

VALORACIÓN :: PRIMER ESTUDIO DE PRESTIGIO CORPORATIVO EN EL PERÚ

## Diferencias

El primer índice de reputación corporativa (IRCA) mostró que las empresas más recordadas no siempre son las de mejor reputación.

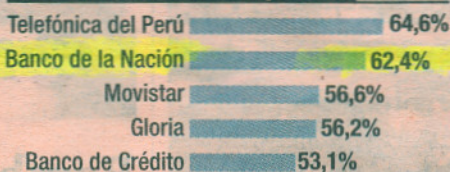
### IRCA promedio según rubro

En puntos\*



\*El eje horizontal mide la valoración de las industrias en una escala de 1 a 6.

### Recordación de empresas



### Reputación por empresas

Del 0 al 6



○ Puntaje promedio en recordación de empresas  
 ● Empresas con mayor puntaje en recordación  
 ● Empresas con menor puntaje en recordación

Fuente: Marketing Arellano/Centrum Católica

EL COMERCIO

# Wong y Natura son las firmas de mejor reputación

SEGÚN ESTUDIO DE CENTRUM CATÓLICA Y MÁRKETING ARELLANO, LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD DE PRODUCTOS SON VALORES QUE DAN A EMPRESAS MAYORES NIVELES DE RECONOCIMIENTO

No siempre las empresas más recordadas del país tienen el mejor nivel de reputación. Esa fue una de las principales conclusiones del estudio Índice de Reputación Corporativa que este año elaboraron Arellano Márketing y Centrum Católica.

El estudio se aplicó a un total de 1.500 personas y 168 líderes de opinión de Lima, Chiclayo, Arequipa, Huanayo, Trujillo y Cusco.

De allí se desprendió que las empresas ligadas al sector servicios y con presencia nacional tienden a ocupar los lugares más altos de recordación. Así, el

primer lugar del ranking lo ocupó Telefónica del Perú, seguida por Banco de la Nación y Movistar (ver infografía). Como indica Rolando Arellano, presidente de Arellano Márketing, en el extremo inferior de esa puntuación se encontraron Intradevco y Milpo.

### RECONOCIMIENTO

En cuanto a nivel de reputación, Wong, Natura y Procter & Gamble son las compañías mejor ubicadas por tener, según la percepción del público, productos y servicios de calidad y ser innovadoras.

Arellano mencionó que los rubros con mayores niveles de reconocimiento (en un ranking que va del 0 al 6) son las empresas de consumo masivo, mientras que las AFP y las industrias extractivas fueron las de menor puntaje.

Llamó la atención que la responsabilidad social y las conductas éticas no fueron niveles que el público percibió como políticas prioritarias a la hora de calificar a las compañías. El consultor dijo que en ese aspecto les faltaría mejorar sus políticas de comunicación.