

Análise CARMA PORTUGAL

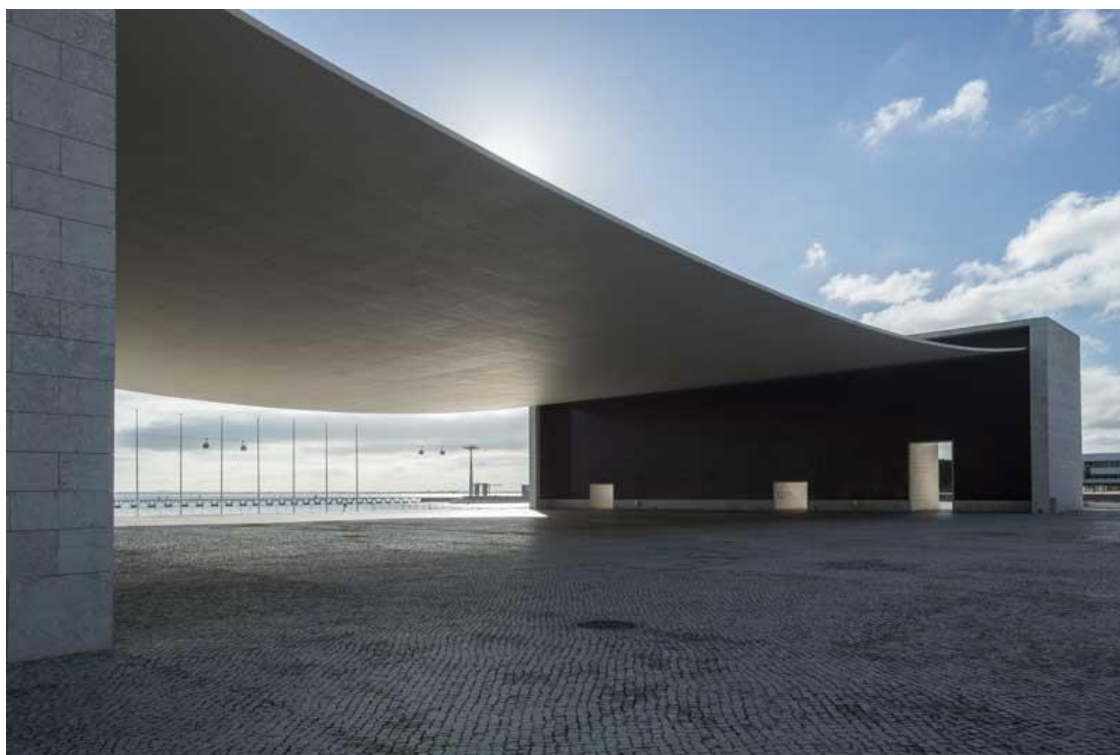
CEO MEDIA REPORT PORTUGAL 2021

ESTUDO SOBRE
OS CEOs PORTUGUESES
MAIS MEDIÁTICOS
EM 2021



CARMA

METODOLOGIA



ÂMBITO DA ANÁLISE

Esta análise baseia-se nos resultados recolhidos entre 1 de janeiro e 30 de setembro de 2021. Foram contabilizadas 3.555 notícias publicadas em imprensa e online.

CEO'S

A lista de CEOs a analisar foi elaborada com base no ranking das 500 Maiores e Melhores Empresas da revista Exame. Do top 10 desse ranking foram considerados os 10 CEOs com maior volume de artigos publicados em imprensa e online.

Os nomes que compõem o top 10 e que foram alvo de análise são: Miguel Stilwell d'Andrade, Ramiro Sequeira, Christine Ourmières-Widener, Andy Brown, Carlos Tavares, Cláudia Azevedo, João Bento, Alexandre Fonseca, Nuno de Freitas e Pedro Soares dos Santos.

FONTES MONITORIZADAS

Lista de fontes monitorizadas (imprensa e online): Diário de Notícias, Dinheiro Vivo, Exame, Expresso, Jornal de Negócios, Jornal de Notícias, Jornal Económico, Jornal i, Observador, Público, Sábado, Sol, Visão.

CEO

volume

Miguel Stilwell d'Andrade	618
Ramiro Sequeira	535
Christine Ourmières-Widener	286
Andy Brown	270
Carlos Tavares	219
Cláudia Azevedo	212
João Bento	201
Alexandre Fonseca	193
Nuno Freitas	154
Pedro Soares dos Santos	149

Ranking total de notícias de imprensa e online.

RELEVÂNCIA DA ANÁLISE

Foram considerados para análise qualitativa todas as notícias e artigos de opinião com referência direta aos CEOs listados e publicados em imprensa escrita de âmbito nacional. Todos os artigos foram analisados na perspetiva do CEO e de todo o conteúdo que lhe seja referente.

TOTAL DE ARTIGOS ANALISADOS

Imprensa nacional: foram analisados qualitativamente um total de 790 artigos de jornais e revistas com referência específica aos CEOs.

CLASSIFICAÇÃO DE FAVORABILIDADE CARMA

Este estudo foi conduzido utilizando a metodologia de medição e análise de media da CARMA, incluindo o Sistema de Classificação de Favorabilidade da CARMA.

O sistema de classificação de Favorabilidade da CARMA baseia-se num conjunto predeterminado de critérios criados para eliminar a subjetividade. Ao avaliar a favorabilidade de um artigo são considerados: o título; tamanho e localização do artigo; fotos anexadas; número e qualidade das fontes; mensagens positivas e negativas; e o tom geral do artigo.

A Classificação de Favorabilidade CARMA baseia-se numa escala de 0 a 100, com 0 a ser o menos favorável e 100 o mais favorável. Uma classificação de 50 determina uma cobertura neutra.

POSICIONAMENTO DO ARTIGO (MÁXIMO 20 PONTOS)

O posicionamento de um artigo tem um impacto significativo na classificação da sua favorabilidade. O tamanho e a localização do artigo, se a empresa é referida no título, e se uma foto ou outra grafia está presente, são fatores que afetam a classificação do artigo. Um máximo de 20 pontos podem ser adicionados ou subtraídos da classificação de favorabilidade de um artigo consoante o seu posicionamento.

FONTES E MENSAGENS NO ARTIGO (MÁXIMO 20 PONTOS)

A favorabilidade pode ser aferida ainda pelo corpo do artigo. Há duas maneiras quantificáveis de o fazer. Uma delas é com base no que as fontes do artigo dizem acerca da empresa. A outra é através de mensagens positivas ou negativas e caracterizações sobre a empresa. É possível adicionar ou subtrair no máximo 20 pontos da classificação de favorabilidade de um artigo devido ao posicionamento da fonte e da mensagem de um artigo.

TOM DO ARTIGO (MÁXIMO 10 PONTOS)

O último fator a afetar a classificação de favorabilidade é o tom. A CARMA analisa se o jornalista ou a fonte incluiu as suas opiniões no artigo e como essas opiniões refletiram acerca da empresa. Um máximo de 10 pontos podem ser adicionados ou subtraídos da Classificação de Favorabilidade de um artigo devido ao seu tom.

Esta metodologia foi aplicada aos CEOs alvo da análise.



ANÁLISE DE REPUTAÇÃO

Pretendemos com esta análise perceber, de forma breve, quais os vetores de reputação mais vinculados na comunicação relativa a cada um dos CEOs e consequentemente associados à empresa que representam.

A análise foi feita com base na metodologia de **Análise de Reputação do Institute for Public Relations** e que se foca em sete vetores:

Apelo Emocional – a organização é aberta e honesta na forma como faz negócios

Produtos e Serviços - a organização pode fornecer produtos e serviços de alta qualidade a um bom valor

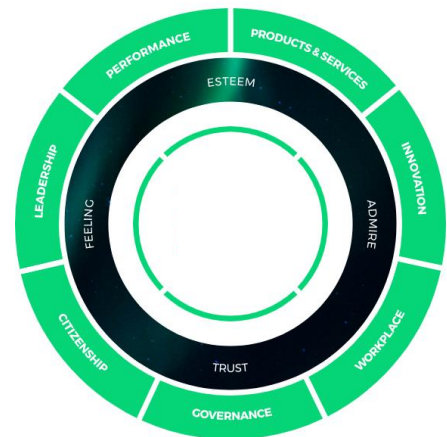
Inovação - a organização é inovadora e traz novos produtos e serviços para o mercado

Visão e Liderança - a organização tem uma visão clara para o futuro da empresa, bem como do seu setor

Ambiente Trabalho - a organização trata bem os seus funcionários

Performance Financeira - a organização oferece resultados financeiros sólidos que garantirão a existência da empresa por muitos anos

Responsabilidade Social - a organização é uma boa cidadã corporativa e assume a responsabilidade pelas suas ações



A reputação depende também da forma como as organizações se expressam, ou seja, até que ponto são visíveis, transmitem quem são, o que fazem e o que representam, tudo de forma consistente, distinta, autêntica, transparente e responsável.

A Gestão da Reputação baseia-se em cinco premissas que, bem trabalhadas, aumentam a probabilidade de uma organização ser bem vista pelos stakeholders e ter uma reputação mais sólida:

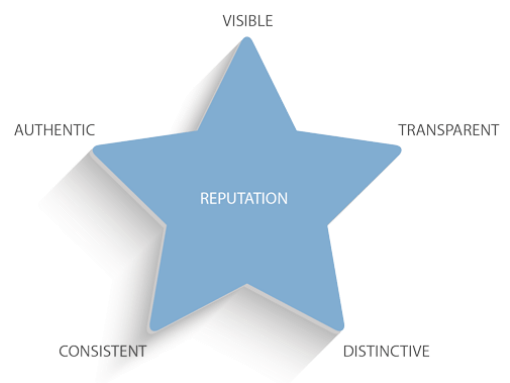
Consistência - analisa a forma com a organização é consistente nas ações de comunicação que desenvolve para os seus stakeholders e se essa comunicação é consistente com a imagem estratégica da organização, como um todo.

Distinção - analisa o nível de diferenciação da organização e de que forma esta se distingue no seu ambiente competitivo.

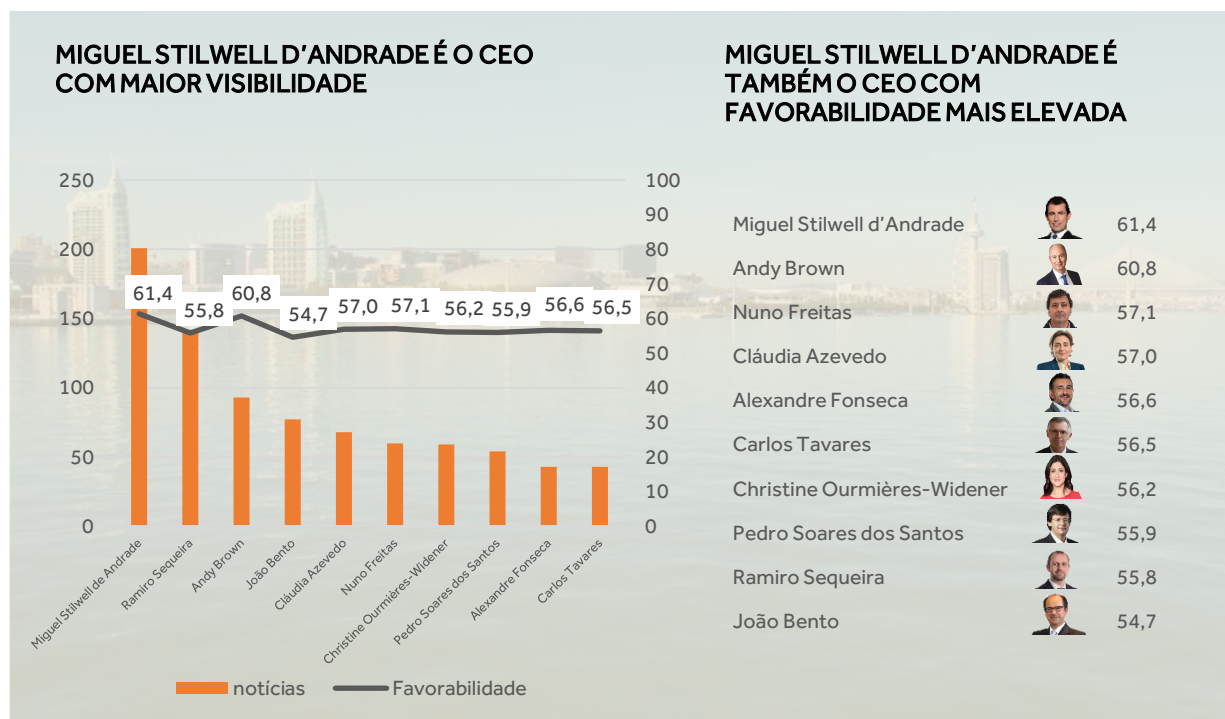
Identidade - uma organização que pretende atingir níveis elevados de reputação deve garantir que age de forma coerente com a sua identidade e que é autêntica.

Transparência - uma organização com uma forte reputação tende a ter muita visibilidade nos media. É necessário comunicar de forma a demonstrar a transparência como conduz as suas políticas.

Visibilidade - uma organização tem que se mostrar ao mercado, dar-se a conhecer. Está ou não focada nesse objetivo? Há estratégia nesse sentido?



OVERVIEW



Miguel Stilwell d'Andrade é o CEO com o maior volume de artigos e apresenta a Favorabilidade mais elevada deste ranking (61,4). Após assumir as funções de CEO interino aquando da suspensão de António Mexia, Stilwell é eleito pelos acionistas para liderar a EDP e EDPR até 2023. Assume um projeto de continuidade marcado por fortes investimentos nas renováveis, mas não se livra da polémica venda de barragens no Douro, negócio manchado por uma alegada fuga aos impostos.

Ramiro Sequeira tem o segundo maior volume de artigos, mas em termos de favorabilidade ocupa apenas a 9ª posição no ranking (55,8). A pandemia atirou a TAP para uma grande e difícil reestruturação e Ramiro Sequeira liderou a empresa até o Estado nomear um CEO para preencher a saída de Antonoaldo Neves.

Andy Brown fecha o top 3 em volume de artigos e ocupa a segunda posição em termos de favorabilidade (60,8). Após a renúncia de Carlos Gomes da Silva, este CEO tem em mãos a alteração profunda dos negócios da Galp, marcada pela transição energética.

João Bento apresenta favorabilidade positiva, apesar de ser a mais baixa do ranking (54,7). É o quarto CEO com maior volume de artigos num ano marcado pelo prolongamento do contrato de concessão do serviço postal universal entre o Governo e os CTT.

Cláudia Azevedo está entre Os Mais Poderosos do país e é uma das duas CEOs femininas presentes neste ranking. A líder da Sonae MC figura a meio da tabela, quer em volume de artigos, quer em termos de favorabilidade.

Nuno de Freitas fecha o top3 da favorabilidade (57,1) no ano em que a CP recuperou material circulante e passa a depender menos de terceiros. Fica rotulado como 'o melhor presidente que a CP teve em toda a sua história' pelo ministro das Infraestruturas, aquando da sua saída antecipada em finais de Setembro.

Christine Ourmières-Widener é a segunda mulher a figurar neste ranking. Apesar de ter entrado na TAP em Junho, ocupa a 7ª posição em volume de artigos e favorabilidade.

Pedro Soares dos Santos é o CEO número 8 deste ranking. Com a pandemia a continuar a marcar ano 2021, com consequências na retração dos lucros, o Pingo Doce volta a premiar os trabalhadores. Apresenta favorabilidade positiva (55,9).

Alexandre Fonseca ocupa a 9ª posição em termos de volume de artigos e a 5ª em termos de favorabilidade (56,6) num ano marcado pelo 1º despedimento coletivo na história da Altice Portugal e pelo leilão 5G.

Carlos Tavares fecha o top10 do volume de notícias e é 6º relativamente à favorabilidade (56,5) no ano marcado pela fusão da PSA com a Fiat-Chrysler dando origem ao 4º maior grupo automóvel e cuja liderança este CEO assumiu.

O QUE MUDOU NUM ANO



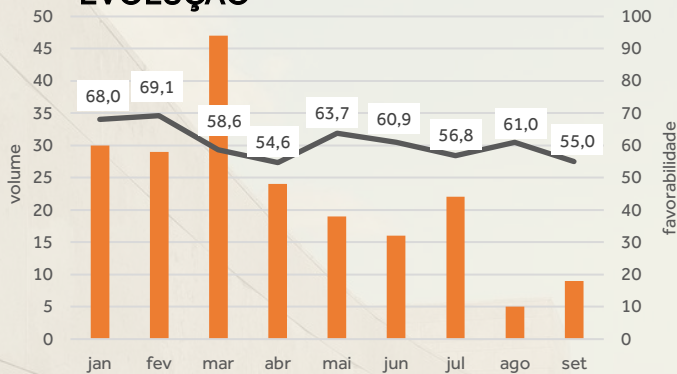
Relativamente ao CEO Media Report 2020 há mudanças a assinalar

- O volume total de notícias dos 10 CEOs mais mediáticos 2021 subiu relativamente a 2020
- O maior valor registado no índice de favorabilidade baixou relativamente a 2020, enquanto o menor valor subiu, o que se traduz numa redução do intervalo entre mínimo e máximo neste índice.
- Todos os CEOs apresentam favorabilidade positiva (acima de 50) o que melhora o desempenho geral relativamente a 2020, quando dois dos CEOs registaram favorabilidade abaixo de 50.
- Miguel Stilwell d'Andrade e Nuno de Freitas mantêm-se no top 10 dos CEOS mais mediáticos e sobem de posição no ranking de favorabilidade relativamente a 2020.
- Stilwell subiu em volume de artigos e, embora tenha baixado a favorabilidade, foi o mais favorável do top 10 2021. A confiança dos acionistas da EDP neste líder para continuar o plano já traçado para a empresa e com muito investimento previsto em renováveis deram a Stilwell favorabilidade muito positiva.
- Nuno de Freitas também viu subir o volume de artigos e baixar a favorabilidade. É o terceiro mais favorável. Deixou a liderança da CP no final de Setembro 2021, uma saída antecipada devido a divergências relativamente às verbas do Estado para a empresa.
- Alexandre Fonseca, Pedro Soares dos Santos, Ramiro Sequeira e João Bento são mais quatro dos CEOs que se mantêm no top 10 dos CEOs mais mediáticos. No entanto, todos desceram de posição no ranking de favorabilidade relativamente a 2020.
- Apenas Alexandre Fonseca manteve um volume idêntico de artigos relativamente a 2020 enquanto Pedro Soares dos Santos, Ramiro Sequeira e João Bento tiveram um incremento no volume de artigos.
- Andy Brown substituiu Carlos Gomes da Silva ao comando da Galp. Consegue maior volume de artigos e mantém uma favorabilidade idêntica à do seu antecessor.
- Christine Ourmières-Widener assumiu a liderança da TAP após a saída de Antonoaldo Neves. Ramiro Sequeira assumiu a posição de CEO interino no período de transição, a fase mais difícil da empresa. Após a entrada de Christine, regressou ao cargo de diretor de operações da companhia aérea. Christine é ligeiramente mais favorável do que Ramiro em 2021, mas não conseguiu atingir o valor alcançado por este em 2020.
- Carlos Tavares é um estreante neste Top CEOs e traz para este ranking a indústria automóvel. Está numa posição muito idêntica à de Alexandre Fonseca. Ambos ocupam posições na base do ranking de notícias e têm favorabilidade idêntica.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO

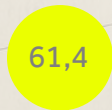


TOP ASSUNTOS

- Venda de barragens
- Bolsa
- Nova administração
- Estratégia EDP

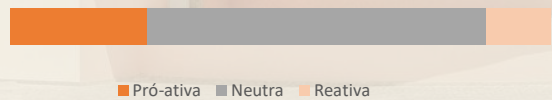
O mês de Março foi o mais mediático para Miguel Stilwell d'Andrade. A venda de seis barragens ao consórcio liderado pela Engie foi a temática que gerou maior volume de notícias. Apesar da polémica à volta da possível fuga ao pagamento de impostos, este CEO conseguiu justificar os procedimentos e deixar uma imagem positiva.

FAVORABILIDADE



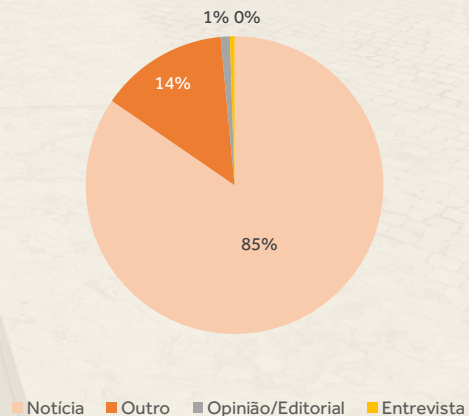
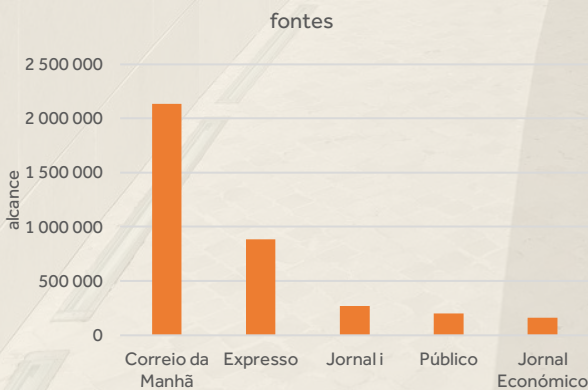
Muito Positivo

COMUNICAÇÃO



A favorabilidade atribuída a Miguel Stilwell é Muito Positiva. Este CEO mostrou alguma proatividade em termos de comunicação, mas a maioria dos artigos revelou uma comunicação neutra por parte do CEO.

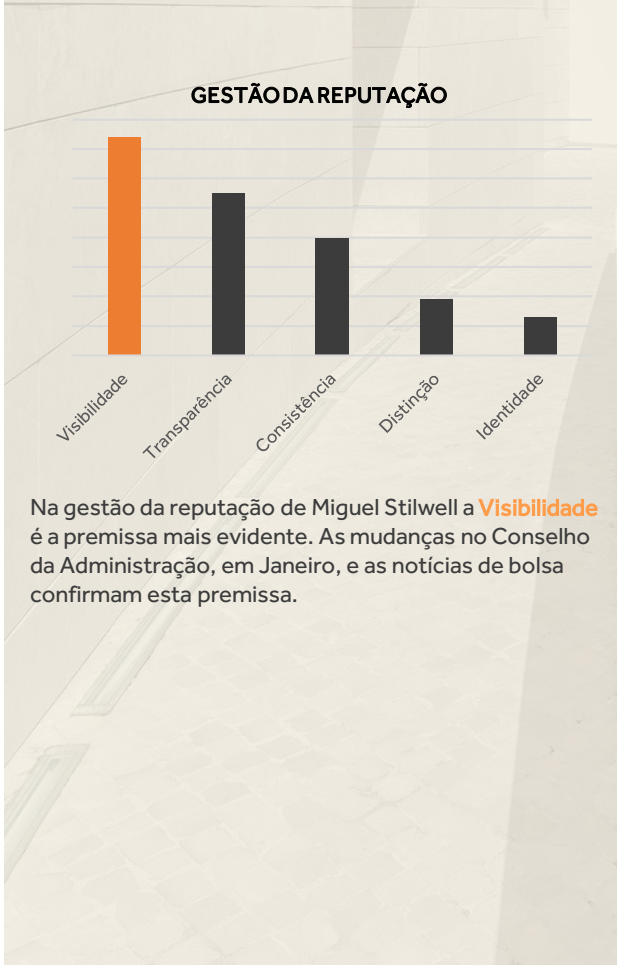
VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance deu a Miguel Stilwell. Apesar da predominância do formato Notícia, é de registar uma entrevista dada ao Expresso, na sede da EDP, onde o CEO falou do plano de negócios pensado para a EDP.



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Miguel Stilwell é **Performance**. O CEO da EDP deu a cara por inúmeros investimentos, principalmente em energias renováveis, parte da estratégia da empresa. Notícias de bolsa também deram um incremento a este vetor



Na gestão da reputação de Miguel Stilwell a **Visibilidade** é a premissa mais evidente. As mudanças no Conselho da Administração, em Janeiro, e as notícias de bolsa confirmam esta premissa.

EDP ambiciona lucrar mais 400 milhões em cinco anos rumo à neutralidade carbónica

Ana Brito

Grupos planam para investir 24 mil milhões de euros até 2025 e esperar que o resultado líquido seja para 4,2 mil milhões

Hoje, o plano de negócios prevê a criação de 24 mil milhões de euros em investimentos até 2025, com o objetivo de gerar um resultado líquido de 4,2 mil milhões de euros. O plano prevê também a criação de 10 mil empregos até 2025.

ser financiado por empréstimos que não são vinculados por empréstimo. "O crescimento e a criação de novos ativos de produção", anunciou Rui Teixeira, explicou, "vão gerar mais valor para os acionistas e para a sociedade".

Os números da estratégia

24 mil milhões de euros de investimento previsto até 2025 (até 30 mil em todos os cenários)

12 mil milhões de euros de lucro líquido previsto até 2025 (até 15 mil em todos os cenários)

100% de produção renovável a nível de grupo de energia para 2030, com o objetivo de atingir 100% até 2035

47 mil milhões de euros de investimento em ativos de produção até 2025, com o objetivo de atingir 47 mil milhões de euros até 2030

Um plano, outra estratégia por renovar a visão da administração e da liderança com os objetivos da EDP e com a empresa também que desenvolver soluções de crescimento sustentável através de parcerias com a EDP.



"Queremos continuar a ser líderes na transição energética", afirmou Stilwell

Impostos Negócio da venda das barragens foi "operação standard"

Miguel Stilwell d'Andrade garante que a estrutura de negócios de venda de barragens de Duro, sobre a qual foram levantadas suspeitas de planeamento fiscal agressivo, não é uma "operação standard", que se enquadra na realidade empresarial e que era a única possibilidade para a venda das barragens. "Não há nada de novo em fazer isto", disse o presidente executivo da EDP.

"Estaremos muito focados em continuar a acelerar o crescimento da EDP a nível internacional, sem esquecer a matriz portuguesa. Vamos continuar a investir muito em renováveis, vamos continuar em redes inteligentes, vamos investir em inovação"
Miguel Stilwell d'Andrade, CEO da EDP

Miguel Stilwell CEO da EDP

"A EDP ser forte é bom para a economia portuguesa"

"NÃO PRECISAMOS DE FAVORES DO GOVERNO NEM DE NINGUÉM"

44 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

46 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

47 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

48 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

49 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

50 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

51 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

52 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

53 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

54 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

55 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

56 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

57 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

58 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

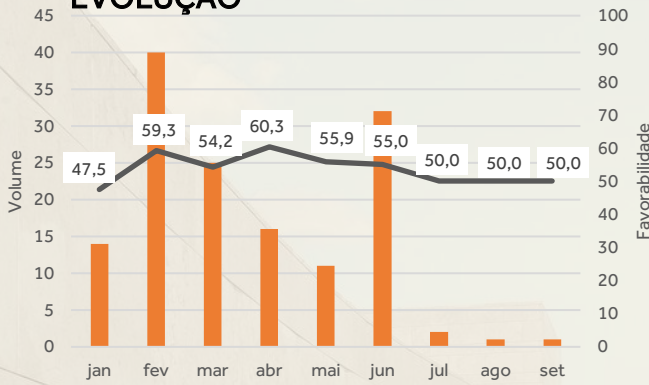
59 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB

60 O QUE O GOVERNO DEVE FAZER PARA AUMENTAR O PIB



OVERVIEW

EVOLUÇÃO

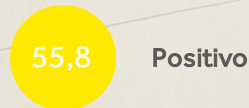


TOP ASSUNTOS

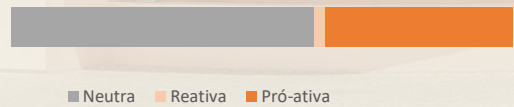
- Reestruturação da TAP
- Novo Conselho de Administração
- Regresso à Direção de Operações
- Groundforce

O mês de Fevereiro foi o mais produtivo em volume de notícias para Ramiro Sequeira. Com a TAP a viver dias difíceis devido à pandemia, assumiu a pasta de CEO interino até o Governo encontrar um novo CEO para a empresa e traçou o plano para que esta pudesse sobreviver. Em junho foi substituído por Christine Ourmières-Widener e regressou ao cargo do Diretor de Operações.

FAVORABILIDADE

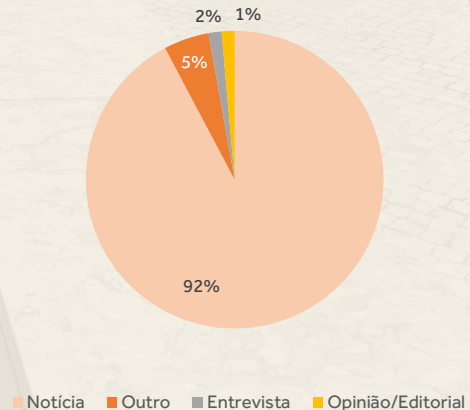
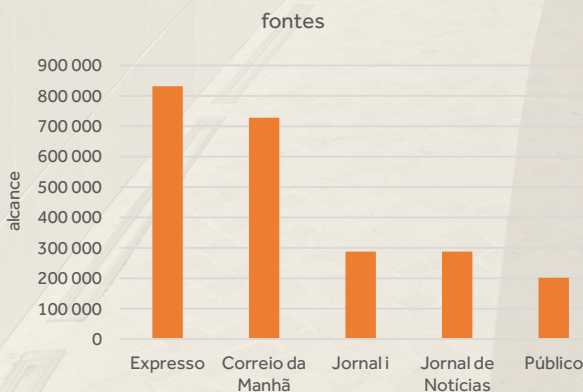


COMUNICAÇÃO

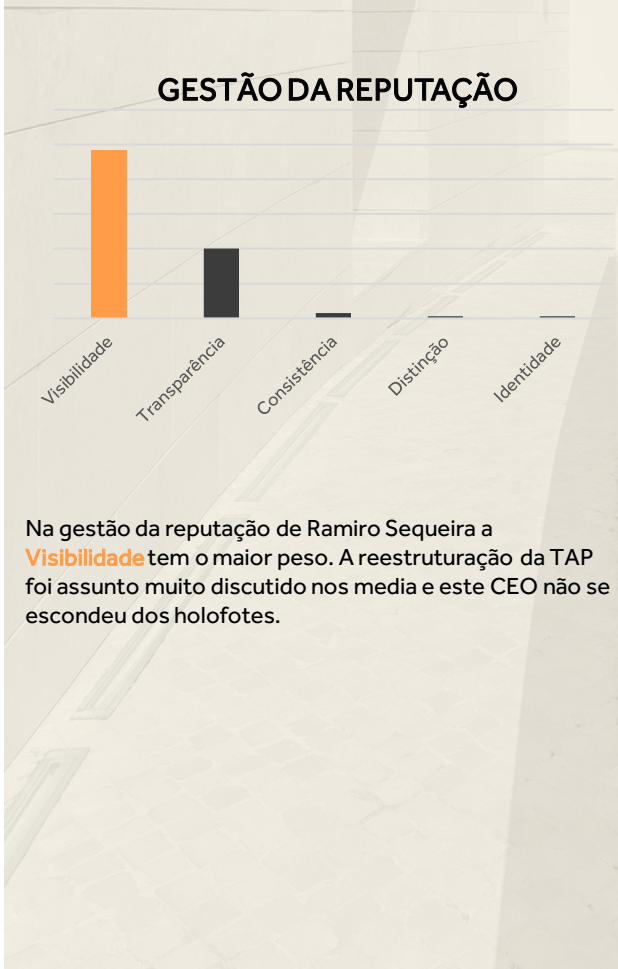


A favorabilidade atribuída a Ramiro Sequeira é Positiva. Este CEO mostrou alguma proatividade em termos de comunicação mas a maioria dos artigos denota ausência de comunicação.

VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Expresso foi a fonte que mais alcance gerou para Ramiro Sequeira. Apesar da predominância de Notícias sobre este CEO, é de registar a existência de duas Entrevistas e dois Artigos de Opinião/Editoriais.



TAP reabre medidas de adesão voluntária aos trabalhadores durante uma semana

Luís Vilhotes

Programa tinha acabado há 24 de Março, mas foi retomado até sexta-feira. Novos dados trabalhadores começaram a ser contactados



Em 2019, a TAP abriu o programa de adesão voluntária aos trabalhadores durante uma semana.

A TAP decidiu abrir por mais uma semana o programa de adesão voluntária aos trabalhadores, que esteve em vigor entre 15 de março e 15 de abril. A decisão foi tomada após a abertura de negociações com o sindicato dos trabalhadores da TAP, a Associação dos Trabalhadores do Aeroporto de Lisboa (ATA), para a reabertura do programa de adesão voluntária.

Segundo a administração, ao longo desta semana foram contactados cerca de 100 trabalhadores para aderirem ao programa de adesão voluntária.

Críticas dos sindicatos

A reabertura do programa de adesão voluntária aos trabalhadores da TAP foi criticada pelos sindicatos. Os sindicatos afirmam que a medida é uma tentativa de desviar a atenção da empresa para o problema da sustentabilidade, em vez de abordar as causas reais do problema. Além disso, os sindicatos afirmam que a medida não resolve o problema da sustentabilidade da empresa a longo prazo.

Críticas dos sindicatos

Os sindicatos afirmam que a medida é uma tentativa de desviar a atenção da empresa para o problema da sustentabilidade, em vez de abordar as causas reais do problema. Além disso, os sindicatos afirmam que a medida não resolve o problema da sustentabilidade da empresa a longo prazo.

"Perante este desafio que é global, tornou-se evidente o quão essencial é para o futuro da TAP este assinalável feito de chegar a acordo com todas as estruturas representativas dos trabalhadores, em tão pouco tempo"

Ramiro Sequeira, CEO da TAP

Plano de reestruturação da TAP submetido para aprovação até fim de maio. Nova administração e novos apoios dependem de 'luz verde' de Bruxelas

Plano de reestruturação da TAP submetido para aprovação até fim de maio. Nova administração e novos apoios dependem de 'luz verde' de Bruxelas.

A luz verde de Bruxelas ao plano de reestruturação da TAP deverá chegar até ao final de junho, um mês depois da expectativa do chairman da companhia aérea e do ministro das Infraestruturas que tinham sinalizado a aprovação do plano até maio. Fonte governamental afirma que as negociações com Bruxelas deverão acabar este mês, estando prevista a submissão do plano de reestruturação à aprovação da Comissão Europeia (CE) até ao final de maio.

Segundo a mesma fonte, a CE está em vários processos em curso, nomeadamente que se primário tripartite, com os novos cofinanciamentos gerais, "muitas companhias aéreas foram feitas a porta da Comissão Europeia, pelo que este processo não acontece entre a região que o Executivo gestora".

A mesma fonte afirma que a aprovação por parte da CE é necessária para a entrada da nova administração e para desbloquear as primeiras transações de apoio público à TAP, que se somam ao cheque final de 1,2 mil milhões de euros, totalmente entregue até ao ano passado, podendo a totalidade do financiamento atingir os 3,73 mil milhões de euros. Em 2021, o projeto previa entre 970 milhões e 1.164 milhões de euros. Em 2022, o orçamento situa-se entre 473 milhões e 603 milhões, segundo os 179 milhões e 438 milhões em 2023 e 392 milhões e 420 milhões de euros no ano seguinte.

Frente ao problema da companhia aérea, a administração afirma que, em termos de liquidez, foram encontrados recursos com a ajuda intercalar do Estado português, de 462 milhões de euros, a TAP aprovada no final de abril pela CE. Um cheque que ainda não chegou nos cofres da empresa, que foi concedido ao abrigo da linha de apoio para garantir a continuidade da TAP, que foi concedido ao abrigo da linha de apoio para garantir a continuidade da TAP, que foi concedido ao abrigo da linha de apoio para garantir a continuidade da TAP.

O ministro das Infraestruturas e dos Transportes, Pedro Nuno Santos, admitiu a 24 de março que "os trabalhos com Bruxelas estão a avançar bem". Adiantando que os negociações estão em curso, mas não muito próximas de se fechar, afirmou ao ministro.

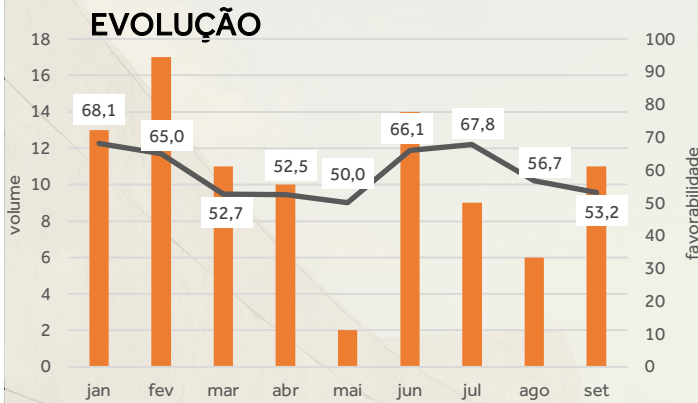
A nova administração da TAP, que está a ser liderada pelo atual CEO, Ramiro Sequeira, foi aprovada pelo Conselho de Administração da TAP em 15 de março. O plano de reestruturação da TAP, que inclui a venda de ativos não essenciais e a redução de custos, foi submetido à Comissão Europeia para aprovação. O plano prevê a criação de uma nova administração e a obtenção de novos apoios financeiros da Comissão Europeia.

Segundo a administração da TAP, o plano de reestruturação da TAP inclui a venda de ativos não essenciais e a redução de custos. O plano prevê a criação de uma nova administração e a obtenção de novos apoios financeiros da Comissão Europeia.

O plano de reestruturação da TAP inclui a venda de ativos não essenciais e a redução de custos. O plano prevê a criação de uma nova administração e a obtenção de novos apoios financeiros da Comissão Europeia.



OVERVIEW



TOP ASSUNTOS

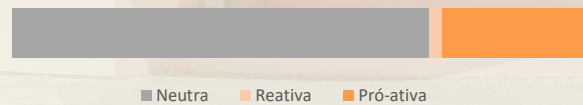
- Bolsa
- Novo CEO
- Renováveis
- Resultados

O mês de Fevereiro foi o mais produtivo em volume de notícias sobre Andy Brown, mês em que assumiu a liderança da Galp. O mês da Janeiro foi o mais favorável a Andy Brown, mês em que já se falava na sua ida para a Galp. Renováveis, descarbonização, transição energética foram conceitos presentes ao logo destes meses.

FAVORABILIDADE

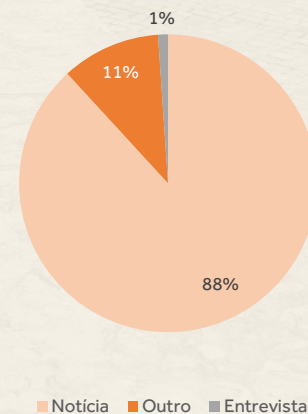
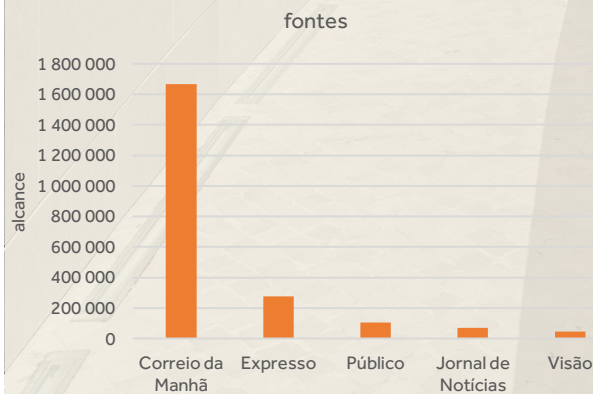


COMUNICAÇÃO



A favorabilidade atribuída a Andy Brown é Muito Positiva. O CEO da Galp foi relativamente pró-ativo em termos de comunicação, mas a maioria dos artigos não denota nenhuma ação em termos de comunicação.

VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance gerou a Andy Brown. Apesar da predominância de Notícias sobre este CEO, é de registar ainda uma Entrevista ao Expresso.

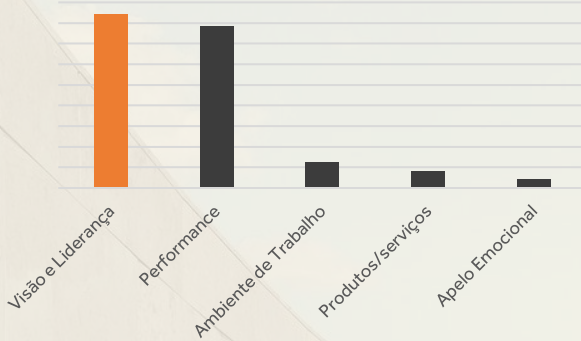
3

ANDY BROWN

GALP/PETROGAL

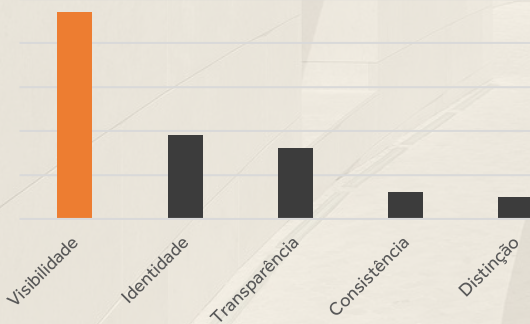


VETORES DE REPUTAÇÃO



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Andy Brown é a **Visão e Liderança**. O CEO da Galp tem uma visão clara do que será o futuro em termos energéticos e do caminho que a Galp terá de seguir.

GESTÃO DA REPUTAÇÃO



Na gestão da reputação de Andy Brown a **Visibilidade** tem o papel mais importante. Comentários de bolsa são a maioria dos artigos que vincam esta premissa.



“Temos vindo a apostar tanto na melhoria da sustentabilidade das nossas operações como no investimento em novas fontes de energia limpas.

Andy Brown, CEO da Galp

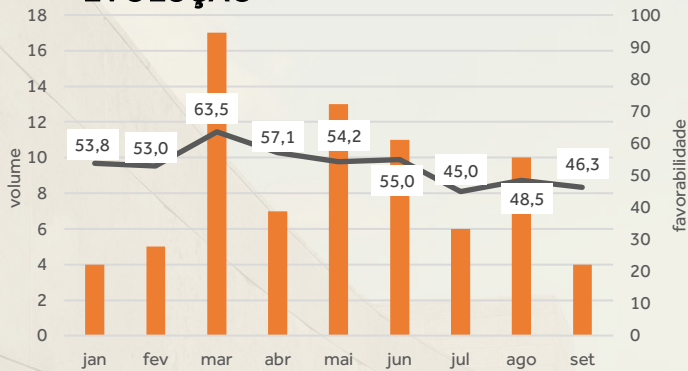
ENERGIA
GALP SOBE VENDAS DE PRODUTOS PETROLÍFEROS

A Galp registou vendas a clientes de 1,5 toneladas métricas de produtos petrolíferos no segundo trimestre, uma subida homóloga de 31% e um aumento 17% em relação aos primeiros três meses deste ano, informou a petrolífera liderada por Andy Brown à CMVM. A empresa justifica este desempenho com “o aumento da mobilidade registada durante o período e do alívio das medidas de confinamento que têm sido aplicadas na Península Ibérica”.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO

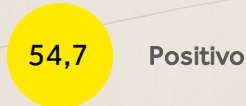


TOP ASSUNTOS

- Bolsa
- Lucros
- Compensações do Estado
- Concessão do serviço postal

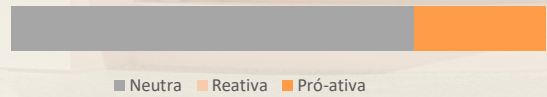
O mês de Março foi o mais produtivo em volume de notícias e o mais favorável para João Bento. O CEO pediu ao Estado que compense a empresa pelos "prejuízos" da pandemia.

FAVORABILIDADE

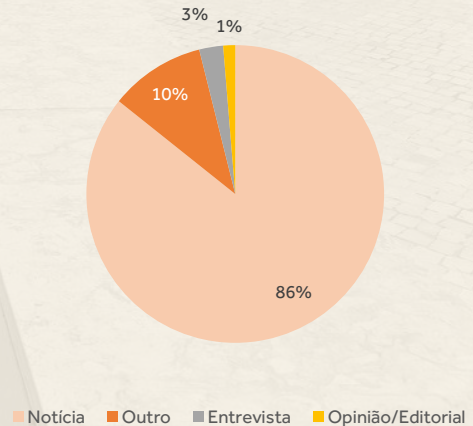


A favorabilidade atribuída a João Bento é Positiva. O CEO dos CTT foi relativamente proativo em termos de comunicação.

COMUNICAÇÃO



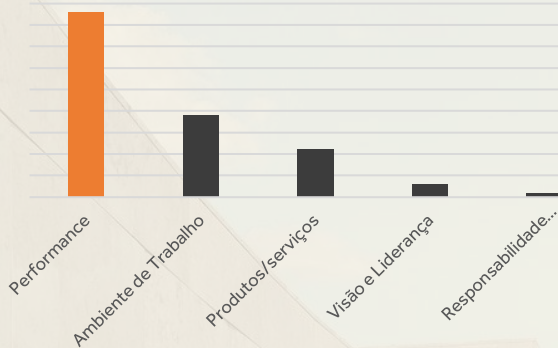
VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance deu a João Bento. Apesar da predominância de Notícias sobre João Bento, é de registar ainda duas Entrevistas, uma ao Jornal Económico e outra ao Jornal de Negócios.

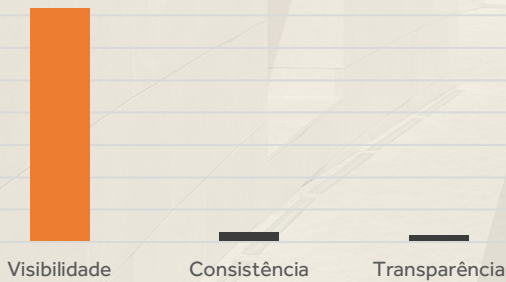


VETORES DE REPUTAÇÃO



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de João Bento é a **Performance**. O CEO dos CTT colocou ênfase na divulgação dos resultados da empresa.

GESTÃO DA REPUTAÇÃO



Na gestão da reputação de João Bento a **Visibilidade** é a premissa com maior valor. Há predominância de notícias de bolsa, o que incrementa esta premissa.



Empresa liderada por João Bento viu resultado subir 130,3% nos três primeiros meses do ano

CTT. Lucro dispara para 8,7 milhões de euros no primeiro trimestre

Encomendas expresso contribuíram para este aumento dos resultados. Banco CTT também deu uma ajuda para compensar queda do correio.

SONIA PERES PINTO
sonia.pintos@juniper.pt

Os CTT registaram um lucro de 8,7 milhões de euros no primeiro trimestre de 2021. Trata-se de um aumento de 136,3%, ou seja, mais cinco milhões face a igual período do ano passado. Os resultados operacionais aumentaram 14,1%, atingindo 205,3 milhões de euros, com destaque para o espaço de expresso e encomendas, que cresceu 26,1 milhões de euros (aumento de mais de 70%) e o Banco CTT a registar um crescimento de +1,7 milhões de euros (uma subida 8,7%), "que mais do que compensaram o decréscimo dos rendimentos no correio e outros de 1,6

milhões (-1,4%) e nos serviços financeiros e retalho de 0,9 milhões (-0,7%)", revela a empresa liderada por João Bento. De acordo com a empresa, as receitas do correio recuaram 1,5% face ao período homólogo para 1078 milhões de euros. As receitas do correio normal caíram 11,7% para 18,7 milhões de euros. O segmento foi pressionado pela "atividade reduzida de clientes empresariais", como bancos, empresas de telecomunicações e administração pública. Nos três primeiros meses do ano, os CTT registaram um agravamento dos custos operacionais, que se aumentaram 12,9% para 176,3 milhões de euros, como resultado do

aumento do volume de encomendas. **ATIVIDADE BANCÁRIA SOBRE JÁ** Banco CTT fechou o trimestre com uma subida dos rendimentos de 8,7% para 21,2 milhões de euros. O BCTTA novamente cresceu 26,6% para 4 milhões de euros. A empresa garante que a atividade do banco manteve-se "resiliente apesar do impacto das medidas de confinamento no encerramento de balcões" entre janeiro e março. "Os comités liquidados desta área de negócio cresceram 0,7 milhões (+9,7%), positivamente impactados pelos comités recebidos do Banco CTT de 1,5 (+47,9%) em resultado do crescimento obtido nas comissões e cartões de -0,9 milhões

(-763,4%), já que em abril de 2020 foi introduzido um modelo de comissionamento do cartão de débito, e, ainda, pelo segredo e PFR de + 0,4 milhões (+51,8%)", informa ainda. Por sua vez, as comissões recebidas dos pagamentos caíram 0,8 milhões (-2,5%). "No entanto, quebras ocorreram no pagamento de portagens e tarifas, fortemente afetadas pela redução da procura de serviços transacionados na área de pagamentos no decurso das medidas de restrição impostas pelo estado de emergência". **FUTURO DO SERVIÇO POSTAL** Os resultados da empresa surgem na mesma semana em que a Autoridade Nacional de Comunicações revêtu de seis meses os dados no âmbito da preparação do futuro contrato de concessão do serviço postal universal, que entrará em vigor quando terminar o atual contrato entre o Estado e os CTT, válido até ao final do ano. A AdC e a empresa, no que diz respeito à qualidade do serviço, "o conjunto de indicadores de qualidade de serviço (QS) em vigor desde 2018, bem como os objetivos de desempenho do BCTT associado, mantendo assim o nível de exigência face ao que tem existido para o atual prestador" do serviço universal.

"Foi um trimestre de crescimento em que prova que os CTT têm um caminho de crescimento à sua frente mesmo com o correio em declínio"
João Bento, CEO dos CTT

CTT pedem que Estado compense os "impactos da pandemia"

Compensação poderá passar por pagamento total em dinheiro ou por um aumento dos preços do correio.

Os CTT querem ser compensados pelo Estado pelos "impactos da pandemia". A garantia foi dada esta quarta-feira pelo CEO dos Correios depois de terem apresentado uma queda dos lucros de 42,9% para os 16,7 milhões de euros, no ano passado. A empresa liderada por João Bento explica a quebra dos resultados com a "interrupção do correio" durante os períodos de confinamento e pelo consequente "tempo lento". Acresce o aumento dos custos operacionais, face ao crescimento do volume de encomendas, e o "insustentável enquadramento regulatório de preços" no serviço postal universal. Esta compensação, de acordo com o responsável, poderá passar por um pagamento total em dinheiro, ou parte dela por um aumento dos preços do correio, referiu numa conferência com analistas. Ainda assim, admite que estas exigências podem acabar num "processo de arbitragem" com o Estado.

Recorde-se que o contrato de concessão do Serviço Postal Universal entre o Governo e os CTT foi prorrogado até ao final de setembro de 2021. Um prazo que já tinha sido avançado pelo Naccer do SPP.

O diploma acabou por ser aprovado em Conselho de Ministros, "sem alteração inelutável dos atuais termos e condições de prestação do serviço".

A empresa liderada por João Bento disse, na altura, que "apesar dos esforços e das diligências, iniciados pelos CTT muito antes da emergência da crise pandémica, não foi possível por razões a que são totalmente alheios, que a transição para um novo contrato ocorresse em devido tempo. Assim, tal como anunciado recentemente, o Governo decidiu determinar a referida extensão, justamente ao abrigo da situação excepcional em curso", disse em comunicado.

No entanto, a empresa afirmou que face ao atual contexto de pandemia, em que consideram ser "crucial manter os serviços às populações e a integridade das cadeias logísticas" vai assegurar a continuidade da prestação do serviço público de correio e demais serviços concessionados, "impedindo uma crise desnecessária e sem precedentes, de interrupção de um serviço público essencial". Mas foi mais longe: "Os CTT fazem-no, sem prejuízo das iniciativas que consideramos adequadas, tendo em conta a necessidade de reequilibrar. fruto da queda abrupta do correio, um contrato de concessão que, em 2020 e no período de prorrogação, não se alguma sustentável", acrescentando que a decisão "tem ainda em conta a convicção criada nas múltiplas interações, nomeadamente durante as últimas semanas, com o Governo quanto à necessidade de evolução das condições para a prestação do serviço público de correio, que recupere a sustentabilidade futura e de longo prazo". É de referir que o Banco CTT deu lucro pela primeira vez. Tem 2020, num ano profundamente marcado pelo impacto da pandemia de covid-19 no contexto económico, o Banco CTT atingiu pela primeira vez um resultado líquido consolidado positivo", indicam a empresa. O resultado foi de 200 mil euros. S.P.P.

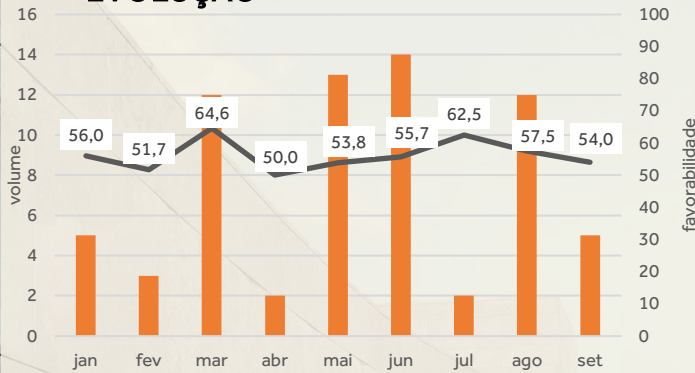


Lucro dos Correios tombaram 42,9% para 16,7 milhões



OVERVIEW

EVOLUÇÃO



TOP ASSUNTOS

- Business Roundtable Portugal
- Bolsa
- Os mais poderosos do país

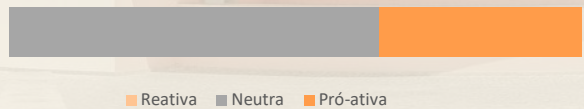
O mês de Junho foi o mais produtivo em volume de notícias sobre Cláudia Azevedo. A criação da Associação Business Roundtable Portugal foi o assunto dominante nesse mês. A divulgação das 100 mulheres mais poderosas do país e a apresentação dos resultados de 2020 fizeram do mês de Março, o mais favorável a esta CEO.

FAVORABILIDADE

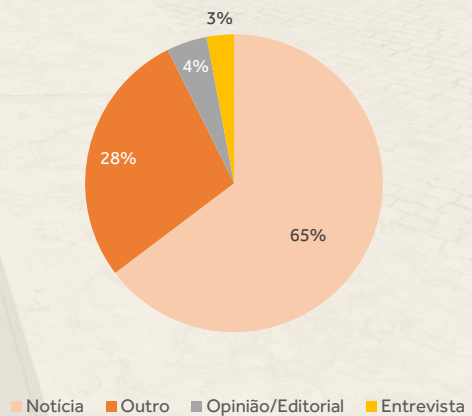
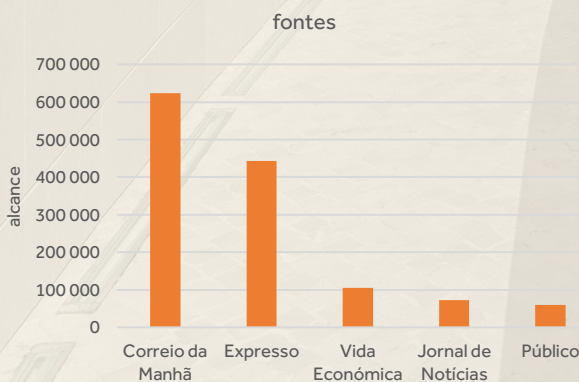


A favorabilidade atribuída a Cláudia Azevedo é Positiva. A CEO da Sonae MC foi relativamente proativa em termos de comunicação.

COMUNICAÇÃO



VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance gerou a Cláudia Azevedo. Apesar da predominância de Notícias sobre esta CEO, é de registar ainda duas Entrevistas e três Artigos de Opinião/Editoriais.

5

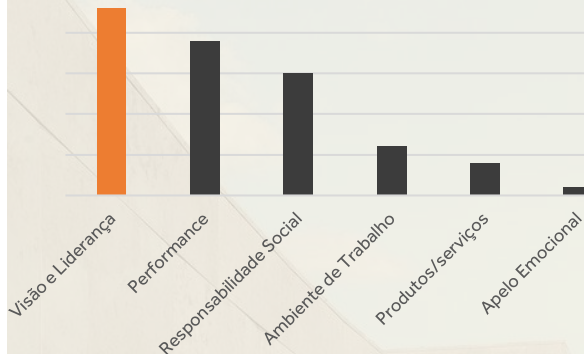
CLÁUDIA AZEVEDO

SONAE MC

SONAE MC

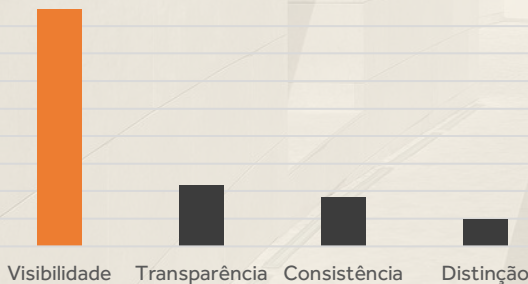


VETORES DE REPUTAÇÃO



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Cláudia Azevedo é a **Visão e Liderança**. A CEO da Sonae MC figura entre as mulheres mais poderosas do país e há quem diga que herdou do pai a veia de negócios.

GESTÃO DA REPUTAÇÃO



Na gestão da reputação de Cláudia Azevedo a **Visibilidade** é a premissa com maior ênfase, nomeadamente no que diz respeito à presença entre as mulheres mais poderosas de Portugal

Lei das rendas “mal feita” custa quase 90 milhões à Sonae

A gestora de centros comerciais da Sonae fechou o ano com prejuízos, que o grupo atribui à lei que, em 2020, libertou os lojas de pagamento de rendas fixas. A Sonae calcula que a medida terá beneficiado “grandes grupos internacionais” em mais de 400 milhões de euros.

“Nada nos dá a impressão de que a lei tenha sido mal feita”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma.

“A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma.

“A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma.

“A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma. “A lei das rendas foi aprovada em 2020, mas os efeitos começaram a ser sentidos em 2021”, afirma.



Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, com o livro “Stronger Together”, em representação do grupo em 2021.

O ANO DA SONAE

Receitas do Continente cresceram “acima do mercado”

“A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*. “A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*.

“A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*. “A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*.

“A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*. “A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*.

“A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*. “A Sonae fechou o ano com resultados positivos”, afirma Cláudia Azevedo, CEO da Sonae, em entrevista à *Expresso*.

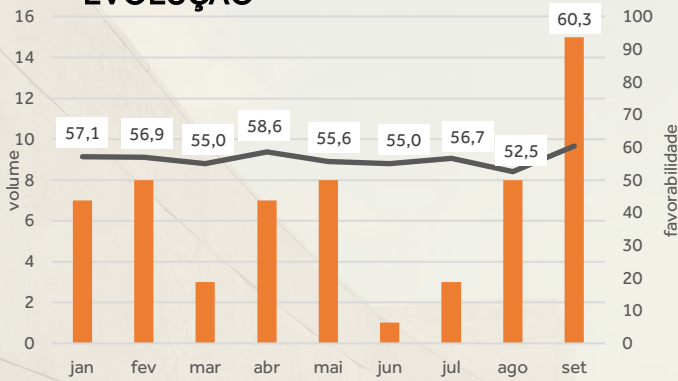
(o desconto dado aos grandes grupos com presença nos shoppings) “poderia ter sido investido em Portugal, teria sido mais eficiente do que oferecê-lo a grandes grupos internacionais”.

Cláudia Azevedo, CEO da Sonae MC



OVERVIEW

EVOLUÇÃO



TOP ASSUNTOS

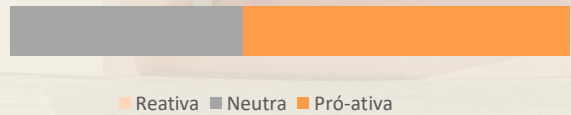
- Melhor presidente da CP
- Recuperação de comboios
- Aquisição de novos comboios

O mês de Setembro foi o mais produtivo em volume de notícias sobre Nuno de Freitas e também o mais favorável. A recuperação de material circulante que estava parado e a aquisição de novos comboios é o legado que deixa. Saiu no final de Setembro após o Ministro das Finanças "empatar o saneamento da dívida da empresa". Para o Ministro das Infraestruturas "nós perdemos hoje o melhor presidente que a CP já teve em toda a sua história"

FAVORABILIDADE



COMUNICAÇÃO



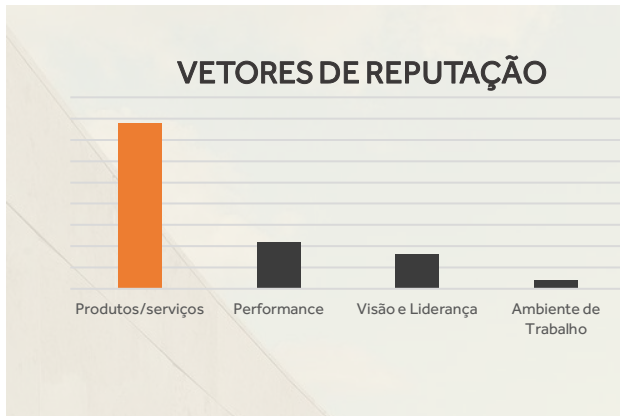
A favorabilidade atribuída a Nuno de Freitas é Positiva. O CEO da CP foi bastante proativo em termos de comunicação.

VISIBILIDADE NOS MEDIA

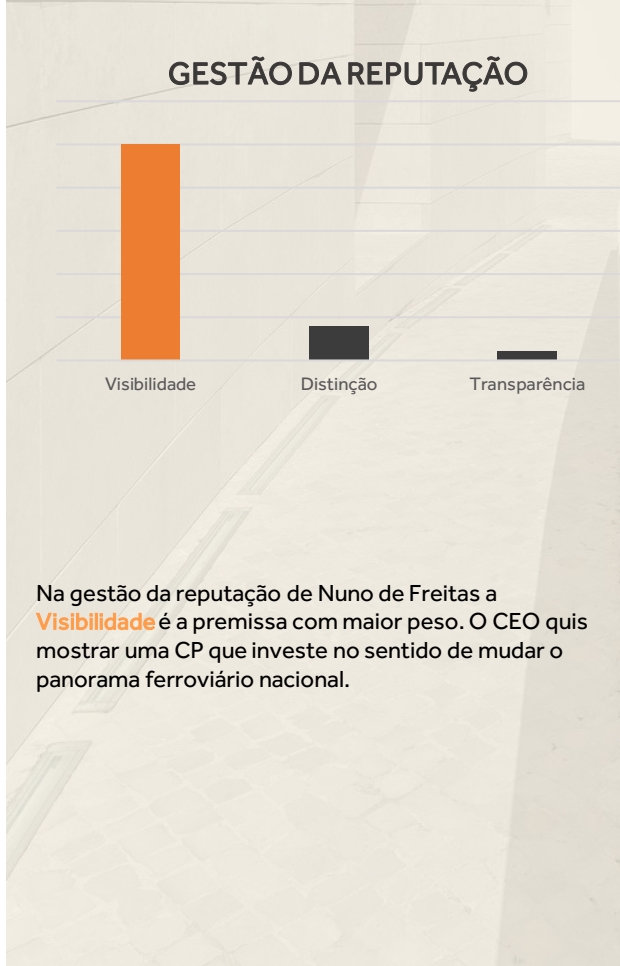


O Correio da Manhã foi a fonte que maior alcance gerou a Nuno de Freitas. Apesar da predominância de Notícias sobre este CEO, é de registar ainda duas Entrevistas e três Artigo de Opinião/Editorial.

6 NUNO DE FREITAS CP



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Nuno de Freitas é **Produtos/Serviços**. O CEO da CP colocou ênfase na aquisição de novos comboios e reabilitação de outros e nas ligações ferroviárias.



Na gestão da reputação de Nuno de Freitas a **Visibilidade** é a premissa com maior peso. O CEO quis mostrar uma CP que investe no sentido de mudar o panorama ferroviário nacional.

Leixões volta a ter comboios de passageiros com linha duplicada

Presidente da CP e secretário de Estado das Infraestruturas defendem regresso dos passageiros à linha de cintura da Grande Porto desde que haja ligação ao metro. Transportadora quer comboio diário para Madrid.

—NUNO DE FREITAS

A linha de Leixões poderá voltar a ter comboios de passageiros no próximo ano. Para que isso aconteça, precisa de uma ligação ao metro da Grande Porto e de uma ligação ao metro de Madrid. O secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas, afirmou ao longo de uma reunião com o presidente da CP, Nuno de Freitas, e o secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas.



Nuno de Freitas, à CP, e António Costa, ministro da Infraestrutura, durante um regresso aos comboios rápidos.

...NUNO DE FREITAS
A linha de Leixões poderá voltar a ter comboios de passageiros no próximo ano. Para que isso aconteça, precisa de uma ligação ao metro da Grande Porto e de uma ligação ao metro de Madrid. O secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas, afirmou ao longo de uma reunião com o presidente da CP, Nuno de Freitas, e o secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas.

...NUNO DE FREITAS
A linha de Leixões poderá voltar a ter comboios de passageiros no próximo ano. Para que isso aconteça, precisa de uma ligação ao metro da Grande Porto e de uma ligação ao metro de Madrid. O secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas, afirmou ao longo de uma reunião com o presidente da CP, Nuno de Freitas, e o secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas.

“Da minha experiência, senti que a separação da infra-estrutura da CP, com a constituição da Refer, marcou o início do declínio do caminho-de-ferro em Portugal. Julgo mesmo que esta minha sensação é partilhada pela grande maioria dos profissionais do sector”.

Nuno de Freitas, CEO da CP

Presidente da CP defende que criação da Refer “marcou início do declínio” da ferrovia



Carlos Capucho

“Foi a separação artificial da infraestrutura da CP e a criação da Refer que marcou o início do declínio do caminho-de-ferro em Portugal. Julgo mesmo que esta minha sensação é partilhada pela grande maioria dos profissionais do sector”.

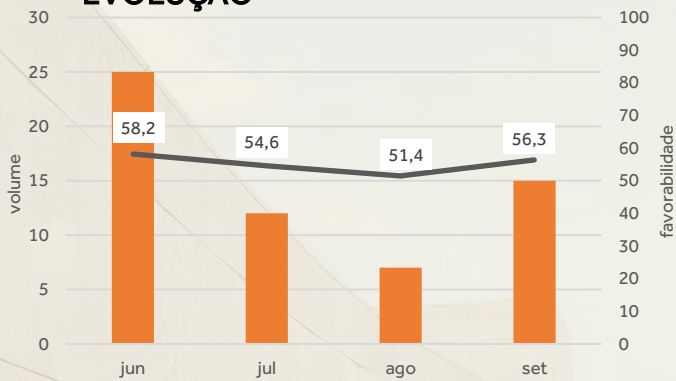
...NUNO DE FREITAS
A linha de Leixões poderá voltar a ter comboios de passageiros no próximo ano. Para que isso aconteça, precisa de uma ligação ao metro da Grande Porto e de uma ligação ao metro de Madrid. O secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas, afirmou ao longo de uma reunião com o presidente da CP, Nuno de Freitas, e o secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas.

...NUNO DE FREITAS
A linha de Leixões poderá voltar a ter comboios de passageiros no próximo ano. Para que isso aconteça, precisa de uma ligação ao metro da Grande Porto e de uma ligação ao metro de Madrid. O secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas, afirmou ao longo de uma reunião com o presidente da CP, Nuno de Freitas, e o secretário de Estado das Infraestruturas, Nuno de Freitas.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO



TOP ASSUNTOS

- Substituição CEO
- Despedimento coletivo
- Reestruturação da TAP

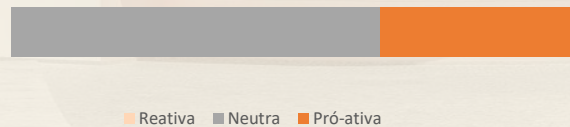
Christine Ourmières-Widener começa a ser mencionada na imprensa apenas a partir do mês de Junho, altura em que assume a liderança da TAP. A chegada desta CEO à TAP é o assunto dominante e, apesar da crise que a empresa atravessa, a favorabilidade de Christine é Positiva.

FAVORABILIDADE

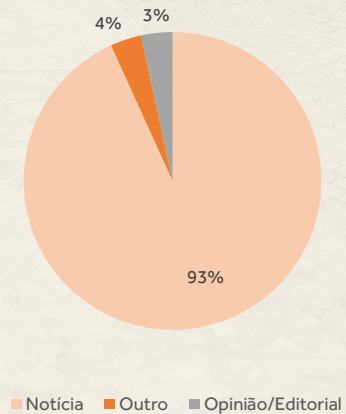
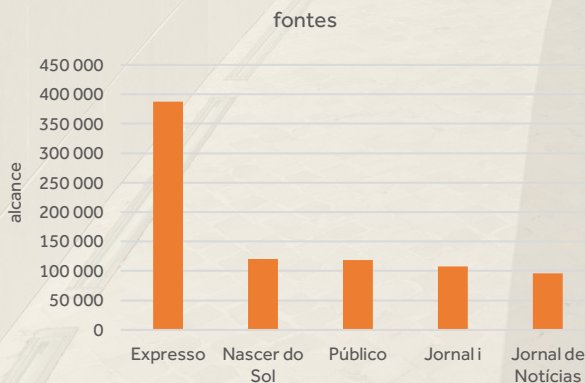


A favorabilidade atribuída a Christine Ourmières-Widener é Positiva. A CEO da TAP foi bastante proativa em termos de comunicação.

COMUNICAÇÃO



VISIBILIDADE NOS MEDIA

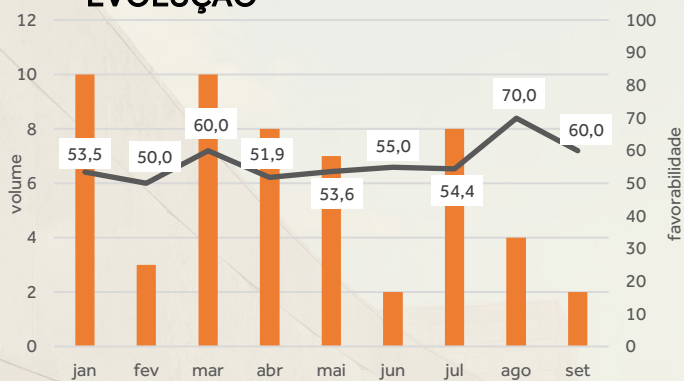


O jornal Expresso foi a fonte que mais alcance gerou a Christine Ourmières-Widener. Apesar da predominância de Notícias sobre esta CEO, é de registar ainda dois Artigos de Opinião/Editorial.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO

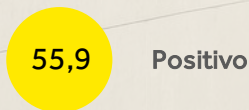


TOP ASSUNTOS

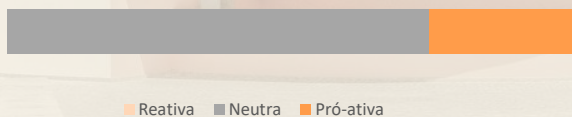
- Resultados
- Bolsa
- Prémio aos trabalhadores
- Remuneração administração
- PRR

Os meses de Janeiro e Março foram os mais produtivos em volume de notícias sobre Pedro Soares dos Santos, mas no mês de Agosto o CEO do Pingo Doce/Jerónimo Martins conseguiu a favorabilidade mais positiva. A apresentação de resultados foi o tema mais mediático na informação relativa a este CEO.

FAVORABILIDADE

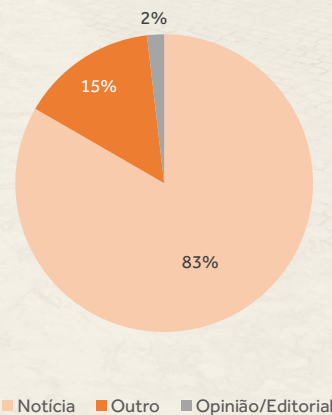
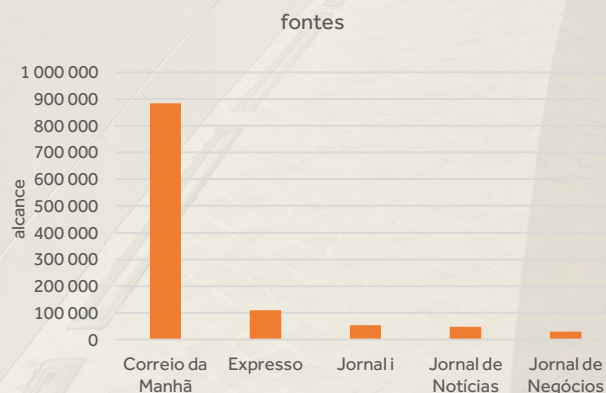


COMUNICAÇÃO



A favorabilidade atribuída a Pedro Soares dos Santos é Positiva. O CEO do Pingo Doce/Jerónimo Martins foi relativamente proativo em termos de comunicação.

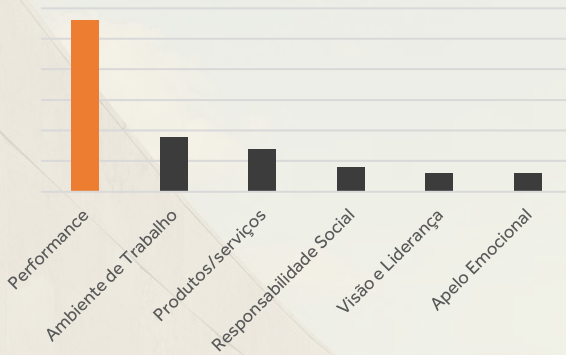
VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance gerou a Pedro Soares dos Santos. Predomina o formato Notícia na informação deste CEO.

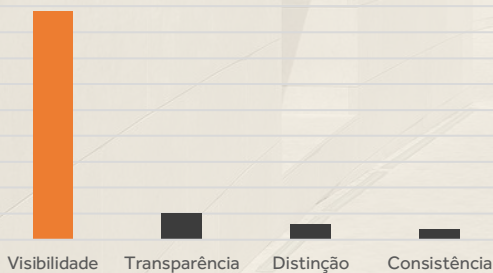


VETORES DE REPUTAÇÃO



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Pedro Soares dos Santos é a **Performance**. O CEO do Pingo Doce/Jerónimo Martins colocou ênfase na divulgação dos resultados operacionais. Notícias de bolsa também dão ênfase a este vetor.

GESTÃO DA REPUTAÇÃO



Na gestão da reputação de Pedro Soares dos Santos a **Visibilidade** é a premissa com maior peso. Artigos sobre análise bolsista e a distribuição de prémios aos trabalhadores foram assuntos dominantes.

PEDRO SOARES DOS SANTOS LUCROS DE 186 MILHÕES



O Grupo Jerónimo Martins lucrou nos primeiros seis meses do ano 186 milhões de euros. As vendas consolidadas do grupo subiram 6,3%, com destaque para as vendas do Pingo Doce, que subiram 10% no 2º trimestre.

"num ano marcado por uma exigência sem precedentes espoletada pela pandemia de Covid-19, o grupo registou um sólido desempenho operacional e reforçou o seu balanço"

Pedro Soares dos Santos, CEO Pingo Doce/Jerónimo Martins

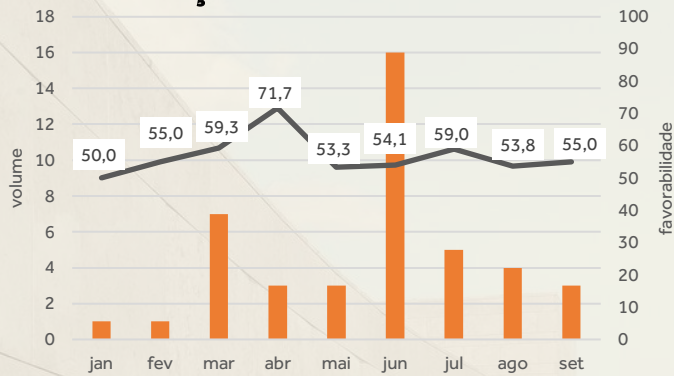
Dona do Pingo Doce dá 6,6 milhões aos trabalhadores

COMÉRCIO A Jerónimo Martins distribuiu pelo Natal cerca de 20 milhões de euros aos trabalhadores do grupo dono do Pingo Doce, entre outros. Cerca de um terço, perto de 6,6 milhões, foi atribuído aos colaboradores em Portugal. O anúncio foi feito por Pedro Soares dos Santos, CEO do grupo, quando também avançou que a JM fechou 2020 com vendas de 19,3 mil milhões de euros, mais 3,5% face a 2019.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO



TOP ASSUNTOS

- Despedimento coletivo
- Leilão 5G
- Receitas
- Plano de saídas voluntárias

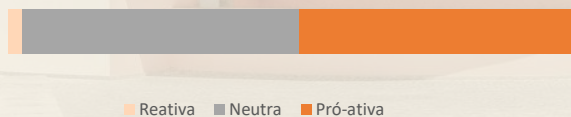
O mês de Junho foi o mais produtivo em volume de notícias sobre Alexandre Fonseca, mas foi em Abril que o CEO da Altice conseguiu favorabilidade mais positiva ao anunciar o crescimento das receitas em ano de crise e dar uma entrevista ao Nascer do Sol. É uma das vozes mais críticas à atuação da Anacom no leilão 5G. Este ano fica marcado por saídas voluntárias de trabalhadores e um despedimento coletivo.

FAVORABILIDADE

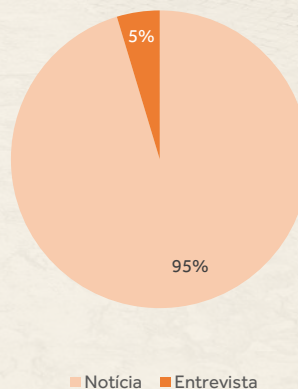
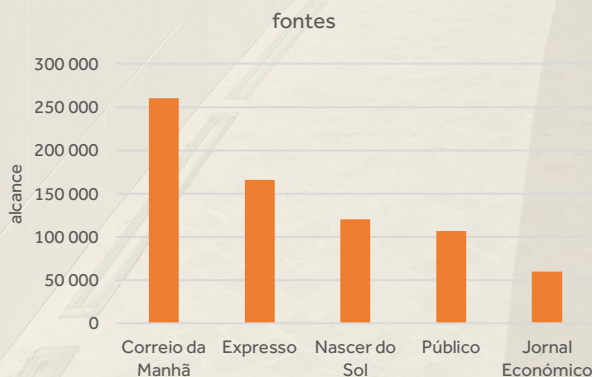


A favorabilidade atribuída a Alexandre Fonseca é Positiva. Cerca de metade dos artigos denotam proatividade deste CEO em termos de comunicação.

COMUNICAÇÃO



VISIBILIDADE NOS MEDIA

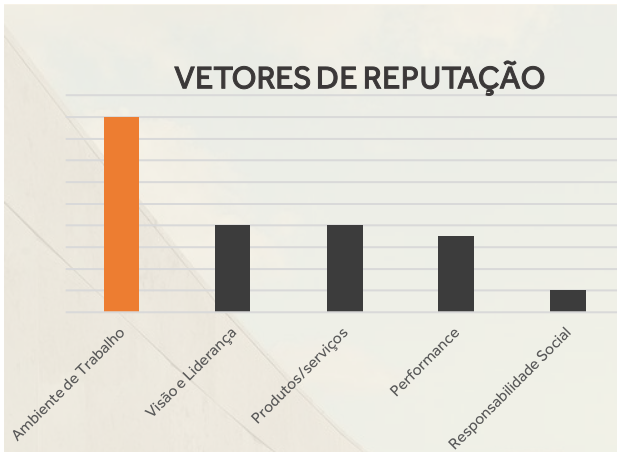


O jornal Correio da Manhã foi a fonte que mais alcance gerou a Alexandre Fonseca. Apesar da predominância de Notícias sobre este CEO, é de registar ainda a existência de duas Entrevistas.

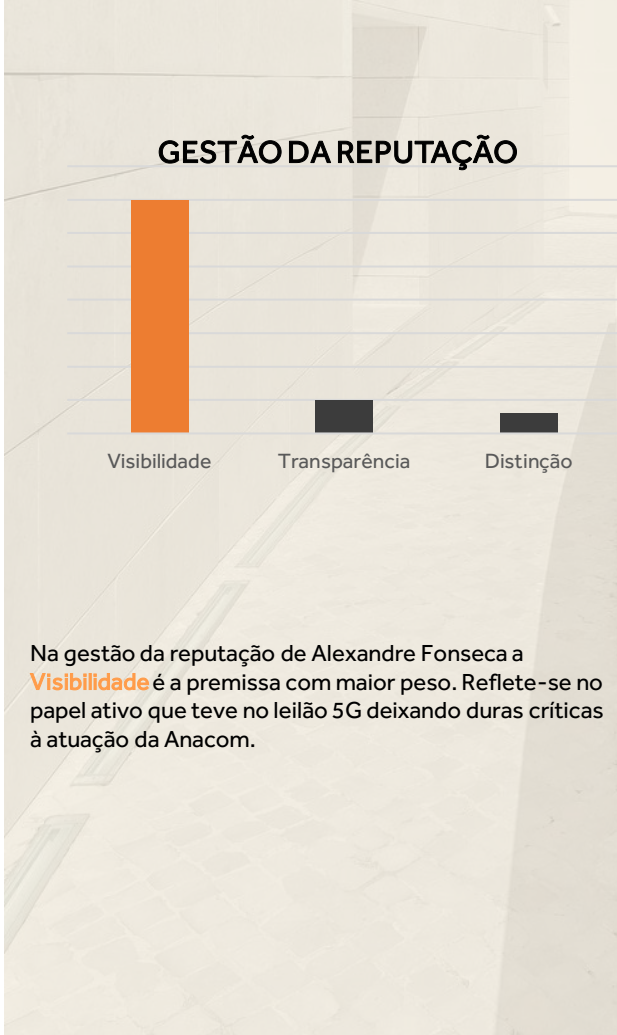
9

ALEXANDRE FONSECA

MEO/ALTICE



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Alexandre Fonseca é **Ambiente de Trabalho**. A saída de trabalhadores marcou este ano da Altice.



Na gestão da reputação de Alexandre Fonseca a **Visibilidade** é a premissa com maior peso. Reflete-se no papel ativo que teve no leilão 5G deixando duras críticas à atuação da Anacom.

Altice espera adesão elevada a plano de saídas voluntárias

A Altice Portugal, dona da MEO, lançou um novo programa de saídas voluntárias. Admite que possam afectar cerca de dois mil pessoas. Adverte que a maioria saiu em situação de pré-reformas. Argumenta que tem o dobro dos trabalhadores dos seus concorrentes.

8.000 TRABALHADORES a Altice Portugal contabiliza 8 mil colaboradores directos e 20 mil indirectos.

47,5 IDADE Actualmente, a Altice Portugal tem uma média de idade no seu quadro de pessoal de 47,5 anos.

Alexandre Fonseca, CEO da Altice Portugal, lança um novo programa de saídas voluntárias.

Altice espera um programa de 15 de março, com cerca de 20 mil trabalhadores a sair. A maioria deles terá entre 40 e 50 anos, com uma média de idade de 47,5 anos. O plano prevê a saída de cerca de 8 mil colaboradores directos e 20 mil indirectos. A empresa espera que a adesão seja elevada, especialmente entre os trabalhadores que estão em situação de pré-reforma.

“Não me compete fazer comentários políticos, só peço que sejam criadas condições para que continuemos a investir e a fazer o nosso trabalho e enquanto cidadão peço as condições para que Portugal continue a ser um país cada vez mais competitivo no panorama internacional.”

Alexandre Fonseca, CEO Altice

QUEM TUTELA O SETOR E TEM RESPONSABILIDADES PERANTE O PAIS DEVE MUDAR A LIDERANÇA DA ANACOM'

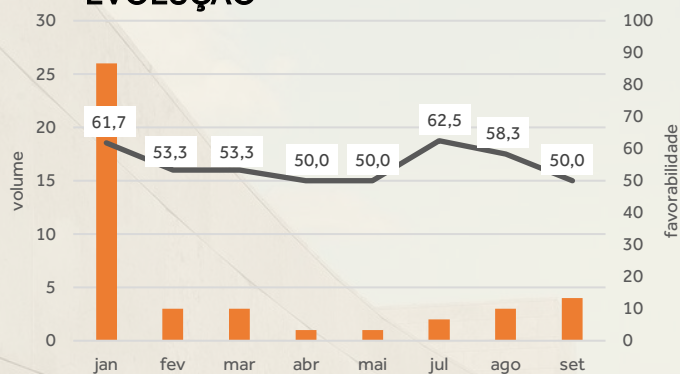
O Nacem do SOL viajou com o CEO da Altice e com o CEO da MEO para fazer uma visita ao leilão de 5G. Durante a viagem, Alexandre Fonseca fez duras críticas à situação do regulador e ao seu papel na atribuição do 5G, uma tarefa que critica ser "pura" relação com o TTT e a Anacom.

Uma autoridade como a Anacom tem de dar o exemplo.



OVERVIEW

EVOLUÇÃO



TOP ASSUNTOS

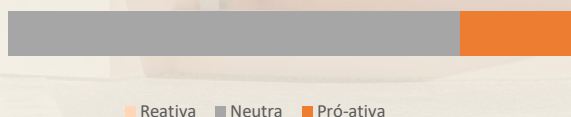
- Novo CEO Stellantis
- Fusão entre PSA e Fiat-Chrysler

O mês de Janeiro foi o mais produtivo em volume de artigos sobre Carlos Tavares. Este CEO, que já liderava a francesa PSA, assumiu o comando da Stellantis, resultante da fusão entre a PSA e o grupo italo-americano Fiat-Chrysler (FCA).

FAVORABILIDADE

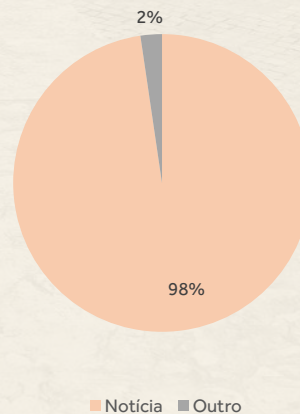
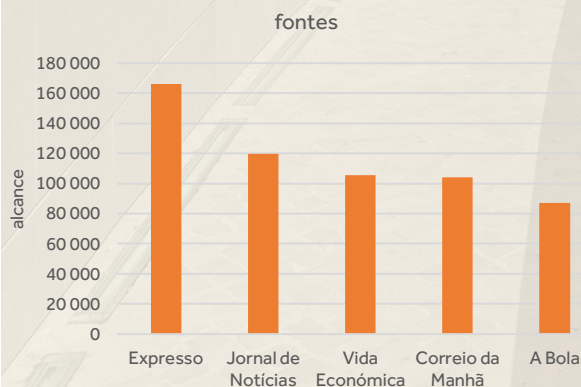


COMUNICAÇÃO



A favorabilidade atribuída a Carlos Tavares é Positiva. O CEO da PSA / FCA foi relativamente proativo em termos de comunicação.

VISIBILIDADE NOS MEDIA



O jornal Expresso foi a fonte que mais alcance gerou a Carlos Tavares. Predomina o formato Notícia na informação relativa a este CEO.

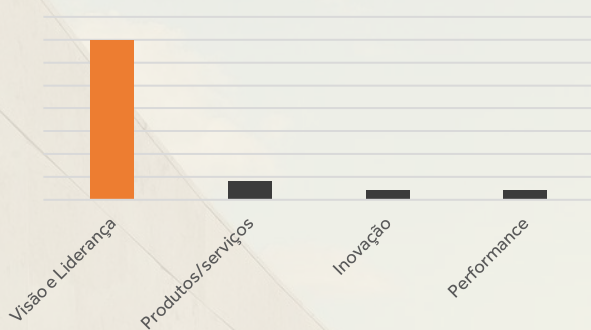
10

CARLOS TAVARES

PEUGEOT/FCA PORTUGAL

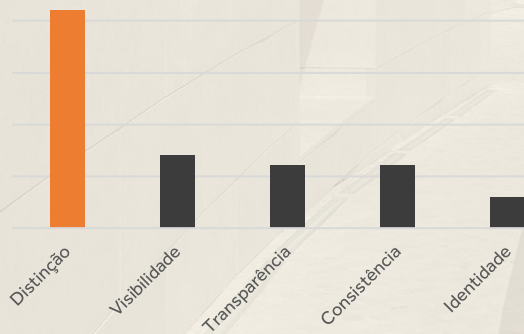


VETORES DE REPUTAÇÃO



O vetor de reputação mais marcante na comunicação de Carlos Tavares é a **Visão e Liderança**. O CEO que assumiu a liderança do grupo Stellantis mostra conhecer bem o mercado em que atua e qual o futuro que pretende para a empresa que lidera.

GESTÃO DA REPUTAÇÃO



Na gestão da reputação de Carlos Tavares a **Distinção** é a premissa com maior peso. É considerado um dos mais poderosos e influentes portugueses da atualidade pela sua carreira no mundo automóvel.

CARLOS TAVARES O PORTUGUÊS À FRENTE DO NOVO GIGANTE AUTOMÓVEL

Mais de um ano depois de ter sido anunciado a fusão entre a francesa PSA e a Fiat-Chrysler e após a aprovação de Bruxelles, o negócio via finalmente a luz do dia. A liderança do quarto maior fabricante mundial cabe a Carlos Tavares, um apaixonado por motores e corridas, que tem como missão criar um campo automóvel em vendas e quota de mercado.

TEXTO: Sílvia Pires Pinto

Carlos Tavares é um homem que sabe lidar com a pressão. Desde a sua chegada ao mundo empresarial em 1982, passou por momentos de grande tensão, como a fusão de Peugeot e Citroën em 1998, a aquisição da Chrysler em 2007 e a fusão com a Fiat em 2014. Hoje, com a criação do novo gigante automóvel Stellantis, Carlos Tavares enfrenta o desafio de liderar um dos maiores grupos industriais do mundo. O CEO português, conhecido pelo seu espírito de liderança e pelo seu gosto por desafios, acredita que a fusão entre a francesa PSA e a italiana Fiat-Chrysler criará um novo líder mundial. Carlos Tavares, 62 anos, é um homem de poucas palavras, mas de muita força. Ele acredita que a fusão vai criar valor e que a empresa vai avançar para a próxima fase desta história fabulosa.



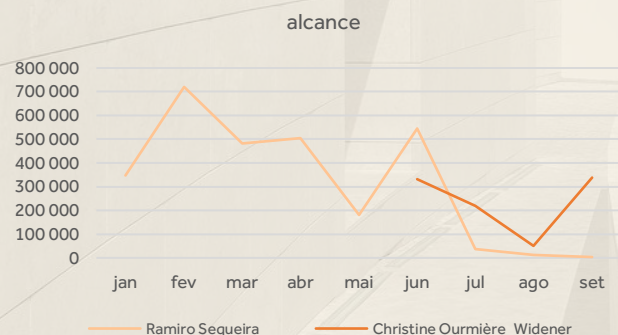
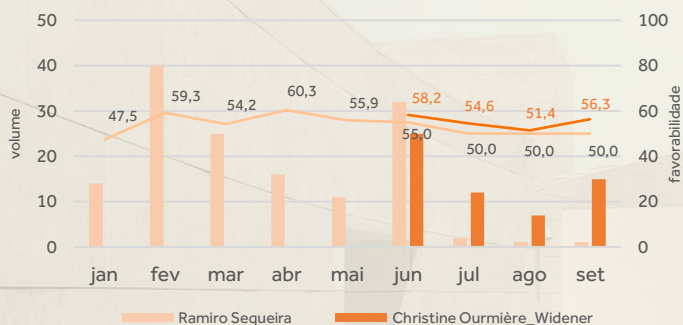
"esta fusão vai «criar valor», estando assim dados os passos para «avançar para a próxima fase desta história fabulosa»
 Carlos Tavares, CEO PSA/FCA

Carlos Tavares
 Engenheiro

É um dos protagonistas da indústria automóvel. Será o presidente-executivo da Stellantis, uma aliança que junta a Peugeot-Citroën e a Fiat-Chrysler

O QUE MUDOU AO LONGO DO ANO?

MUDANÇA DE CEO NA TAP



Ramiro Sequeira assumiu a liderança da TAP no período transitório após a saída de Antonoaldo Neves e até que o Estado nomeasse um novo CEO. Tinha como missão fazer com que a TAP sobrevivesse e por isso deu início ao processo para redução de custos com pessoal. Em Junho foi substituído por **Christine Ourmières-Widener** que passou a conduzir os destinos da companhia aérea e tendo pela frente o grande desafio da reestruturação.

55,8

Positivo



56,2

Positivo



Christine Ourmières-Widener tem favorabilidade ligeiramente mais alta do que **Ramiro Sequeira** apesar de a situação da empresa continuar a ser delicada. Tem a confiança do Governo mas aguarda avaliação da Comissão Europeia ao plano de reestruturação da companhia aérea. A informação da nova CEO tem um alcance mais baixo relativamente ao de Ramiro Sequeira enquanto CEO.

Sobre a CARMA

A CARMA é líder mundial em *Media Intelligence* e presta serviços de monitorização e análise de informação em todas as formas de media tradicional e redes sociais.

Combina tecnologia de ponta com o expertise das suas equipas para recolher conteúdos mediáticos e fornecer aos clientes análises capazes de os ajudarem a levar o negócio para o próximo nível.

Há mais de três décadas que a CARMA ajuda as organizações a potenciar o *Media Intelligence*, de forma a que estas consigam compreender o disruptivo mundo dos media e que possam agir estrategicamente, evitando dados sem utilidade e sem qualquer significado, e possibilitando a descoberta de insights relevantes para agilizar a tomada de decisões e criar Valor para o seu negócio.

 CLIENTSERVICES.PT@CARMA.COM

 LISBOA

 WWW.CARMA.COM



CARMA

