



# Ikea y Mercadona, las empresas mejor valoradas

Ikea y Mercadona son las empresas mejor valoradas, seguidas de otras como Decathlon, Correos, Lidl y Carrefour, según un informe de la Asociación DEC y Grass Roots.

EFEEMPRESAS | MADRID | JUEVES 08.11.2018



IKEA Place

La empresa **Grass Roots**, en colaboración con la **Asociación DEC (Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente)**, han analizado las opiniones que tienen los consumidores, en términos de calidez y capacidad, de **60 compañías**, de diferentes sectores que operan en el mercado español.

La metodología que estas empresas han empleado para el diagnóstico se ha basado en el estudio **'The Human Brand'**, con el que, desde hace años, su creador **Chris Malone**, ha medido como perciben los consumidores a las empresas, en términos de calidez y competencia.

**'The Human Brand'**, "consiste en realizar un estudio de segmentación en los clientes, para, posteriormente y por cada uno de esos segmentos, llevar a cabo un seguimiento de la lealtad y una asistencia personalizada", ha explicado DEC a través de un comunicado.

*Mercadona e Ikea, son las más valoradas, y a ellas le siguen otras como Decathlon, Correos, Lidl y Carrefour*

El **Vicepresidente de DEC, Mario Taguas**, ha declarado que esta metodología "ayuda a establecer las estrategias que las empresas deben definir para poder crecer y desarrollar la vinculación con sus clientes".

El estudio también ha medido la valoración de las empresas en cuanto a "cómo se percibe su **familiaridad, calidez y competencia**, y el **comportamiento futuro del consumidor**, en base a si se producen en el entrevistado emociones como la simpatía y lástima, desprecio y rechazo,

admiración y fidelidad o envidia y desconfianza", ha añadido la **Directora de Excelencia de Negocio de Grass Roots, Sonsoles Martín**.

La conclusión de ello ha sido que "las marcas relacionadas con **Servicios Públicos, Automoción, Retail y Restauración**, tienen una puntuación superior en familiaridad, calidez y competencia". En consecuencia, "**Mercadona e Ikea**, son las más valoradas, entre las estudiadas, y a ellas le siguen otras como **Decathlon, Correos, Lidl y Carrefour**", ha añadido DEC en el comunicado.

## Peores resultados en familiaridad

Las compañías del sector **Bancario, Seguros, Energía y Telecomunicaciones** han obtenido "peores resultados" en los parámetros de familiaridad, y por lo tanto, en intención de compra o recomendación". A pesar de ello, **Sonsoles Martín** ha informado que "si que hay marcas que están mejor estimadas en este sector como son **ING, Maphre, Sanitas y BBVA**".

El estudio también ha destacado que "al igual que ha ocurrido en otros países, los datos arrojan que de la percepción que se tenga en cuanto a la calidez, dependerá la **lealtad del consumidor y su comportamiento** de compra o recomendación", según el comunicado de DEC.

El **Vicepresidente de Fidelum** (compañía que trabaja con estrategias y resultados de lealtad al cliente), **Óscar Budejen**, ha explicado la necesidad de desarrollar este tipo de estrategias y "aplicar la metodología **Human Brand** en las organizaciones", ya que "permite al negocio crecer de una manera más efectiva, porque coloca al cliente siempre en el centro de las estrategias".

salesforce

**SKILL UP FOR YOUR FUTURE**

Chances are your next job will require Salesforce skills.

CHOOSE THE CAREER THAT'S RIGHT FOR YOU

LET TRAILHEAD GUIDE YOU

**CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS EFE** ✓

IBEX 35

La Bolsa española, la que menos cae en Europa gracias al rebote de

estás viendo

01:38 01:43

Ver más vídeos

## Blogs EFE



**ACS Y ATLANTIA EVITAN UNA GUERRA DE OPAS POR ABERTIS**  
en - A pie de página



**Compliance simplificado: el secreto de la integración**  
en - Blog de KPMG



**20 años de OIR: ponemos al día la oferta de interconexión de referencia**  
en - Blog de la CNMC



**Magia y negocio**  
en - Ida y vuelta



**Incertidumbres económicas del nuevo gobierno de España**  
en - IE Business School