

DESTAQUE MYBRAND REPUTATION INDEX 2011



A Sonae foi a grande vencedora. O prémio foi entregue a Hugo Figueiredo, director de marketing central.



A EDP Renováveis foi representada no palco pelo administrador António Martins da Costa, que recebeu um dos prémios Corporate Reputation Elite Group.



Cláudia Falcão, do departamento de 'investor relations' da Jerónimo Martins recebeu a distinção Corporate Reputation Elite.

Consumidores e investidores avaliam empresas

Barómetro mostra que a reputação tem impacto, não só na vertente do consumidor, mas também dos investidores.

Catarina Madeira
catarina.madeira@economico.pt

Confia na qualidade dos produtos e serviços da empresa X? Como avalia a capacidade de inovação da empresa Y? Qual a sua percepção sobre a liderança da empresa Z? Estas são algumas das perguntas que foram colocadas aos inquiridos do MyBrand Reputation Index 2011. O resultado é uma ferramenta para as empresas podem utilizar para identificarem os pontos fortes e fracos da sua reputação.

A sondagem, desenvolvida na Internet durante o mês de Junho, inquiriu 2.923 portugueses para responder a estas e outras perguntas. O objectivo é conhecer a reputação das empresas para as ajudar a gerir este activo que, segundo Pedro Rebelo de Sousa, presidente do Instituto Português de Corporate Governace, “tem impacto não só na vertente do consumidor, mas também na perspectiva dos investidores”.

Uma boa reputação pode ser a chave para a obtenção de maior ‘goodwill’ por parte de autoridades públicas, reguladores ou futuros colaboradores. Uma empresa que não acautele esta vertente da sua imagem sofrerá, a prazo, na sua imagem e eventualmente na sua performance, explica João Braz Frade.

Para a obtenção do resultado

ATRIBUTOS AVALIADOS

- **Inovação** - Percepção que os ‘stakeholders’ têm da capacidade que a empresa tem para inovar de forma sustentada.
- **Qualidade** - Qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas.
- **Liderança** - Percepção da qualidade da gestão da empresa (liderança forte, decidida e visionária).
- **Ética** - Transparência, ética e boas práticas nos processos de gestão.
- **‘Workplace’** - Percepção de como a empresa trata os seus colaboradores.
- **Cidadania** - Contribuição da empresa para a sociedade em que se insere.
- **Performance** - Avaliação dos indicadores financeiros da empresa, quota de mercado, vendas, etc.

final, o barómetro recorreu a uma amostra de ‘stakeholders’ – público em geral e pequenos investidores particulares – e a sete ‘drivers’ – inovação, ‘workplace’, ética, cidadania, performance, qualidade e liderança.

Em 2010, o barómetro analisou as empresas do PSI20, “era natural para nós começar pelas empresas cotadas que geralmente têm grande visibilidade e importância, e são obrigadas a cumprir determinados requisitos de transparência e de práticas de gestão, para serem admitidas à cotação em bolsa, mas também porque a sua reputação pode influenciar o seu valor acionista”, justifica João Miguel Braz Frade. Porém, este ano o universo de análise foi alargado a 44 das empresas mais importantes em Portugal. O critério de escolha foi simples: incluir as principais empresas detidas pelas cotadas e principais concorrentes directas, bem como empresas públicas de relevância.

Assim, em 2011, empresas como a CGD entraram para o ranking. Outras como a TMN ou a Optimus, ambas detidas por cotadas, foram analisadas, por terem impacto significativo na vida das pessoas. Para as próximas edições, a MyBrand tem como objectivo aumentar o número de empresas analisadas, tornando o estudo cada vez mais representativo. ■





Pela PT, o administrador Abílio Martins, recebeu o prémio Corporate Reputation Elite Group.



A Vodafone, não esteve representada, mas foi também distinguida com um prémio Corporate Reputation Elite Group.



Fotos: João Paulo Dias



1 A entrega dos prémios de reputação das empresas decorreu no hotel Tivoli, em Lisboa. Estiveram presentes António Martins da Costa, administrador da EDP, José Vital Morgado, do AICEP, Miguel Athayde Marques, professor universitário e presidente do conselho consultivo do MayBrand Reputation Index 2011, Rui Leão Martinho, bastonário da Ordem dos Economistas, António Ramalho, CFO do Millennium bcp.

2 Luís Reto, reitor do ISCTE, com Murteira Nabo, presidente do conselho de administração da Galp Energia.

3 António Ramalho, CFO do BCP, com António Martins da Costa, administrador da EDP.

4 Margarida Ferreirinha, da REN (à esquerda) à conversa.

5 Miguel Athayde Marques com Miguel Maçalhães Duarte, do Millennium bcp.

ENTREVISTA JOÃO BRAZ FRADE MyBrand

“Queremos que o ‘ranking’ seja mais abrangente”

No próximo ano a MyBrand espera aumentar, mais uma vez, o universo de análise. João Braz Frade diz que o estudo vai tornar-se mais abrangente e passar a incluir novos sectores como a grande distribuição.

Que balanço faz da segunda edição dos Prémios de Reputação das empresas?

Esta segunda edição foi mais rica do que a primeira. Desde logo avaliámos 44 empresas, em vez de 20, o que permite maior comparabilidade entre as empresas e dentro de cada sector. Tencionamos continuar nesse caminho nos próximos anos.

O objectivo é tornar este barómetro de reputação mais abrangente. No próximo ano já vão analisar 100 empresas?

O estudo já é profundo, mas queremos que se torne mais abrangente alargando-o a mais empresas. Não sei se vamos analisar as 100, de que falei, já no próximo ano, mas vamos analisar alguns sectores de forma bastante mais completa. Enquanto, nalguns sectores, como a banca, já são analisadas as seis principais empresas, nas telecomunicações também, há sectores que podem e devem incluir mais. Depois há sectores que deixámos de fora, como a grande distribuição e que gostávamos de ver incluídos.

Há pontos comuns entre as empresas com melhor reputação?

Sim. A Sonae SGPS, tal como a Sonae Indústria e a PT são ‘holdings’. Isso mostra que o públi-

co em geral tem a capacidade de avaliar e perceber que as ‘holdings’ são donas das empresas. A Jenónimo Martins é exemplo disso, as suas marcas comerciais conhecidas são o Pingo Doce e outras, mas o público associa-as à ‘holding’ e tem uma reputação extraordinária.

Quais foram as grandes diferenças entre os resultados deste ano e os de 2010?

Aquilo que se verificou é que os investidores, em tempo de crise, penalizam um pouco as empresas. As avaliações em termos absolutos desse ‘stakeholder’ foram mais baixas do que no ano anterior. O público em geral continua a valorizar, praticamente as mesmas empresas, de um ano para o outro. O sector da banca é fortemente penalizado, com excepção da CGD, que resiste com aquele papel de banco refúgio em Portugal.

Qual foi a grande surpresa?

A grande novidade é que a Sonae SGPS arrecadou os prémios quase todos, ficando em primeiro nos dois ‘stakeholders’ principais e em quatro dos sete atributos. É um desempenho extraordinário. ■ **C.M.**



João Braz Frade acredita que, perante a crise económica, os investidores penalizaram as empresas baixando as avaliações em termos absolutos.