio o estima que se tienen de alguien o algo. Al hacerla extensiva a las compañías, podemos entenderla cómo el **grado de confianza existente hacia ellas por parte de sus diferentes grupos de interés**, a partir de atributos como las percepciones y expectativas generadas, así como de sus comportamientos económicos, ambientales y sociales en el mediano y largo plazo.

La Confianza, principal atributo de la Reputación, se construye a partir de las **Percepciones** (lo que se siente por alguien o algo) y **Expectativas** (lo que se espera de) provenientes de los diferentes actores con los cuáles interactúan las compañías. De allí que la forma en la cual una empresa se **comunica interna y externamente** incide directamente en la construcción de Confianza y, por ende, de Reputación.

La Reputación ha sido entendida como un atributo estratégico y determinante en el crecimiento de las compañías, relacionado directamente con la **Imagen Corporativa**, ya que en función de ella se construye una concepción frente a la cual el público en general responderá positiva o negativamente: una reputación positiva generará legitimidad, compromiso y orgullo por parte de colaboradores, contratistas y proveedores, así como el fortalecimiento de la Confianza tanto de inversores como de la sociedad en general.

Algunas compañías identifican el patrimonio económico (creación de rendimientos financieros) y operacional (protección de sus infraestructuras, locaciones y facilidades) como los únicos elementos relevantes a la hora de tomar sus decisiones de crecimiento. Al despuntar el siglo XXI, el patrimonio reputacional se ha convertido en un **intangibile fundamental, que agrega valor**: administrar efectivamente la reputación significa gestionar la *realidad* de una compañía y lograr que coincida con las percepciones que de ella tienen sus públicos.

¿Por qué es importante tener una favorable Reputación Corporativa?

Sin lugar a duda construir, proteger y fortalecer el patrimonio reputacional es un factor clave a la hora de **crecer y generar valor**; siendo un **atributo difícil de construir, pero muy fácil de destruir**. Entre otros, la reputación es importante porque:

- Atrae inversiones y aumenta el valor comercial de los productos y servicios ofrecidos, haciendo a las compañías más competitivas.
- Facilita la consecución de mejores condiciones financieras en las negociaciones con clientes y proveedores.
- Fortalece la posición de la compañía frente a sus competidores y atrae el mejor talento humano (quiero estar y trabajar con el mejor).

En Terpel le asignamos la mayor importancia al fortalecimiento y protección de nuestra Reputación, proceso en el que cada una de las áreas y líneas de negocio juegan un papel fundamental. Sabemos que el valor de nuestra marca es y seguirá siendo el resultado del trabajo honesto, responsable y transparente de todos nuestros colaboradores, contratistas y aliados que día a día aportan lo mejor para ser la marca No 1 en el corazón de Panamá.

Reputación Terpel: buenas prácticas, bien comunicadas.

