

## Estudio Rep Trak Pulse 2014

### Michelin, quinta empresa con mejor reputación en España

*El Grupo Michelin, con 77,02 puntos, es la quinta compañía con mejor reputación en España en 2014 para los consumidores, según el estudio Rep Trak Pulse, elaborado por Reputation Institute. Este año, Michelin asciende tres puestos respecto a la clasificación de 2013, cuando ocupó la octava posición de este prestigioso ranking de excelencia reputacional.*

El RepTrak Pulse España 2014 analiza la reputación corporativa a partir de la evaluación por los encuestados de siete dimensiones básicas aplicadas a una empresa: Resultados financieros, Integridad, Ciudadanía, Liderazgo, Innovación, Entorno de trabajo y Calidad de productos.

Así, el documento valora principios similares a los recogidos en la dinámica *Resultado y Responsabilidad Michelin* (PRM), que da forma a unas prácticas presentes desde siempre en los valores y en los fundamentos de la cultura de la empresa. La PRM pone de manifiesto el compromiso con el progreso de la movilidad de las personas y de las mercancías de una manera eficaz y responsable hacia los clientes, el personal y los accionistas, respondiendo a los desafíos de un desarrollo económico, medioambiental y socialmente sostenible.

Cabe destacar la escalada experimentada por Michelin en el 'top ten' del ranking de reputación. En la clasificación de este año, el Grupo se encuentra en el quinto puesto, mientras que en 2013 ocupó la octava posición. Sin duda, una recompensa al compromiso que Michelin mantiene con la sociedad y que trata de reforzar cada día.

En este sentido, el estudio RepTrak Pulse confirma la fuerte correlación existente entre la reputación y los comportamientos favorables hacia una empresa. Así, por cada cinco puntos que una compañía mejora su reputación incrementa en un 5,6% la intención de recomendarla, en un 6% la intención de comprar sus productos o en un 4,7% la intención de hacer un esfuerzo especial para comprarlos y animar a otros a que los compren.

Además, las empresas con niveles altos de reputación casi quintuplican el porcentaje de personas que las recomendarían o comprarían sus productos respecto a las empresas con niveles bajos.

Para los encuestados, contar con una buena cartera de productos, tener un comportamiento ético y transparente, y estar comprometida con los problemas de su comunidad es el perfil ideal de la empresa con buena reputación.

*La misión de **Michelin**, líder del sector del neumático, es contribuir de manera sostenible a la movilidad de las personas y los bienes. Por esta razón, el Grupo fabrica y comercializa neumáticos para todo tipo de vehículos, desde aviones hasta automóviles, vehículos de dos ruedas, ingeniería civil, agricultura y camiones. Michelin propone igualmente servicios digitales de ayuda a la movilidad (ViaMichelin.com), y edita guías turísticas, de hoteles y restaurantes, mapas y atlas de carreteras. El Grupo, que tiene su sede en Clermont-Ferrand (Francia), está presente en más de 170 países, emplea a 111.200 personas en todo el mundo y dispone de 67 centros de producción implantados en 17 países diferentes. El Grupo posee un Centro de Tecnología encargado de la investigación y desarrollo con implantación en Europa, América del Norte y Asia. ([www.michelin.es](http://www.michelin.es)).*

**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**

Avda. de Los Encuartes, 19  
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPAÑA  
Tel: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293

