Grupo Nutresa lidera entre 30 empresas con mejor 'goodwill'

La compañía recibió, por tercera vez consecutiva, el Premio 2WAY al Goodwill 2020. En el Top 5 también están Grupo Argos, Argos, Alpina y Bavaria.

Infografía

FACEBOOK
ESCRIBE
TWITTER
LINKED IN
GOOGLE PLUS
GUARDAR

POR: PORTAFOLIO - DICIEMBRE 16 DE 2020 - 09:05 P. M.

Premio 2WAY al Goodwill 2020

Lo más leído

1. El precio del dólar en Colombia ajustó una nueva caída
2. Claro inaugura cinco centros de atención, en plena reactivación
3. Dólar continuó su tendencia bajista en la jornada de este lunes
4. Colombia regresó a los más de 10.000 casos diarios de coronavirus
5. El antojo de prime y día sin IVA se notaron en noviembre
6. ¿Qué tenía al rebote de los precios del oro la semana pasada?

Premio 2WAY al Goodwill 2020

El tercer año consecutivo, el Grupo Nutresa fue declarado ganador del Premio 2WAY al Goodwill 2020 al ocupar el primer lugar en el estudio anual que hace 2WAY Goodwill Consulting.

(**Lea:** Lanzan libro 'Good Will' de grandes empresas del país)

En total, destaca a 30 compañías y en los cinco primero lugares, al lado de la empresa de alimentos, aparecen Grupo Argos, Argos, Alpina y Bavaria.

(Lea: Nutresa, empresa líder en goodwill)

El estudio, que cumple en esta oportunidad su sexta edición, define el goodwill en seis pilares reputacionales básicos: solidez y trayectoria, oferta de valor, talento y bienestar; responsabilidad social y sostenibilidad; innovación y liderazgo, así como ética y transparencia.

José María de Guzmán, senior partner de la compañía, explicó que "el goodwill se debe construir, a diferencia de la reputación, se encuentra en el balance general de las empresas y puede ser estimado como la diferencia entre el valor contables y el múltiplo que unos inversionistas estén dispuestos a pagar por ella".

Por su parte, Mateo Londoño, director del Premio, indicó que la metodología 2WAY incluye una evaluación en dos ejes, el subjetivo, encargado de presentar la *percepción*; y el objetivo, que representa la realidad, y arrojan variables son tendidas en cuenta".

Agregó que "de nada sirve tener una excelente realidad si no es percibida así por sus stakeholders".

Una decena de empresas entraron al escalafón que no estuvieron en la edición del 2019. Se trata de P&G, Yanbal, Sofasa, Diageo, Comfama, Nivel, Apple, Postobón, Grupo Bolívar y hacinas de Chocolates.

PARTICULARIDADES

Sobre los resultados, 2WAY Goodwill Consulting destacó que el "Grupo Argos se fortalece como una totalidad pero también ha entrado en el crecimiento de las empresas pertenecientes al mismo, por eso, este año se incluyen tres: Cementos Argos como Celsia quienes fueron capaces de crear un buen nombre de manera individual sin tener una dependencia directa del grupo económico".

Sobre Apple Colombia que aparece por primera en el listado, resalta que "su presencia viene fortalecida por la innovación a lo que han llegado desde Estados Unidos" y se evidencia en su valor de mercado en el país.

La consultora subraya la aparición de Diageo dentro de las 30 seleccionadas. "Su presencia parte del desarrollo de labores de responsabilidad social con diferentes programas contra el consumo de alcohol en menores de edad y con un fortalecimiento de su industria en Colombia mediante su alianza con la Industria Licorera de Caldas".

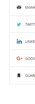
Igualmente destaca que Alpina ascendiendo en el ránking, tomando la posición 4 este año, dos puestos más arriba que en el año inmediatamente anterior.

Analizando la situación de las compañía elegidas y sus resultados en cada una de las variables incluidas en el análisis, concluye que "el proceso de Hidroituango y la imputación a ex directivos por el caso Odebrecht fueron perjudiciales en las evaluaciones realizadas de EPM y Ecopetrol, esto teniendo afectando drásticamente el goodwill de ambas empresas causando un descenso en su posición del año pasado".

REPORTAR ERROR | IMPRIMIR

Recomendados

NEGOCIOS | TENDENCIAS | MIS FINANZAS | OPINIÓN


Las finanzas y adquisiciones en el país caen 40%

Tik Tok ofrece dispositivos por 30.000 y tiktokers vendidos en Colombia

Bavaria fortalecerá a cuatro iniciativas empresariales que construyeron paz

'Bum, Avianca ya que Claro, Tigo y Une ninguno se interconectan

VER MÁS

TE PUEDE GUSTAR | Enlaces Patrocinados por Taboola

¿Conseguir esta tesoro es imposible? Demuestra que sus sujetivamos

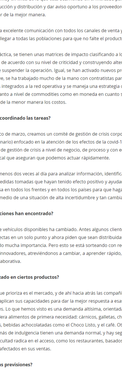
¿La billonaria de Alibaba? ¿La mas se hacia del mundo Bega a Colombia?

Una sola SUV puedes invertir en Netflix y multiplicar tus ingresos...

Siga bajando
PARA ENCONTRAR MÁS CONTENIDO

'Enfrentamos el reto con sentido de humanidad'

El presidente de Grupo Nutresa explicó cómo la empresa ha ajustado la operación en medio de la crisis sanitaria.


Carlos Ignacio Gallego, presidente de Grupo Nutresa. El año pasado vendió $5.56 billones. COPITOA

FACEBOOK
ESCRIBE
TWITTER
LINKEDIN
GOOGLE
GUARDAR

POR: PORTAFOLIO - MARZO 24 DE 2020 - 10:00 P. M.

Grupo Nutresa es una de las grandes empresas del país que está en la tarea de cumplir con la producción de alimentos en medio de las retas que ha impuesto la pandemia por la covid-19. Esto no solo en Colombia, sino en los 14 países en los que tiene operación directa.

(Lea: Vea en el mapa interactivo el estado del coronavirus en Colombia)

También exporta a 75 geografías. El presidente de la compañía, Carlos Ignacio Gallego, explicó a Portafolio los ajustes que han hecho en la operación.

(Lea: Las medidas de aislamiento podrían volverse más duras)

¿Cómo enfrenta la compañía la coyuntura en Colombia y en los países donde opera?

Grupo Nutresa está enfrentando este reto, una situación sin precedentes para el mundo, con un gran sentido de humanidad y pensando en el bien común con cuatro prioridades. La primera es que lo más importante son las personas y su salud. La segunda, es que tenemos plena conciencia de la responsabilidad de garantizar el suministro de alimentos, llegando hasta el último rincón de esos países.

La tercera es que estamos comprometidos con hacer el mayor esfuerzo por proteger los empleos. Y la cuarta prioridad es que por las capacidades y velocidades, y la posibilidad de adaptación que tiene una empresa como Nutresa, debemos cooperar con actores públicos y privados para ser parte de la solución, y ayudar especialmente a la población más vulnerable.

¿Cuál es el reto en abastecimiento?

Tanto en Colombia como fuera esta situación ha traído una mayor volatilidad y, en algunas negocios, una situación más compleja por cambios en la forma de operar. Por ejemplo, en los restaurantes que se han centrado solo en los domicilios, hemos reorientado algunas de las actividades enfocando parte del personal a vacaciones y centrándonos en las que pueden tener buenos niveles de domicilios.

También se da una situación en el canal de food service, que atiende hoteleria, instituciones y restaurantes, que tienen menores volúmenes y se han reinventado para poder ser más digitales o vender por otros medios. Pero, en general, hay temas muy positivos con los negocios basados en bienes de consumo básico, en lo que llamamos viveres o abarrotes, que hacen picos de demanda muy altos.

¿Y como respondes a estos picos?

Esto ha obligado a que tengamos que hacer más planeación por escenarios, con una información muy en línea de lo que está ocurriendo en el mercado para planear bien la producción y distribución y dar aviso oportuno a los proveedores con el fin de reacccionar de la mejor manera.

Tenemos una excelente comunicación con todos los canales de venta y estamos tratando de llegar a todas las poblaciones para que no falte el producto.

En la parte logística, se tienen unas matrices de impacto clasificando a los proveedores de acuerdo con su nivel de criticidad y construyendo alternativas para no tener que suspender la operación. Igual, se han activado varios mecanismos de insumos clave, se ha trabajado mucho de la mano con contratistas para mantenerlos integrados a la red operativa y se maneja una estrategia de cobertura de futuros, tanto a nivel de commodities como en moneda en cuanto sea posible para afectar de la menor manera los costos.

¿Cómo han coordinado las tareas?

Desde el cinco de marzo, creamos un comité de gestión de crisis corporativo (multidisciplinario) enfocado en la atención de los efectos de la covid-19. Interactúa con equipos de gestión de crisis a nivel de negocio, de procesos y con equipos de respuesta local que aseguran que podemos actuar rápidamente.

Se reúne al menos dos veces al día para analizar información, identificar tendencias, compartir medidas tomadas que hayan tenido efecto positivo y ayudar a los líderes de la empresa en todos los frentes y en todos los países para que hagamos lo correcto en medio de una situación de alta incertidumbre y tan cambiante.

¿Qué limitaciones han encontrado?

El número de vehículos disponibles ha cambiado. Antes algunos clientes solicitaban entregas directas en un solo punto y ahora piden que sean distribuidas. El domicilio está cobrando mucha importancia. Pero esto se está sorteando con racionalidad, siendo muy innovadores, atrevidonos a cambiar, a aprender rápido, y a trabajar de forma colaborativa.

¿Han priorizado en ciertos productos?

El primero que prioriza es el mercado, y de ahí hacia atrás las compañías se organizan y aplican sus capacidades para dar la mejor respuesta a esas expectativas y necesidades. Lo que hemos visto es una demanda altísima, orientada a lo que la gente considera alimentos de primera necesidad: cárnicos, galletas, productos de mesa, pastas, bebidas achocolatadas como el Choco Listo, y el café. Otros que se consideran mas de indulgencia tienen una demanda normal, y hay segmentos donde la dificultad radica en el acceso, como los restaurantes, basados en los domicilios y afectados en sus ventas.

¿Cambian las previsiones?

Claramente. Tuvimos dos primeros meses del año sumamente buenos, y como lo informamos en la asamblea, el año anterior fue excelente en cuanto a crecimiento y rentabilidad. Esta situación toma a Grupo Nutresa con un endeudamiento moderado, buen flujo de caja, y con muchas capacidades para afrontar un entorno tan retador.

Obviamente las previsiones cambian, pero yo diría que es muy temprano para decir como va a terminar 2020, realmente hay afectaciones en ambos sentidos, y es un año donde lo más clave es cuidar las personas, la salud y la vida, garantizar la alimentación a la sociedad, cuidar los empleos y cooperar con aliados públicos y privados para superar esta coyuntura tan difícil.

Es un año en el que hay muchas oportunidades, incluida la nuestra, más que el crecimiento en ventas, o en Ebitda, la caja es determinante porque permite que sigamos operando de buena manera. Nutresa está en una gran posicion, con un buen flujo de caja y acceso a créditos por parte de la banca, que nos ha ofrecido financiación si se llegara a requerir.

REPORTAR ERROR | IMPRIMIR

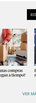
Recomendados

ECONOMÍA | NEGOCIOS | MIS FINANZAS | OPINIÓN

El alto del dolphine impactará la economía de Colombia

¿Por qué algunas compras en línea no llegan a tiempo?

Bares les más alcaldes por restricciones para Navidad


Baja el número de personas con acceso al crédito

VER MÁS

TE PUEDE GUSTAR | Enlaces Patrocinados por Taboola

Amazon y Netflix: Una inversión de $ 250 puede devolverte un segundo...

¿Tienes gran abdominal? Este método brillante puede sorprenderte

Megaherencia Casino Royal del 100% hasta 200$.

Nutresa suma nueva empresa de café a sus negocios

Adquirió la compañía estadounidense Cameron's Coffee.

FACEBOOK