

Los clientes eligen a Mercadona como la novena empresa más reputada del mundo

La cadena prevé reducir los precios un 17% durante este año

ABC
VALENCIA. Mercadona es la empresa española con mayor reputación y la novena del mundo. La compañía que preside Juan Roig ya se codea con grandes enseñas como la italiana Ferrero o la sueca Ikea, de acuerdo con el prestigioso ránking elaborado por Reputation Institute.

Mercadona supera en la selecta clasificación a El Corte Inglés (décimo cuarta), Inditex (sexagésima) y Mapfre (que ocupa el lugar 170) en el listado de las doscientas empresas del mundo con mayor reputación.

La entrada de Mercadona en el «top ten» mundial refuerza la estrategia de la compañía valenciana en un contexto especialmente crítico como el actual. Además, cobra especial relevancia, toda vez que la empresa valenciana todavía no ha emprendido su expansión internacional y limita, por ahora, su ámbito de actividad al territorio español.

La irrupción de la cadena de supermercados entre las diez empresas más reputadas del planeta supone un acicate para «seguir mejorando aquellos aspectos que nos ayuden a ser la compañía que mejor trate a los clientes, trabajadores, proveedores, la sociedad y el capital».

Beneficio de los clientes

Según explicaron ayer fuentes de Mercadona, la buena reputación corporativa aporta importantes beneficios a los consumidores.

En este sentido, recordaron la decisión tomada el pasado mes de octubre, cuando se optó por reducir de forma drástica las refe-

rencias. Esta iniciativa ha permitido «bajar los precios un diez por ciento sin descender la calidad». Mercadona se ha marcado el reto de finalizar el actual ejercicio alcanzando una rebaja del precio medio de la cesta de la compra del 17%.

Para la compañía que preside Juan Roig, esta medida —que en un principio generó controversia por resultar una revolución en el sector— «la han percibido los clientes y nosotros les agradecemos su fidelidad, conscientes de que nuestra obligación es contri-

buir con nuestro granito de arena a reactivar el consumo interno».

Según las mismas fuentes, en una coyuntura económica tan delicada, «los clientes te piden que actúes, reacciones y te adaptes para ofrecerles soluciones».



Juan Roig

ABC

«TOP TEN» MUNDIAL

1. Ferrero (Italia).
2. Ikea (Suecia).
3. Johnson&Johnson (Estados Unidos).
4. Petrobras (Brasil).
5. Sadia (Brasil).
6. Nintendo (Japón).
7. Christian Dior (Francia).
8. Kraft Foods (EE.UU.).
- 9. Mercadona (España).**
10. Singapur Airlines (Singapur).