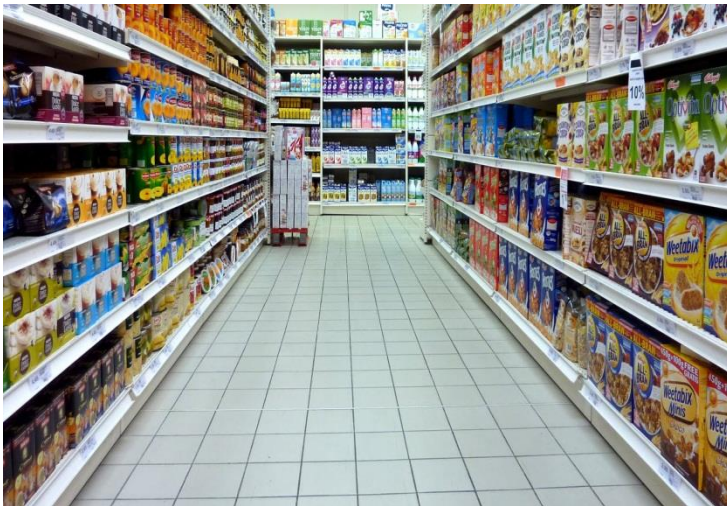


Las empresas más reputadas

Las seis empresas que tienen la mejor reputación en Colombia son Nestlé, Colgate-Palmolive, Productos familia, Postobón, Colombina y el grupo Nutresa. Este ordenamiento es resultado del primer estudio de reputación empresarial que se lleva a cabo en el país bajo la metodología internacional del Reputation institute, entidad que realiza una investigación global basada en las opiniones de más de 50.000 consumidores y cubre 2.500 empresas en 41 países, entre ellos Colombia.

La reputación empresarial es un activo vital para las empresas en el mundo actual. Ella va más allá de la recordación e involucra una compleja mezcla de valoraciones y no depende únicamente de lo que piensan las personas sobre los productos de las empresas.



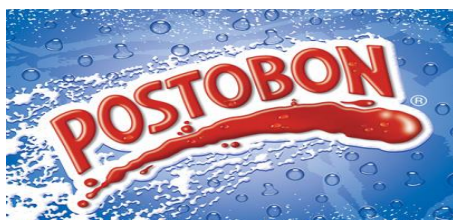
Es una visión más amplia, que toca las relaciones entre las empresas y las personas en sus distintos roles como ciudadanos, empleados, inversionistas potenciales y consumidores, entre otros. Una buena reputación es un activo esencial que se construye en el largo plazo y ayuda a proteger las empresas frente a traumatismos de corto plazo (...)

La medición de Reputation institute se realiza por primera vez en Colombia en 2011, gracias a su alianza con la firma colombiana Goodwill comunicaciones. Dinero presenta en exclusiva los resultados de este primer estudio. ``En un entorno económico global, donde la calidad de los productos y servicios es cada vez más similar, la diferenciación en la mente de los consumidores y la percepción positiva que tengan de una empresa son vitales para garantizar el éxito y la rentabilidad empresarial. Aquellas compañías que sean capaces de despertar este tipo de afiliaciones emocionales positivas entre sus grupos de interés estarán mucho mejor posicionadas a la hora de crear valor'', advierte Fernando Prado, director de Reputation institute para Latinoamérica.

Los resultados

En esta primera medición en Colombia fueron evaluadas 100 empresas por parte de más de 3.800 personas, durante casi tres meses, en las principales cinco ciudades del país. El estudio mide siete dimensiones de la

percepción que la gente tiene de las empresas y que conforman los distintos aspectos de la reputación: calidad de oferta, innovación, entorno de trabajo, integridad, responsabilidad ciudadana, liderazgo y resultados económicos. Esas dimensiones se agrupan en cuatro grandes factores que determinan la relación emocional de la persona hacia la empresa: admiración, confianza, estima y la impresión general que inspira la empresa. Por supuesto, la calidad es un componente clave de la medida y un factor primordial en todos los países donde se realiza el estudio. Sin embargo, existen diferencias entre los países en cuanto al peso relativo que tienen otros aspectos de la reputación.



En Colombia, y también en países como Estados Unidos y Japón, la integridad y la acción de las empresas como buenas ciudadanas tienen alta importancia en cuanto determinante de una buena reputación. En otros países emergentes, como Brasil y Argentina, la fortaleza financiera y una alta capacidad de liderazgo tienen mayor peso en la reputación empresarial. La empresa a la que le va mejor en esta medición en Colombia es Nestlé, líder en el ranking. Fue la única compañía que tuvo un indicador de “excelente”; es decir, por encima de 80 puntos en la escala.

La siguen en la lista otras dos multinacionales, Colgate-Palmolive y Productos Familia.

La primera empresa de capital colombiano en el listado es Postobón, de la Organización Ardila Lule, que ocupó el cuarto lugar. Siguen Colombina y el Grupo Nutresa (antes Nacional de Chocolates). De las 100 empresas analizadas, el ranking final muestra 52 que están por encima del promedio nacional del indicador (68,8 puntos). La gran mayoría de estas compañías están ubicadas en un rango donde la reputación es calificada como “fuerte y robusta”, logrando entre 70 y 79 puntos. De estas 52 empresas en el listado final, la mitad son firmas de capital colombianos valoran mejor a las empresas del país que en el promedio de otros mercados. Dos hechos lo explican: uno, que las diferencias en los puntajes obtenidos son muy estrechas entre estas 52 compañías; y dos, que el promedio mundial de la calificación está en 64,2, mientras que en Colombia llega a 68,8.

El análisis abarcó 17 sectores, desde productos de consumo masivo hasta cajas de compensación, pasando por alimentos, retail, automóviles, aerolíneas, bebidas, productos industriales, bancos, seguros, materias primas, petróleo y energía, telecomunicaciones y servicios públicos. Un balance de sectores muestra que las empresas que tienen la mayor reputación están donde los productos son más cercanos a las rutinas de consumo de las personas. De las primeras diez empresas en el ranking, ocho corresponden a alimentos, bebidas o productos de consumo masivo (Nestlé, Colgate-Palmolive, Productos Familia, Postobón, Colombina, Nutresa, Johnson & Johnson y Alpina),

mientras las otras dos (Deprisa y Chevrolet) están en segmentos de logística y automóviles. El manejo acertado de los puntos de contacto con el consumidor y los ``momentos de verdad`` son un elemento esencial.

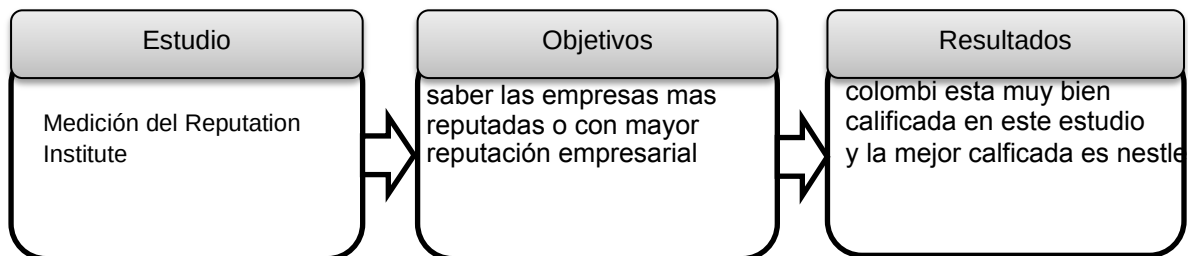
Los colombianos valoran mejor a las empresas del país que el promedio de otros mercados.

Como menciona Manuel Andrés K., presidente de Nestlé para Colombia, Ecuador y Venezuela, estos resultados reflejan la cercanía. ``Somos parte activa en la vida de los consumidores en distintos momentos todos los días. Esto es consumo masivo, con millones de colombianos con los que mantenemos contacto directo y experiencias vivas``, agrega. Nestlé estima que sus marcas tienen al menos dos millones de contactos diarios con los colombianos. Por su parte, Diario Rey Mora, gerente general del Grupo Familia, considera que se le ha dado ``consistencia a la construcción de marcas líderes que escuchan a los clientes y consumidores para interpretar sus necesidades y brindarles soluciones en todas las etapas de la vida. La compañía cuenta con dos marcas notorias-aquellas que han alcanzado un elevado grado de aceptación y reconocimiento por parte del consumidor-. Declaradas por la superintendencia de industria y comercio: Familia y Nosotras``. Por su parte, los sectores que presentan los indicadores más débiles son servicios públicos, EPS y cajas de compensación y telecomunicaciones.

Tomado de: Dinero.com

Practica emprendedora

1. Completa el esquema



2. Escribe dos argumentos que sustenten la siguiente afirmación.

La reputación empresarial es un activo vital para las empresas en el mundo actual.

- ① que esta reputación ayuda mucho a las empresas con sus clientes
- ② entre mas reputación tenga los clientes confian mas en la empresa

3. Completa los enunciados.

Las empresas o las firmas de capital colombiano son aquellas que son de colombia y estan en colombia
Por ejemplo, postobon,colombina y grupo nutresa
Las empresas multinacionales son aquellas que estan en muchos paises(una empresa)
Por ejemplo, colgate-palmolive,productos familia

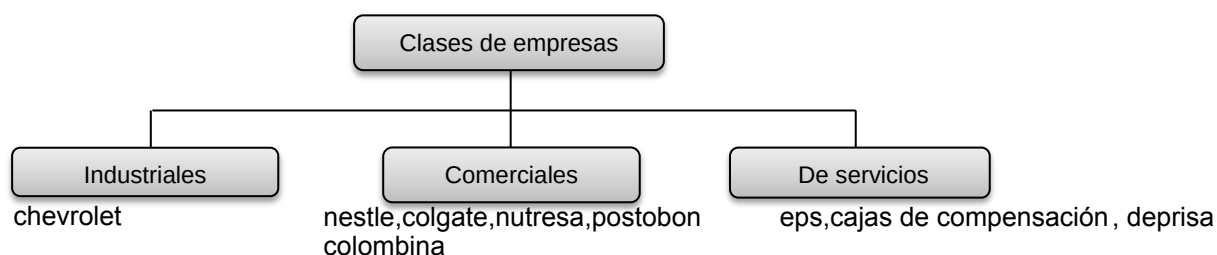
4. Explica que actividad económica desarrollan las seis empresas más acreditadas de nuestro país.

Nestlé	produce alimentos
Colgate-Palmolive	en su mayoría productos para la higiene oral
Productos Familia	productos de higiene personal
Postobón	produce refrescos
Colombina	alimentos (en su mayoría dulces)
Nutresa	alimentos

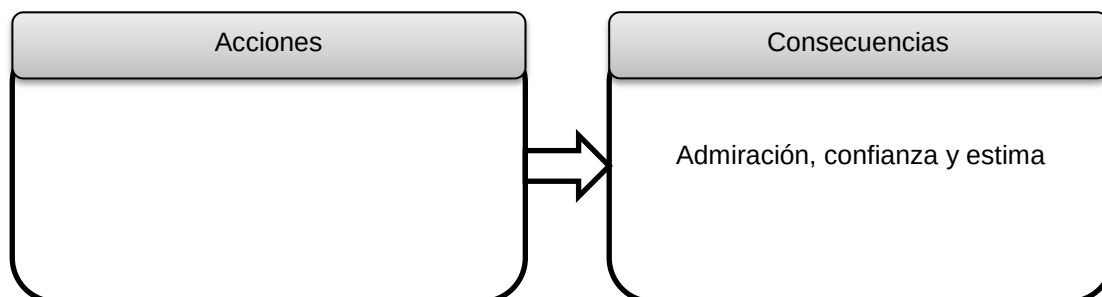
5. En el texto se menciona que *una de las conclusiones del estudio es que los colombianos valoran mejor a las empresas del país que en el promedio de otros mercados*. ¿Consideras importante que los colombianos valoren de esta manera a las empresas colombianas? ¿Por qué?

si, porque significa que confian en productos o servicios que su país les da o crea y aprecian estos productos o servicios

6. Completa un esquema como el siguiente con algunos de los nombres de empresas que se mencionan en el texto.



7. Menciona algunas acciones que llevan a la practica las empresas para despertar en sus clientes sentimientos y actitudes como admiracion. Confianza y estima.



8. Lee nuevamente los siguientes fragmentos del texto. Luego, responde las preguntas.

Como menciona Manuel Andrés K., presidente de Nestlé para Colombia, Ecuador y Venezuela, estos resultados reflejan la cercanía. ``Somos parte activa en la vida de los consumidores en distintos momento todos los días. Esto es consumo masivo, con millones de colombianos con los que mantenemos contacto directo y experiencias vivas`` (...) Darío Rey Mora. Gerente general del Grupo Familia, considera que se la ha dado ``consistencia a la construcción de marcas líderes que escuchan a los clientes y consumidores para interpretar sus necesidades y brindarles soluciones en todas las etapas de la vida (...) ``

- ¿Cómo calificas el interés por sus clientes y consumidores de las empresas Nestlé y Grupo Familia? ¿Por qué?

9. Completa el cuadro con los factores que determinan la excelente reputación de una empresa en cada país.

Colombia

Brasil

Japón

Argentina

10. Consulta y escribe que funciones cumple la superintendencia de industria y Comercio. Luego, explica por qué se menciona en el texto.

La creación de una empresa o un emprendimiento empresarial es un procesos por el que una o varias personas (los empresarios) asume el compromiso de desarrollar una actividad económica (producir un bien o un servicio) aportando y administrando los recursos (materiales, financieros y humanos) necesarios para llevarla a cabo, y aceptando los riesgos propios de toda iniciativa empresarial, con el fin de obtener una rentabilidad que les permita continuar con su actividad.

¡Ahora, es tu oportunidad! Para poner en práctica tus competencias emprendedoras, te invitamos a crear un negocio de producción y venta de chocolates. Para ello:

1. Reúnete con tres de tus compañeras para conformar un equipo de trabajo. Escriban sus nombres y destaquen algunas de sus cualidades y habilidades emprendedoras.

Nombre	Cualidades y habilidades

- Para determinar sus cualidades y habilidades, pueden contestar un cuestionario como este y discutir sus respuestas en grupo.

1. ¿Tienes capacidad de decisión e iniciativa? Sí No • ¿Por qué?	4. ¿Eres creativo e innovador? Sí No • ¿Por qué?
2. ¿Te consideras capaz de trabajar en equipo y mantenerte motivado para ello? Sí No • ¿Por qué?	5. ¿Te consideras capaz de dirigir un grupo de personas? Sí No • ¿Por qué?
3. ¿Te calificas como una persona organizada y a la cual le gusta planificar sus proyectos? Sí No • ¿Por qué?	6. ¿Crees que eres una persona conciliadora y que resuelve fácilmente los conflictos? Sí No • ¿Por qué?

2. Complete el cuadro.

Nombre de la empresa	
Objetos	
Producto que ofrece	
Mercado al cual va dirigido	

- Recuerden que muchos empresarios eligen el nombre de sus negocios de acuerdo con algunos de los siguientes aspectos.

Por su significado	Porque es atractivo para el público
Porque se relaciona con el producto	Porque es el nombre de los propietarios

- Observa los ejemplos



- Como lo estudiaron en el módulo *Desempeño empresarial*, las empresas no pueden llevar el nombre de otras que ya estén legalizadas. Comprueben que el nombre que le dieron a su empresa no lo tenga otra empresa. Para ello, consulten la página del Registro Único Empresarial: www.rue.com.co.

3. Escriban en qué tipo de actividad económica se inscribe su empresa y expliquen por qué.

- Respondan. ¿Qué creen que le puede suceder a una empresa cuando se clasifica equivocadamente respecto a la actividad económica que desempeña?

4. Consulten información en diferentes fuentes, como internet, libros de cocina y revistas, acerca de la forma como se pueden elaborar chocolates. Luego, completen las siguientes fichas.

Ingredientes (o materiales primas)

Preparación



5. Expliquen qué características hacen especial a su producto. Por ejemplo, la calidad y la variedad de los insumos que emplearan, el nombre de la empresa, el diseño de los empaques, el servicio de distribución, etc.

6. Determinen el montón del capital inicial que requieren para dar inicio a su negocio. Recuerden explicar en que lo van a invertir. Por ejemplo:

Nuestra fuente de capital inicial será un préstamo que solicitemos a nuestros padres por \$120.000. Con ese dinero debemos adquirir los siguientes insumos y utensilios básicos: chocolate en barra, mantequilla, nueces y almendras, moles de diferentes figuras, pinceles, cartón paja y papel decorativo (para elaborar los empaques).

7. Establezcan el costo del producto que van a vender. Empiecen por decidir si ofrecerán a sus clientes los chocolates por unidades o si los venderán en cajas (de 4, 6 o 12 unidades). Luego, determinen cuál será su objetivo de ganancia. Por ejemplo, si les cuesta \$10.000 producir una caja de 12 unidades de chocolates y quieren obtener un margen del 40%, el precio de venta al público de la caja de chocolates será de \$14.000.

Producto	Costo del producto	Porcentaje del margen	Precio de venta al público
----------	--------------------	-----------------------	----------------------------

8. Elaboren un plan en el que expongan las principales estrategias que les permitirán incursionar en el mercado. Por ejemplo, pueden establecer contacto directo con diferentes clases de clientes como: familiares, vecinos, compañeros del colegio, profesores, compañeros de oficina de sus padres. También, piensen en la posibilidad de ofrecer su producto a algunas tiendas de su localidad.

Para ingresar al mercado optaremos por...

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____



9. Expliquen qué forma jurídica adoptarían para su empresa.

10. Respondan las siguientes preguntas.

- ¿Cuál será el lugar de producción de su empresa?
- ¿Qué factores tuvieron en cuenta para seleccionar ese lugar?
- ¿Qué función desempeñara cada uno de ustedes?
- ¿Cómo llevaran a la práctica el proceso de control de calidad?

11. Describan brevemente la presentación de su producto. Pueden completar una ficha como la siguiente.

Clase de empaques
O envoltorios

Materiales que emplearan
Para elaborar los empaques

Colores de los empaques

Clases de adornos

- Tengan en cuenta que su producto debe mantenerse en condiciones óptimas, de tal manera que es importante asegurarse de elegir un envoltorio que lo proteja y conserve fresco, aun en un ambiente cálido.

12. Expliquen que estrategias de publicidad y promoción llevaran a la práctica para dar a conocer su negocio. Empiecen por crear un eslogan publicitario que transmita al público los valores de su producto.

13. Completen el calendario y marquen la fecha de inicio de cada una de las siguientes actividades.

Desembolso del capital inicial

Compra de insumos

Elaboración del producto

Comercialización del producto

[illegible]

- Recuerden establecer un horario de trabajo que les permita cumplir con sus objetivos empresariales.

14. Elaboren el producto. Tengan en cuenta la información que consultaron. Antes de empezar, comenten con uno de sus profesores o familiares el procedimiento que van a llevar a cabo.

15. En el texto las empresas más reputadas se hace referencia a diferentes aspectos que han permitido que algunas empresas sean reconocidas y valoradas positivamente por sus clientes. Respondan. ¿Cómo consideran que debe ser la relación con sus clientes? ¿Cómo creen que pueden consolidar esa relación?

16. Ahora es el momento de cumplir con sus objetivos de venta. Recuerden llevar a la práctica las estrategias de publicidad y promoción que pensaron.

17. Luego de comercializar su producto, evalúen se desempeñó como emprendedores a partir de los siguientes criterios. Tengan en cuenta que el puntaje máximo es 5 y el mínimo es 1.

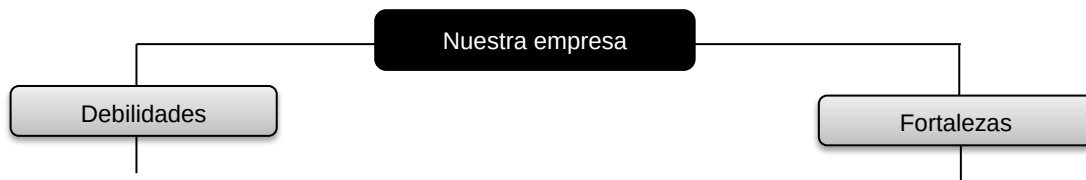
Criterio	Calificación
Cumplimiento de las funciones asignadas. Éxito en la gestión de promoción y publicidad. Calidad del producto. Presentación del producto. Satisfacción de los clientes. Rentabilidad.	



18. Imaginen que su empresa goza de bastante aceptación en el mercado y varios de sus clientes quieren comprar su producto en épocas del año de gran demanda comercial como la Navidad, el Día de las Madres y el Amor y Amistad. Respondan.

- ¿Qué ofrecerían de especial a los clientes en esas fechas?
- ¿Qué clase de empaques elaborarían?
- ¿Llevarían a la práctica otras estrategias de promoción y publicidad? Si así fuera, ¿Cuáles?

19. Identifiquen algunas fortalezas y debilidades de su empresa. Luego, completen un esquema como el siguiente.



20. Para finalizar su *Proyecto emprendedor*, respondan las siguientes preguntas.

- ¿Se sintieron a gusto trabajando como empresa?
- ¿Qué aspecto del trabajo calificarían como el más difícil? ¿Por qué?
- ¿Cómo podrían superar las debilidades que identificaron?