

MONTERREY

Destaca Maseca entre las 50 firmas con mejor reputación

● Solo 11 empresas de este grupo son de México y dominan las extranjeras.

REDACCIÓN 15/05/2019



Grupo. Además de Maseca, sobresalen Jumex, La Costeña, José Cuervo, Grupo Bimbo, Liverpool, Lala, Herdez, Cinépolis, Alpura, Maseca y Aeroméxico. Fuente: Cortesía

Suscríbete GRATIS a nuestro servicio de newsletter



Al registrarte estás aceptando el [aviso de privacidad](#) y protección de datos. Puedes desuscribirte en cualquier momento.

Entre las 50 empresas con mejor reputación en México solo **11 son mexicanas**, de acuerdo con el reporte Reprtrak 2019, realizado por la consultora Reputation Institute.

Estas empresas son Jumex, La Costeña, José Cuervo, Grupo Bimbo, Liverpool, Lala, Herdez, Cinépolis, Alpura, Maseca y Aeroméxico.

En conferencia, Fernando Prado, presidente de Reputation Institute para México y Latinoamérica afirmó que estas **empresas están entre las más admiradas** porque también reciben el apoyo de los grupos de interés en términos de recomendación, intención de compra de sus productos, invertir en ellas, solicitar empleo o concederles el beneficio de la duda en caso de crisis.

“No necesariamente el que sean marcas reconocidas tienen que tener una buena reputación, es importante que las empresas trabajen en ello”, destacó.

La firma que se dedica a medir y gestionar la reputación corporativa dijo que estos resultados los obtuvo al **analizar 267 empresas con presencia en el mercado**, de las cuales solo 150 lograron ingresar al ranking al cumplir con todos los requisitos, de ahí se dieron a conocer las 50 con mejor evaluación.

Se tomaron en cuenta 26 mil 987 valoraciones a empresas emitidas por 6 mil 935 mexicanos, donde **también se calificó**: oferta, integridad e innovación; seguidas de finanzas, ciudadanía, liderazgo y trabajo.

Nike, Nintendo, Netflix, Google y Microsoft son las cinco empresas que encabezan una lista de 50 compañías que son consideradas las que mejor reputación tienen entre los mexicanos.

“Una buena reputación en los resultados de una empresa hace obligatorio no solo conocer la percepción que el público tiene sobre una empresa en específico y como eso impulsa sus ventas, sino también hacer una gestión efectiva de la misma”, dijo Prado.

