



Michelin mejora su posición entre las 10 empresas más reputadas de España

La clasificación establecida por el Reputation Institute coloca a Michelin en el séptimo puesto entre las 50 compañías españolas con mejor reputación. El estudio mide la admiración, el respeto y la confianza que la sociedad tiene respecto a la marca, en una escala Pulse de 0 a 100. Michelin no solo se mantiene entre las 10 empresas más valoradas, sino que mejora una posición respecto a la clasificación del año pasado.

Un año más, el prestigioso estudio de reputación corporativa RepTrak Pulse España ha actualizado la clasificación de las empresas con mejor reputación de España. En base a las más de 26.000 valoraciones recogidas sobre las 255 empresas analizadas, Michelin ha alcanzado el séptimo puesto, mejorando una posición respecto a la clasificación del año pasado. Los 78 puntos obtenidos posicionan a Michelin como una empresa con una reputación fuerte/robusta.

La clasificación refleja los esfuerzos realizados por Michelin en base a los principios y valores fundamentales que guían su actividad, recogidos en la declaración *Desarrollo y Movilidad Sostenibles Michelin*. Es así como se ha hecho posible que el Grupo destaque especialmente en los valores de producto y servicios, que consiguen satisfacer las necesidades de sus clientes en materia de calidad, fiabilidad y profesionalidad de atención.

El estudio se establece en base a la evaluación de 23 atributos reputacionales, que se agrupan en siete factores clave para medir los comportamientos favorables de la sociedad ante las empresas. Estos factores clave, con los que se establece la clasificación final, son: Resultados financieros, Integridad, Ciudadanía, Liderazgo, Innovación, Entorno de trabajo y Calidad de productos y servicios. Cada atributo mide la valoración de la empresa y analiza algunas de las reacciones que provoca en los usuarios. Como, por ejemplo, recomendarla a terceros, concederla el beneficio de la duda o trabajar e invertir en ella. Existe, por tanto, una gran correlación entre la reputación de una marca y la respuesta favorable de la sociedad.

Después de analizar todos estos parámetros entre 6.700 personas entrevistadas, la clasificación de 2018 presenta cambios en los sectores con mejor reputación, que pasan a ser, por este orden, el de Retail – Varios, seguido por los de tecnología, alimentación y, en cuarta posición, automoción.

Michelin tiene la ambición de mejorar de manera sostenible la movilidad de sus clientes. Líder del sector del neumático, Michelin diseña, fabrica y distribuye los neumáticos más adaptados a las necesidades y a los diferentes usos de sus clientes, así como servicios y soluciones para mejorar su movilidad. Michelin ofrece igualmente a sus clientes experiencias únicas en sus viajes y desplazamientos. Michelin desarrolla también materiales de alta tecnología para la industria en torno a la movilidad. Con sede en Clermont-Ferrand (Francia), Michelin está presente en 170 países, emplea a 114.100 personas y dispone de 70 centros de producción en 17 países que en 2017 han fabricado 190 millones de neumáticos. (www.michelin.es).