

Colonial y Telecinco no sólo pierden en Bolsa, si no también en confianza

La consultora del grupo Interpublic elabora el segundo Baremo de Confianza de Empresas Españolas

12/06/2008 - 12:49 - MADRID, 12 JUN. (Bolsamania.com/BMS) .- **Colonial y Telecinco** no sólo sufren la pérdida de confianza de sus actuales inversores, si no también la de los que potencialmente lo son y la de empleados, potenciales y actuales, y clientes cualificados. Así lo determina el segundo **Baremo de Confianza de Empresas Españolas 2008 (BCEE) elaborado por Futurebrand**, la consultoría estratégica de **McCann Worldgroup** que cotiza en la Bolsa de Nueva York con el nombre de **Interpublic**.

Este estudio, presentado hoy en Madrid, responde a la creencia de que la confianza es una de las claves más importantes para incrementar el valor para el accionista. Con el respaldo de figuras ilustres de la historia como Cervantes, que aseguró que "más vale un buen nombre que las muchas riquezas"; y de otras influyentes de nuestros turbulentos días financieramente hablando, véase Warren Buffet: "Puedo ganar mucho más dinero gestionando hábilmente activos intangibles que activos tangibles", los analistas de FutureBrand han llegado a varias conclusiones sobre cuáles de las 43 compañías más importantes de España son las que generar mayor confianza. Las empresas objeto de estudio han sido las 35 que componían hasta la salida de Sogecable el selectivo Ibex y **NH Hoteles, Puleva, Cepsa, Grupo SOS, Pescanova, Caja Madrid, La Caixa y el Corte Inglés**. Los encuestados, por su parte, han sido clientes, empleados y accionistas tanto actuales como potenciales, y todos ellos, con formación cualificada.

Si bien Colonial y Telecinco han obtenido las peores notas en confianza, tanto en lo que se refiere a directores funcionales como emocionales, NH Hoteles y el Corte Inglés son los mejor puntuados en estas valoraciones. La preocupación por el medio ambiente ha desbancado además a la obra social de las cajas de ahorro como Caja Madrid o La Caixa, en favor de **Iberdrola Renovables y Gamesa**, que se han ganado un puesto entre las mejor valoradas.

Como conclusiones principales, en primer lugar, el BCEE afirma que la clave primera para generar confianza está en la identificación personal entre la empresa y sus clientes y, en segundo lugar, en que un mayor conocimiento no es directamente proporcional al nivel de confianza. Así, **Telefónica** ocupa el primer puesto en cuanto a conocimiento, y uno de los últimos en términos de satisfacción para el cliente. En el mismo sentido, pero al contrario, **Pablo Isla**, consejero delegado de Inditex, ha sido el directivo mejor valorado en términos de confianza sin ser, ni mucho menos, el más famoso.

Y ya en el terreno de conclusiones extra estudio, el puesto de Telecinco no hace si no demostrar, o bien el cinismo de los encuestados, porque los índices de audiencia de la cadena son los mejores del sector en España, o bien lo poco representativo de la muestra que, por cualificada, ha dejado fuera a la cadena más vista y ha introducido a Colonial, denostada hasta el extremo por los inversores, pero casi desconocida para el ciudadano de a pie. Sea como fuere, lo cierto es que la confianza importa, y mucho, porque sin ir más lejos, la situación actual ha sido denominada como "crisis de confianza", y no lo decimos solo los medios: "Nuestro sistema financiero depende de forma crítica de la confianza", Alan Greenspan.
M.G.

Publicado en bolsamania.com el 12.06.2008