

Decathlon lidera el ranking de empresas con mejor reputación en España

25 abril 18



MADRID, 25 (EUROPA PRESS)

DECATHLON, Amazon y BSH (Bosch) Electrodomésticos son las empresas con mejor reputación de España, según ha dado a conocer este miércoles la consultora Reputation Institute durante la presentación de su estudio anual RepTrak España 2018, que analiza la reputación de las principales compañías que operan en el país según sus consumidores.

De este modo, el 'top ten' de la excelencia reputacional en España está liderado por DECATHLON (81/100 puntos RepTrak Pulse, el indicador que cuantifica la estima, confianza, admiración y buena impresión que despierta una empresa), seguida, en este orden, por Amazon (80,6 puntos), BSH

Electrodomésticos (79,8 puntos), Google (79,3 puntos), Sony (78,6 puntos), Central Lechera Asturiana (78 puntos), Michelin (78 puntos), Microsoft (77,4 puntos), Nintendo (77,3 puntos) y BMW (77,2 puntos).

En cuanto a las compañías españolas, las cinco mejor valoradas por los consumidores es Central Lechera Asturiana, que se sitúa en el puesto sexto del ranking, seguida de ONCE (76,2 puntos; puesto 13), Pascual (con 74,3 puntos; en el puesto 20), Campofrío, (74 puntos; puesto 22) y Grupo Calvo (73,9 puntos; puesto 23).

El estudio RepTrak España 2018 identifica cómo los consumidores perciben una empresa a partir de la evaluación de 23 atributos reputacionales, que se agrupan en siete dimensiones básicas de su desempeño corporativo, y cómo estas evaluaciones suscitan una serie de comportamientos favorables hacia la empresa, como comprar sus productos, recomendarla a terceros, concederle el beneficio de la duda, trabajar e invertir en ella, etc.

Las siete dimensiones de la reputación analizadas son: Resultados financieros, Integridad, Ciudadanía, Liderazgo, Innovación, Entorno de trabajo y Calidad de productos y servicios. Para la realización del estudio se entrevistaron a 6.700 personas, obteniéndose más de 26.000 valoraciones. El total se han analizado 255 compañías.

2018, AÑO DE LA CORRECCIÓN EN UN TIEMPO «CONFUSO»

Durante la presentación del estudio, el director general de Reputation Institute para España y Latinoamérica, Enrique Johnson, ha destacado que en 2018 ha tenido lugar una corrección de la valoración reputacional de las compañías, «la primera desde 2008», tanto a nivel global como a nivel nacional.

Según ha explicado, esto se debe a factores que marcan un contexto «complicado» y «confuso» para las compañías, como el exceso de información o 'infoxicación', así como la demanda de transparencia por parte del público, la

En el top ten
de la
excelencia
reputacional

caída de la confianza y la creciente polarización de la opinión pública, que impacta de manera negativa en las compañías.

En este contexto, el ranking sectorial presenta caídas en la valoración de todos los sectores, con el de la alimentación a la cabeza, que cae 4,1 puntos, hasta los 71,1. El retail, situado en el primer puesto con 72,1 puntos, cae a su vez 1,9. Le sigue el tecnológico, con una puntuación de 71,3 y una caída de 2,2, y la alimentación.

El sector retail en el primer puesto

En cuanto a la subida más destacada, Johnson ha destacado el sector aerolíneas, que aumenta dos enteros hasta una puntuación de 61,8 puntos. Los otros dos únicos sectores que han subido, aunque de manera leve, son el sector de bebidas (+0,8, hasta 69 puntos) y las telecomunicaciones (+0,3, hasta 56 puntos).

El ranking sitúa al sector bancario como el peor valorado, con 53 puntos, después de la construcción (57,5) y las telecomunicaciones.

A pesar de esta tendencia negativa generalizada, hay compañías que han logrado aumentar su reputación, como Inditex (+5,2, hasta 69,3 puntos), PSA Groupe (+4,6, hasta 73,8 puntos) y Siemens Gamesa (+4, hasta 70,7 puntos). En el lado opuesto, El Pozo y Campofrío han descendido este año 3,1 y 6 puntos, respectivamente, debido, según señala el informe, al reportaje que cuestionaba su cadena de producción.

Por dimensiones de reputación, Amazon encabeza la lista de las mejor valoradas en productos y servicios, así como en resultados financieros, mientras que ONCE lidera en integridad (entendida como ética y transparencia), entorno de trabajo y ciudadanía (entendida como compromiso social y respeto medioambiental). Por su parte, la tecnológica Google lidera en innovación y liderazgo.

«La reputación es uno de los intangibles con más valor para la toma de las decisiones de una compañía», ha señalado el director general de Reputation Institute. Johnson ha puesto en valor el trabajo en la reputación corporativa sentenciando que «mejorar cinco puntos la reputación incrementa la intención de recomendar en un 5,69%, la intención de comprar en un 5,83% y la de dar el

beneficio de la duda, en un 4,23%».