

**COMUNICADO DE IMPRENSA**

28 de janeiro de 2021

Estudo de Reputação 2020

**Nestlé é a marca com melhor reputação em 2020**

A Nestlé lidera o ranking das marcas com melhor índice de reputação e relação emocional em 2020 com 84,7 pontos, mais 2,3 pontos que no ano anterior, segundo o Estudo de Relevância e de Reputação Emocional das marcas com os cidadãos portugueses da Consultora *OnStrategy*.

Numa escala de 100 pontos, a Nestlé conquistou um índice de reputação e relação emocional de 84,7 pontos, onde estão refletidos também outros parâmetros de avaliação de consumidores e de stakeholders como: a admiração (89 pontos), a relevância (86 pontos), a confiança (85 pontos), a preferência (83 pontos) e a recomendação (81 pontos).

Governo e ética (84,3 pontos) e qualidade dos produtos (83,3 pontos) foram os atributos que registaram melhor performance no estudo, a par da Responsabilidade Social Corporativa (80,4 pontos).

O estudo anual RepScore™ consolida a informação referente aos 12 meses de 2020, cobrindo todo o período de pré e de pandemia. Este trabalho é desenvolvido de forma contínua ao longo do ano e em conformidade com a certificação das normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força) e ISO10668 (avaliação financeira), avaliando os atributos associados à notoriedade, admiração, relevância, confiança, preferência e recomendação.

**O RepScore™:**

A OnStrategy é a consultora que assina o Global RepScore™, e que avalia, desde 2009, o posicionamento e os níveis emocional e racional de reputação associados a mais de 2.000 marcas em Portugal.

Este trabalho é elaborado tendo por base um trabalho de campo que decorre em contínuo durante as 52 semanas do ano junto de mais de 40.000 cidadãos online e mais de 10.000 cidadãos presencialmente ou por telefone, sendo os mesmos representativos da sociedade Portuguesa no que respeita à distribuição geográfica, género, idade e grau de formação.

Esta metodologia assenta numa abordagem qualitativa no que se refere ao Posicionamento da Marca, identificando e explorando todos os valores e atributos referidos espontaneamente, e uma abordagem quantitativa para a Reputação de Marca, indicando e explorando de uma forma induzida a notoriedade, a reputação emocional (admiração, relevância, confiança, preferência, recomendação), a reputação racional (produtos e serviços, inovação e diferenciação, ambiente de trabalho e bem estar, cidadania e responsabilidade social, governo e ética, liderança e visão, performance de negócio e financeira) e os comportamentos consequentes à perceção reputacional.

**Sobre a Nestlé**

A Nestlé é a maior companhia mundial de alimentação e bebidas. Está presente em 189 países em todo o mundo e os seus 323.000 Colaboradores estão comprometidos com o seu propósito de “Melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável”. A Nestlé oferece um vasto portefólio de produtos e serviços para as pessoas e para os seus animais de companhia ao longo das suas vidas. As suas mais de 2000 marcas variam de ícones globais como Nescafé ou Nespresso, até marcas locais amplamente reconhecidas como CERELAC, NESTUM e SICAL. A performance da Companhia é orientada pela sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-estar. A Nestlé está sediada na vila suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos.

Em Portugal, a Nestlé está presente desde 1923 e tem atualmente 2296 Colaboradores, tendo gerado em 2019 um volume de negócios de 535 milhões de euros. Conta atualmente com duas fábricas (Porto e Avanca), um centro de distribuição (Avanca) e cinco delegações comerciais espalhadas pelo Continente e pelas ilhas.