



## NEGOCIAR

MARCAS

# Olá destrona Nestlé na



Marca de gelados da Unilever é a mais bem-  
-vista pelos consumidores portugueses.  
Nestlé desce para a segunda posição, seguida  
pela Mercedes, que mantém o lugar ocupado  
na edição do ano passado do estudo

Texto Catarina Nunes



# liderança da reputação





## NEGOCIAR

● A Olá está associada ao verão, mas consegue manter-se na cabeça (e coração) dos portugueses o ano inteiro. Assim se justifica o facto de esta ser a marca com melhor reputação a nível nacional, tendo roubado a liderança à Nestlé, que ocupou o primeiro lugar na edição do ano passado do estudo *Marktest Reputation Index* (MRI), conduzido pela Marktest. A terceira posição cabe à marca automóvel Mercedes, à semelhança do ano passado.

O MRI tem como objetivo posicionar as marcas num *ranking*, o que permite a comparação e posicionamento da marca face às concorrentes e a outros sectores de atividade. Nesta análise são ponderados cinco indicadores: familiaridade, admiração, confiança, imagem e *word of mouth* (publicidade feita boca-a-boca) para cada categoria de produto/serviço em análise, normalizado para um índice de 0 a 100.

“O critério de escolha das variáveis é da responsabilidade da Marktest e teve por base o conhecimento que a empresa tem vindo a desenvolver nesta área de estudos e outras afins”, explica Patrícia Alves, coordenadora técnica de estudos da Marktest. Em relação ao estudo do ano passado, não houve grandes alterações em termos das marcas que ocupam os 10 primeiros lugares, destacando-se apenas a entrada da TAP (para o 7.º lugar) e a saída do azeite Gallo, que em 2016 estava na 10.ª posição.

A TAP, aliás, destaca-se entre as companhias aéreas, categoria onde a segunda marca com melhor reputação surge a longa distância: a Emirates, na 39.ª posição. As transportadoras aéreas de baixo custo, por seu lado, não entram entre as 50 marcas mais bem vistas, o que significa que o aumento crescente da opção por estas companhias não significa que elas sejam mais consideradas pelos consumidores portugueses.

“As marcas pulverizam o quotidiano do consumidor, que as escolhe ou rejeita em função de inúmeros estímulos a que está sujeito. A componente emocional assume cada vez mais uma posição de destaque nestas opções e escolhas e apercebemo-nos que o consumidor compra ou escolhe as marcas em que confia e recomenda as marcas de que gosta”, argumenta Patrícia Alves.

O universo sobre o qual incidiu a análise é composto por indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal conti-

### Além da Olá, a Marktest avaliou mais 152 marcas, distribuídas por 25 categorias



mental, através de uma amostra com 2113 entrevistas, proporcionais ao universo em estudo e representativas da população em termos de sexo, idade e região. A recolha da informação foi realizada via Internet, entre os dias 29 de março e 18 de abril de 2017, através de um questionário escrito *online*.

#### 57 anos de história, 55 mil pontos de venda

A Olá não está surpreendida com a vitória. “Esse *ranking* já existe com a nossa categoria de produto há quatro anos e em 2015 também ficámos em primeiro lugar. Em 2016 ficou a Nestlé. Isto não é nada de novo, tem a ver com a forma como a Olá tem sido conduzida ao longo dos seus 57 anos de vida”, refere Pedro Gonçalves, diretor de Marketing da Olá, sustentando que estas oscilações têm mais a ver com o desempenho da concorrência, e não com algo de diferente que tenha sido feito com a marca de gelados da Unilever.

O diretor de Marketing sustenta que o desempenho da Olá tem por base três características que a marca recla- ▶

### AS 50 MARCAS QUE OS PORTUGUESES MAIS ADMIRAM

Índice MRI de 0 a 100. Fonte: Marktest

Ranking	Marca	MRI 2017	Ranking	Marca	MRI 2017
1	OLÁ	83,22	26	LG	75,49
2	Nestlé	82,56	27	FNAC	75,28
3	Mercedes	82,54	28	Sagres	75,23
4	Compal	81,77	29	Worten	74,81
5	Luso	81,38	30	LIDL	73,92
6	BMW	80,26	31	Hospitais CUF	73,83
7	TAP	79,87	32	Nokia	73,79
8	Danone	79,83	33	Siemens	73,70
9	Mimosa	79,77	34	Volkswagen	73,58
10	Milka	79,26	35	Vitalis	73,52
11	Gallo	79,17	36	CTT	73,47
12	Super Bock	78,97	37	Via Verde	73,43
13	Samsung	78,55	38	Sportzone	73,22
14	Oliveira da Serra	78,39	39	Fly Emirates	72,69
15	Audi	78,16	40	RTP	72,59
16	BOSCH	78,15	41	Toyota	72,44
17	Samsung	77,66	42	SIC	72,30
18	Comercial	77,30	43	Hospitais da Luz	72,24
19	Pedras Salgadas	77,14	44	SIC Notícias	72,21
20	Nacional	77,05	45	Whirlpool	71,67
21	Continente	76,98	46	Jumbo	71,45
22	Apple	76,70	47	Vodafone	71,19
23	Pingo Doce	75,93	48	Kellog's	70,38
24	Decathlon	75,91	49	Sony	70,20
25	RFM	75,77	50	Peugeot	70,14



## NEGOCIAR

► ma para si: presença, simplicidade e confiança. “Isto tem a ver com a nossa história e com os 55 mil pontos de venda a nível nacional onde estamos”, justifica Pedro Gonçalves, revelando que recebem com frequência nos *call centers* pedidos de novos cafés e restaurantes que querem vender a marca. “A crise na restauração já passou, sentimos muito isso, e os portugueses estão de novo confiantes e a passar mais tempo fora de casa”, explica.

Pedro Gonçalves reconhece a dificuldade em ficar na memória dos portugueses o ano inteiro, tendo em conta que os gelados são um produto sazonal, com entre 60% a 70% das vendas a serem feitas no verão. Mas a inovação em submarcas como a Magnum e a Carte D’Or contribui para gerar desejo nos consumidores fora dos meses mais quentes, revela o responsável, garantindo que o consumo em casa destas marcas tem contribuído para o posicionamento fora das épocas de maior calor. Neste momento, o consumo de gelados Olá em casa representa 35% das vendas, contra 65% de faturação feita no canal HORECA (hotéis, restaurantes e cafés). E ambos os canais estão a crescer.

### Crescer com Magnum e Carte D’Or

Em casa, o crescimento tem sido feito a reboque da popularização dos mini Magnum e dos *fingers*, bem como dos Carte D’Or, nomeadamente a tarte de maçã. Para impulsionar este momento de consumo, a marca lançou em abril o serviço Olá em Casa, que, como a denominação indica, leva os gelados a aniversários, casamentos ou festas de empresas na Grande Lisboa. “Este ano estamos a lançar o Solero 50 Calorias, que acompanha uma das tendências mais fortes de consumo, e já temos nos pontos de venda o Carte D’Or sem Lactose, e em 2018 vamos ter o Corneto sem Glúten”, revela.

Dentro do universo Olá, a Magnum está num mundo à parte. “É tratada de forma independente. Olá tem a ver com o coletivo e com informalidade. Magnum tem a ver com individualidade e é aspiracional”, explica Pedro Gonçalves. Nesse caminho, a Magnum elegeu duas embaixadoras este ano (à semelhança de 2016). A atriz Rita Pereira e a apresentadora Cristina Ferreira foram as escolhidas. Sob o lema ‘Assume a Atitude’, as duas celebri-



**Embaixadoras Magnum** A apresentadora Cristina Ferreira e a atriz Rita Pereira foram as escolhidas para dar corpo a duas edições especiais do Magnum: o Double Framboesa e o Double Coco, respetivamente

dades dão corpo a duas edições especiais deste ano: Magnum Double Coco e Magnum Double Framboesa. A Olá justifica as escolhas por serem duas das personalidades nacionais com mais mediaticidade e que transmitem os valores e posicionamento da marca: ousadia, espontaneidade e reconhecimento dos momentos de prazer.

Este também é o ano em que a Olá quer pegar na nostalgia do passado, associada aos verões passados a comer ►



## NEGOCIAR

## AGÊNCIAS IMOBILIÁRIAS

	Ranking	Rank MRI	MRI
Remax	1	77	<b>66,19</b>
ERA	2	99	<b>62,94</b>
Century 21	3	118	<b>57,78</b>
Keller Williams	4	150	<b>46,51</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>58,36</b>

## BANCA ONLINE

	Ranking	Rank MRI	MRI
Activo Bank	1	122	<b>56,95</b>
Banco Big	2	145	<b>47,95</b>
Best Bank	3	148	<b>47,10</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>50,67</b>

## COMPANHIAS AÉREAS

	Ranking	Rank MRI	MRI
TAP	1	7	<b>79,87</b>
Fly Emirates	2	39	<b>72,69</b>
British Airways	3	56	<b>68,64</b>
Lufthansa	4	66	<b>67,69</b>
Air France	5	76	<b>66,22</b>
Sata Internacional	6	79	<b>65,30</b>
KLM	7	97	<b>63,14</b>
Iberia	8	109	<b>60,83</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>68,05</b>

## COMPANHIAS AÉREAS LOW COST

	Ranking	Rank MRI	MRI
Ryanair	1	58	<b>68,41</b>
Easyjet Airlines	2	70	<b>67,32</b>
Transavia	3	134	<b>52,91</b>
Air Europa	4	137	<b>52,10</b>
Vueling Airlines	5	138	<b>51,28</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>58,40</b>

## GRANDE DISTRIBUIÇÃO

	Ranking	Rank MRI	MRI
Continente	1	21	<b>76,98</b>
Pingo Doce	2	23	<b>75,93</b>
LIDL	3	30	<b>73,92</b>
Jumbo	4	46	<b>71,45</b>
Minipreço	5	90	<b>63,88</b>
Intermarché	6	94	<b>63,47</b>
ALDI	7	124	<b>56,65</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>68,90</b>

## LOJAS DE DESPORTO

	Ranking	Rank MRI	MRI
Decathlon	1	24	<b>75,91</b>
Sportzone	2	38	<b>73,22</b>
Sports Direct	3	119	<b>57,54</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>68,89</b>

## SEGURADORAS

	Ranking	Rank MRI	MRI
Fidelidade	1	69	<b>67,35</b>
Allianz	2	95	<b>63,28</b>
Liberty Seguros	3	96	<b>63,25</b>
Tranquilidade	4	101	<b>62,86</b>
Zurich	5	103	<b>62,39</b>
Lusitânia Seguros	6	115	<b>58,08</b>
Ageas Portugal	7	121	<b>57,17</b>
Açoreana Seguros	8	123	<b>56,91</b>
CA Seguros	9	125	<b>56,46</b>
Mapfre	10	126	<b>56,35</b>
Ocidental	11	131	<b>53,93</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>59,82</b>

## SMARTPHONES

	Ranking	Rank MRI	MRI
Samsung	1	17	<b>77,66</b>
Apple	2	22	<b>76,70</b>
Nokia	3	32	<b>73,79</b>
Sony	4	49	<b>70,20</b>
Microsoft	5	59	<b>68,36</b>
LG	6	61	<b>68,27</b>
Huawei	7	71	<b>67,17</b>
HTC	8	128	<b>54,44</b>
Wiko	9	127	<b>54,50</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>67,90</b>

## HOSPITAIS PRIVADOS

	Ranking	Rank MRI	MRI
Hospitais CUF	1	31	<b>73,83</b>
Hospitais da Luz	2	43	<b>72,24</b>
Hospitais Lusíadas	3	62	<b>68,23</b>
Trofa Saúde Hospitais	4	92	<b>63,85</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>69,54</b>

## SEGURADORAS DIRETAS

	Ranking	Rank MRI	MRI
OK Teleseguros	1	114	<b>58,43</b>
Direct	2	130	<b>54,31</b>
Logo	3	132	<b>53,32</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>55,35</b>

## SEGURADORAS SAÚDE

	Ranking	Rank MRI	MRI
Multicare	1	86	<b>64,75</b>
Medis	2	87	<b>64,59</b>
Advancecare	3	116	<b>58,05</b>
<b>Índice médio</b>	—	—	<b>62,47</b>

Índice MRI de 0 a 100.

FONTE: MARKTEST

► gelados, e projetá-la para o futuro. “O que vamos ver é uma Olá que faz parte das nossas memórias e que nos faz lembrar o próximo verão”, avança o diretor, explicando que o objetivo é “despertar ansiedade para o próximo verão”. Sem revelar muitos detalhes, Pedro Gonçalves adianta que a marca vai explorar o potencial das redes sociais (Facebook e Instagram) e do YouTube, que vão ter 20% do investimento em comunicação, a que se soma uma campanha de televisão e publicidade exterior.

## Reputação é credibilidade

Além da Olá, a Marktest avaliou mais 152 marcas, para um total de 153, distribuídas por 25 categorias, das quais foram fornecidas à EXAME apenas 11 (ver infografia). Entre as 14 excluídas encontra-se a banca tradicional. As marcas da banca online encontram-se quase no fundo da tabela, com o Activo Bank (líder do sector) no 122.º lugar.

“Se, por um lado, a sustentabilidade dos negócios se mede cada vez mais pela opinião e confiança que os consumidores têm das organizações, das marcas, por outro, à medida que os produtos e serviços se tornam cada vez mais indiferenciados, a reputação, a imagem e a confiança nas marcas tornam-se num fator competitivo e diferenciador no mercado”, argumenta a responsável de estudos da Marktest.

Por sua vez, o Continente é o número um na grande distribuição, seguido a curta distância pelo Pingo Doce. Lidl, Jumbo, Minipreço e Intermarché completam a lista de hípsters e supermercados. Já nas lojas de desporto, a Decathlon vai à frente, na 24.ª posição, acompanhada pela SportZone e Sports Direct, na segunda e terceira posições, respetivamente. A categoria de smartphones coloca quatro marcas (Samsung, Apple, Nokia e Sony) no ranking geral das 50 mais, um resultado ao qual não será alheia a omnipresença destes aparelhos no dia a dia. Os hospitais privados CUF e Luz também se encontram entre as 50 marcas com melhor reputação, ocupando as 31.ª e 43.ª posições, respetivamente.

“Hoje, falar de reputação é falar de credibilidade, de confiança na marca, é falar sobre a admiração que temos pela marca. O modelo de negócio do século XX, assente exclusivamente em prémios económico-financeiros, não é suficiente nos nossos dias”, conclui Patrícia Alves. ●



**Negociar**  
As marcas que os portugueses admiram

**Gerir**  
Conheça as empresas mais felizes

**Entrevista**  
Nuno Ribeiro da Silva, presidente da Endesa Portugal

**Jun. 2017**  
Publicação Mensal  
**398** Portugal  
€4,20 (Continente)



# Exame

www.exame.pt



DAS CADEIRAS PARA BICICLETAS, CHÁVENAS DE CAFÉ E BOTÕES À CORTIÇA E AZEITE, SÃO VÁRIOS OS NEGÓCIOS PORTUGUESES QUE LIDERAM. NÃO ESBARRAM EM FRONTEIRAS E O MUNDO É O SEU MERCADO NATURAL. A PARTIR DE PORTUGAL, TÊM SUCESSO EM VÁRIAS GEOGRAFIAS

## 25 EMPRESAS QUE LIDERAM NO MUNDO



Exame 398 Junho 2017

25 EMPRESAS QUE LIDERAM NO MUNDO