

Los Intangibles en el Diseño de Sistemas de Ayuda a la Decisión.

Ángel Alloza, CEO Corporate Excellence

Junio 2016

Resumen

El interés por los intangibles empezó a partir de la crisis reputacional de finales de siglo xx, que tuvo un impacto tremendo en Estados Unidos. Los casos de Enron, Tyco, Ahold, y Arthur Andersen pusieron de manifiesto la vulnerabilidad a los riesgos reputacionales. Fuera de Estados Unidos, el caso de la compañía Parmalat consiguió que los empresarios de todo el mundo se dieran cuenta por primera vez de que la reputación mal gestionada puede hacer desaparecer una empresa. Hoy sabemos que más del 80 % del valor total de una organización reside en sus recursos y activos intangibles y, por este motivo, estos activos se han convertido en el asunto de mayor relevancia en la agenda de los principales ejecutivos españoles. No solo porque la buena reputación atrae consumidores, capital, talento, facilita la internacionalización y permite alinear los intereses y voluntades de toda la organización para conseguir los objetivos de negocio, sino porque la gestión integrada e integral de los intangibles es la única ruta posible para alcanzar una diferenciación sostenible en el tiempo generadora de márgenes superiores y al mismo tiempo un capital de confianza con los grupos de interés que asegura conseguir y mantener las licencias para operar. La buena gestión de los intangibles asegura por tanto, y en último término, la excelencia empresarial.