



**SGS**



# LA REPUTACIÓN

SECTOR FINANCIERO

## La banca admite que su principal problema es recuperar la reputación

Roldán se estrena al frente de la AEB y admite que deben defender su papel "con humildad" ante la opinión pública



IVÁN DE BARRÓN

Madrid · 27 SEPT 2014 · 11:42 CEST



## Los gigantes de la tecnología salvadores a amenazas

Tecnología · 14 Oct 2017 · 2:03 PM

Por: David Streitfeld - The New York Times.

Las empresas, que solían presentarse como motores de un mu

intenso escrutinio por permitir prácticas qu

cracia o el buen funcionamiento de una soci

## ¿Son las compañías conscientes de la creciente importancia de gestionar sus activos intangibles?

Tweet Compartir + Compartir 214

¿Te ha parecido interesante el post? + -

06/06/2017 | 08:34

Por María Luqui  
Senior Manager de Reputation Institute Iberia y Latinoamérica  
@Ri\_Span

Recientemente, el mayor inversor del mundo, Larry Fink CEO de BlackRock, llamó la atención sobre la importancia de la sostenibilidad y los activos intangibles en las inversiones globales del grupo que preside a

## ¿La reputación de sector bancario sigue en crisis?

Tweet Compartir + Compartir 12

¿Te ha parecido interesante el post? + -

30/05/2017 | 10:40

Por Carmen Dato  
Directora de Consultoría de Reputation Institute Iberia y Latinoamérica  
@Ri\_Span

El pasado 22 de febrero, el Congreso de los Diputados de España aprobó por unanimidad la creación de una comisión de investigación para examinar la crisis financiera, las actuaciones de los organismos reguladores y los problemas, debilidades, necesidades y retos futuros del sistema financiero en nuestro país. Ahora que el sector financiero avanza hacia la normalidad, parece oportuno hacer una reflexión sobre cómo estos sucesos afectaron a la reputación del sector bancario.

Al analizar la evolución de la reputación de la Banca en España a partir de los resultados del estudio RepTrack® España todo parece señalar que la confianza de los ciudadanos hacia las entidades se recupera lentamente, si bien aún no ha llegado a los niveles anteriores al inicio de la crisis económica.

La reputación del sector financiero en el 2008 se situaba en 59,7 puntos Pulse, en la frontera del nivel de reputación moderado según la escala normativa de Reputation Institute. En aquellos años, la reputación de la banca, en comparación con otros sectores de la economía, se situaba en el segundo peor valorado (el peor era

DESAYUNO DE VALENCIA PLAZA Y CLUB DE MARKETING MEDITERRÁNEO

## Mantener la reputación de la marca, reto de las estrategias de marketing internacional



**¿CÓMO  
ADMINISTRAR  
Y COMUNICAR  
UN INTANGIBLE?**



**¿CÓMO  
ADMINISTRAR  
Y COMUNICAR  
UN INTANGIBLE?**



# PRESENTAMOS LA **HUELLA DE VALOR**

Una metodología de medición y benchmarking para los departamentos de **RSC, Marketing y la Alta Dirección** que:



**PERMITE COMUNICAR EL  
VALOR APORTADO**



**PERMITE ANALIZAR LA  
CREACIÓN DE VALOR**



# PRESENTAMOS LA **HUELLA DE VALOR**



**PERMITE COMUNICAR EL  
VALOR APORTADO**



**PERMITE ANALIZAR LA  
CREACIÓN DE VALOR**

**UN COEFICIENTE MULTIPLICADOR ESTANDARIZA EL  
RESULTADO Y PROVEE UN RATING**

Benchmarking disponible en  
2018

reforzando el valor  
identificativo de la  
actividad



### PERMITE COMUNICAR EL VALOR APORTADO

- **Mide la riqueza** generada
  - Y evalúa si dicha riqueza se generó de forma adecuada
- **Mide el esfuerzo** realizado por la entidad
- **Contabiliza intangibles** reforzando el valor identificativo de la actividad
- **Permite comparaciones externas** entre las empresas

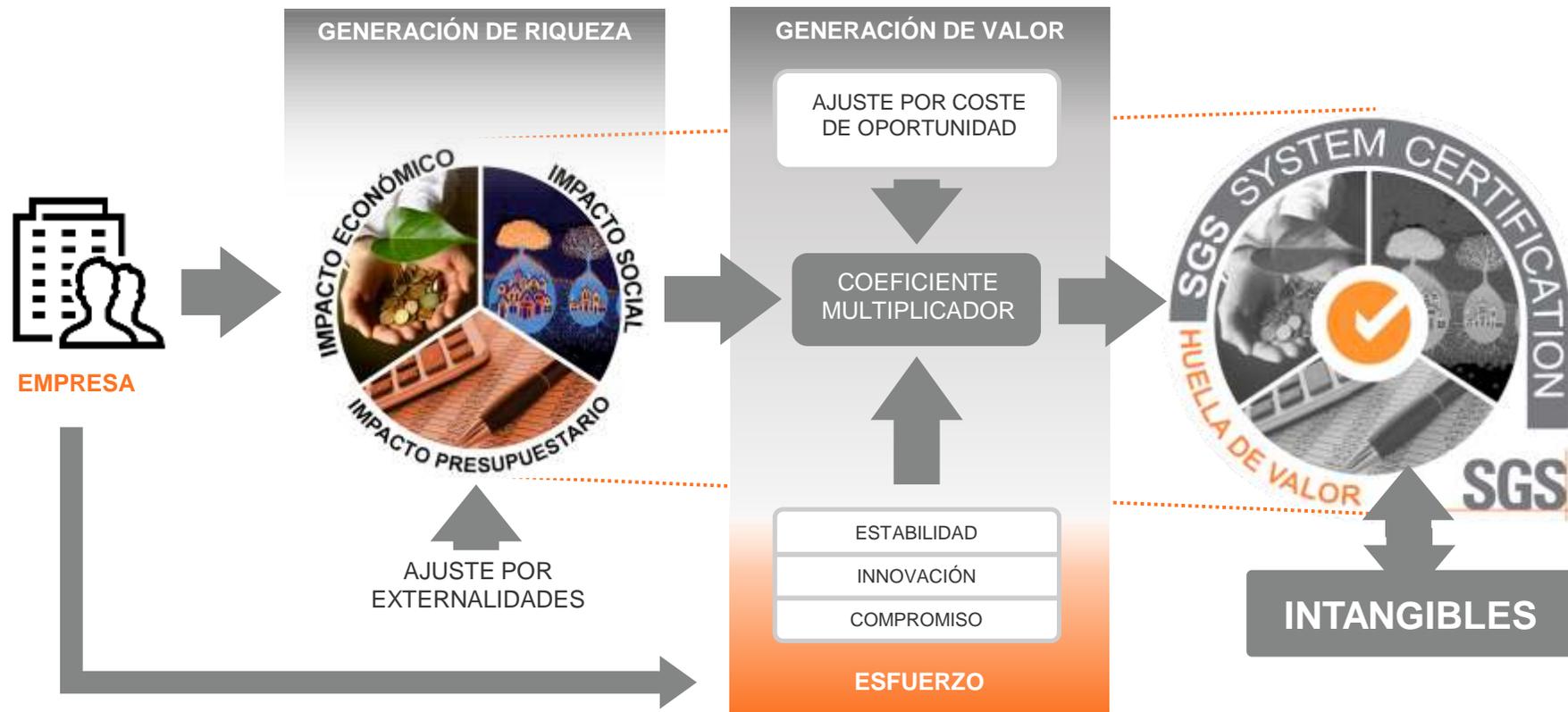


### PERMITE ANALIZAR LA CREACIÓN DE VALOR

- **Identifica** los factores medibles permitiendo su gestión
- **Permite comparaciones internas** entre unidades de negocio



LA HUELLA DE VALOR ES UNA METODOLOGÍA **ESCALABLE Y COMPARABLE** QUE CONSIDERA GENERACIÓN DE RIQUEZA, VALOR E **INTANGIBLES**



CONCLUSIÓN:

# UNA HERRAMIENTA **PIONERA EN EL MUNDO** PARA LA GESTIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA



- **IDENTIFICA**
- **HACE TANGIBLE**
- **PERMITE GESTIONAR**
- **AYUDA A COMUNICAR**

la generación de valor que tu empresa entrega a su entorno

WHEN YOU NEED TO BE SURE

**SGS**

# SGS

## EL GRUPO SGS EN EL MUNDO

### AMÉRICA

400 OFICINAS, LABORATORIOS Y  
MULTI-LABORATORIOS  
19.550 EMPLEADOS

OFICINAS CENTRALES  
GINEBRA

### EUROPA, ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

1.000 OFICINAS, LABORATORIOS Y  
MULTI-LABORATORIOS  
34.350 EMPLEADOS

### ASIA - PACÍFICO

350 OFICINAS, LABORATORIOS Y  
MULTI-LABORATORIOS  
31.100 EMPLEADOS

FUNDADA 1878  
PRESENTE EN 120 PAÍSES  
1.800 OFICINAS Y LABORATORIOS  
85.000 EMPLEADOS  
5.700 Mio FRANCOS SUIZOS INGRESOS 2015

SGS

VALORES



**PASIÓN**  
**INTEGRIDAD**  
**ESPÍRITU EMPRENDEDOR**  
**ESPÍRITU INNOVADOR**



**SGS**

SERVICIOS MUNDIALES ADAPTADOS A  
**SECTORES INDIVIDUALES**



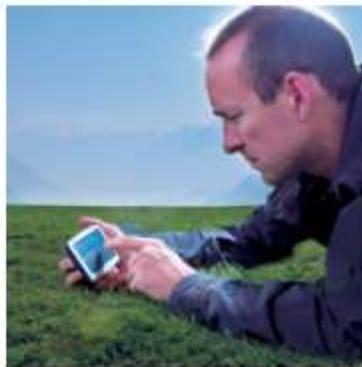
**INSPECCIÓN**  
**VERIFICACIÓN**



**FORMACIÓN**  
**CONSULTORÍA**  
**EXTERNALIZACIÓN**



**TRANSPARENCY**



**COMMUNICATION**



**REPUTATION**



**ETHICAL BEHAVIOUR**



**FURTHER EXCELLENCE**



**VALUES**



**STAKEHOLDER DIALOGUE**



**PERFORMANCE**



**CREDIBILITY**

WHEN YOU NEED TO BE SURE

