
Nestlé, número 1 en reputación del sector alimentario para los consumidores españoles

La valoración obtenida por Nestlé prueba que, pese a la difícil situación de la economía española y el control del gasto al que se ven obligadas las familias, el valor de las marcas sigue siendo importante para el consumidor español.

Esplugues de Llobregat, 16 de febrero de 2011.— Nestlé ha obtenido la primera posición del sector Alimentación y Bebidas en términos de reputación, según el Tracking **Merco** llevado a cabo en 2010. Este estudio, realizado por el instituto Análisis e Investigación y dirigido por Justo Villafañe, evalúa la reputación de las empresas entre los consumidores españoles, en base a determinadas variables que conforman la reputación de una empresa.

Los resultados muestran que Nestlé está claramente por encima del promedio del conjunto de empresas del sector Alimentación y Bebidas en todas las variables analizadas, que se agrupan en cuatro ámbitos:

- Valor funcional de la oferta comercial: calidad, innovación y relación calidad/precio.
- Valor emocional de la oferta comercial: empatía y ética.
- Responsabilidad corporativa: calidad laboral, compromiso ecológico y compromiso social.
- Confianza empresarial: inversión y trayectoria.

La valoración obtenida por Nestlé refleja que, pese a la difícil situación de la economía española y el control del gasto al que se ven obligadas las familias, el valor de las marcas sigue siendo importante para el consumidor español. Del estudio, realizado en dos oleadas a lo largo del año, también se desprende que, en conjunto, las empresas de alimentación y bebidas gozan de una mejor reputación entre la población que las pertenecientes a otros sectores.

Para el consumidor, las variables más relevantes en la reputación de Nestlé han sido su trayectoria, la calidad e innovación en productos, así como su comportamiento ético y la relación con sus empleados.

Análisis e Investigación es el instituto pionero en la evaluación de la Reputación en España y responsable del informe **Merco** (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), instrumento de evaluación de la reputación similar al que publica la revista *Fortune* en Estados Unidos. Desde 1999, **Merco** mide la reputación de las empresas que operan en España.