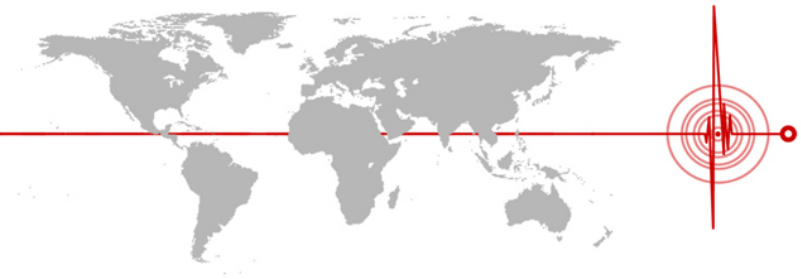


Reputation Pulse 2010

España



Global Reputation Pulse 2010

Las empresas con mejor reputación en el mundo: Un estudio de consumidores en 34 países

Criterios de selección de las empresas



Las empresas seleccionadas para el estudio Reputation Pulse España 2010, cumplen los siguientes criterios:

1. Empresas más grandes que operan en España, aunque no sean de origen local, de acuerdo a su nivel de facturación. Este dato se ha obtenido de la publicación de la revista Actualidad Económica "*Las 5.000 mayores empresas españolas*" del año 2009*.
2. Empresas conocidas entre el público general, definido por un estudio de menciones espontáneas.

Para la selección final se otorgó una puntuación a cada empresa de acuerdo a su nivel de facturación y número de menciones, donde a cada factor se le asignó un 50% de importancia.

*Publicado en Octubre 2009

Empresas evaluadas en España

Las siguientes 140 empresas en España cumplieron los criterios de selección y consiguieron una mayor cantidad de puntos por facturación y/o conocimiento (menciones) para su inclusión en el estudio.

Abengoa	Burger King	Enagás	Indra	Peugeot
Abertis	C&A	Endesa	ING	Philips
Acciona	Caixa de Catalunya	Eroski	Jazztel	Porcelanosa
Acerinox	Caixa Galicia	FCC (Fomento de Construcciones	La Caixa	Procter & Gamble
ACS Group	Caja de Castilla la Mancha	Ferrovial	Leche Pascual	Red Eléctrica
Adidas	Caja de Murcia	Ford	Leroy Merlin	Renault
ADIF	Caja del Mediterráneo (CAM)	Gamesa	Lidl	Renfe
Adolfo Domínguez	Caja España	Gas Natural	Mango/ MNG	Repsol
Agbar	Caja Madrid	General Motors (OPEL)	Mapfre	Reyal Urbis
Alcampo	Caja Rural	Globalia (AirEuropa/ Viajes Halcón	McDonald's	Sacyr Vallehermoso
Allianz	Cajasol	Google	Media Markt	Seat
Altadis	Campofrío	Grifols	Mercadona	Seguros Santalucía
Apple	Carrefour	Grupo Bimbo	Mercedes Benz	Siemens
Grupo AXA	Casert	Grupo Catalana Occidente	Metro de Madrid	Sol Meliá
Bacardi	Cemex	Grupo Cortefiel	Michelin	Sony
Bancaja	Central Lechera Asturiana	Grupo Iberostar	Microsoft	Spanair
Banco Pastor	Cepsa	Grupo Logista	Mutua Madrileña	Tele2
Banco Popular	Cintra	Grupo Prisa	Nestlé	Telefónica
Banco Sabadell	Citroën	H&M	NH Hoteles	Telefónica Movistar
Banco Santander	Consum	Hewlett-Packard	Nike	Telepizza
Banesto	Correos	Hidroeléctrica del Cantábrico	Nissan	Coca-Cola
Bankinter	Criteria Caixacorp	Hipercor	Nokia	Toyota
Barclays	Danone	Ibercaja	Nueva Rumasa	Unicaja
BBVA	Decathlon	Iberdrola	Nutrexpa - Cola Cao	Unión Fenosa
Bilbao Bizkaia Kutxa (BBK)	Deutsche Telekom (T-Systems)	Iberia	Ono	Vodafone
BMW	Día	IBM	Orange	Volkswagen
BP	Ebro Puleva	IKEA	Pepsi Cola	Yoigo
BSH (Bosch/ Balay)	El Corte Inglés	Inditex (Zara)	Pescanova	Zurich Seguros

Empresas con mejor reputación en España 2010

Rank	Empresa	Puntuación Global Pulse
1	Danone	85,49
2	Nutrexpa - Cola Cao	84,21
3	BMW	83,54
4	Google	83,19
5	Nestlé	82,48
6	Hewlett-Packard	81,54
7	Volkswagen	81,44
8	Nokia	81,12
9	Philips	80,27
10	Mercadona	80,19
11	Mercedes Benz	80,09
12	Sony	79,92
13	Michelin	79,55
14	Central Lechera Asturiana	79,23
15	El Corte Inglés	79,17
16	Leche Pascual	79,16
17	Apple	78,98
18	NH Hoteles	78,47
19	Coca-Cola	78,38
20	Grupo Bimbo	78,22
21	IKEA	77,24
22	BSH (Bosch/ Balay)	76,94
23	Inditex (Zara)	76,88
24	Campofrío	76,81
25	IBM	76,43
26	Renault	75,96
27	Decathlon	75,78
28	Adolfo Domínguez	75,60
29	Repsol	75,51
30	Pescanova	75,42
31	Toyota	75,05
32	Mango/ MNG	74,94
33	Adidas	74,69
34	Grupo Cortefiel	74,42
35	Hiperco	73,96
36	Citroën	73,62
37	Carrefour	72,87
38	Ford	72,82
39	Porcelanosa	72,71
40	Pepsi Cola	72,67
41	Nike	72,40
42	Leroy Merlin	72,32
43	H&M	72,23
44	Siemens	71,93
45	Ebro Puleva	71,69
46	Peugeot	71,47
47	Renfe	71,46
48	Sol Meliá	71,44
49	Mapfre	71,01
50	Gas Natural	70,63

Danone es la empresa líder en reputación en España

Entre las 140 empresas más grandes y reconocidas en España, la población española deposita una mayor confianza, admiración y respeto en Danone. Una puntuación de 85,49 en el Pulse, indicador que mide la reputación, demuestra que Danone construye una sólida reputación situándose entre los tres primeros lugares en cinco de las siete dimensiones de la reputación.

Otras empresas que destacan por su excelente reputación

Nutrexpa, más conocida por su marca Cola-Cao, ocupa el segundo lugar en el ranking, seguida por BMW, Google y Nestlé. Completando el ranking de las diez mejores están: HP, Volkswagen, Nokia, Philips y por último Mercadona en la 10ª posición.

Cada una de las empresas que se posicionan dentro de las diez primeras tiene una excelente reputación, puntuando todas por encima de 80. De éstas, dos son de origen español, seis provienen de otros países europeos y dos son americanas.

Excelente/Superior
Fuerte/Robusta
Media/Moderada
Débil/Vulnerable
Pobre/inferior

mayor a 80
70-79
60-69
40-59
menor a 40

Todas las puntuaciones del estudio Reputation Pulse que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

El indicador Pulse está basado en preguntas que miden la confianza, admiración y respeto, estima y buena impresión (recogidas en la puntuación Pulse en una escala de 0-100).

Empresas con mejor reputación en España 2010

Rank	Empresa	Puntuación Reputation Pulse
51	Microsoft	70,56
52	General Motors (OPEL)	70,03
53	Metro de Madrid	69,85
54	Gamesa	69,20
55	C&A	69,11
56	Lidl	69,08
57	Globalia	69,06
58	Correos	68,28
59	Alcampo	67,98
60	Allianz	67,90
61	Seat	67,77
62	Eroski	67,77
63	Abengoa	67,59
64	Cintra	67,42
65	Cepsa	67,41
66	Deutsche Telekom (T-Systems)	67,37
67	Nueva Rumasa	67,26
68	Procter & Gamble	67,20
69	Indra	66,65
70	Media Markt	66,65
71	Mutua Madrileña	66,36
72	Nissan	66,36
73	Bacardi	66,30
74	Ferrovial	66,26
75	BP	66,18

Rank	Empresa	Puntuación Reputation Pulse
76	ING	66,09
77	Acciona	65,76
78	Banco Santander	65,66
79	La Caixa	65,64
80	Grupo Logista	65,10
81	Abertis	65,04
82	Cemex	64,92
83	Enagás	64,61
84	ACS Group	64,41
85	Bancaja	64,31
86	FCC	64,23
87	Acerinox	64,19
88	AXA	64,16
89	Criteria Caixacorp	64,15
90	Telepizza	64,13
91	Grifols	64,10
92	Agbar	63,98
93	ADIF	63,83
94	Grupo Iberostar	63,77
95	BBVA	63,42
96	Zurich Seguros	63,38
97	Grupo Catalana Occidente	63,29
98	Hidroeléctrica del Cantábrico	63,07
99	Sacyr Vallehermoso	62,82
100	Consum	62,62

Continuación del ranking Posiciones 51 a 100

Gas Natural finaliza en los primeros 50 puestos con 70,63 puntos, mientras que le sigue Microsoft empezando la segunda parte del ranking con una puntuación de 70,56, y cierra Consum en el lugar 100.

Al final del estudio se encuentra Caja de Castilla la Mancha que presenta la reputación más débil o vulnerable, con una puntuación de 44,18.

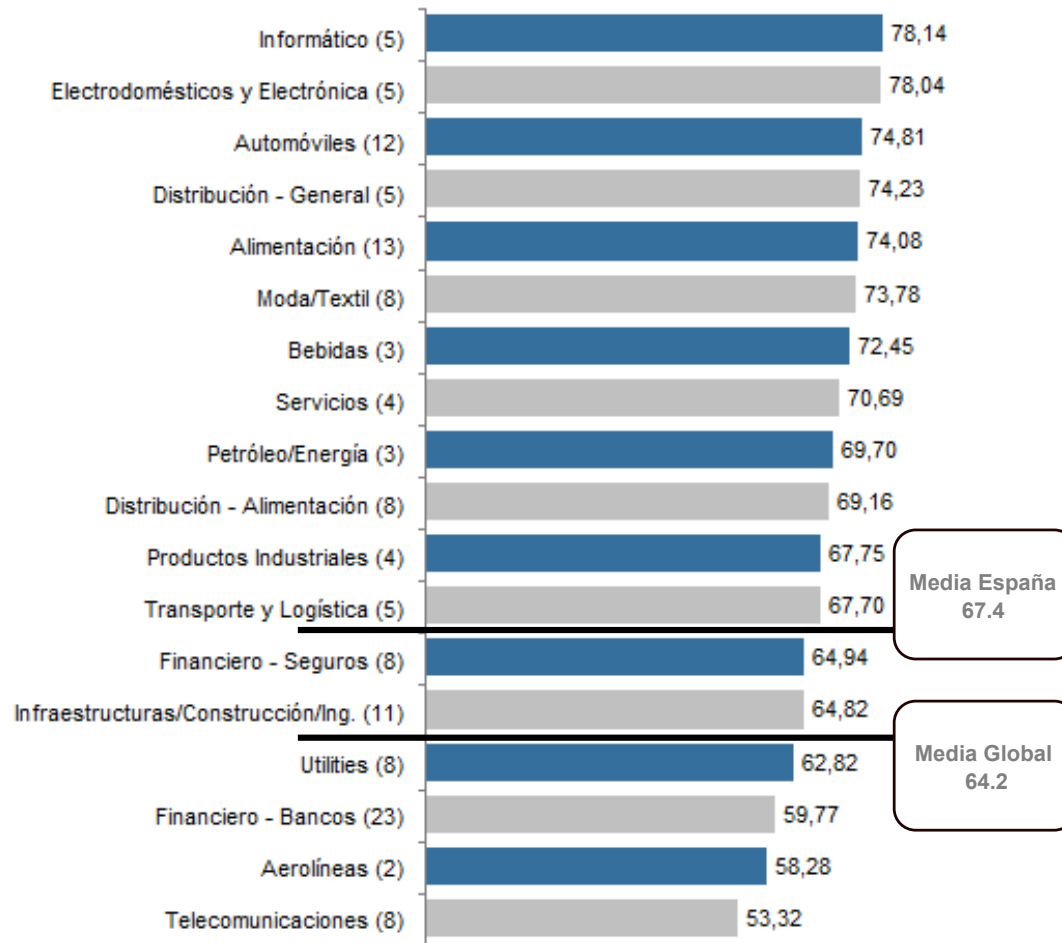
Excelente/Superior
Fuerte/Robusta
Media/Moderada
Débil/Vulnerable
Pobre/inferior

mayor a 80
70-79
60-69
40-59
menor a 40

Todas las puntuaciones del estudio Reputation Pulse que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

El indicador Pulse está basado en preguntas que miden la confianza, admiración y respeto, estima y buena impresión (recogidas en la puntuación Pulse en una escala de 0-100).

Reputación por sectores en España



¿El sector al que pertenece influye de forma positiva o negativa sobre su empresa?

Las percepciones del público general no siempre están basadas en experiencias o información específica de una empresa. La reputación de una industria ejerce a menudo un impacto importante en las apreciaciones sobre las empresas individuales.

Las empresas de alimentación generan mayor confianza

Como grupo, las empresas de alimentación son las más confiables, admiradas y respetadas en España y disfrutan de un mayor respaldo por parte del público general. El mejor ejemplo lo da Danone, Nutrexpa y Nestlé, empresas que lideran en los cinco primeros puestos del ranking.

El sector bancario y de telecomunicaciones tienen un largo camino por recorrer

Al igual que en 2009, ambos sectores continúan teniendo una reputación débil entre el público general. A excepción de empresas como ING, Banco Santander y La Caixa que alcanzan puntuaciones por encima de 65, notablemente más alta que la media de sus respectivos sectores.

Sectores por encima de la puntuación media en España

De los sectores evaluados, 12 de ellos tienen una reputación por encima de la reputación media en España, quedando por debajo sectores como infraestructuras, seguros, entre otros.

Diferencia entre la reputación media en España y la global

La puntuación media sectorial de las empresas medidas en España es superior a la puntuación media sectorial de todas las empresas evaluadas a nivel global.

() Número de empresas incluidas

Excelente/Superior mayor a 80
Fuerte/Robusta 70-79
Media/Moderada 60-69
Débil/Vulnerable 40-59
Pobre/inferior menor a 40

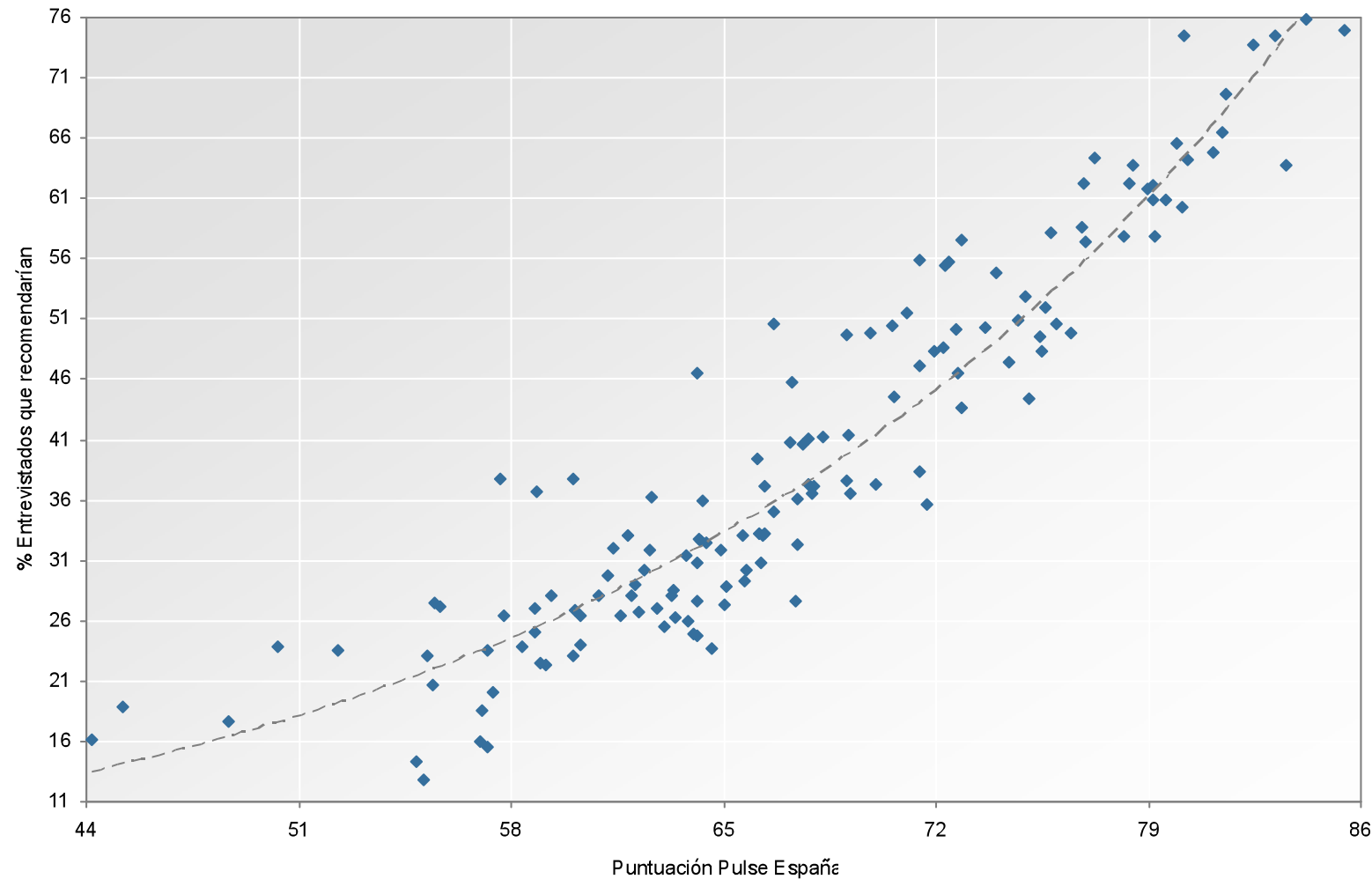
Todas las puntuaciones del estudio Reputation Pulse que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

El indicador Pulse está basado en preguntas que miden la confianza, admiración y respeto, estima y buena impresión (recogidas en la puntuación Pulse en una escala de 0-100).

Fuerte relación entre reputación y comportamientos favorables en España

Mejorar en 5 puntos la reputación implica un incremento de la recomendación de un grupo de interés en un 8.5%

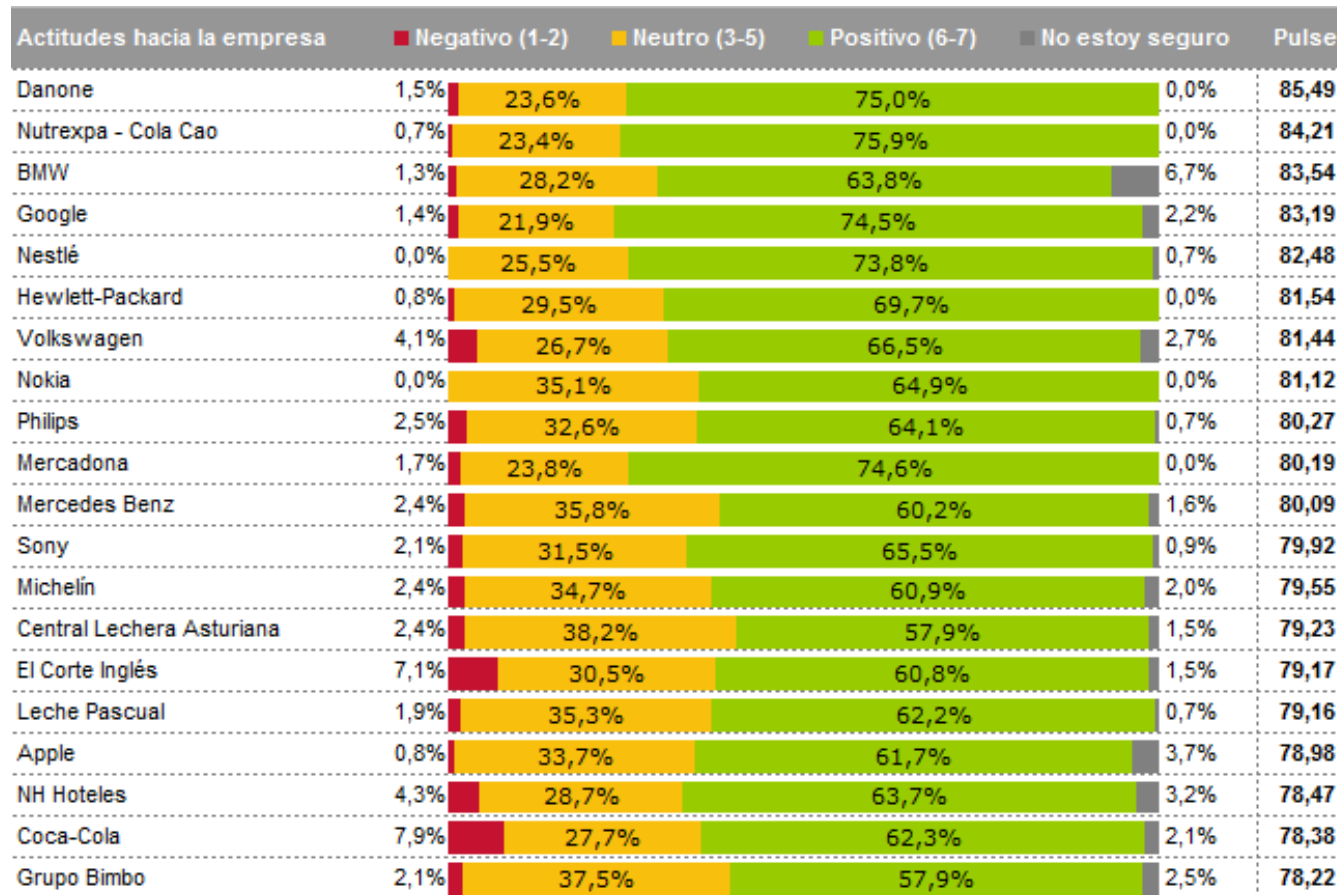
Este análisis muestra que si una empresa logra mejorar su reputación (indicador Pulse) en 5 puntos, el número de personas que recomendarían la empresa a otros aumentará un 8.5%.



Q: Recomendaría 'Empresa' a otros.

Evaluado en una escala de "1" a "7" donde "1" significa "Totalmente de acuerdo" y "7" significa "Totalmente en desacuerdo" (intenciones declaradas).

Comportamientos favorables en España



La reputación influye en la creación de valor

El boca-óído positivo tiene un impacto significativo en el éxito de una compañía. Las iniciativas de marketing de una empresa están fuertemente respaldadas cuando los clientes emiten mensajes que recomiendan una empresa, diciendo algo positivo sobre ésta y dándole el beneficio de la duda en tiempos de crisis.

Tener una fuerte reputación es la clave para fomentar el apoyo o respaldo.

Empresas como Danone y Nutrexpa, que han sido capaces de construir una fuerte reputación, obtienen como respuesta que alrededor de un 75% del público general las recomendarían a otros.

Q: Recomendaría 'Empresa' a otros.

Respaldo a la empresa con mayor y menor reputación en España

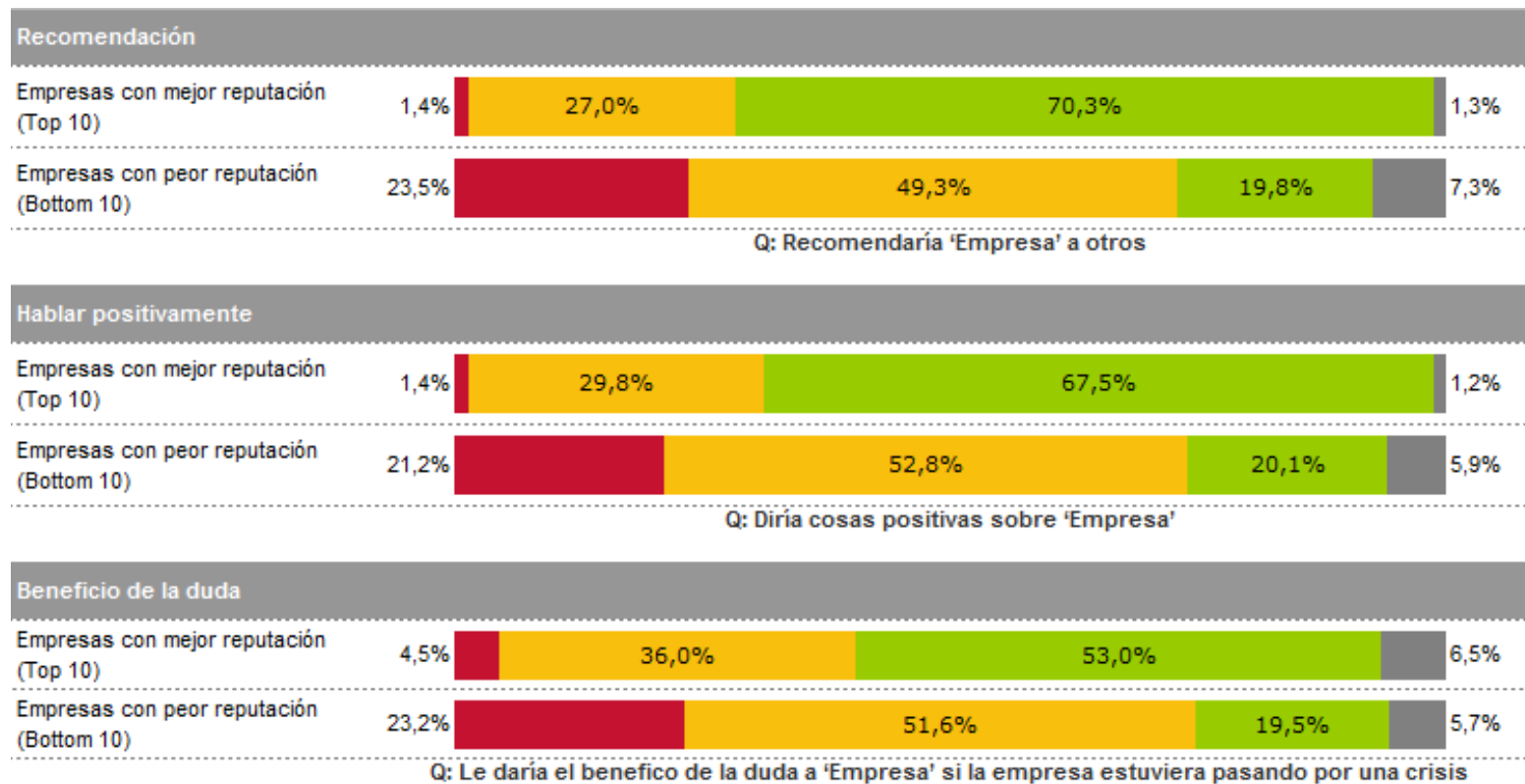
Riesgos y oportunidades entre el público general

En promedio, más del 70,3% del público general de España recomendaría a otros una de las 10 empresas con mejor reputación en el país.

Aproximadamente un 23,5% del público general no recomendaría ninguna de las 10 empresas con una menor reputación.

El público general también presenta mayor disposición a decir algo positivo y dar el beneficio de la duda en una situación de crisis a las empresas con mejor reputación. Esta puede ser una ventaja competitiva a la hora de lanzar un nuevo producto, incrementar los precios de un servicio o enfrentarse a una situación pública negativa.

Las empresas con una reputación más débil no gozan de este respaldo entre el público general, lo cual puede hacer que la reputación y viabilidad del negocio sean más vulnerable ante situaciones de riesgo.



Factores clave de la reputación

Cada una de las siete dimensiones del Modelo RepTrak™ define la reputación corporativa

Para adquirir confianza, admiración, respeto y respaldo, las empresas necesitan hacer frente a las siete dimensiones de la reputación. En España, cada dimensión por sí sola representa más del 13% de la reputación.

Oferta e Integridad son las dimensiones más importantes de la reputación en España

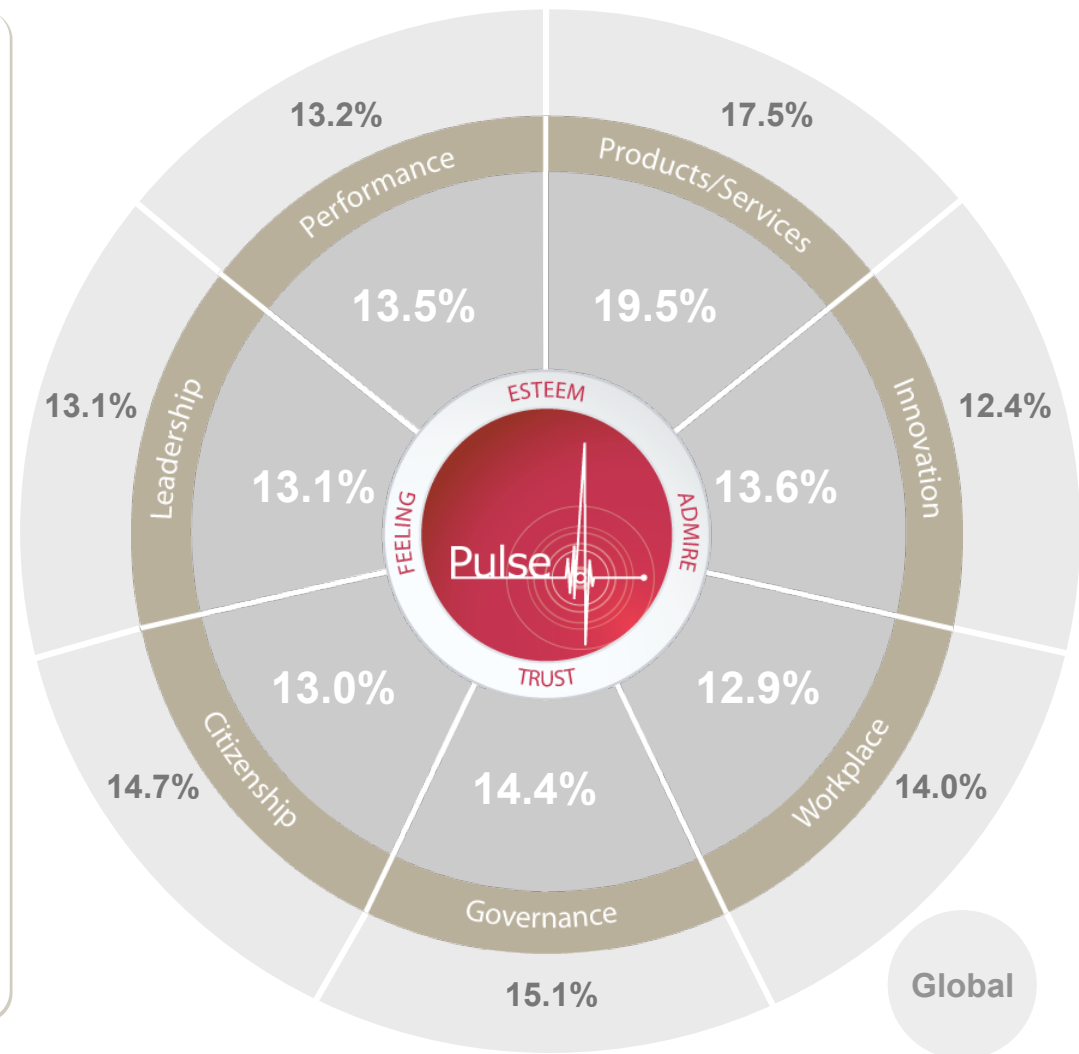
La dimensión que mayor influencia tiene en la reputación es Oferta de Productos y Servicios seguida por Integridad. Si las empresas pueden hacer que el público general las perciba bien en estas dimensiones, su reputación general y respaldo por parte del público será mayor. Si por el contrario, no se desempeñan bien en estas áreas, el apoyo por parte de los diferentes grupos de interés puede verse disminuido.

Una comparación con los resultados a nivel global

La importancia de las dimensiones a nivel global se asemeja bastante a España. En ambos casos las dimensiones con mayor influencia en la reputación son Oferta de Productos y Servicios e Integridad. La dimensión Ciudadanía es tercera en importancia a nivel global, mientras que Innovación lo es en España.

Construyendo una plataforma general de la reputación

Dado que todas las dimensiones ejercen una influencia en la reputación corporativa, las mejores empresas deben manifestar fortalezas en las siete áreas.



Factor regresión ajustada
n = 14,856
R² ajustado = 0.720

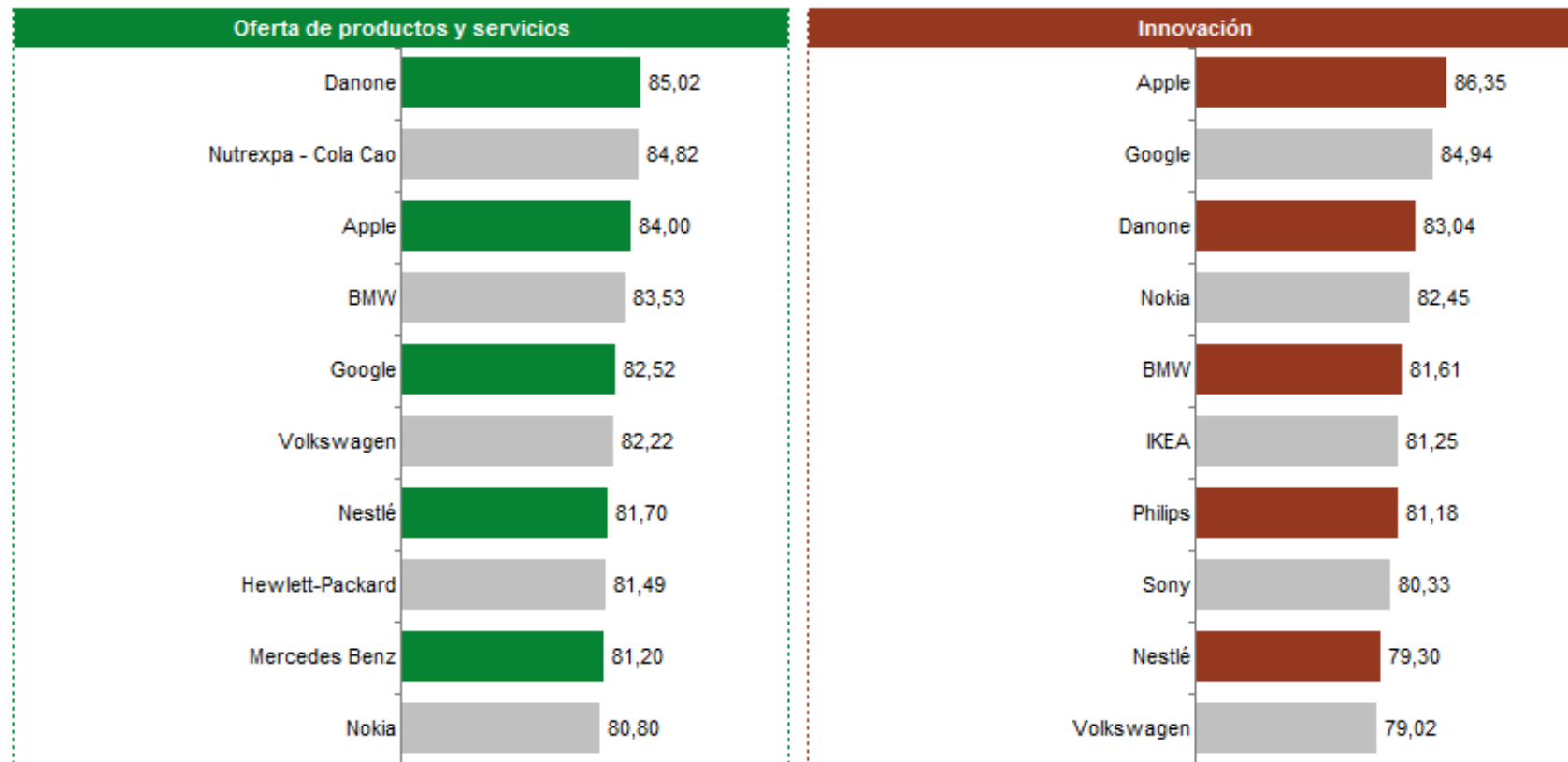
Q: Oferta: 'Empresa' ofrece productos y servicios de calidad – ofrece productos excelentes y servicios fiables
Q: Innovación: 'Empresa' es una empresa innovadora – ofrece productos o servicios novedosos o bien innova en la manera de hacer las cosas
Q: Trabajo: 'Empresa' es un lugar atractivo para trabajar como empleado – trata bien a sus empleados
Q: Integridad: 'Empresa' es una empresa gestionada con responsabilidad – se comporta de forma ética y muestra su operativa con transparencia
Q: Ciudadanía: 'Empresa' se preocupa por la sociedad, invierte en buenas causas y no daña el medio ambiente
Q: Liderazgo: 'Empresa' es una compañía bien liderada – tiene líderes reconocidos y está gestionada con profesionalidad
Q: Finanzas: 'Empresa' es una compañía rentable – obtiene buenos resultados financieros

10 primeras empresas en Oferta e Innovación

Excelentes percepciones en Oferta de Productos y Servicios e Innovación

Las 10 mejores empresas en Oferta obtienen puntuaciones por encima de 80, lo cual indica una excelente percepción entre el público general en la calidad, excelencia y fiabilidad de los productos y servicios. Danone, Nutrexpa y Apple sobresalen en los tres primeros lugares.

En Innovación, Apple ocupa el primer lugar con una puntuación de 86,35, seguida por Google (84,94) y Danone (83,04). Estas puntuaciones demuestran que el público percibe a estas empresas como novedosas en su oferta de productos o en la forma de hacer negocios.



Todas las puntuaciones que difieren en mas de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

Q: Oferta: 'Empresa' ofrece productos y servicios de calidad – ofrece productos excelentes y servicios fiables

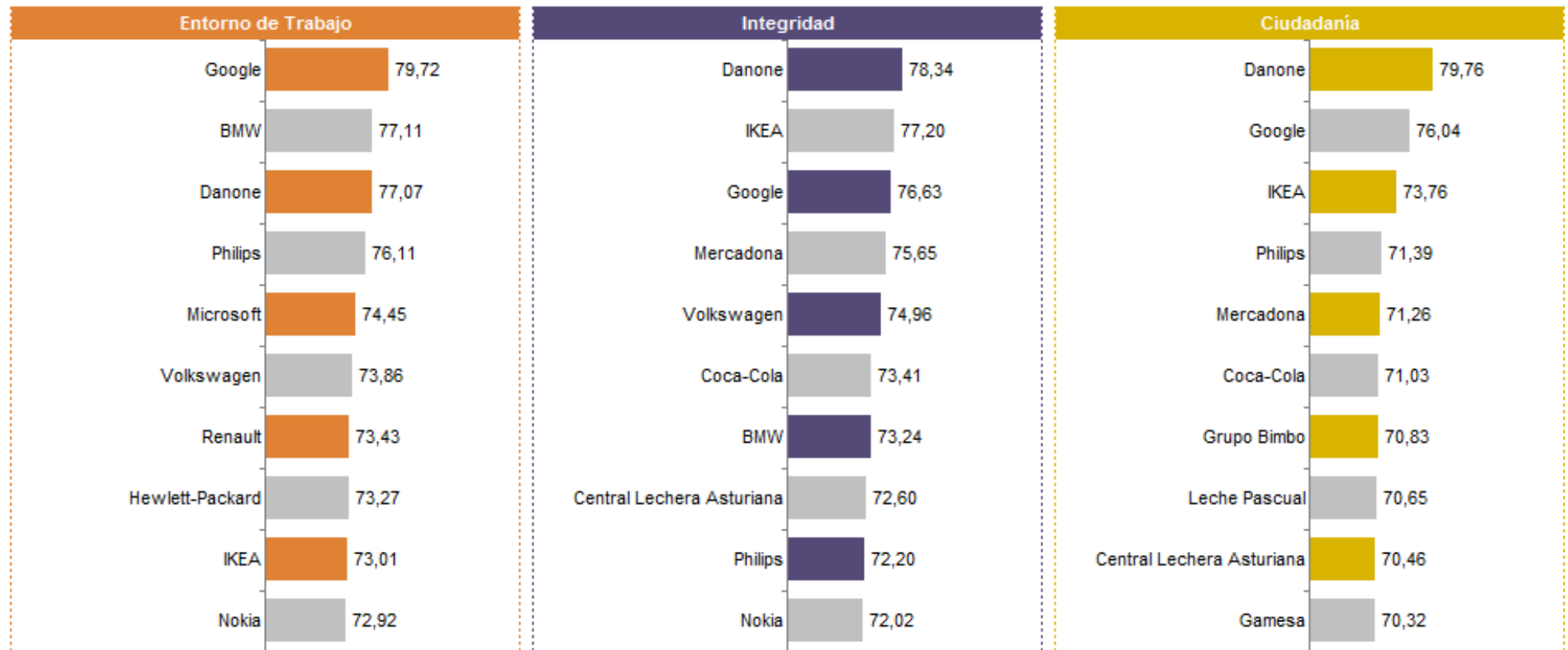
Q: Innovación: 'Empresa' es una empresa innovadora – ofrece productos o servicios novedosos o bien innova en la manera de hacer las cosas

10 primeras empresas en Trabajo, Integridad y Ciudadanía

Entorno de Trabajo, Integridad y Ciudadanía

Las dimensiones que más se relacionan con la responsabilidad social corporativa, Entorno de Trabajo, Integridad y Ciudadanía, representan el 40.3% de la reputación en España. Mantener una fuerte percepción en estas tres dimensiones generará un mayor impacto en la reputación y en el respaldo por parte de los consumidores. Google sobresale en Entorno de Trabajo, seguida por BMW y Danone. Por otro lado, Danone lidera en Integridad, seguida por Ikea y vuelve a hacerlo en Ciudadanía, por delante de Google.

Las empresas que logran posicionarse como buen lugar para trabajar, responsables en su operación y buenas ciudadanas, tienen la oportunidad de destacar en este ámbito entre el público y obtener una reputación valiosa y mayor respaldo.



Todas las puntuaciones que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

Q: Trabajo: 'Empresa' es un lugar atractivo para trabajar como empleado – trata bien a sus empleados

Q: Integridad: 'Empresa' es una empresa gestionada con responsabilidad – se comporta de forma ética y muestra su operativa con transparencia

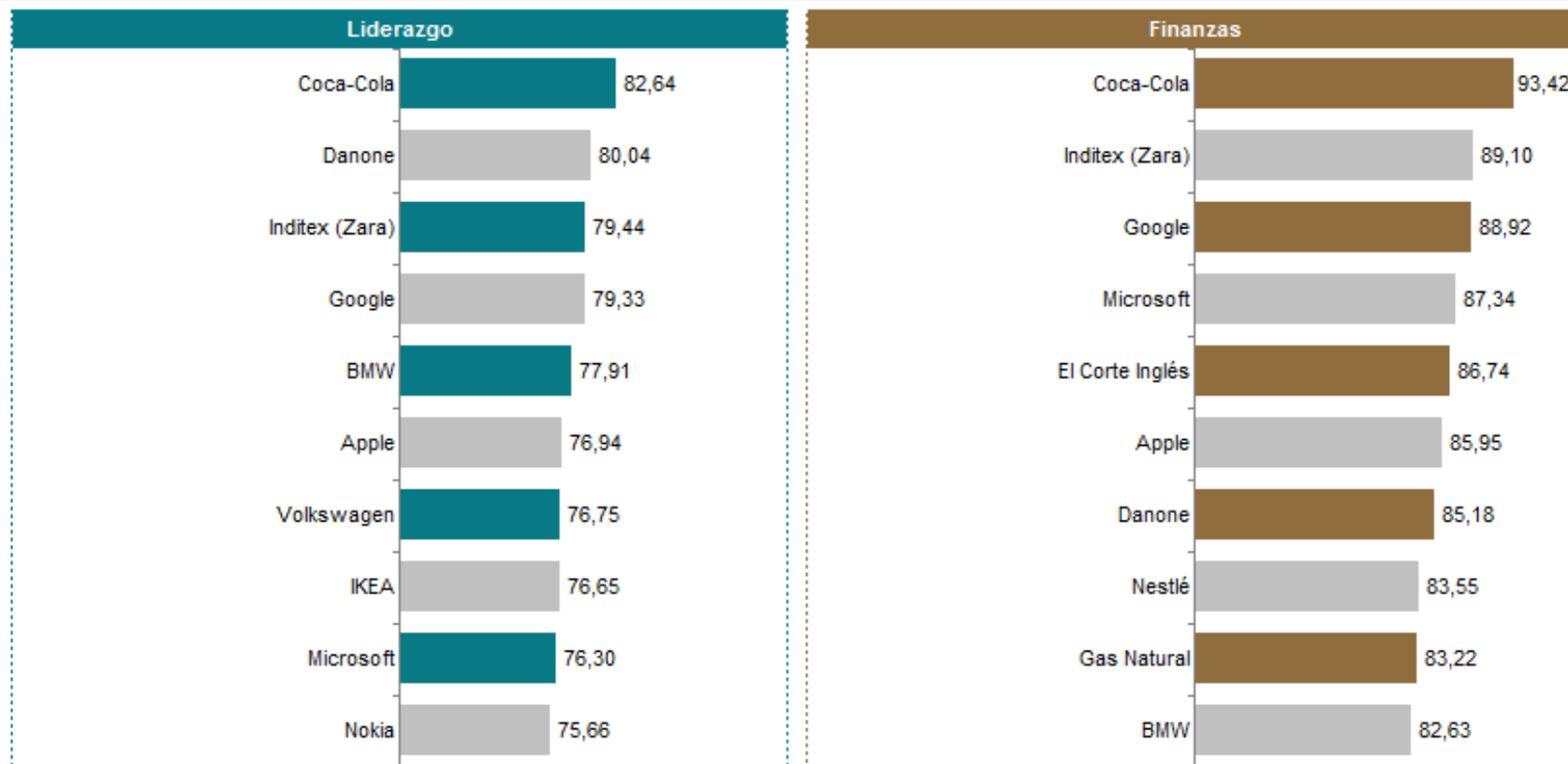
Q: Ciudadanía: 'Empresa' se preocupa por la sociedad, invierte en buenas causas y no daña el medio ambiente

10 primeras empresas en Liderazgo y Finanzas

Liderazgo y Finanzas

Las dimensiones de Liderazgo y Finanzas influyen un 13,1% y 13,5% respectivamente en la reputación. Ser percibida como una empresa que presenta buenos resultados financieros y tiene un líder visible que ejercen una gestión eficiente es un fuerte pilar para ser mas admirada y confiable entre el público general.

Coca-Cola, Danone e Inditex ocupan los tres primeros lugares en Liderazgo. Las empresas mejor percibidas en Finanzas son Coca-Cola, encabezando el ranking, seguida por Inditex y Google.



Todas las puntuaciones que difieren en mas de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

Q: Liderazgo: 'Empresa' es una compañía bien liderada – tiene líderes reconocidos y está gestionada con profesionalidad

Q: Finanzas: 'Empresa' es una compañía rentable – obtiene buenos resultados financieros

Puntuación media de la reputación por canal de comunicación

Los entrevistados que han tenido alguna experiencia directa con una empresa dan las mejores puntuaciones en el Pulse

Quienes han tenido experiencias directas con una empresa son los que mayor puntuación otorgan a la reputación de las mismas. Sin embargo, los tres canales de comunicación influyen sobre la reputación de las empresas.

Experiencias directas

Productos
Servicio al cliente

Experiencia directa

40.0%

Puntuación Pulse Experiencia directa

71.75

Iniciativas empresariales

Mensajes de la empresa

Comunicación corporativa

46.5%

Puntuación Pulse Comunicación

68.43

Perspectivas de terceros

Medios, Internet, otras
personas

Perspectiva terceros

72.2%

Puntuación Pulse Terceros

66.20

Q: En los últimos 12 meses me he encontrado con [Empresa] de las siguientes formas. Seleccione todas las que correspondan.

Excelente/Superior	mayor a 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Pobre/inferior	menor a 40

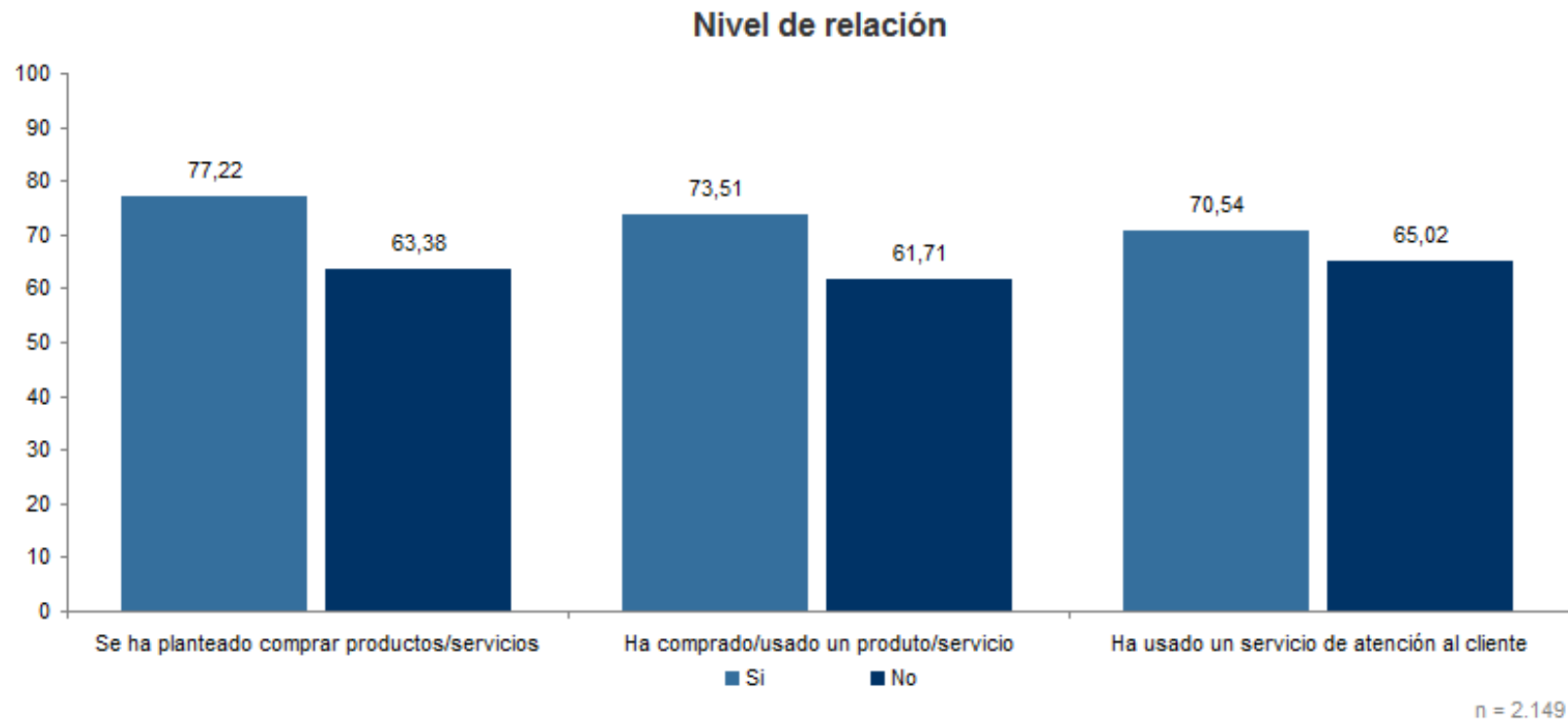
Todas las puntuaciones del estudio Reputation Pulse que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

El indicador Pulse esta basado en preguntas que miden la confianza, admiración y respeto, estima y buena impresión (recogidas en la puntuación Pulse en una escala de 0-100).

Puntuación media de la reputación por nivel de relación

Media de las percepciones de la reputación en cada una de las oportunidades de relación con una empresa

La tendencia general muestra que la reputación juega un papel en el movimiento de los consumidores a lo largo del proceso de ventas de una empresa, desde escuchar información y comunicaciones acerca de la empresa hasta comprar un producto o servicio de la misma. Las experiencias directas con una empresa pueden llegar a tener un efecto más positivo o negativo sobre la reputación de la misma, según las percepciones que se tenía de la empresa anteriormente y lo que se esperaba de ella.



Q: En los últimos 12 meses, me he encontrado con [Empresa] de las siguientes formas. Seleccione todas las que correspondan.

Excelente/Superior	mayor a 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Pobre/inferior	menor a 40

Todas las puntuaciones del estudio Global Pulse que difieren en más de +/-0.5 son significativamente diferentes a un nivel de confianza del 95%.

El Pulse está basado en preguntas que miden la confianza, admiración y respeto, estima y buena impresión (recogidas en la puntuación Pulse en una escala de 0-100).

Perfil de los entrevistados en España

Perfil de entrevistados en España

Un total de 14.856 valoraciones de las 140 empresas seleccionadas fueron obtenidas de una muestra de 4.480 consumidores online en España entre Enero y Febrero de 2010. Cada encuestado evaluó un máximo de cinco empresas con las que estuviesen familiarizados. Todas las empresas fueron evaluadas por un mínimo de 100 encuestados.

Las valoraciones son estadísticamente significativas a un nivel de confianza del 95% con un margen de error de +/- 0.5. En otras palabras, las empresas de cada país tienen resultados significativamente diferentes cuando su puntuación del Pulse varía un mínimo de 0.5 puntos.

La distribución de la muestra a nivel estudio es proporcional a la población de cada país en cuanto a edad y sexo.

