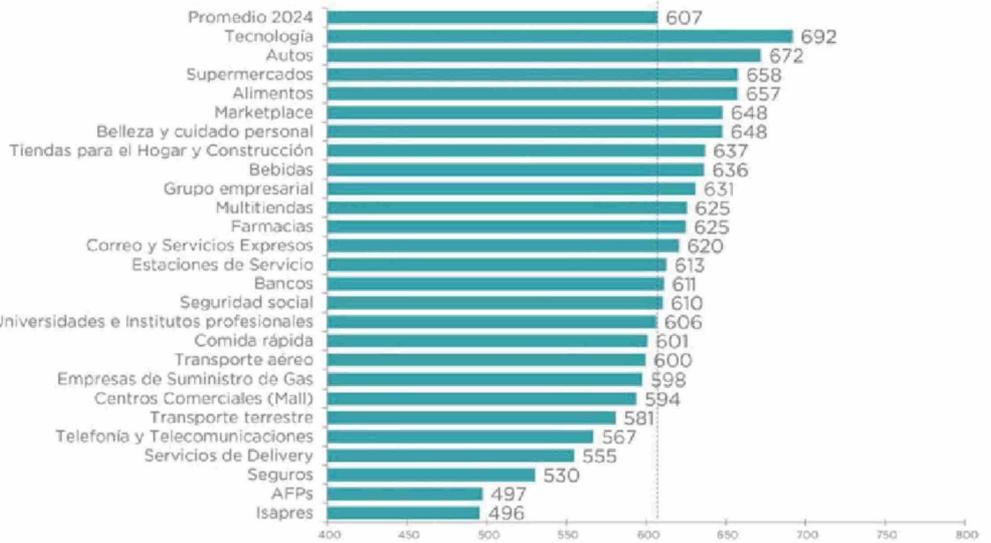




Error al crear la imagen

RANKING 2024 DE SECTORES DE REPUTACIÓN



titiva y diferenciación para las organizaciones. Esto se confirma en nuestro estudio, donde más de la mitad de los consumidores considera la reputación como un factor clave en su intención de compra”, explica Diego Fuentes, cofundador de INC Consultores.

Apenas 12 empresas lograron mejorar sus puntajes reputacionales en el estudio que reveló que la calidad de productos y servicios sigue siendo lo que más valoran las personas (22%). Los resultados invitan al sector privado a hacerse cargo más allá del servicio y los productos que ofrecen. “Hay una importante demanda por un mayor compromiso en gobernanza, en aporte a la comunidad y en un trato justo a las y los colaboradores”, dice Alejandra Ojeda, Service Line Leader Public Affairs de IPSOS.

El estudio combina 23 atributos en sus seis dimensiones para detectar tendencias y patrones, para contribuir a la transformación reputacional de las marcas que buscan fortalecer su conexión con los consumidores.

- Tecnología sigue siendo la categoría más reputada en el país, seguida de Autos, Supermercados y Alimentos.
- En el otro polo, las AFPs y las Isapres son categorías de reputación negativa.

SON POCAS LAS EMPRESAS QUE SE DIFERENCIARON EN UN ESCENARIO DE CRISIS DE LA REPUTACIÓN: SÓLO 12 CRECIERON REPUTACIONALMENTE



LIONEL MANCILLA LAUSIC,
GERENTE GENERAL DE COLUN.

“En COLUN, nos llena de orgullo recibir este importante reconocimiento. Agradecemos profundamente la confianza y preferencia que nos demuestran día a día nuestros consumidores, clientes y comunidad, así como el esfuerzo y compromiso de todos quienes son parte de la familia COLUN. Este logro nos inspira a seguir aportando valor a nuestra sociedad como Cooperativa y llevar la magia del sur a todos los hogares”.



FELIPE BUNSTER, GERENTE GENERAL DE MUTUAL DE SEGURIDAD.

“Ser reconocidos en el Estudio de Reputación Corporativa nos dice que, como institución que forma parte de la seguridad social del país, vamos en la dirección correcta, fortaleciendo la confianza con nuestras empresas adherentes, colaboradores y la sociedad, y consolidando nuestro compromiso por ser referentes en bienestar y seguridad laboral. Seguiremos este camino manteniendo una conexión cercana con nuestros stakeholders principales”.