

Actualización del ESOP

Información sobre su Plan de Accionariado para Empleados (ESOP)

La Reputación de la Compañía y el Valor del ESOP

La reputación es una parte importante del éxito de a largo plazo de la compañía. ¿Pero cómo este concepto de sensibilidades forma parte de los cálculos numéricos que determinan el valor anual de las acciones del ESOP?

No existe un calculador o “medidor de reputación” para informarle al tasador de la reputación de la compañía. En cambio, el tasador tiene que confiar en la trayectoria de la compañía y sus planes para el futuro.



Percepciones del futuro afectan el valor de acciones. Casi todo el tiempo buenas reputaciones son construidas sobre muchos años. Desafortunadamente no toma mucho tiempo para que la buena reputación de la compañía se disminuya. Nos damos cuenta de estos relatos todo el tiempo. Empresas que parecían que nunca tendrían problemas financieros pueden fallar si excelencia es comprometida, procesos no son seguidos o un escándalo daña la confianza. El escándalo de emisiones de Volkswagen en 2015 le costó a esa empresa más de \$20 billones. Mas de un año después de un pánico de contaminación de bacterias en los restaurantes Chipotle, el valor de las acciones de la compañía bajo un 42 por ciento de niveles antes de la contaminación. Acciones individuales tuvieron consecuencias significativas en estos casos.

La mayoría de ESOPs son compañías privadas que no tendrán fluctuaciones dramáticas de valor basados por percepciones como estas compañías públicas. Sin embargo, un cambio en la reputación de la compañía puede menoscabar la credibilidad del plan de su compañía para el futuro. Así es como la reputación de la compañía aparecerá en el valor de sus acciones. Un componente clave de la mayoría de valoraciones es relacionado al potencial efectivo futuro que la empresa probablemente genere. Cuando la reputación impacta el comportamiento del cliente y las ventas – positivamente o negativamente – eso es cuando puede impactar la valoración del ESOP.

Todos los empleados son administradores de la reputación de la compañía.

Mientras que es imposible de insular completamente la compañía de los desafíos empresarios que pueden afectar la reputación, los empleados sin duda pueden influirla. Su trabajo toca la entrega de su producto o servicio, usted influye la reputación. Si su trabajo impacta las percepciones del cliente, usted influye la reputación. Si su trabajo entraña siguiendo procesos que aseguran calidad, usted influye la reputación. Cuando cada empleado reconoce que él o ella es vigilante o “administrador” de la reputación de la compañía, puede hacer una gran diferencia.

El compromiso del empleado a excelencia cotidiana y viviendo los valores de la compañía actúan como una póliza de seguros fuerte – reduciendo el riesgo de acciones que dañan la reputación. Además, cuando los empleados aceptan su papel importante en el sostenimiento de una gran reputación de la compañía, ellos pueden impactar este componente importante en la creación del valor del ESOP.