

NH Hoteles obtiene el primer puesto en calidad de servicios

El 58% de las principales empresas españolas no genera suficiente confianza entre sus clientes y, entre aquellas que sí la inspiran, su nivel máximo sólo llega a un 5,79 sobre 10, según el Baremo de Confianza de Empresas Españolas 2008 (BCEE) de FutureBrand.

EUROPA PRESS El estudio, realizado entre abril y mayo del presente ejercicio, tiene en cuenta un total de 43 compañías, entre las que se encuentran las que conforman el Ibex-35 y otras ocho más escogidas por su "relevancia".

Según el informe, NH Hoteles (5,79), Iberdrola Renovables (5,71), El Corte Inglés (5,57), Gamesa (5,48) y Mapfre (5,30) son las cinco compañías que generan más confianza, mientras que Colonial (3,59), Telecinco (4,15), Banesto (4,27), Iberia (4,28) y Banco Popular (4,31) se sitúan a la cola.

Entre las causas que explican los bajos niveles de confianza, el estudio señala que las empresas adolecen de falta de "atributos emocionales", entre los que cita la preocupación por el medio ambiente y la sociedad, el prestigio o la identificación del público con las corporaciones. Así, las compañías sólo logran un 4,7 de media en la valoración de dichos aspectos.

En rueda de prensa, el director general de FutureBrand, Ignacio Linares, señaló que, precisamente, estos aspectos "emocionales" son los que más influyen en la confianza de los clientes. En concreto, citó la identificación como la variable "con más peso".

NH HOTELES, LA MEJOR EN CALIDAD Y TRATO CON SUS EMPLEADOS.

En cambio, las compañías sí consiguen el aprobado, con un 5,3, en los llamados atributos "funcionales", entre los que se encuentran la calidad de los productos o servicios, el grado de cumplimiento de aquello que prometen o el buen trato a los empleados.

Así, NH Hoteles obtiene el primer puesto en calidad de servicios, cumplimiento de sus compromisos y buen trato a los empleados, mientras que El Corte Inglés aparece como la mejor valorada en actuación consistente y grado de "escucha" a sus clientes.

En cambio, Colonial también se coloca aquí como la peor valorada y recibe las peores puntuaciones en cumplimiento de lo prometido, buen trato a los empleados y escucha a clientes y accionistas.

Por otro lado, Ignacio Linares destacó que la confianza no está directamente relacionada con la notoriedad de una empresa. Así, puso como ejemplo el caso de Iberia, que ocupa el tercer puesto entre las más conocidas y sólo logra el 40 entre las que más confianza despiertan.

http://www.laopinion.es/secciones/noticia.jsp?pRef=2008061200_12_152828_Economia-Hoteles-obtiene-primer-puesto-calidad-servicios