

NH es la marca española que más confianza genera, y Colonial, la que menos

Los empresarios más valorados son Pablo Isla, Francisco González y Juan roig, según el Baremo de Confianza de Empresas Españolas

NH Hoteles es la marca española que genera más confianza y la inmobiliaria Colonial, la que menos, según el Baremo de Confianza de Empresas Españolas 2008 presentado ayer por la consultora estratégica FutureBrand. Según se desprende de este estudio, el grado de notoriedad de las empresas no determina la confianza que generan entre los clientes, sino que la clave es la identificación de éstos con los valores de la compañía.

FINANCIERO DIGITAL/EFE

MADRID

El BCEE analiza, a través de 2.850 entrevistas representativas de la población entre 30 y 50 años de clase media-alta residente en las principales ciudades, la confianza que generan las 43 principales empresas españolas (las del Ibex 35 más Caja Madrid, La Caixa, El Corte Inglés, Pescanova, Grupo Sos, NH, Puleva y Cepsa).

La mayoría de las empresas analizadas aprobaron en aspectos funcionales (5,3 puntos sobre 10 de media), mientras que el 58 por ciento obtuvo 4,7 puntos en aspectos emocionales como la preocupación por el medio ambiente y por la sociedad, el prestigio, la identificación personal y el atractivo laboral.

Según el BCEE, es por este motivo por el que las compañías energéticas han desplazado a las cajas de ahorro y sus obras sociales en el baremo de confianza, gracias a sus campañas de imagen de preocupación medioambiental.

Iberdrola y Gamesa se sitúan en el segundo y cuarto lugar en el baremo respectivamente, sin embargo, por nivel de conocimiento por parte de los encuestados, están en los puestos 30 y 36.

En cuanto a los aspectos funcionales, NH hoteles resultó primera en valoración de productos y servicios, buen trato a los empleados y cumplimiento de sus promesas, desplazando al Corte Inglés, que en 2007

fue la más valorada por funcionalidad.

La peor valorada, Colonial, sustituye este año en el último puesto a Altadis.

El ránking de empresarios más valorados también confirma que la notoriedad no es sinónimo de confianza.

El empresario más valorado resultó ser el vicepresidente de Inditex, Pablo Isla, seguido por el presidente del BBVA, Francisco González y el de Mercadona, Juan Roig.

Publicado en Financierodigital.es de Estrelladigital.es