

# OnStrategy: Setor da energia em Portugal “não figura no top 20 das indústrias com melhores índices de reputação”

24 de Setembro, 2019

A consultora OnStrategy divulgou recentemente o estudo “*Top Industries RepScore*”, um indicador que apoia os *stakeholders* de 40 setores da atividade económica na construção de notoriedade e confiança.

De acordo com o estudo, o setor da Energia em Portugal teve um “índice de reputação” na dimensão “moderada” com 61.4. À Ambiente Magazine, Pedro Tavares, CEO da OnStrategy, considera este valor “positivo”, quando comparado com o indicador que o setor tinha em 2015 (54,7). No entanto, em relação às outras indústrias, verifica-se que se trata de um setor que “não figura no top 20 com melhores índices de reputação”. Esta evidência “não foge à tendência internacional” onde são representativos tanto este setor como “todos os setores onde existe uma forte componente de serviço associada”, levando Pedro Tavares a afirmar que as organizações desta indústria devem ter uma preocupação mais acentuada para com os seus colaboradores. “Entre os *touchpoints* (pontos de contacto) para construir reputação, são os colaboradores os mais relevantes, entre os meios tradicionais, digital e social media, patrocínios, marketing direto, merchandising e ponto de venda / atendimento”.

Questionado sobre o Top das marcas do setor de energia mais valiosas em Portugal, o responsável identificou cinco marcas que recolhem melhor perceção reputacional, alargando o conceito do setor às indústrias de energia, gás e petróleo. Em primeiro lugar da lista surge a GALP com 74,4, seguida da EDP (73,0), REPSOL (63,6), ENDESA (61,5) e, por fim, a PRI0 (60,6). No entanto, quando se fala no valor financeiro de marca, as duas posições invertem-se: EDP (2.302 M€), GALP (1.332 M€), REPSOL PORTUGAL (188 M€), ENDESA PORTUGAL (148 M€) e PRI0 (101 M€).

Sobre o índice de confiança dos portugueses relativamente ao setor, Francisco Tavares, afirma que é de “66 pontos”. No entanto, destaca que esse mesmo indicador em termos médios para as duas principais marcas é de “75 pontos” tendo evoluído dos “63 pontos registados em 2015”.

## **Objetivos do Estudo**

O “*Top Industries RepScor*” desenvolve-se ao longo do ano, auditando painéis representativos da sociedade para discutir questões relativas a mais de 40 setores da atividade económica nacional. Neste processo são identificados e auditados distintos *stakeholders*, sendo a informação recolhida online junto de mais de 40 mil cidadãos e “face to face” junto de mais de 10 mil cidadãos representativos da sociedade Portuguesa em termos de distribuição geográfica,

gênero, idade e grau de formação.

Segundo a consultora, o objetivo deste trabalho passa por “identificar e ponderar os vários stakeholders; identificar, qualificar, ponderar e quantificar todos os atributos e dimensões emocionais e racionais que suportam o posicionamento e a reputação (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) das marcas, setores de atividade e do país”, e ainda “quantificar os comportamentos de suporte e consequentes a essas percepções” (admiração, relevância, confiança, preferência, intenção de compra, recomendação, defesa em situação de crise, intenção de trabalhar e intenção de investir).