

# briefing

O agregador do marketing

ok



[INÍCIO](#)
[MARKETING](#)
[PUBLICIDADE](#)
[MÉDIA](#)
[COMUNICAÇÃO](#)
[OPINIÃO](#)
[ENTREVISTAS](#)
[CRIATIVIDADE](#)
[VÍDEOS](#)
[VIRALBRIEF](#)
[BRIEFING EMPREGO](#)
[CONTACTOS](#)

O novo agregador do marketing • Marketing • "A reputação não se constrói de um dia para o outro"

## "A reputação não se constrói de um dia para o outro"

24 Novembro 2011



A propósito da divulgação do barómetro Mybrand Reputation Index 2011, Miguel Braz Frade, CEO da Mybrands, considera que "os resultados não são muito diferentes" dos do ano passado e que os pequenos investidores particulares "castigaram mais as empresas" que o público em geral.

Sonae SGPS, EDP Renováveis e Sonae Indústria lideram a tabela das empresas mais bem reputadas de Portugal. As maiores subidas, desde 2010, foram precisamente a Sonae Indústria (mais 3,4 por cento), Sonae SGPS (mais 2,3 por cento) e Millennium bcp (mais 1,7 por cento).

Ao Briefing, Braz Frade realça o comportamento notável da Sonae SGPS: "Ficou em primeiro em 4 dos 7 *drivers* [de avaliação]". Para a construção deste *ranking* os *stakeholders* avaliaram a performance económica e financeira, qualidade de produtos e serviços, liderança da gestão de topo, *workplace*, ética, responsabilidade social e inovação.

Segundo o CEO, "a reputação não se constrói de um dia para o outro" e, no caso da Sonae, este resultado vem demonstrar o trabalho que a empresa tenta mostrar, a todos os níveis, de ano para ano. "A liderança da Sonae, nalguns indicadores, é fortíssima", reitera Braz Frade.

Em dia de greve e em que as empresas de transportes complicam a vida dos portugueses, é curioso constatar que a Carris e a CP posicionam-se no fim da tabela. Indagado sobre o assunto, Braz Frade considera que as empresas de transportes estão "permanentemente sob fogo" e que por isso são mais penalizadas, ora porque "os transportes não andam a horas", ora porque "são caros", entre outros factores.

Numa altura de crise económica e social, a reputação é especialmente valorizada? Braz Frade considera que sim: "as empresas têm hoje um papel cada vez mais interventivo". "As pessoas esperam que as empresas sejam referências éticas e de inovação, esperam que produzam emprego de qualidade, que tenham uma intervenção social e ambientalmente responsável", comenta.

"O lucro não pode ser o único factor importante. [hoje em dia], espera-se muito mais do que apenas produtos e serviços", refere o CEO da Mybrands dizendo que os critérios já não são os mesmos de há 20 e 30 anos.

Neste *ranking* da reputação é ainda importante realçar que no sector da construção é a Mota-Engil que vai à frente, nas televisões é a SIC, nos combustíveis a preferência vai para a Galp, nas bebidas posiciona-se melhor a Sumol+Compal, na Banca e empresas públicas a Caixa Geral de Depósitos segue à frente das duas categorias, e nas comunicações a PT é quem surge em primeiro, acompanhada de perto pela Sonaecom e Vodafone.

Filipe Santa-Bárbara

Fonte: Briefing