

La marca CTT tiene la mayor reputación del PSI 20



CTT por cuarto año consecutivo, es la PSI de la compañía 20 con mejor evaluación de reputación, concluye un estudio sobre el posicionamiento de las marcas realizadas por el consultor OnStrategy, que dio CTT una *puntuación* global de 74,44%. Este es el reconocimiento de la fuerza de atributos emocionales identificados con la marca CTT como Confianza, Admiración y Recomendación, pero también con el desempeño de atributos racionales como la contribución a la sociedad y la sostenibilidad financiera.

A raíz de este estudio de reputación, los CTT también se consideraron la marca con un nivel de reputación más alto en el área de servicios profesionales.

Este estudio tiene como objetivo evaluar la reputación y evaluar el índice de reputación de las marcas, sobre la base de un modelo que evalúa siete dimensiones de la reputación entre sus principales *grupos de interés* : el público en general, las empresas y los medios de comunicación.

El estudio de OnStrategy, junto al Público en General, evalúa las dimensiones y atributos de personalidad de la marca que en el caso de los CTT da un posicionamiento de marca Común, Dirigente, Ganadora y Creadora, lo que remite la marca para dimensiones como Lealtad / Dependencia, Apoyo / Protección, Poder / Autoridad / y Descubrimiento / Aventura.

Los resultados de los CTT se mantienen nuevamente positivos, presentando evaluaciones superiores al 70%.