

 Data: 14 Dezembro 2006	Publicação: Lusa.pt	Perfil: Generalista	Página: 01 Corte: -1/1-
	Suplemento:	Periodicidade: on line	
Lift - LIFT			

13-12-2006 14:55:00. Fonte LUSA. Notícia SIR-8595187

Temas: economia marketing empresas portugal

Comunicação: Consultora Lift quer promover gestão de reputação em Portugal

Lisboa, 13 Dez (Lusa) - A consultora de comunicação Lift quer promover junto das empresas do mercado português a importância de uma boa gestão de reputação, tendo estabelecido uma parceria exclusiva com o organismo internacional Reputation Institute, foi hoje divulgado.

Após três meses de negociações, a empresa do grupo Bairro Alto é, a partir deste mês, a representante exclusiva para Portugal do Reputation Institute para as áreas de "Knowledge" (conhecimento) e "Advice" (aconselhamento), ficando habilitada, entre outras competências, a implementar no mercado português novos conceitos de gestão baseados na reputação corporativa e a disponibilizar e desenvolver produtos e serviços da organização internacional.

"Não estamos a falar de comunicação, mas sim de mudar de atitudes e de comportamentos. A gestão de reputação passa por transmitir a verdade para todos os públicos-alvo de forma organizada e sistematizada", afirmou o director-geral da Lift, Salvador da Cunha.

"Os activos intangíveis são os mais importantes das empresas e a reputação ainda é um activo intangível", reforçou.

Uma das vertentes mais visíveis da associação com o Reputation Institute vai ser a selecção das empresas portuguesas com melhor reputação.

Portugal vai integrar em 2007, e pela primeira vez, o projecto Global Rep Trak Pulse, um 'ranking' que vai ter este ano a primeira edição e que dará a conhecer as 200 empresas com melhor reputação em todo o mundo a partir de uma selecção de 25 países.

"Em 2007, o Rep Trak vai ser alargado a 35 países, incluindo Portugal, estando já seleccionadas 100 empresas portuguesas que serão avaliadas", explicou, acrescentando que a selecção das empresas foi baseada nos critérios de dimensão e volume de negócios.

A consultora de comunicação será a responsável pela coordenação do projecto, que terá em Janeiro uma primeira fase com o arranque de inquéritos junto de um painel seleccionado e qualificado.

O painel, que será constituído por diferentes 'stakeholders' das empresas (clientes, comunidade, investidores, fornecedores), irá opinar sobre a reputação das empresas com base em 7 dimensões: visão e liderança, performance financeira, produtos e serviços, inovação, ambiente de trabalho, governo de sociedades e responsabilidade social.

Estes critérios foram identificados pelo Reputation Institute como as 7 dimensões-chave mais importantes para a percepção de uma boa gestão de reputação.

No entanto, e como salientou Salvador da Cunha, "cada empresa tem a sua personalidade e terá que moldar o seu próprio puzzle" de dimensões, dando como exemplo os casos da Compal e da Media Capital.

Enquanto que a Compal terá que concentrar a sua gestão de reputação em critérios como produtos e serviços ou liderança, a Media Capital terá de apostar nas dimensões de performance financeira, inovação ou governo de sociedades, de acordo com o responsável.

Criado em 1997, o Reputation Institute está presente em 25 países, como Estados Unidos, Brasil, Austrália, China, África do Sul, Reino Unido e Dinamarca, baseando a sua actuação em 3 grandes áreas:

conhecimento e pesquisa, consultoria e aconselhamento e estabelecimento de parcerias internacionais.

Ao abrigo desta parceria, a Lift irá planear para o próximo ano um programa de conferências locais, seminários e acções de formação.

A consultora prevê ainda criar, em 2007, uma associação sem fins lucrativos para estudar esta temática.

"Esta parceira não tem como objectivo o crescimento do número de clientes da Lift, mas sim o aumento de competências da Lift, o incluir de Portugal no Rep Trak e trazer o tema de reputação para Portugal", concluiu o responsável.

SCA. Lusa/Fim