



RepTrak® España 2018

25 de Abril 2018



Ficha técnica RepTrak® España 2018

Periodo de toma de datos

- Febrero - Marzo 2018

Empresas seleccionadas

- Un total de **255** empresas:
 - Las 136 empresas más relevantes por su reputación entre el público general (estudio de nominaciones) dentro del ranking
 - Otras empresas relevantes por facturación y presencia internacional (estudio RepTrak® 100): fuera del ranking

Grupo de interés

- Público General
- La distribución de la muestra ha sido equilibrada con la población del país en cuanto a edad y sexo.

Metodología de recogida de datos

- Cuestionario online llevado a cabo en España (CAWI)

Número de entrevistados

- 6.721 entrevistados

Número de valoraciones

- 26.626 valoraciones



Por qué es importante la medición y gestión de la reputación?

medimos **Xgestionar**

El qué gestionamos?...los factores que influyen en la reputación...



El modelo RepTrak®

RepTrak® Pulse es el indicador clave para la medición de la reputación corporativa en las empresas. Permite obtener una valoración de 0 a 100 para poder comparar la compañía con cualquier en el resto del mundo.



*La reputación de una empresa engloba los **sentimientos** de las personas hacia ella*

RepTrak® Pulse mide este atractivo emocional, el cual está basado en cuatro elementos principales:

- **Admiración y respeto**
- **Confianza**
- **Buena impresión**
- **Estima**

El modelo RepTrak[®]

A través de los sentimientos que se tiene hacia una empresa, entendemos cuáles son las palancas racionales sobre las que podemos influir para mejorar la reputación de los grupos de interés hacia la compañía:

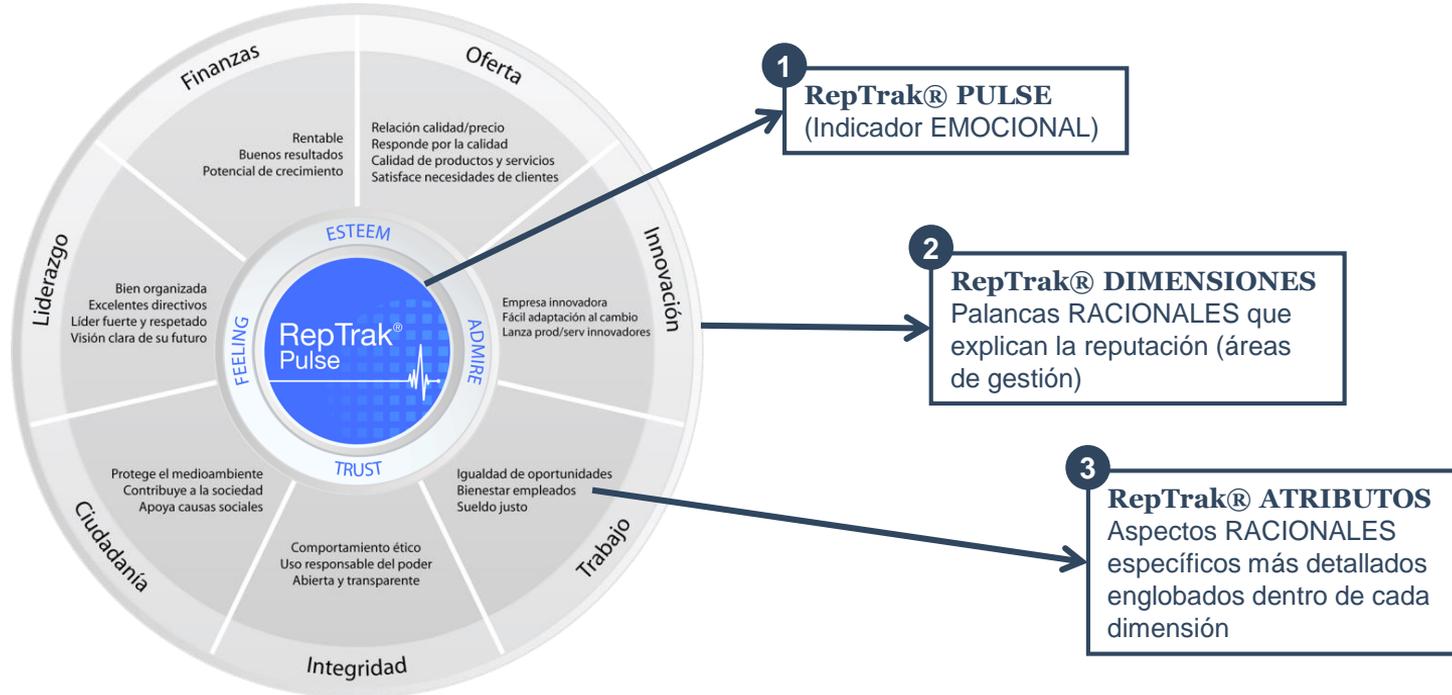


Dimensión Emocional

Dimensión Racional

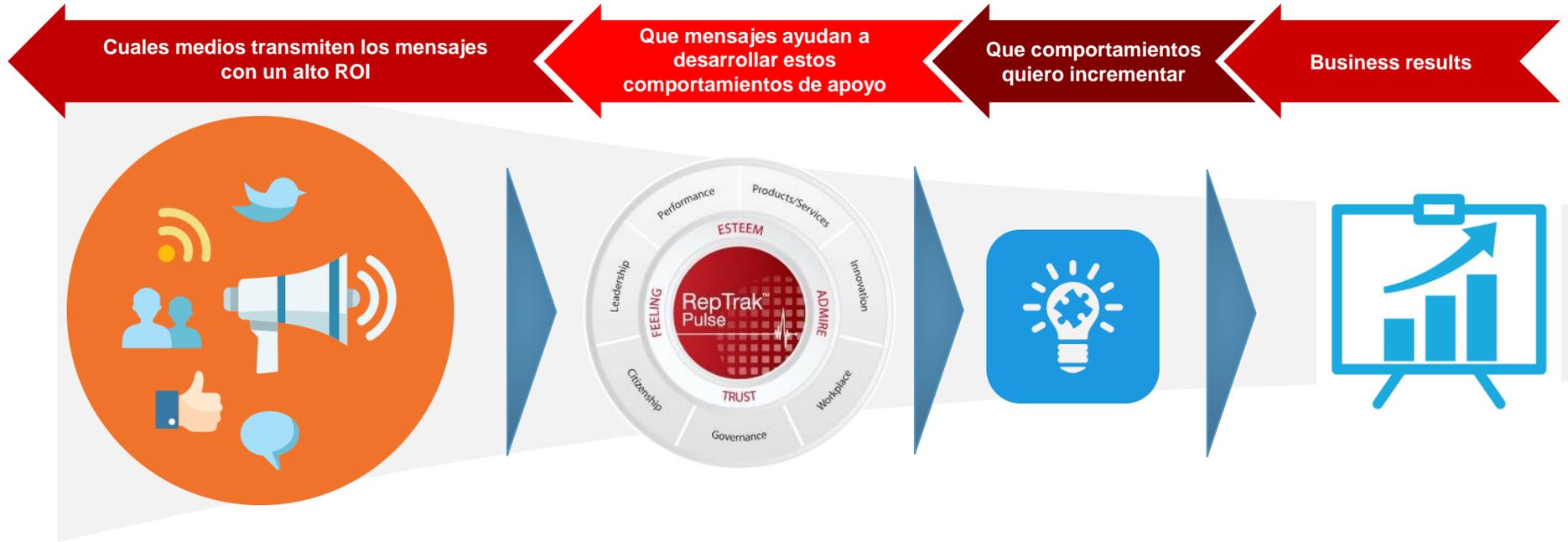
El modelo RepTrak®

Dentro de cada una de las 7 dimensiones racionales, se encuentran 23 atributos que explican en que se basa cada una de ellas y que dan lugar a los comportamientos de apoyo que conforman la reputación de una empresa:

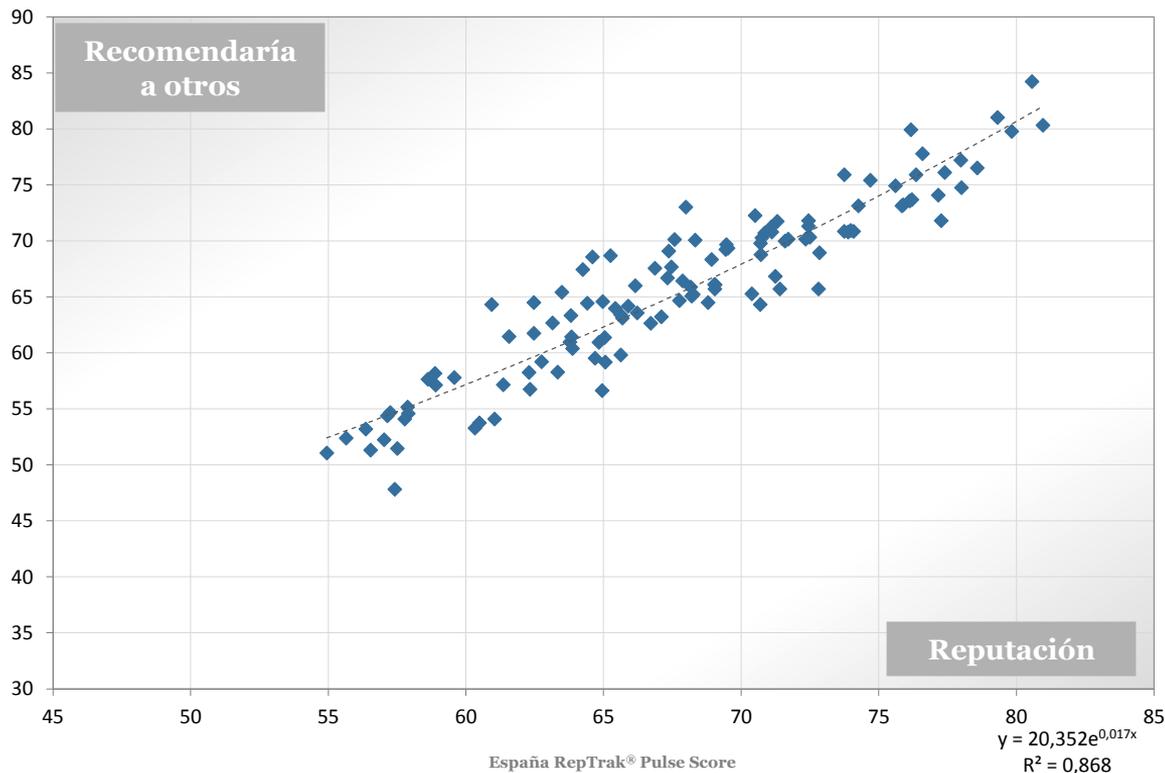


Por qué es necesario?

Nos permite realizar planes de acción reputacionales que responden a los objetivos de negocio de la compañía impactando en la cuenta de resultados de la compañía.

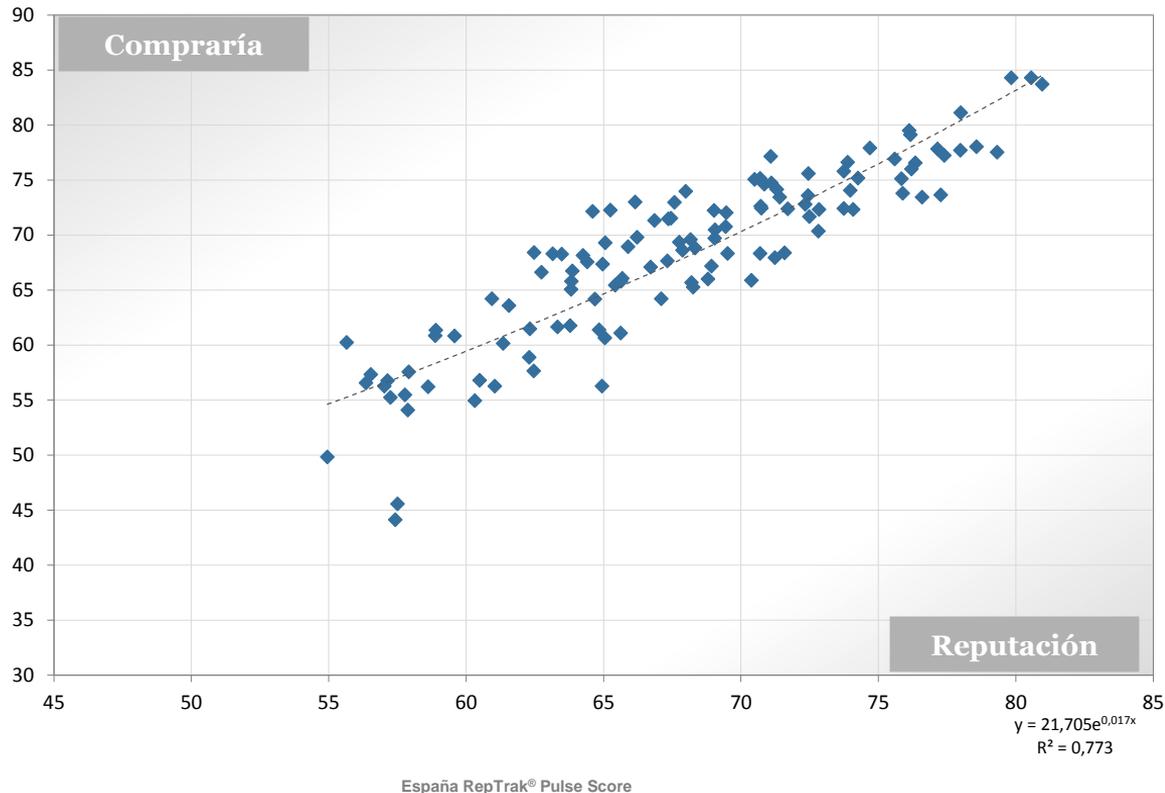


Fuerte correlación entre reputación y comportamientos favorables en España



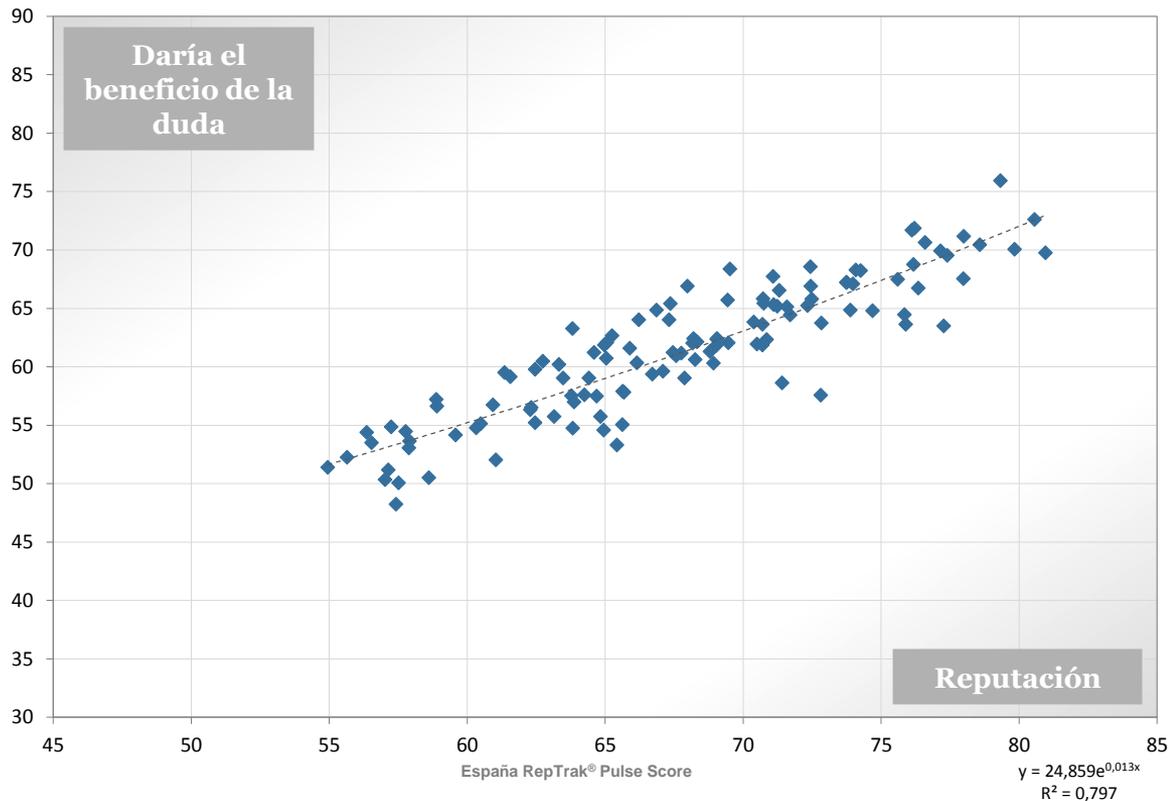
Mejorar **5 puntos**
la reputación
incrementa la
intención de
recomendar en
un **5,69%**.

Fuerte correlación entre reputación y comportamientos favorables en España



**Mejorar 5 puntos
la reputación
incrementa la
intención de
comprar en un
5,83%.**

Fuerte correlación entre reputación y comportamientos favorables en España



Mejorar **5 puntos** la reputación incrementa la intención de dar el beneficio de la duda en un **4,23%**

Principales reflexiones

Un contexto complicado



Un contexto complicado



Infoxicación

Sobre abundancia de fuentes de información diversas, inmediatas y globales. No produce una sociedad mas informada, sino el efecto contrario en los individuos



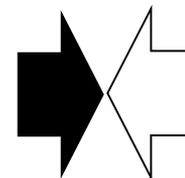
Hiper-transparencia

Nuestros grupos de interés demandan cada vez más transparencia de las organizaciones, pero una transparencia honesta y coherente con la realidad de las compañías.



Confianza

Los individuos cada vez tiene menos confianza en las instituciones y organizaciones, y esta confianza se ha trasladado a expertos (Académicos o Técnicos*)



Polarización

La sociedad cada vez se encuentra mas polarizada en diferentes sociales, políticos y económicos. Esta polarización tiene consecuencias reputacionales

*Edelman TRUST Barometer 2018

Este contexto nos lleva una tendencia negativa en la reputación de la mayorías de las compañía analizadas generando **un nuevo escenario reputacional** donde la gestión de la reputación se posiciona como **un elemento fundamental en el negocio de todas las compañías.**

Los españoles tienen levemente una mejor percepción del país que de las compañías que operan en él, aunque sin grandes diferencias



**Indicador Pulse
Spain Country* RepTrak 2017°**



**RepTrak Pulse 2018
Media de las empresas**

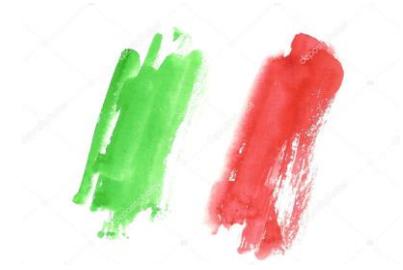
Los españoles son más exigentes con las empresas que otros países europeos



RepTrak Pulse 2018 Francia
Media de las empresas



RepTrak Pulse 2018 España
Media de las empresas



RepTrak Pulse 2018 Italia
Media de las empresas

Consecuencia: un contrapunto global

- **El año 2018, es el año de la corrección en la reputación en la mayoría de los mercados globales y en el caso de España esa tendencia se ha mantenido pero de forma menos acusada.** En líneas generales, los resultados han tenido una tendencia negativa, con descensos generalizados.
- La sociedad española **es levemente más crítica que en otros países de Europa en línea con los italianos.** La tendencia negativa esta presente en la mayoría de los sectores, aunque se destaca aerolíneas como uno de los pocos sectores que mejora su reputación.
- La realidad global nos marca nuevas tendencias en reputación impulsada por una **polarización en la sociedad cada vez mas clara**, pero sobre todo por **hipertransparencia y la infoxicación (abundancia de información) que son fenómenos** que afectan en mayor o menor medida a la reputación de las compañías.

Una caída generalizada...



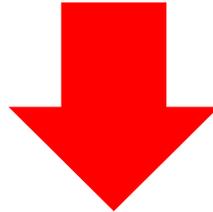
Aerolíneas



+2,0



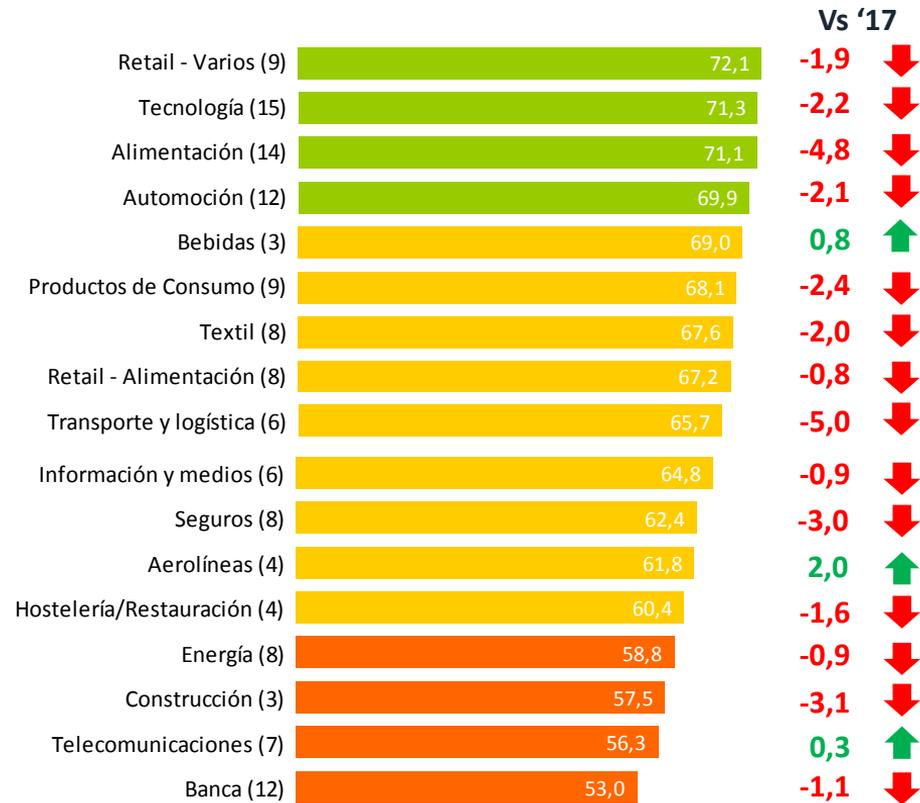
Alimentación



-4,8

La mayoría de los sectores han sido afectados pero ha sido el sector de alimentación el más impactado con una caída de 4,8 puntos. En cambio, el sector de las aerolíneas tiene una tendencia al alza, a contracorriente del resto de sectores impulsado por el momento del sector del turismo.

El sector Retail-Varios encabeza el ranking seguido del sector de empresas tecnológicas.

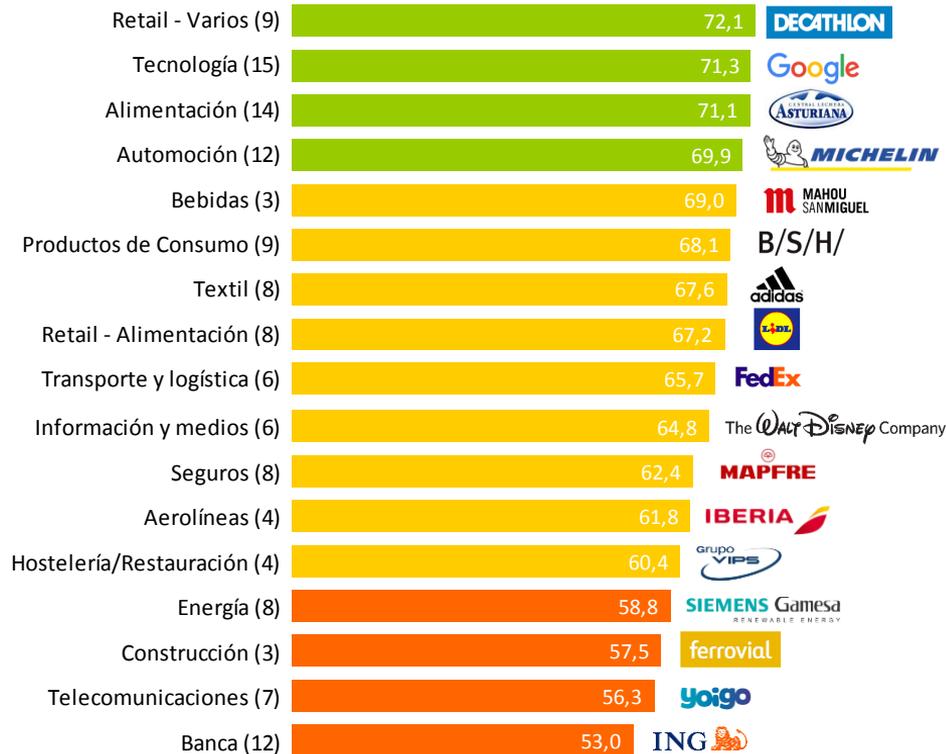


El sector de Alimentación pierde la primera posición del ranking. Junto con Transporte y Logística y Seguros sufren los mayores descensos.

Por otro lado las aerolíneas, sector de bebidas y telecomunicaciones tienen leves mejoras.

Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

por sectores en España en 2018 parecen nuevos campeones reputacionales sectoriales



Solo 10 compañías repiten entre las más reputadas de su sector. 8 compañías pasan a liderar sectores como es el caso de Energía, Tecnológicas o telecomunicaciones.

Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Aunque existen ganadores, a pesar del contexto...

INDITEX

PSA
GROUPE

SIEMENS Gamesa
RENEWABLE ENERGY



↑ + 5,2



↑ + 4,6



↑ + 4,0

Estas compañías ha marcado la diferencia en relación a la tendencia general, incrementando su reputación en un año de una tendencia negativa generalizada.

Existen sectores que han tenido momentos complicados...

El Pozo impulsa el programa de bienestar animal y bioseguridad «más ambicioso de España»



LA INDUSTRIA CÁRNICA

Dos cadenas de supermercados belgas retiran temporalmente los productos de El Pozo



- 3,1



- 6,0

El impacto en la reputación de El Pozo tras el reportaje que cuestionaba su cadena de producción arrastra no solo a la propia compañía, sino hace un efecto arrastre en la otra gran empresa de productos cárnicos.

Las dimensiones de Ciudadanía y Integridad se presentan como las mejores palancas reputacionales en el país



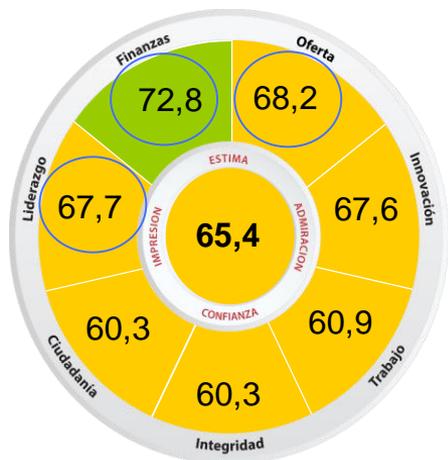
Resultados de las dimensiones



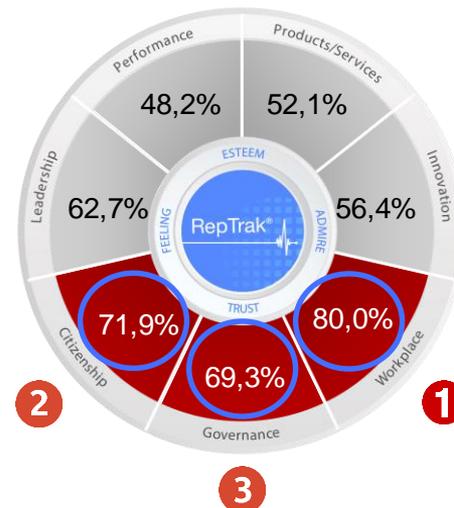
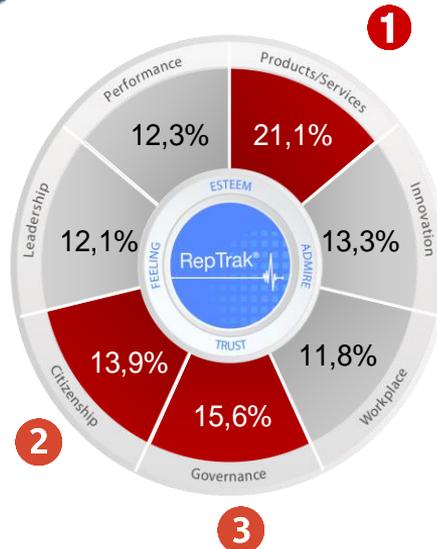
Palancas de la reputación



% de personas sin posicionarse

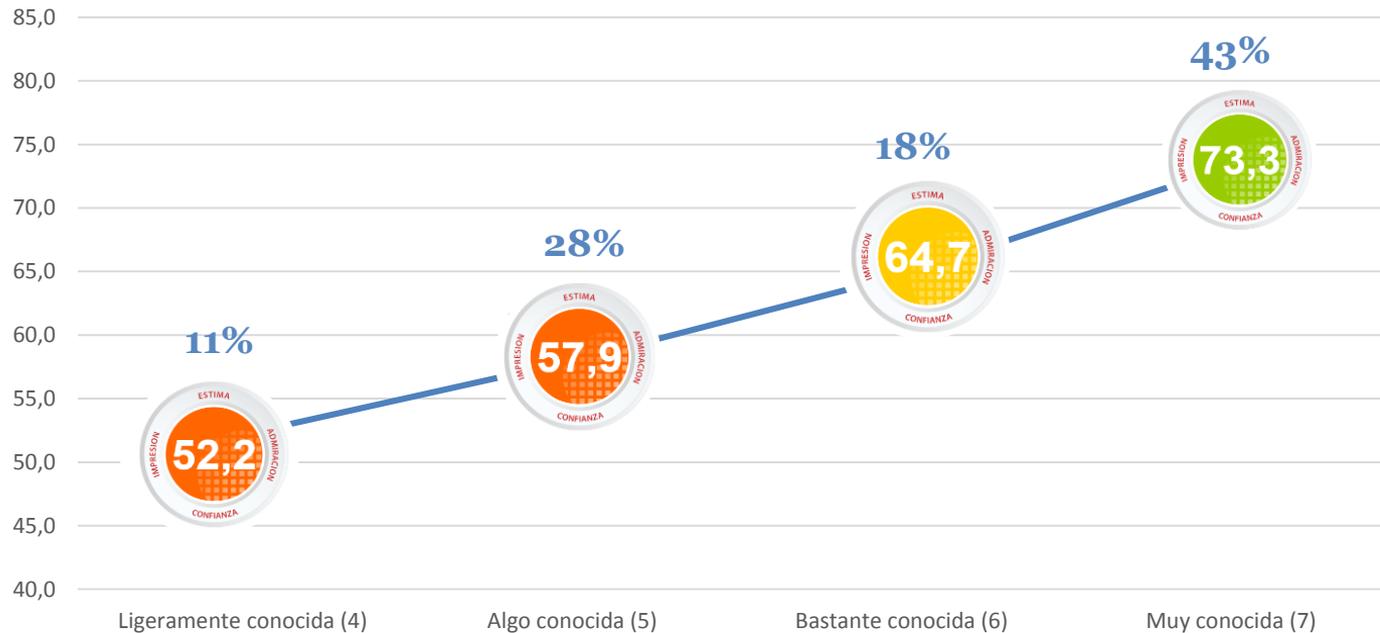


StartRng



La familiaridad de las compañías tiene un efecto multiplicador en la reputación

RepTrak® Pulse por cada nivel de familiaridad

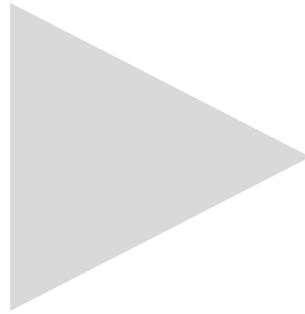


Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

La reputación un activo con memoria...



**Reputación
2018**



**36%
Reputación 2019**

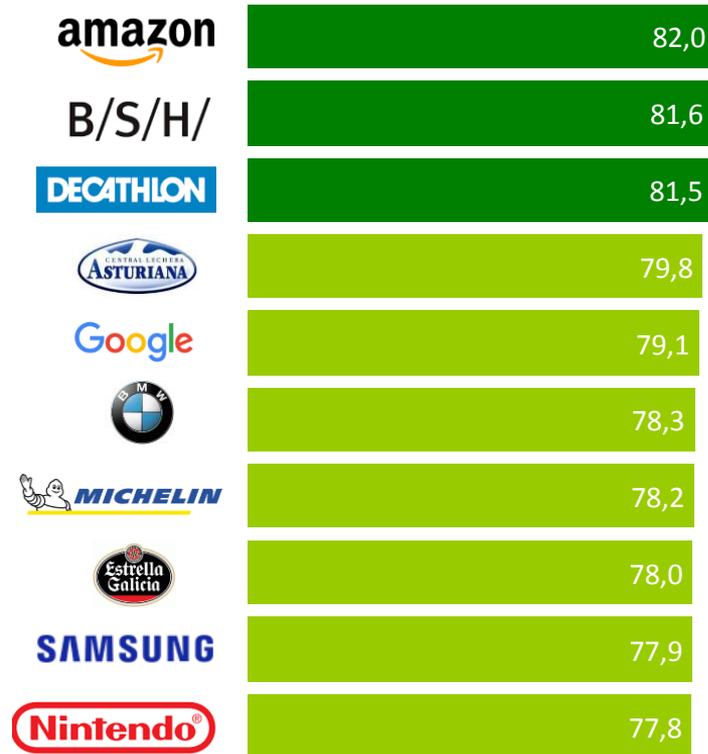
36%

de la reputación del año siguiente proviene de la performance del año anterior*

*Cantidad de varianza explicada

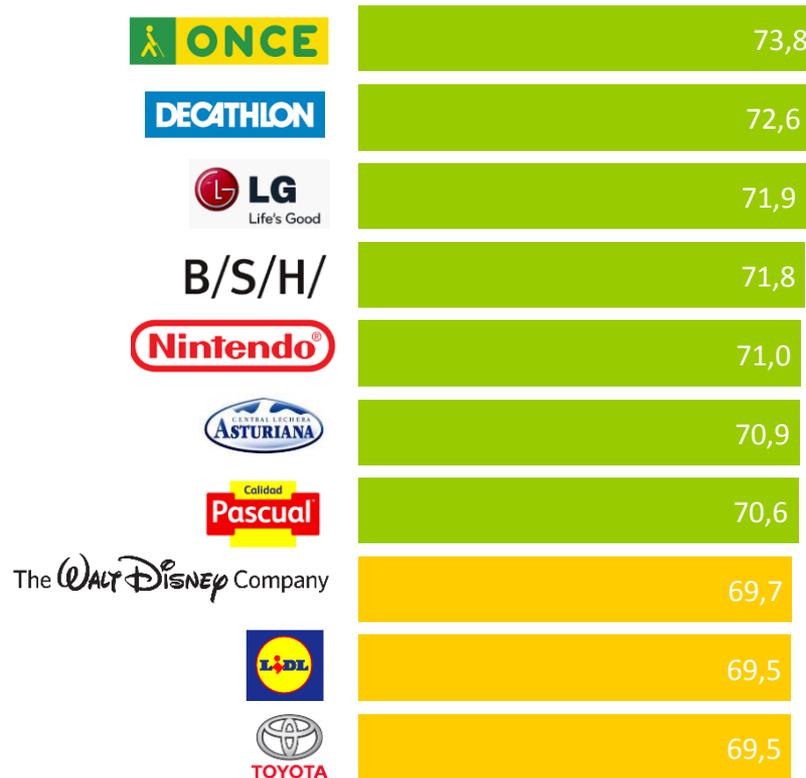
Ranking National Pulse España 2018

Las empresas mejor valoradas en productos y servicios



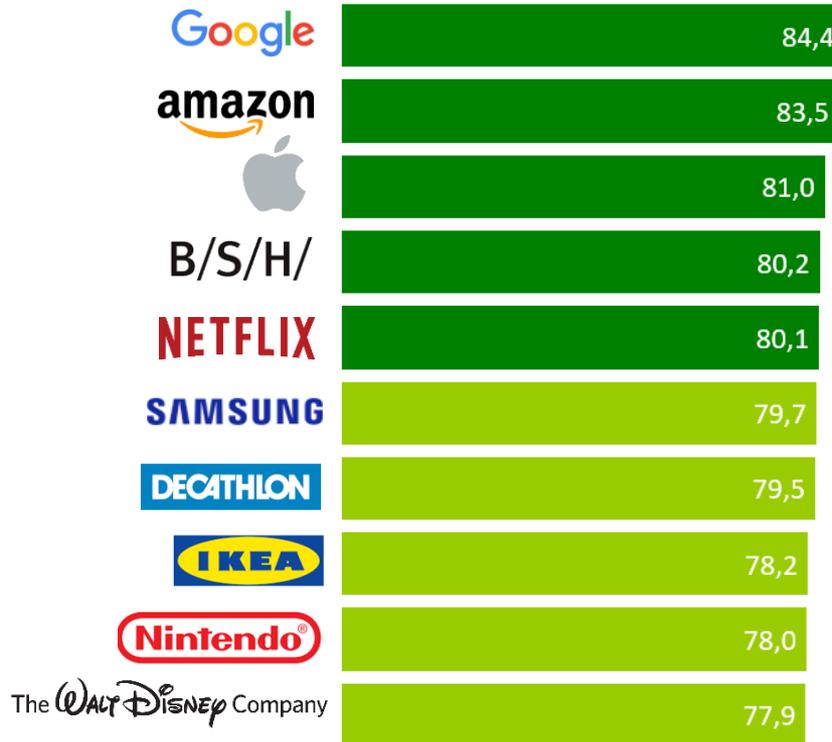
Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en integridad



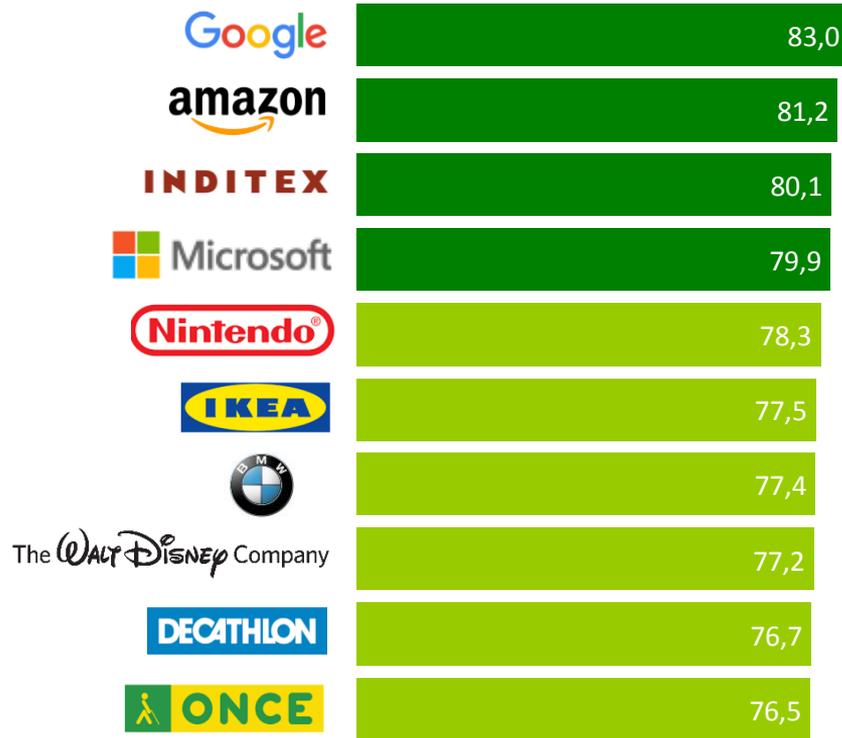
Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en innovación



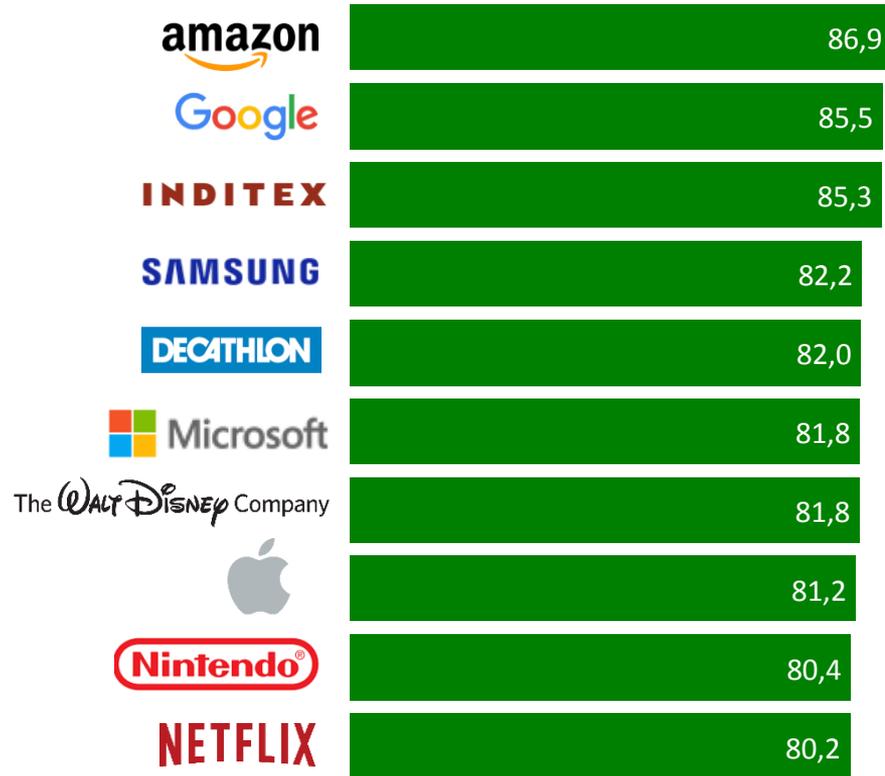
Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en liderazgo



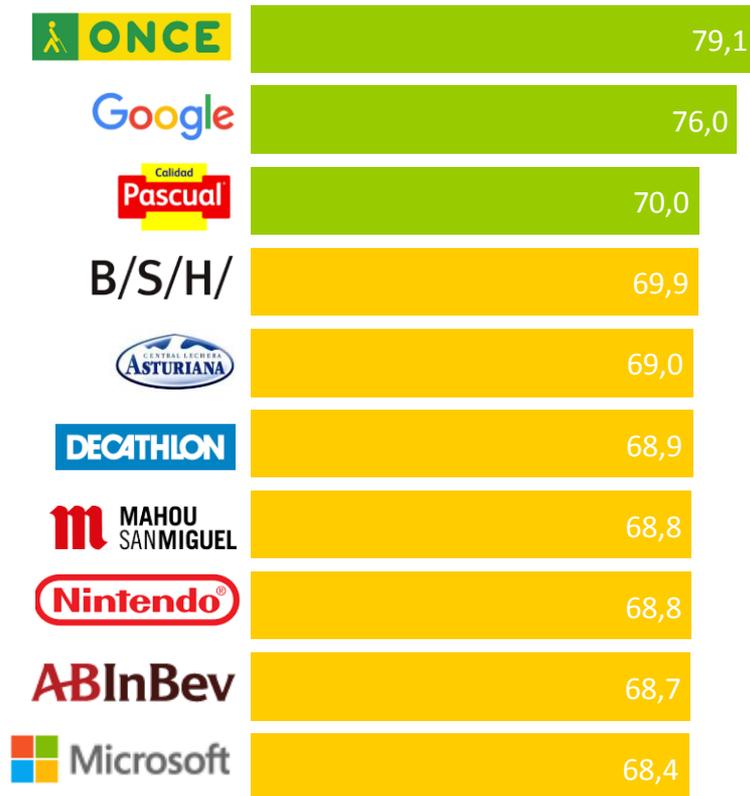
Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en resultados financieros



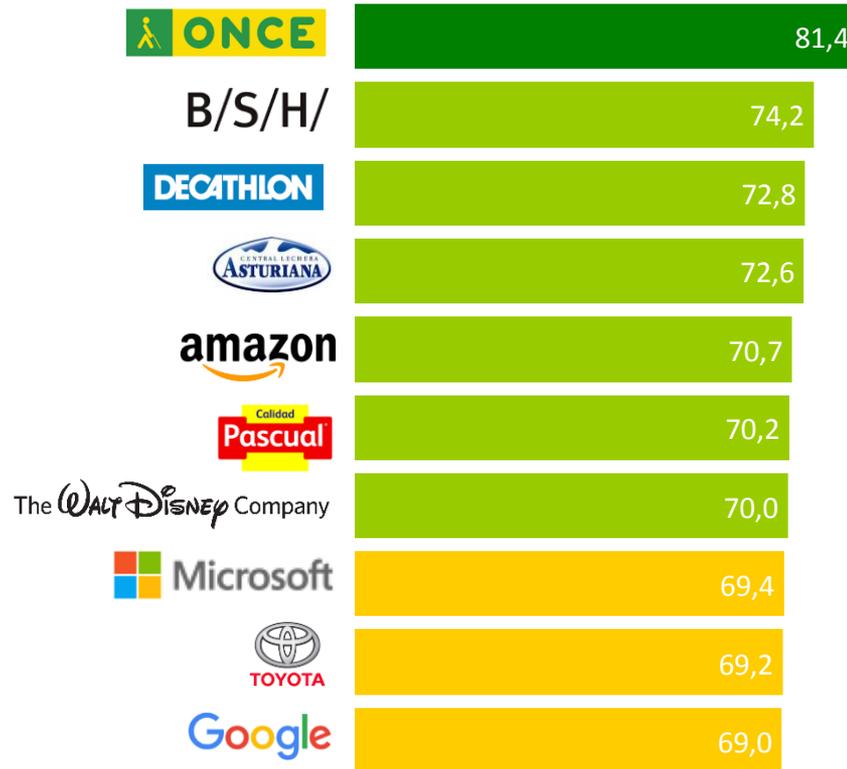
Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en entorno de trabajo



Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas mejor valoradas en ciudadanía



Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Españolas Vs Multinacionales

TOP 20 multinacionales con mejor reputación en España

1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

TOP 20 empresas Españolas con mejor reputación

1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

Las empresas Españolas son peor percibidas en términos reputacionales por los Españoles que las multinacionales en 7,2 puntos.



Media RepTrak®
Pulse de Empresas
Multinacionales

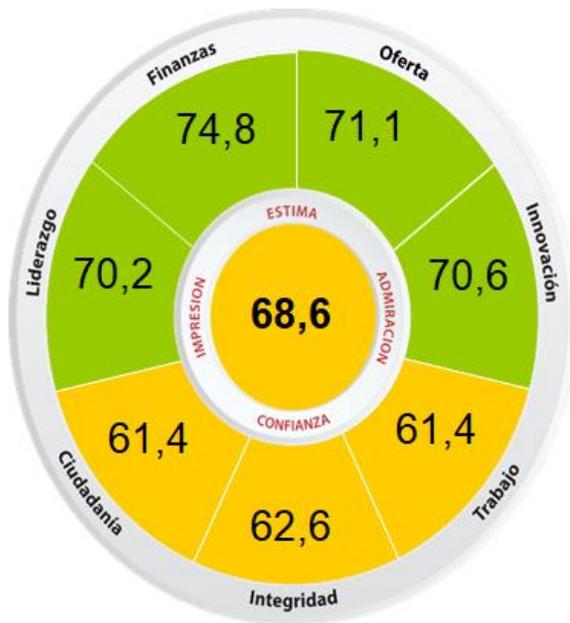


Media RepTrak®
Pulse de Empresas
Españolas

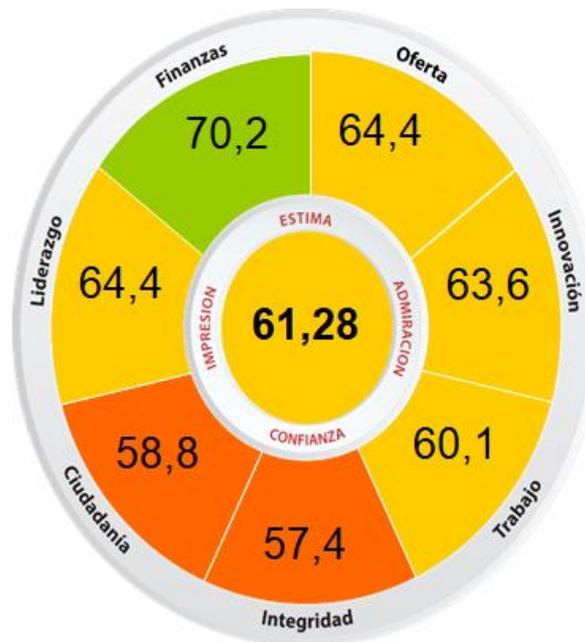


Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Las empresas Españolas son peor percibidas que las multinacionales en todas las dimensiones, siendo innovación en donde se visualizan claramente diferencias

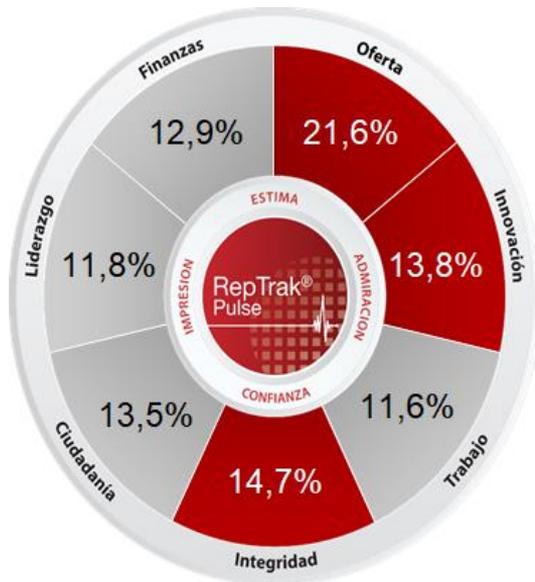


**Empresas
Multinacionales**

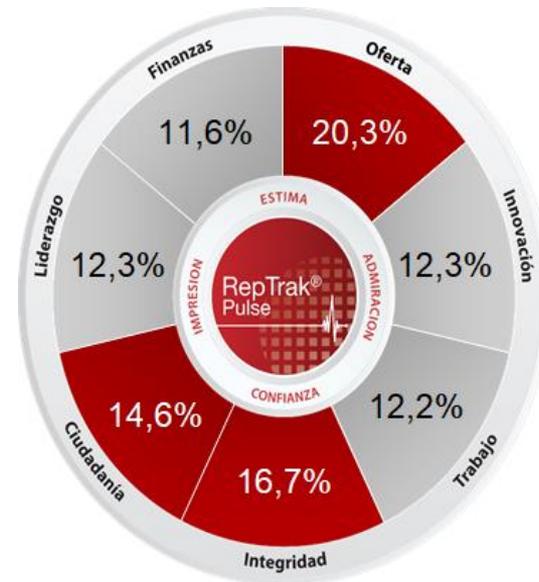


**Empresas
Españolas**

Se espera más desde el punto de vista de la dimensión de ciudadanía e Integridad a las empresas Españolas...



Pesos de las dimensiones para las **empresas Multinacionales**



Pesos de las dimensiones para las **empresas Españolas**

En el caso de los comportamientos de apoyo, los españoles tienden tendencias mas positivas a las multinacionales que a las empresas locales...

La diferencia de los comportamientos de apoyo entre ambos grupos de empresas, debemos de tomar en consideración que grandes grupos de empresas españolas que forman parte del estudio se encuentran en sectores con una reputación débil, como es el caso de Banca, Telecomunicaciones y Energía.

	Españolas	Multi	Dif. Españolas vs Multi
Recomendaría	58,0	67,0	-9,0
Hablaría positivamente	59,8	67,4	-7,7
Le daría el beneficio de la duda	55,5	62,3	-6,8
Confiaría en que haría lo correcto	58,0	64,9	-6,9
Compraría los productos	60,1	69,4	-9,4
Invertiría	50,6	56,8	-6,3
Trabajaría	60,4	67,5	-7,1
Le daría la bienvenida en mi comunidad	63,8	70,7	-6,9
Defendería	50,2	57,2	-7,0

Conclusiones

Conclusiones finales

- **El mercado español continúa la tendencia global en donde existe en líneas generales una tendencia negativa de la reputación en la mayoría de las empresas y sectores.**
 - Solo los sectores de Aerolíneas, Bebidas y Telecomunicaciones tienen una tendencia positiva reputacional de acuerdo a los resultados del estudio.
 - Los españoles somos más críticos reputacionalmente que nuestros vecinos europeos con las compañías que desarrollan su negocio en territorio europeo.
- **En términos absolutos, las empresas multinacionales son mejor valoradas que las locales independientemente de su sector y su actividad.** Esta especie de “crítica nacional”, afecta no solo en el apartado emocional, sino en las dimensiones racionales también.
 - En el caso de la dimensión de Innovación, con una diferencia de alrededor de +7 puntos, se ve con claridad la superioridad de las empresas multinacionales en relación con las españolas.

Conclusiones finales

- **El apoyo de los españoles a las empresas multinacionales se ejemplifican en que se declaran mas propensos a adquirir productos de una empresa multinacional que de una empresas local.**
 - En ese sentido las diferencias significativas se producen en todos los comportamientos de apoyo, pero con la salvedad que sectores con baja presencia multinacional como la energía y banca tienen una reputación débil.
- Las compañías en España **tienen una oportunidad como estrategia de reputación enfocándose en mostrar de forma clara su participación como agente activo en la comunidad en donde desarrolla su negocio y su integridad como organización.**
 - La Integridad y la Ciudadanía continúan siendo pilares importante, conjuntamente con la oferta de las compañías. Innovación gana peso en el constructo de la reputación de las compañías y continua una tendencia ascendente de los últimos años.

Las empresas con mejor reputación en España son..

Top 10 de las empresas con mejor reputación en España

2				+0,1
3	B/S/H/			
4				+2,5
5	SONY			-1,4
6				-5,4
7				-0,8
8				-0,1
9				-1,2
10				-1,0

Una diferencia \pm 3,5 puntos entre puntuaciones es estadísticamente significativa al 95,5% de confianza.

La empresa con mejor reputación en España



Las 50 empresas con mejor reputación en España

1	 DECATHLON		11	 The WALT DISNEY Company		21	 SIEMENS		31	 SAP		41	 SIEMENS Gamesa RENEWABLE ENERGY	
2	 amazon		12	 NETFLIX		22	 Campofrío		32	 L'ORÉAL		42	 MERCADONA	
3	 B/S/H/		13	 ONCE		23	 Grupo Calvo		33	 GRUPE RENAULT		43		
4	 Google		14	 SAMSUNG		24	 PSA GROUPE		34	 NIKE		44		
5	 SONY		15	 TOYOTA		25	 Estrella Galicia		35	 grupo VIPS		45	 BOEING	
6	 CENTRAL LECHERA ASTURIANA		16	 DANONE		26	 GRUPO BIMBO		36	 Ford		46	 FedEx	
7	 MICHELIN		17	 adidas		27	 Nestlé		37	 PHILIPS		47	 INDITEX	
8	 Microsoft		18	 LG Life's Good		28	 IBM		38	 LEROY MERLIN		48	 acer	
9	 Nintendo		19	 LIDL		29	 IKEA		39	 P&G		49	 El Corte Inglés	
10			20	 Caldes Pascual		30	 m MAHOU SANMIGUEL		40	 Mercedes-Benz		50	 PESCANOVA	

Gracias

