

A Energia em Portugal

Perspectiva de quem a utiliza

accenture



ape

Associação Portuguesa da Energia

Comité Membro de Portugal no Conselho Mundial da Energia

High performance. Delivered.



WORLD ENERGY COUNCIL

CONSEIL MONDIAL DE L'ÉNERGIE

For sustainable energy.



Introdução

Tendo como ponto de partida um trabalho realizado no final dos anos 90, a Associação Portuguesa de Energia (APE) desenvolveu, em 2006, o estudo "A Energia em Portugal: Perspectiva de quem a utiliza", que procurou caracterizar os consumidores de energia, analisar os seus comportamentos e identificar as suas expectativas.

Quatro anos passados sobre esse primeiro projecto, e tal como inicialmente previsto, a APE realizou em 2010 a segunda edição, que agora se apresenta, introduzindo as adaptações necessárias ao actual contexto do sector.

Assim, foi constituído, com o apoio dos Associados, um painel de especialistas que procedeu à adaptação dos questionários à realidade actual e aos objectivos estabelecidos, tendo-se mantido as questões relacionadas com o impacto das diversas formas de energia nos orçamentos, tanto dos agregados familiares, como das empresas.

As conclusões, agora apresentadas, constituem um contributo relevante, para uma melhor compreensão dos comportamentos e expectativas dos consumidores de energia em Portugal. O estudo fornece dados importantes para análise, quer das empresas consumidoras de energia, quer das que actuam do lado da oferta, disponibilizando, também, informação fundamental para a formulação de políticas pelos decisores públicos.

Gostaria de agradecer aos Patrocinadores e aos Associados da APE todo o apoio prestado. Uma palavra especial de reconhecimento à Accenture, cujo envolvimento foi fundamental para a concretização deste projecto.

Finalmente, agradeço, também, aos responsáveis das empresas e aos particulares que, respondendo ao questionário de recolha de dados, tornaram possível a realização deste estudo.

Jorge Cruz Morais

Presidente da Direcção

Associação Portuguesa de Energia

Índice

4 Sumário Executivo

5 Metodologia e Abordagem

Electricidade e Gás Natural

6 Key Finding Nº 1

Cerca de 50% dos consumidores particulares tem conhecimento da possibilidade de mudança de fornecedor, existindo uma elevada receptividade para a realizar, caso o preço seja vantajoso.

9 Key Finding Nº 2

Cerca de 44% das empresas procedeu à mudança de fornecedor de electricidade e 14% à de fornecedor de gás atendendo, sobretudo, ao preço. As restantes referiram a falta de informação ou preços pouco atractivos para não o fazer.

12 Key Finding Nº 3

A maioria dos consumidores desconhece a possibilidade de ter um fornecedor único de energia. No entanto, face a essa possibilidade, os particulares identificam como principal vantagem a existência de uma factura única e as empresas destacam as sinergias de preço. Adicionalmente, cerca de metade das empresas gostaria que o seu fornecedor lhe disponibilizasse serviços de assessoria energética.

15 Key Finding Nº 4

Cerca de 80% das empresas implementa medidas de eficiência energética, visando, sobretudo, a redução da factura energética e o cumprimento das metas regulamentares.

Energias Renováveis

17 Key Finding Nº 5

Os consumidores, de uma forma geral, conhecem as energias renováveis e as respectivas vantagens, estando, cerca de metade, dispostos a pagar mais, desde que o acréscimo de preço seja inferior a 5%.

Energia Nuclear

19 Key Finding Nº 6

Cerca de 70% dos consumidores particulares não concorda com a construção de uma central nuclear em Portugal, por entenderem existir riscos para a saúde pública e segurança.

Combustíveis Derivados de Petróleo

21 Key Finding Nº 7

O principal factor na escolha, pelos consumidores, do posto e do fornecedor de combustíveis alterou-se, passando a prevalecer o preço, em detrimento da localização.

23 Key Finding Nº 8

A maioria dos consumidores que utiliza GPL, em vez do gás natural, justifica essa opção pela inexistência de rede de gás natural, ou pelo elevado custo de instalação.

25 Key Finding Nº 9

A maioria dos consumidores desconhece a incorporação de biocombustível no gasóleo. No entanto, sabendo as suas vantagens para o meio ambiente, cerca de um terço está disposto a pagar mais, desde que o acréscimo seja inferior a 5%.

Inovação no Sector

27 Key Finding Nº 10

Mais de 70% dos consumidores identifica como principais vantagens do veículo eléctrico o menor impacto ambiental e a poupança, persistindo dúvidas relativas à sua autonomia, tempos e locais de recarga e espaço e peso das baterias. A maioria dos consumidores considera a possibilidade de adquirir um veículo eléctrico nos próximos 2 a 3 anos, sendo que, destes, cerca de um terço está disponível para pagar mais, desde que o acréscimo seja inferior a 5%.

30 Key Finding Nº 11

Os consumidores destacam como vantagens da microgeração a redução das emissões de CO₂ e do custo da factura mensal, identificando como principais limitações à instalação o investimento inicial e respectivo prazo de retorno, assim como o processo burocrático associado ao licenciamento.

32 Key Finding Nº 12

Relativamente às redes inteligentes, tanto os consumidores como as empresas valorizam, sobretudo, a capacidade de otimizar o consumo e a facturação baseada no consumo real.

34 Conclusões e Implicações

Sumário Executivo

O estudo "A Energia em Portugal: Perspectiva de quem a utiliza" pretende contribuir para a melhor compreensão dos comportamentos e expectativas dos consumidores de energia, ilustrando a percepção do sector, pelas empresas e pelos particulares.

Inspirado num estudo com objectivos semelhantes realizado pela Associação no início dos anos 90, esta edição surge na sequência do bom acolhimento do trabalho realizado em 2006, considerado da maior utilidade, não só pelos associados da APE, mas também por um vasto conjunto de empresas e instituições externas.

O estudo foi elaborado através de inquéritos efectuados por uma empresa de estudos de mercado a uma população representativa da população nacional, com base num conjunto de questões abrangendo as várias áreas do sector energético, preparadas por um grupo de especialistas reunido para o efeito.

As primeiras áreas a serem abordadas foram os mercados da electricidade e do gás natural, constatando-se que existe, por parte dos consumidores, um conhecimento razoável da liberalização dos mercados e da consequente possibilidade de mudança de fornecedor. Tendo em consideração que o processo de liberalização foi implementado inicialmente para a electricidade (entre 1995 e 2006) e só posteriormente para o gás natural (entre 2007 e 2010), regista-se, como seria de esperar, um maior número de consumidores a mudar de fornecedor de energia eléctrica. Apesar de uma parte destas mudanças de fornecedor ter sido realizada para o comercializador incumbente no mercado liberalizado, tal não deixa de ser um dado importante. De referir,

ainda, que o preço se mantém como principal factor de decisão para mudança de fornecedor, sendo de realçar uma elevada apetência dos consumidores para a oferta integrada de electricidade, gás e serviços energéticos.

Relativamente às energias renováveis, verifica-se que existe já um conhecimento significativo por parte dos consumidores, sendo as suas vantagens identificadas, sobretudo, na perspectiva ambiental. Verifica-se uma disponibilidade para pagar mais pela sua integração na produção de electricidade, desde que o acréscimo de preço seja limitado. De referir, também, que a incorporação de biocombustíveis é ainda pouco conhecida pelos consumidores, no que diz respeito à sua inclusão no gasóleo rodoviário, apesar do potencial de aceitação do mercado ser relevante, desde que o aumento de custos seja limitado.

Quanto à energia nuclear, a grande maioria dos consumidores não concorda com a construção de uma central nuclear em Portugal, associando esta forma de produção de energia a um risco considerável para a segurança e saúde pública.

No que respeita aos combustíveis derivados de petróleo, destaca-se uma alteração no comportamento dos consumidores, face a 2006: passou a ser o preço, e não a localização, a principal condicionante na escolha dos postos de abastecimento pelos particulares, e do fornecedor de combustíveis, pelas empresas.

Apesar da forte expansão e adesão dos consumidores ao gás natural, o GPL continua a ter uma utilização considerável, não só porque a rede de distribuição de gás natural não se

estende a todo o território nacional, mas também porque os custos de instalação ou de reconversão de GPL para o gás natural constituem, por vezes, um obstáculo à mudança.

Relativamente à inovação no sector, de uma forma geral, são reconhecidas vantagens pelos consumidores, que se mostram disponíveis para aderir a novas tecnologias e serviços, desde que não impliquem acréscimos de custos relevantes.

Grande parte dos consumidores identifica como principais vantagens do veículo eléctrico o menor impacto ambiental e a poupança financeira, persistindo, contudo, dúvidas relativas à sua autonomia, tempos e locais de recarga, bem como ao espaço e peso das baterias. As mesmas vantagens são reconhecidas para a microgeração, sendo referidas como principais limitações à instalação o investimento inicial e respectivo prazo de retorno, assim como o processo burocrático associado ao licenciamento.

Finalmente, no que se refere às redes inteligentes, pode-se constatar que, apesar do seu cariz inovador, os consumidores valorizam, sobretudo, aspectos relacionados com a oferta tradicional das empresas energéticas, nomeadamente a capacidade de otimizar o consumo e a facturação baseada no consumo real.

Metodologia e Abordagem

Estudo baseado em inquéritos efectuados no período de Maio a Novembro de 2010, a um universo de 384 empresas e 2002 indivíduos. A recolha da informação foi efectuada para a APE pelo IMR – Instituto de Marketing Research.

Na análise das questões de escolha múltipla ou de classificação (por exemplo, 1ª, 2ª ou 3ª opções), a equipa de análise optou pela apresentação das percentagens totais, nos gráficos correspondentes.

A maioria dos gráficos deste relatório possuem, como legenda, a indicação da base de respondentes. Em cada gráfico, surge a indicação (#xxx) correspondente ao número de resposta obtida para a questão em causa. Nos restantes casos, em que a nota está omissa, assume-se que se trata do total da amostra para a população em análise (ver Características Formais).

Todos os dados foram tratados informaticamente, as perguntas abertas foram codificadas individualmente e foram despistados eventuais erros de inserção e incoerência.

Características Formais

	Particulares	Empresas
Técnica de inquirição	Presencial (Pen & Paper)	On-line (CAWI)
Universo	Particulares responsáveis, parcial ou totalmente, pelas decisões relacionadas com os consumos energéticos efectuados no seu agregado familiar	Pessoas responsáveis, parcial ou totalmente, pelas decisões relacionadas com os consumos energéticos efectuados na sua empresa
Amostragem	Aleatória	Aleatória
Amostra	2.002 Indivíduos	384 Empresas: 218 Comércio & Serviços e 166 Indústria
Técnica estatística	Análise univariada e bivariada	Análise univariada e bivariada
Intervalo de confiança	95%	95%
Erro amostral	± 1,249%	± 1,249%
Instrumento	Inquérito com 62 questões	Inquérito com 60 questões

Trabalho de Campo

	Particulares	Empresas
Período de inquirição	14 de Maio a 2 de Julho de 2010	28 de Junho a 2 de Novembro de 2010
Quantidade de inquiridores	58	n.a.
Preparação dos inquiridores	Os inquiridores são colaboradores regulares do IMR, devidamente formados e com experiência em trabalhos similares na forma de recolha de dados (presencial)	n.a.
Controlo de qualidade	Inquirição supervisionada por equipas de supervisão no terreno. 27,5% dos inquéritos foram objecto de supervisão telefónica (550)	Análise de respostas na base de dados após preenchimento

Key Finding N° 1

Cerca de 50% dos consumidores particulares tem conhecimento da possibilidade de mudança de fornecedor de energia, existindo uma elevada receptividade para a realizar, caso o preço seja vantajoso.



Mais de 50% dos consumidores particulares tem conhecimento da possibilidade de mudança de fornecedor de electricidade, verificando-se um pequeno aumento face aos valores de 2006 (figura 1).

Quase 50% dos consumidores particulares tem conhecimento da possibilidade de mudança de fornecedor de gás, constituindo um aumento significativo face aos valores de 2006 (figura 2).

Cerca de 60% dos consumidores particulares está receptivo ou muito receptivo para realizar uma mudança de fornecedor de electricidade ou gás (figuras 3 e 4).

O preço praticado é apontado como o principal factor de mudança de fornecedor pelos consumidores particulares, tanto no gás como na electricidade (figuras 5 e 6).

Figura 1. Particulares
Sabia que a liberalização do mercado europeu de electricidade já lhe permite mudar de fornecedor de energia eléctrica?

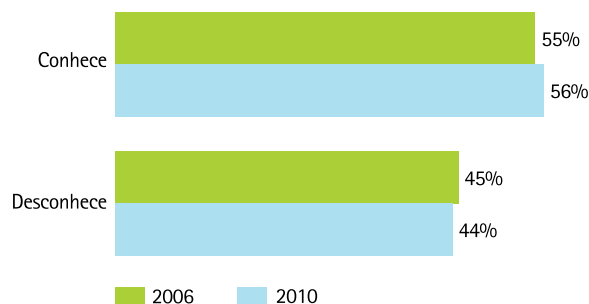


Figura 2. Particulares
Sabia que a liberalização do mercado europeu de gás já lhe permite mudar de fornecedor de gás?

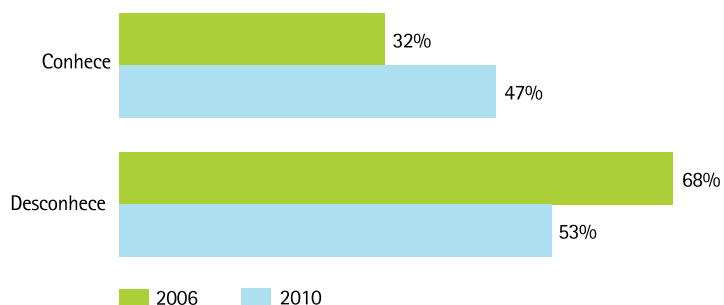


Figura 3. Particulares
Está receptivo a uma mudança de fornecedor de energia eléctrica?

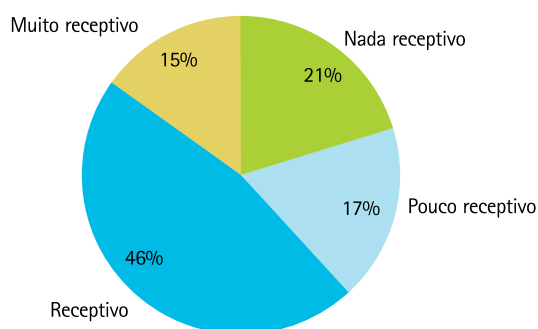


Figura 4. Particulares
Está receptivo a uma mudança de fornecedor de gás?

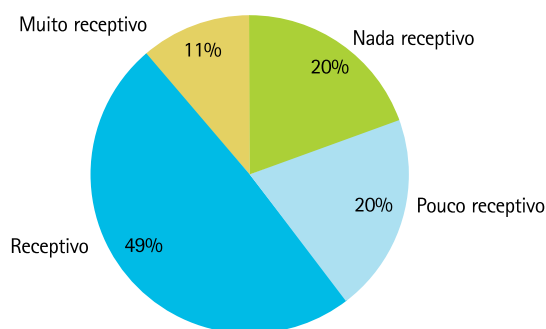


Figura 5. Particulares

Quais os 3 factores mais importantes que o levariam a mudar de fornecedor de electricidade?

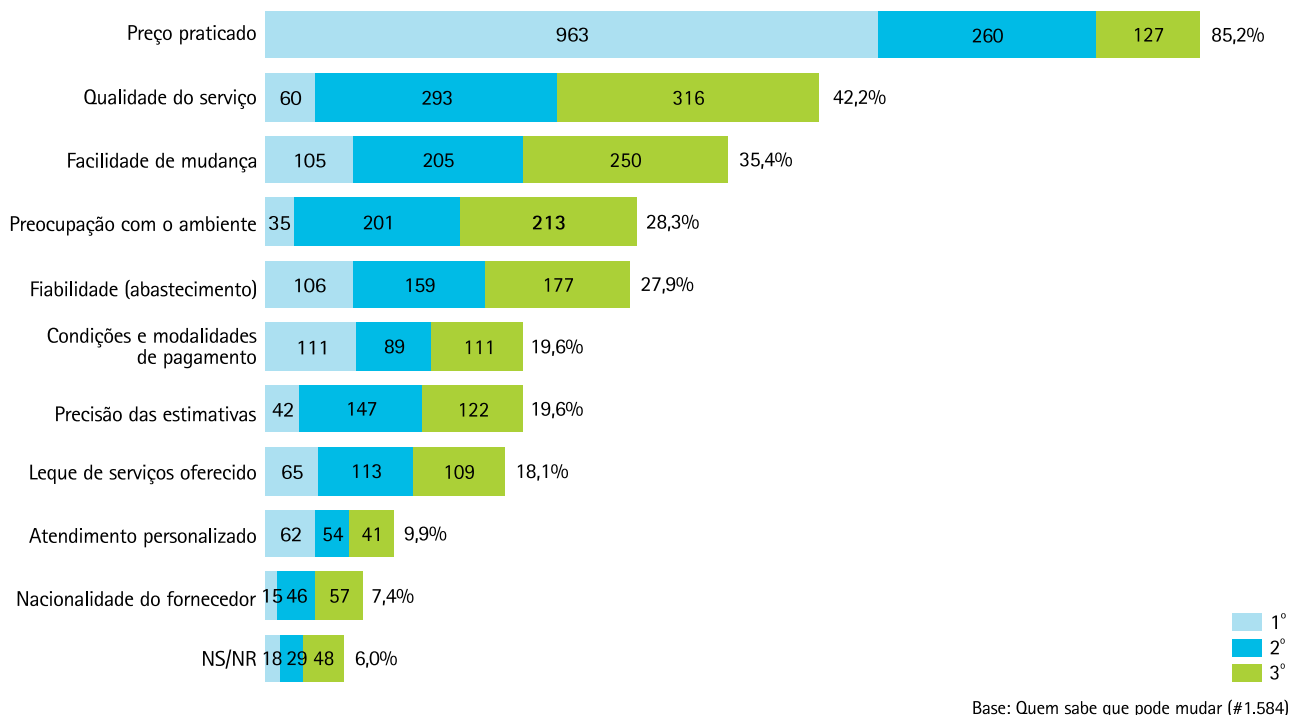
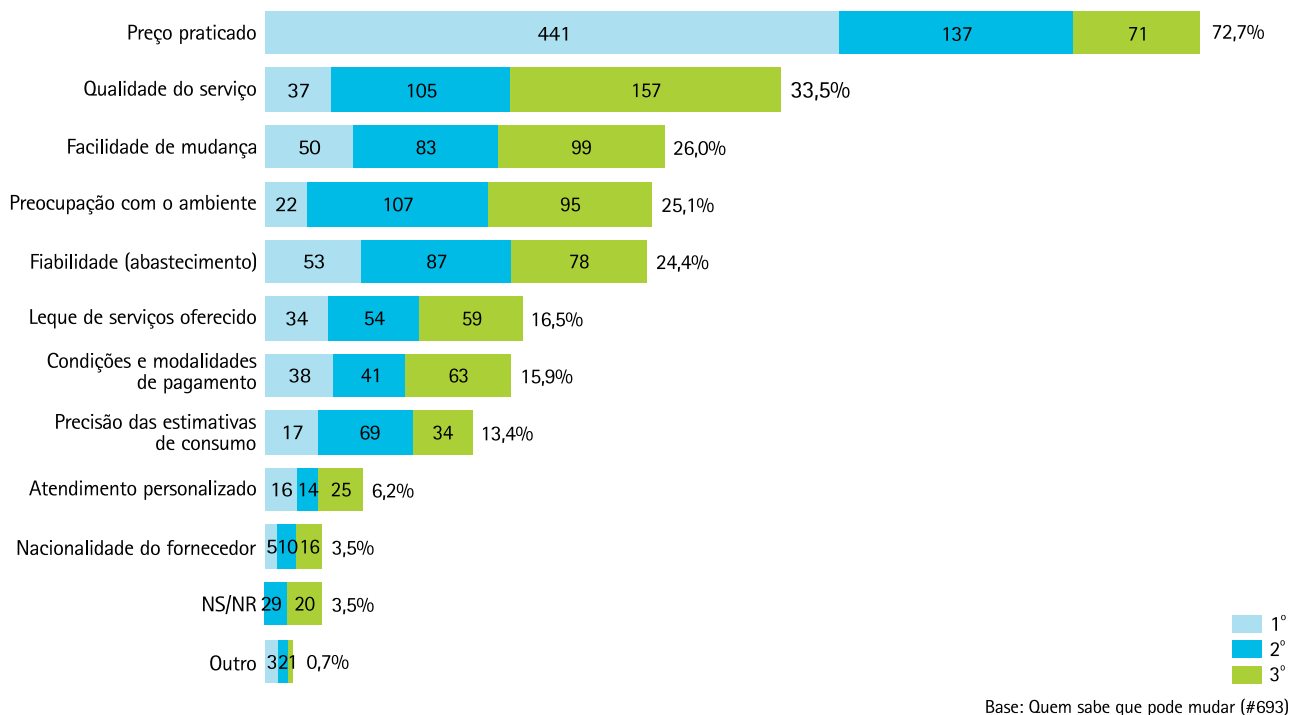


Figura 6. Particulares

Quais os 3 principais factores que o levariam a trocar de fornecedor de gás?



Key Finding N° 2

Cerca de 44% das empresas procedeu à mudança de fornecedor de electricidade e 14% à de fornecedor de gás atendendo, sobretudo, ao preço. As restantes referiram a falta de informação ou preços pouco atractivos para não o fazer.



Cerca de 44% das empresas já mudou de fornecedor de energia eléctrica, maioritariamente da Indústria (figura 7).

No sector do gás verifica-se uma menor percentagem de empresas que já mudou de fornecedor de gás – cerca de 14%. No entanto, a percentagem de empresas que não mudou, mas admite mudar, é de 49% (figura 8).

O factor preço é considerado o principal benefício da mudança de fornecedor de electricidade, por 97% das empresas que já a realizaram (figura 9).

O factor preço é, igualmente, considerado o principal benefício da mudança de fornecedor de gás natural, neste caso por 89% das empresas que já a realizaram (figura 10).

As empresas destacam a falta de informação e os preços pouco atractivos como as principais razões para ainda não terem mudado de fornecedores de gás e electricidade (figuras 11 e 12).

Figura 7. Empresas
A empresa já alguma vez mudou, ou pensa mudar, de fornecedor de energia eléctrica?

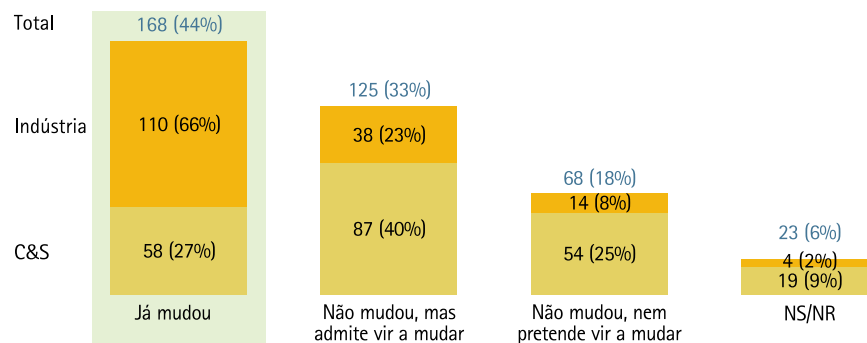


Figura 8. Empresas
A empresa já mudou, ou pensa mudar, de fornecedor de gás?

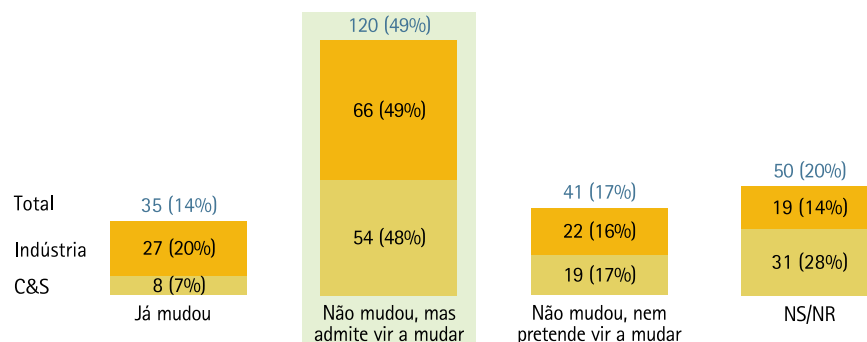
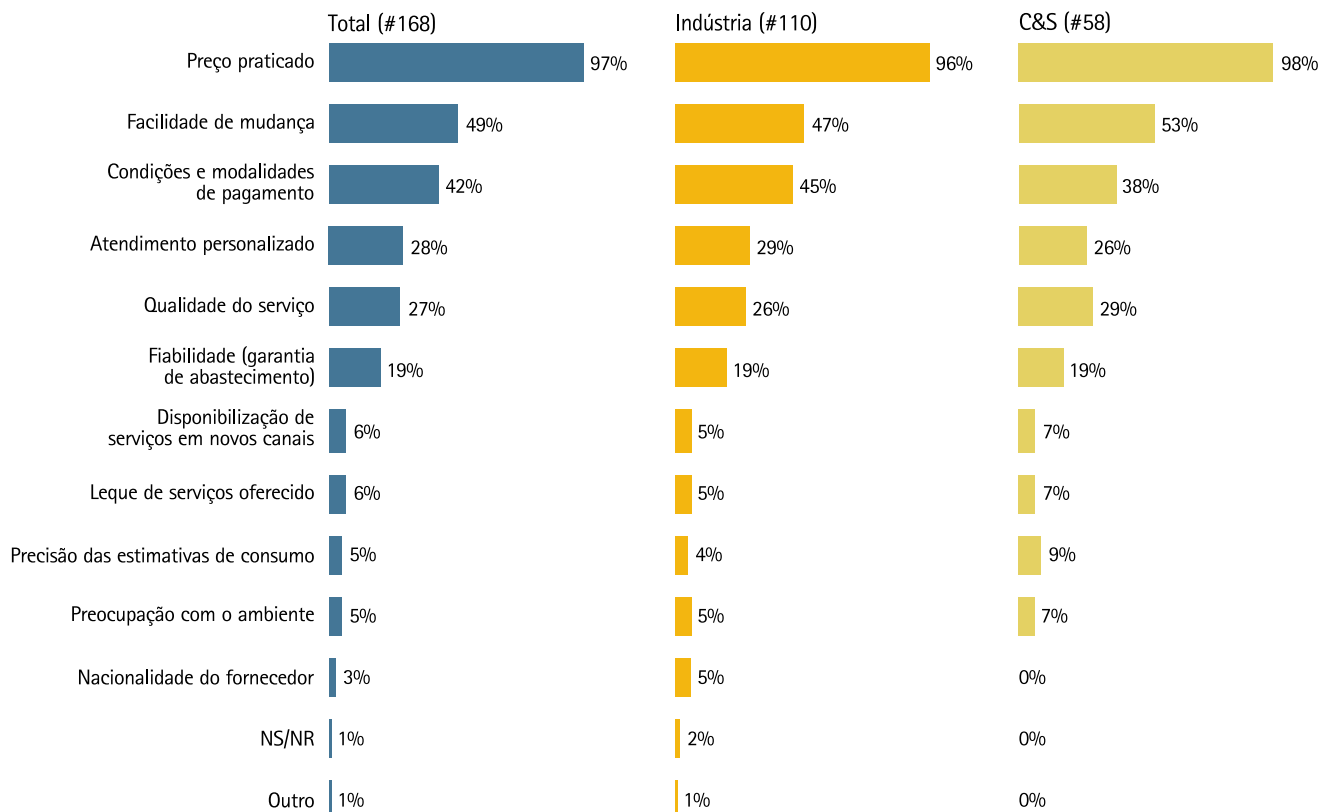


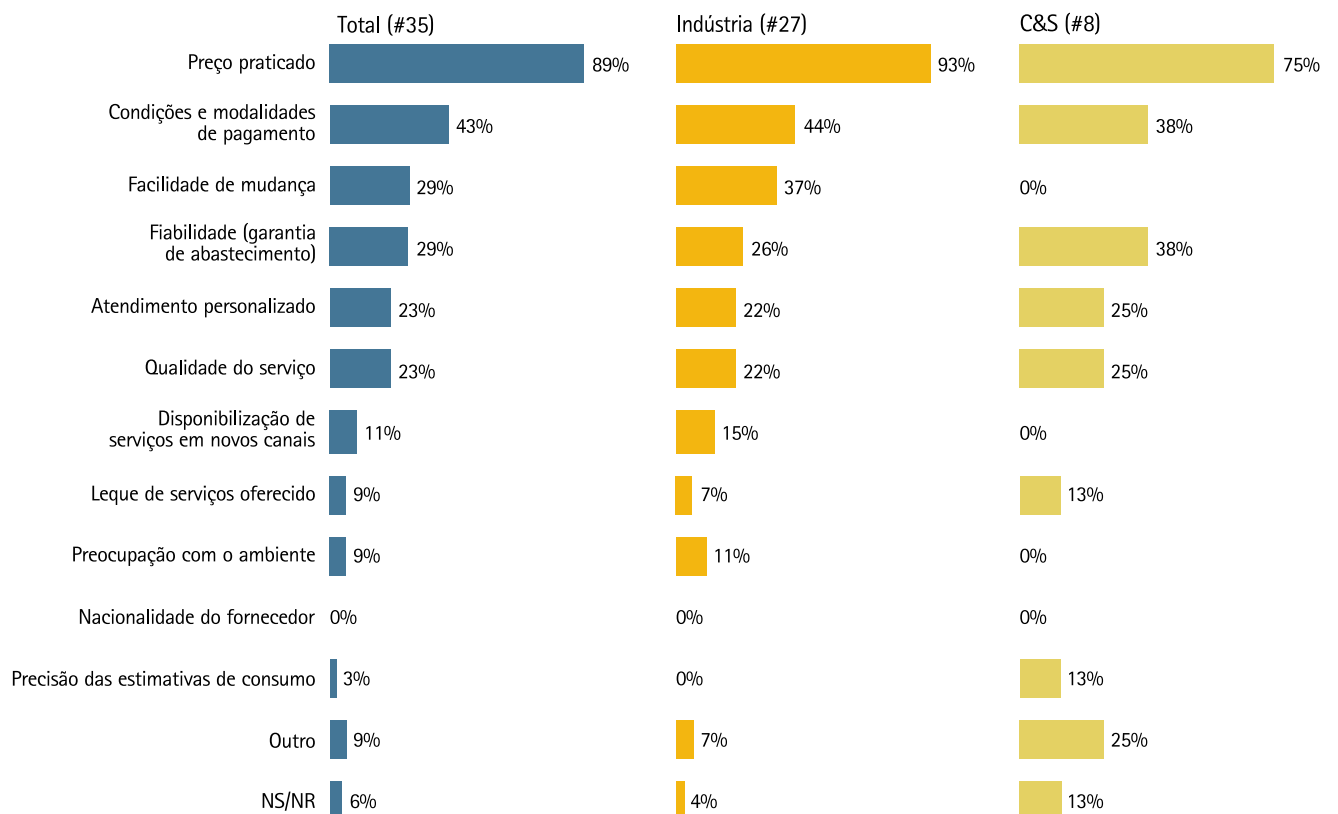
Figura 9. Empresas
Quais os 3 principais benefícios associados à mudança de fornecedor de energia eléctrica?



Base: Quem já mudou

Figura 10. Empresas

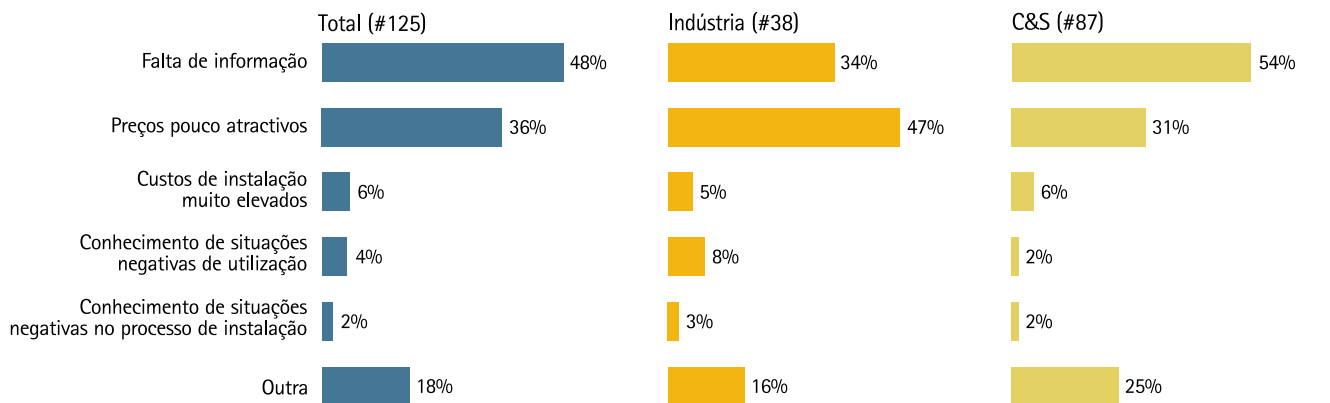
Quais os 3 principais benefícios para a empresa associados à mudança de fornecedor de gás?



Base: Quem já mudou

Figura 11. Empresas

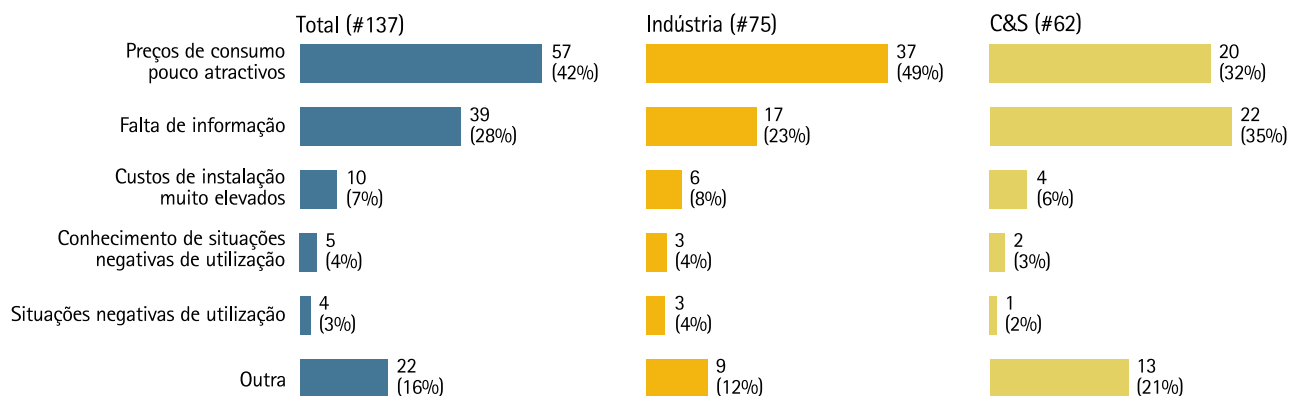
Quais as razões para a empresa ainda não ter mudado de fornecedor de energia eléctrica?



Base: Quem pensa mudar

Figura 12. Empresas

Quais as razões para a empresa ainda não ter mudado de fornecedor de gás?



Excluindo respostas Ns/Nr (T:247; I:91; C&S:156)

Key Finding Nº 3

A maioria dos consumidores desconhece a possibilidade de ter um fornecedor único de energia. No entanto, face a essa possibilidade, os particulares identificam como principal vantagem a existência de uma factura única e as empresas destacam as sinergias de preço. Adicionalmente, cerca de metade das empresas gostaria que o seu fornecedor disponibilizasse serviços de assessoria energética.



Somente 21% dos consumidores particulares sabe que a liberalização do mercado lhe permite ter um fornecedor único de gás e electricidade (figura 13).

Por sua vez, nas empresas, esse conhecimento ascende aos 45% (figura 14).

Nos consumidores particulares, a possibilidade de acesso a uma factura única é referida por quase 60% como a principal vantagem de ter um fornecedor único (figura 15).

Nas empresas, a sinergia de preços é a vantagem mais relevante, referida por cerca de 67% (figura 16).

Adicionalmente, 50% das empresas gostaria que o seu fornecedor disponibilizasse serviços de assessoria energética (figura 17).

Figura 13. Particulares
Sabia que a liberalização dos mercados de electricidade e de gás lhe poderá permitir ter um único fornecedor para as duas formas de energia?

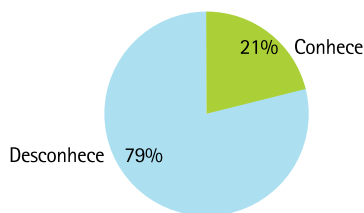


Figura 14. Empresas
Sabia que a liberalização dos mercados de electricidade e de gás lhe poderá permitir ter um único fornecedor para as duas formas de energia?

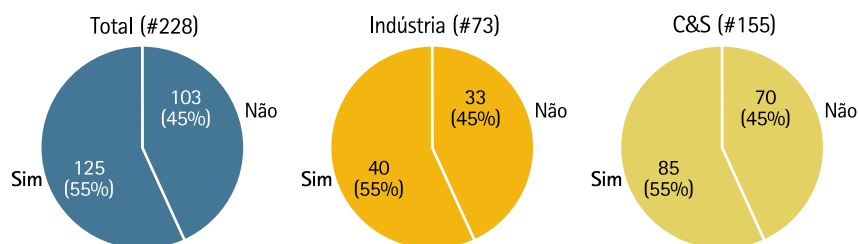


Figura 15. Particulares
Quais considera serem as 2 principais vantagens de poder vir a ter um único fornecedor para estas duas formas de energia?

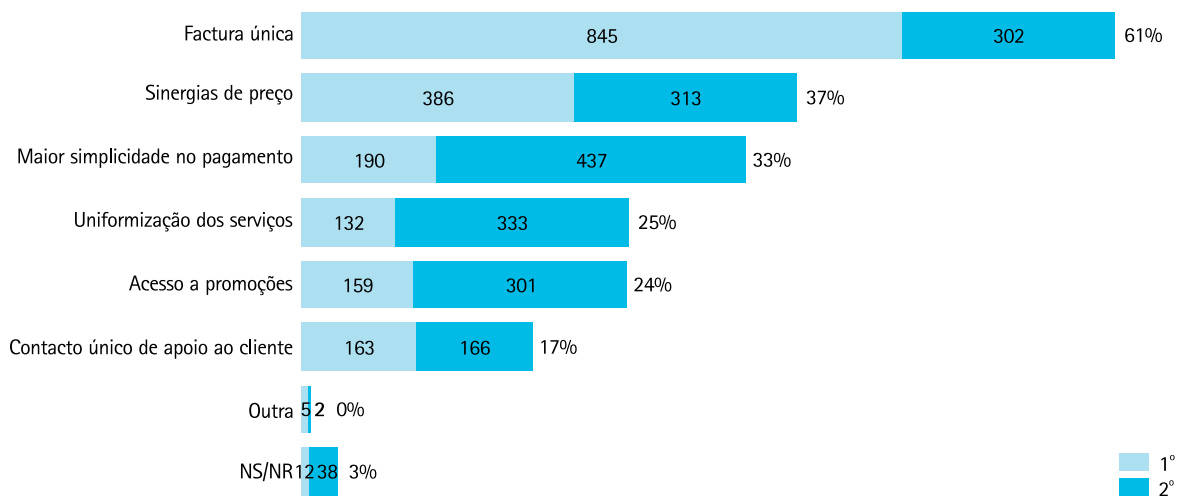


Figura 16. Empresas

Quais considera serem as 2 principais vantagens de poder vir a ter um único fornecedor para estas duas formas de energia?

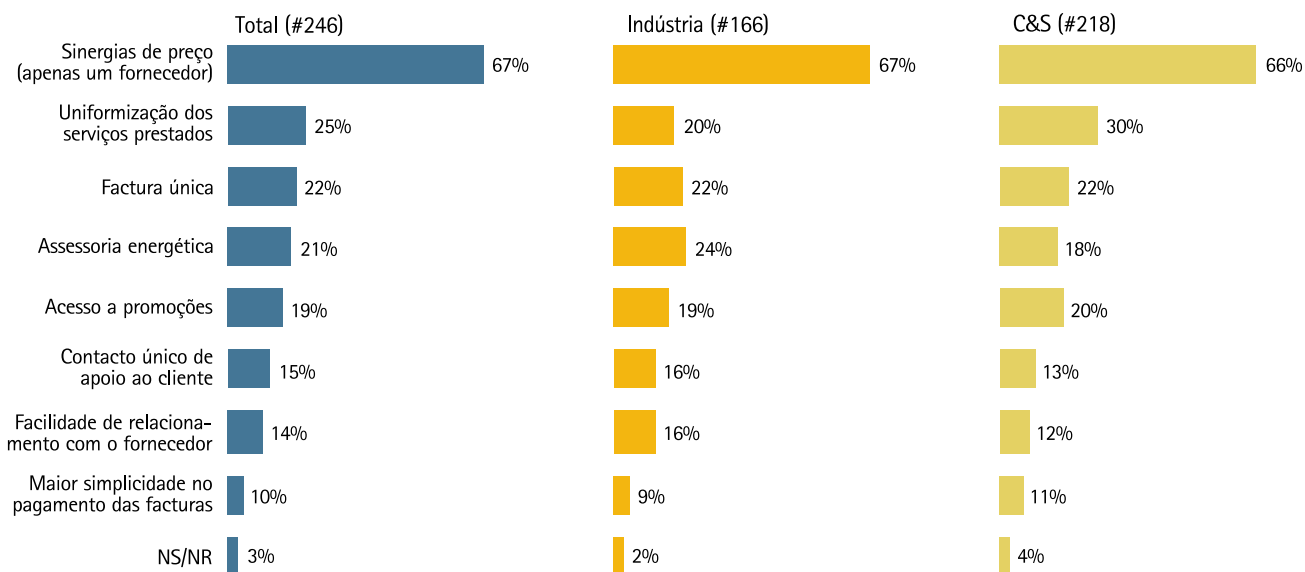
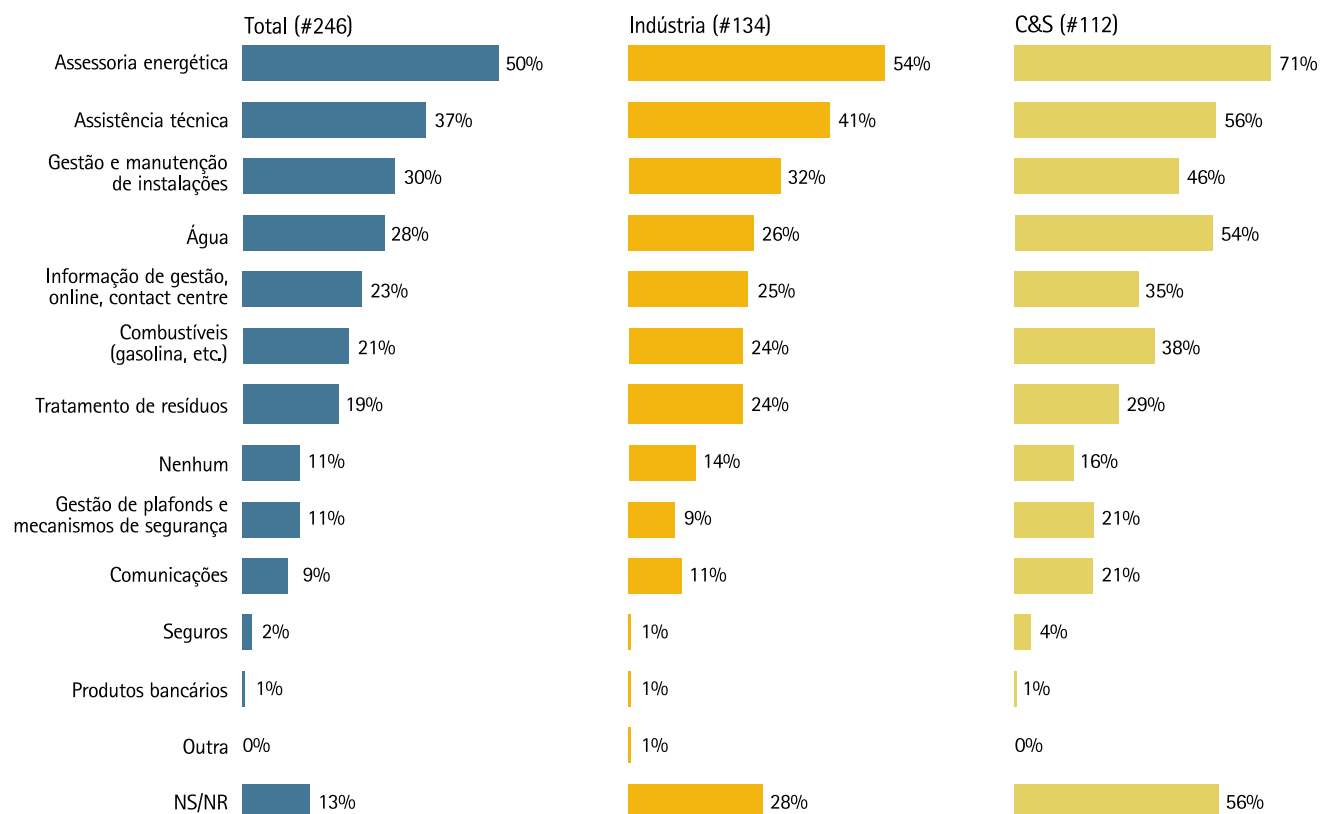


Figura 17. Empresas

Que outros produtos ou serviços gostaria que fossem disponibilizados à empresa, juntamente com a electricidade e gás?



Key Finding N° 4

Cerca de 80% das empresas implementa medidas de eficiência energética, visando, sobretudo, a redução da sua factura e o cumprimento de metas regulamentares.



Cerca de 80% das empresas implementa medidas de eficiência energética com o objectivo principal de redução da factura energética (figura 18).

As restantes empresas não implementam medidas de eficiência energética por não disporem de margem, falta de apoios ou ausência de rentabilidade.

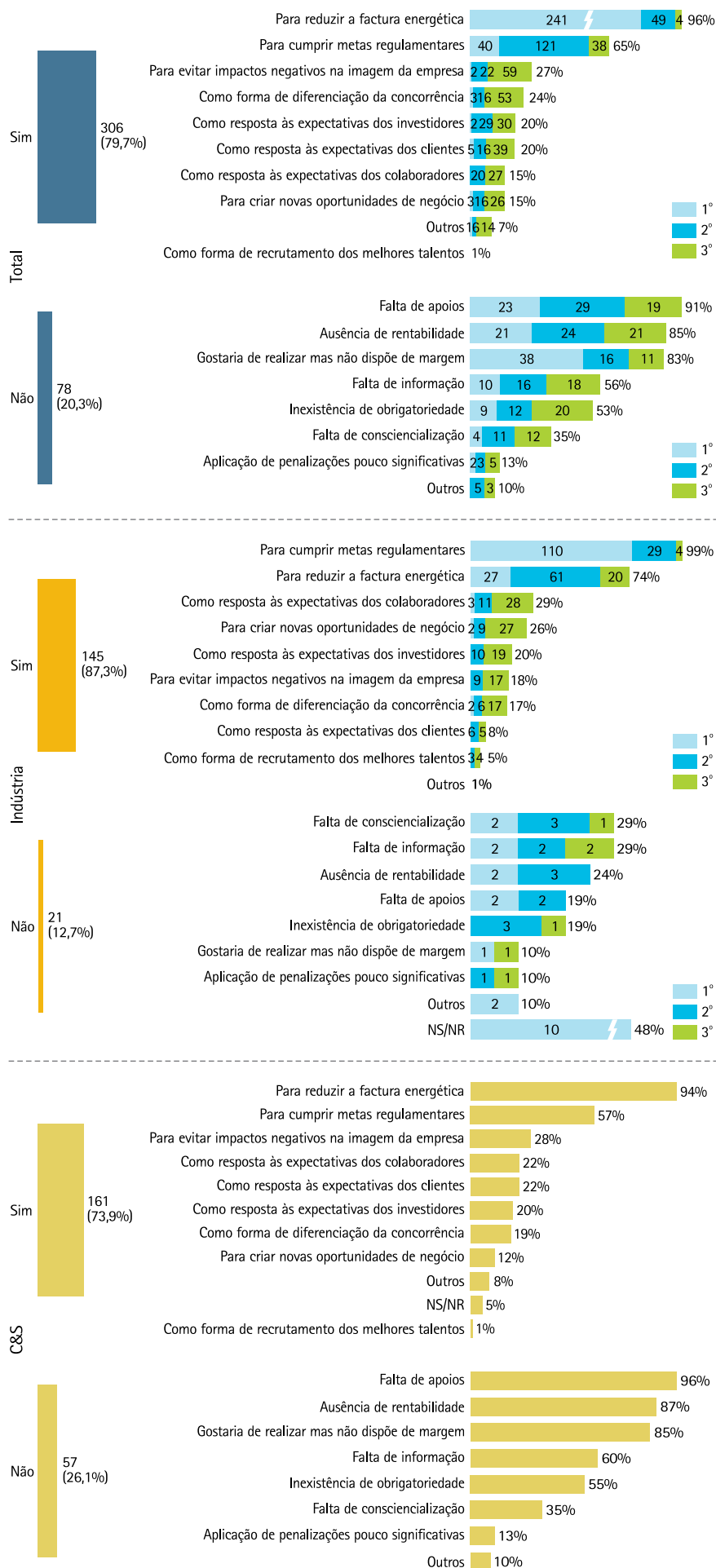
No caso das empresas industriais, a quase totalidade (99%) refere o cumprimento de metas regulamentares como o principal motivo.

A falta de consciencialização e de informação são os principais motivos indicados pelas empresas industriais para não implementarem medidas de eficiência energética.

A redução da factura energética e o cumprimento dos regulamentos são os dois principais motivos indicados pelas empresas de comércio e serviços para implementarem medidas de eficiência energética.

A falta de apoios, de rentabilidade e de informação são os principais motivos identificados pelas empresas de comércio e serviços para não implementarem medidas de eficiência energética.

Figura 18. Empresas
A empresa implementa medidas de eficiência energética? Quais os principais motivos?



Key Finding N° 5

Os consumidores, de uma forma geral, conhecem as energias renováveis e as respectivas vantagens, estando, cerca de metade, dispostos a pagar mais, desde que o acréscimo de preço seja inferior a 5%.



Os consumidores particulares, de uma forma geral, conhecem as energias renováveis – as energias eólica e solar são identificadas por mais de 80% dos consumidores como fontes de energia renováveis, sendo o mar e os recursos hídricos referidos por mais de 60% (figura 19).

Os consumidores particulares reconhecem as vantagens das energias renováveis – mais de 70% identifica o facto de originarem menor poluição, serem fontes inesgotáveis e um recurso natural (figura 20).

Cerca de metade dos consumidores está disposta a pagar mais pelas energias renováveis, desde que o acréscimo de custo seja inferior a 5% (figura 21).

O mesmo se passa nas empresas, onde cerca de metade está disposta a pagar mais pelas energias renováveis, desde que o acréscimo de custo seja inferior a 5% (figura 22).

Figura 19. Particulares
Das seguintes fontes de energia quais são, na sua opinião, energias renováveis?

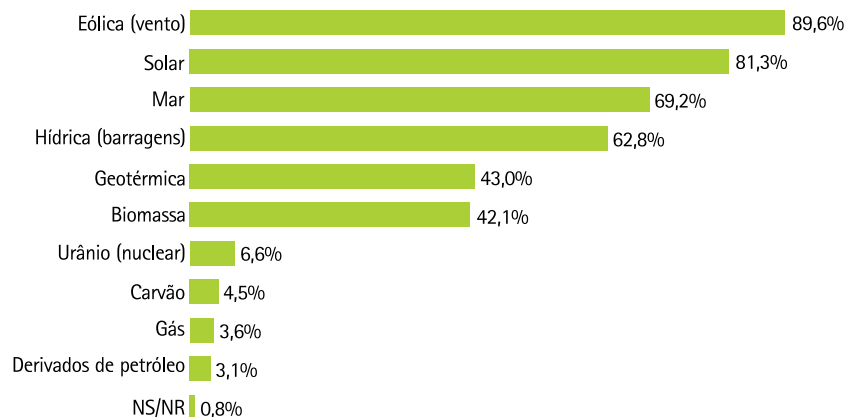


Figura 20. Particulares
Quais são, na sua opinião, as 3 principais vantagens das energias renováveis?

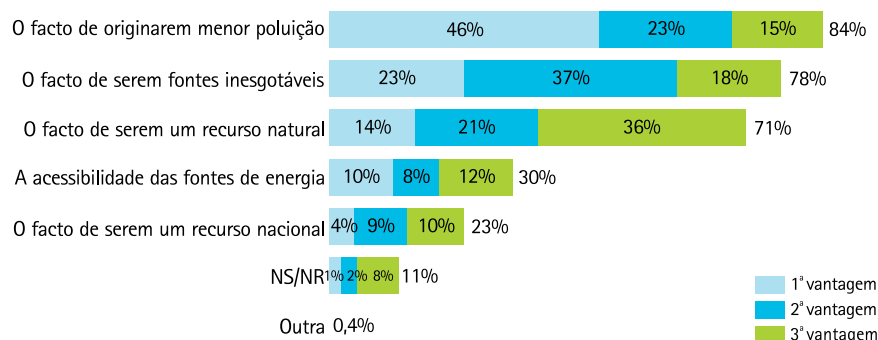


Figura 21. Particulares
Quanto mais estaria disposto a pagar para consumir electricidade de origem renovável?

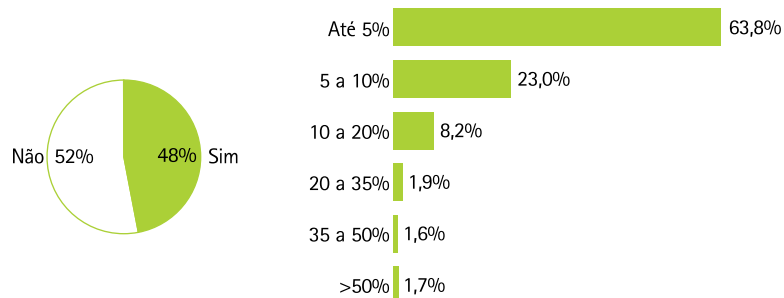
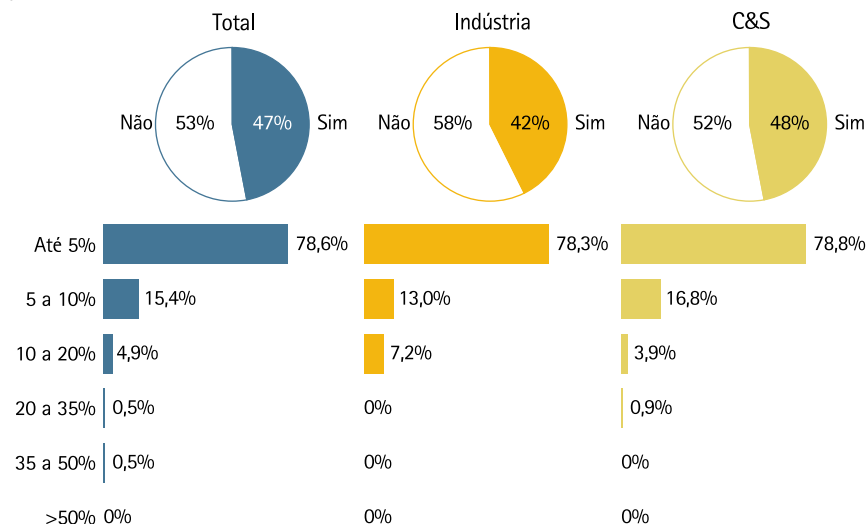


Figura 22. Empresas
Quanto mais estaria a empresa disposta a pagar para consumir electricidade de origem renovável?



Key Finding N° 6

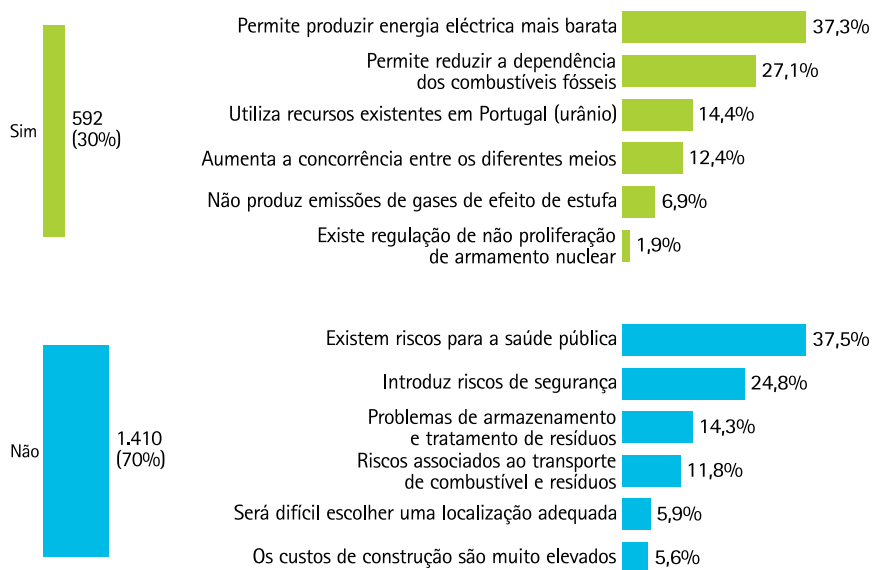
Cerca de 70% dos consumidores particulares não concorda com a construção de uma central nuclear em Portugal, por entenderem existir riscos para a saúde pública e segurança.



70% dos consumidores particulares não concorda com a construção de uma central nuclear em Portugal, por entender existirem riscos para a saúde pública e segurança.

Os 30% que concordam destacam, como principal vantagem, a produção de energia mais barata (figura 23).

Figura 23. Particulares
Concorda com a construção de uma central de energia nuclear para produção de electricidade em Portugal? Porquê?



Key Finding N° 7

O principal factor na escolha, pelos consumidores, do posto e do fornecedor de combustíveis alterou-se, passando a prevalecer o preço, em detrimento da localização.



Em 2006, a localização do posto de combustíveis era o principal factor de decisão dos consumidores para a realização do abastecimento (figura 24).

Em 2010 verifica-se uma alteração, passando o preço praticado a ser o principal factor de decisão pelos consumidores para a realização do abastecimento (figura 25).

O preço é também o factor mais importante para as empresas, na escolha do principal fornecedor de combustíveis (figura 26).

Figura 24. Particulares (2006)

Da lista seguinte indique quais os 3 factores mais importantes na escolha do posto de combustíveis onde realiza abastecimentos?

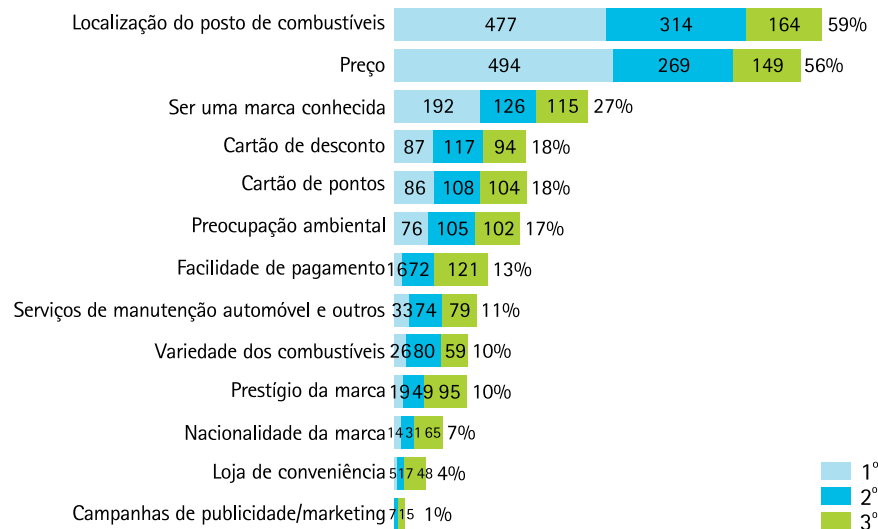


Figura 25. Particulares (2010)

Da lista seguinte indique quais os 3 factores mais importantes na escolha do posto de combustíveis onde realiza abastecimentos?

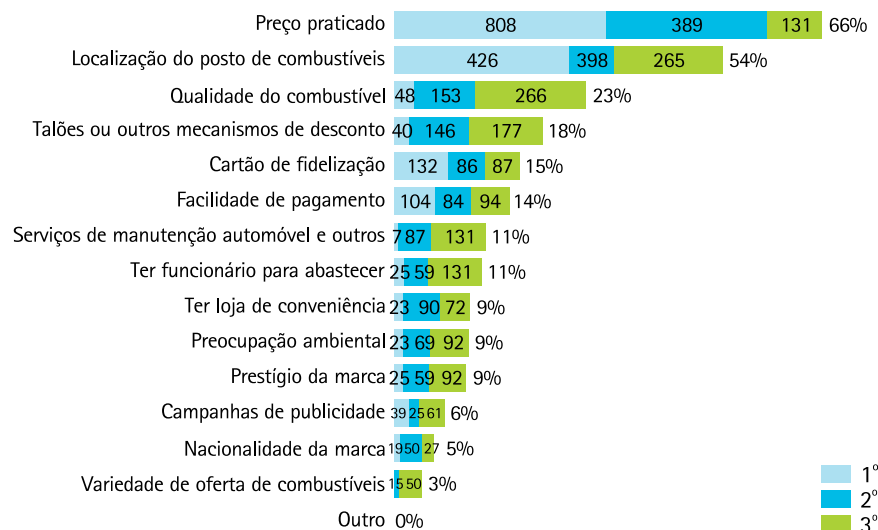
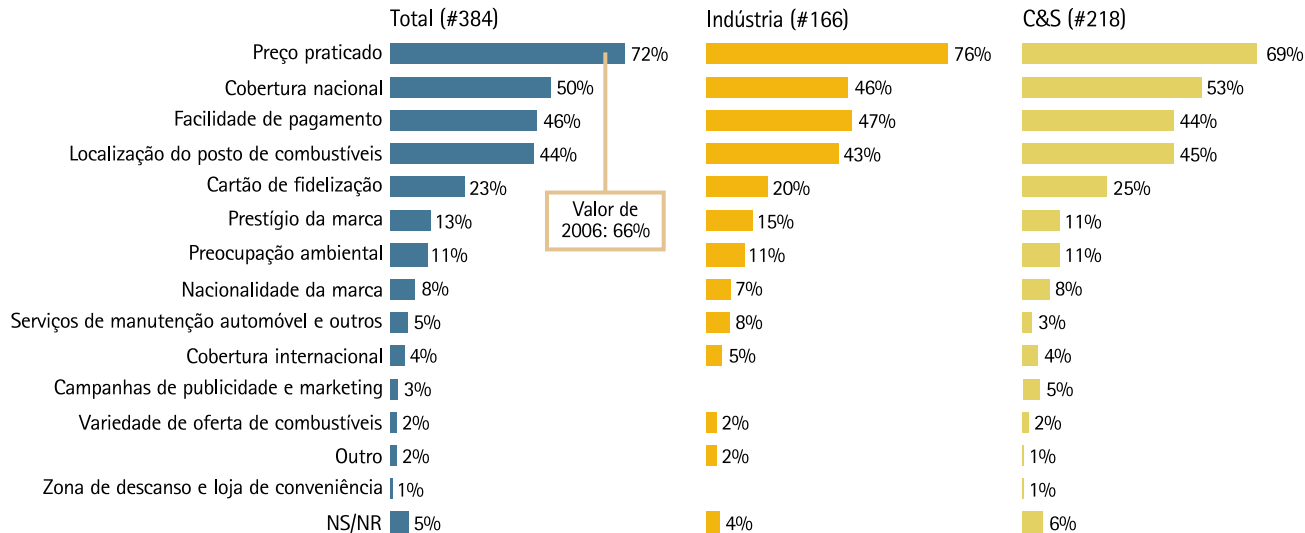


Figura 26. Empresas

Da lista seguinte indique quais os 3 factores mais importantes para a empresa na escolha do principal fornecedor de combustíveis?



Key Finding N° 8

A maioria dos consumidores que utiliza GPL em vez de gás natural, justifica essa opção pela inexistência de rede de gás natural, ou pelo elevado custo de instalação.



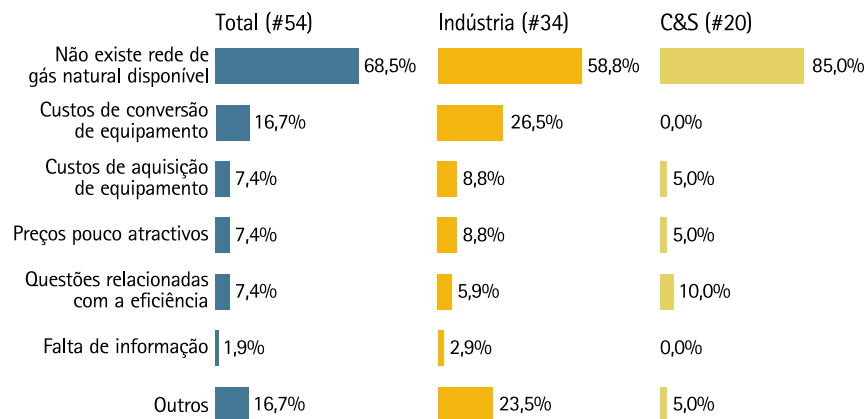
Quase 70% das empresas refere a inexistência de rede de gás natural como o principal motivo para a utilização de GPL (figura 27).

Existindo rede, a principal razão para as empresas não terem contrato de gás natural prende-se com os elevados custos de instalação (figura 28).

Os elevados custos de instalação são também referidos pelos consumidores particulares como o principal motivo para não ter contrato de gás natural (figura 29).

Figura 27. Empresas

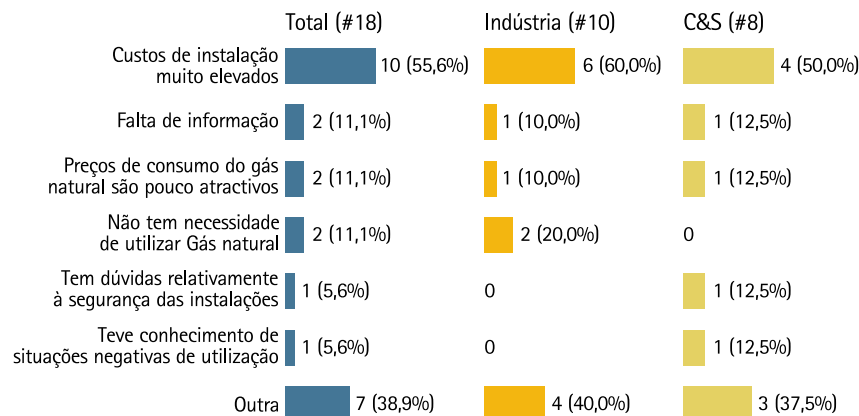
Quais os motivos para que a empresa utilize GPL em vez de gás natural?



Base: Quem usa GPL

Figura 28. Empresas

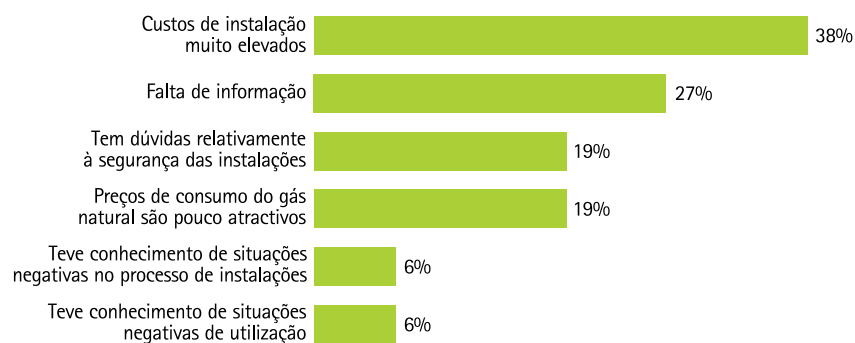
Quais as razões para não ter contrato com um operador de gás natural?



Base: Quem tem rede na área da sua empresa mas não possui contrato

Figura 29. Particulares

Quais as razões para não ter contrato com um operador de gás natural?



Base: Quem tem instalação de gás natural na área de residência e referiu não ter contrato (#421)

Key Finding N° 9

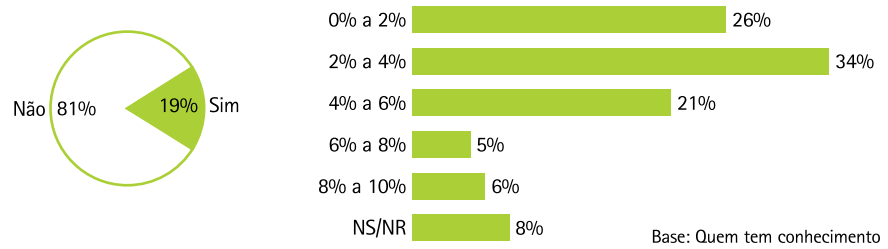
A maioria dos consumidores desconhece a incorporação de biocombustível no gasóleo. No entanto, conhecendo as suas vantagens para o ambiente, cerca de um terço está disposto a pagar mais, desde que o acréscimo seja inferior a 5%.



Nos consumidores particulares, somente 19% tem conhecimento que o gasóleo para abastecimento de veículos já incorpora uma percentagem de biocombustíveis. Destes, apenas cerca de 5% sabe que esta percentagem se situa no intervalo entre 6 e 8%* (figura 30).

Figura 30. Particulares

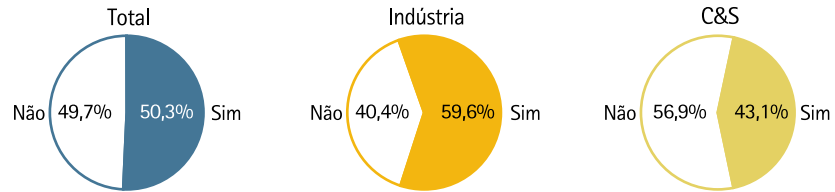
Sabia que, quando abastece o veículo com gasóleo, este já incorpora uma pequena percentagem de biocombustíveis? Qual é a percentagem de biocombustível contida no gasóleo?



Nas empresas, cerca de metade tem conhecimento que o gasóleo para abastecimento de veículos já incorpora uma pequena percentagem de biocombustíveis (figura 31). Destas, apenas cerca de 8% tem conhecimento que a percentagem se situa no intervalo entre 6 e 8%* (figura 32).

Figura 31. Empresas

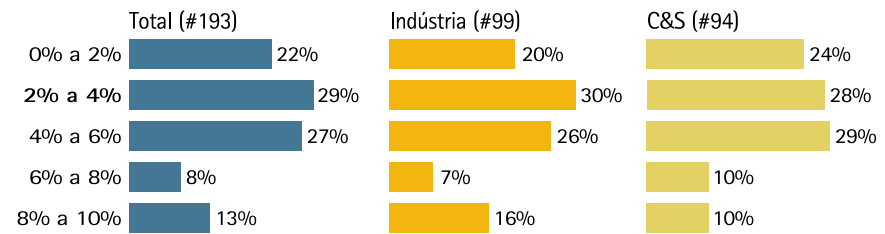
Sabia que, quando se abastece um veículo com gasóleo, estes já incorporam uma pequena percentagem de biocombustíveis?



Cerca de 28% dos consumidores particulares está disposto a pagar mais por litro de gasóleo, consoante o maior teor de biocombustíveis incorporado. Destes, mais de 70% está disposto a pagar um acréscimo até 5% (figura 33).

Figura 32. Empresas

Tem conhecimento de qual a percentagem de biocombustível contida no gasóleo?



Cerca de 34% das empresas está disposta a pagar mais por litro de gasóleo, consoante o maior teor de biocombustíveis incorporado. Destas, mais de 87% está disposta a pagar até um acréscimo de 5% (figura 34).

Figura 33. Particulares

Quanto mais estaria disposto a pagar pelo litro de gasóleo, consoante o maior teor de biocombustíveis que este incorpora, sabendo as vantagens que tem para o meio ambiente e que a performance do seu veículo se manterá a mesma?

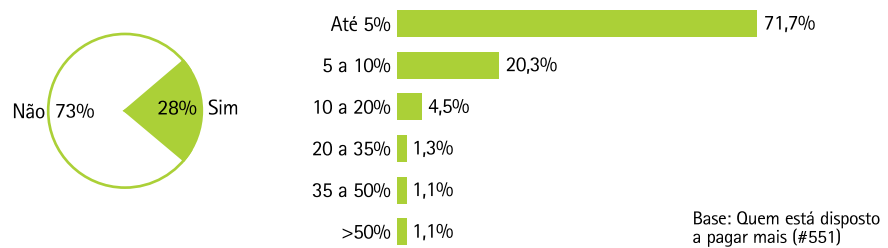
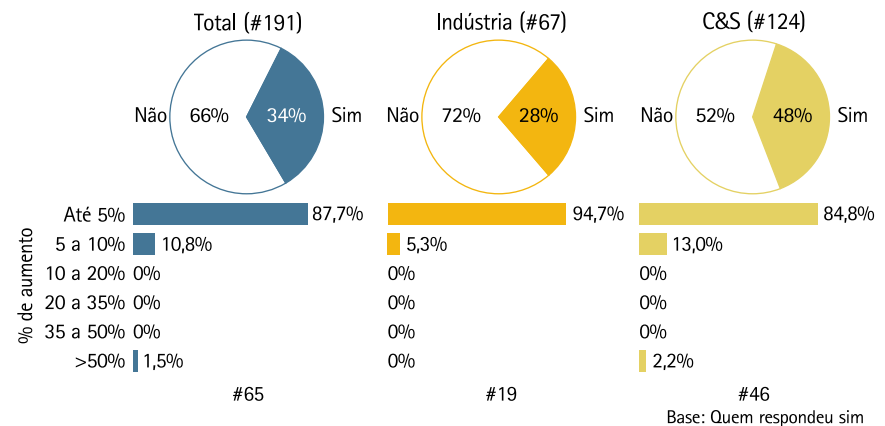


Figura 34. Empresas

Quanto mais estaria a empresa disposta a pagar pelo litro de gasóleo, consoante o maior teor de biocombustíveis que este incorpora, sabendo as vantagens que tem para o meio ambiente e que a performance do seu veículo se manterá a mesma?



* De acordo com o Decreto-Lei em vigor à data do inquérito, o objectivo de incorporação é de 7%, valor que se mantém a esta data

Key Finding N° 10

Mais de 70% dos consumidores identifica como principais vantagens do veículo eléctrico o menor impacto ambiental e a poupança, persistindo dúvidas relativas à sua autonomia, tempos e locais de recarga bem como ao espaço e peso das baterias. A maioria dos consumidores considera a possibilidade de adquirir um veículo eléctrico nos próximos 2 a 3 anos, sendo que, destes, cerca de um terço está disponível para pagar mais, desde que o acréscimo seja inferior a 5%.



Mais de 70% dos consumidores refere a preocupação ambiental e a poupança financeira como as principais vantagens do veículo eléctrico (figuras 35 e 36).

O tempo e locais de recarga, menor autonomia e espaço e peso das baterias são as principais desvantagens identificadas pela maioria dos consumidores (figura 37 e 38).

A maioria dos consumidores considera a possibilidade de adquirir um veículo eléctrico nos próximos 2 a 3 anos (figuras 39 e 40).

Cerca de 31% dos consumidores particulares está disposto a pagar mais para a aquisição de um veículo eléctrico. Destes, cerca de 60% está disposto a pagar até 5% mais (figura 41).

Nas empresas cerca de 43% está disposta a pagar mais para a aquisição de um veículo eléctrico. Destas, quase 70% está disposta a pagar até 5% mais (figura 42).

Figura 35. Particulares
Quais são, para si, as 3 principais vantagens da utilização de um veículo eléctrico?

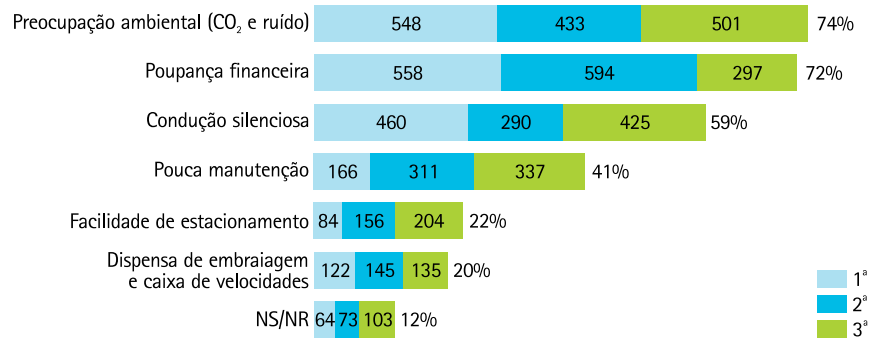


Figura 36. Empresas
Quais são, para si, as 3 principais vantagens da utilização de um veículo eléctrico?

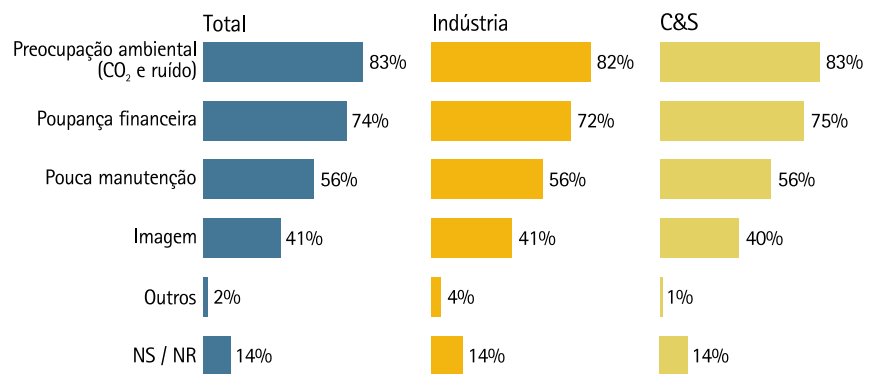


Figura 37. Particulares
Quais são, para si, as 3 principais desvantagens da utilização de um veículo eléctrico?

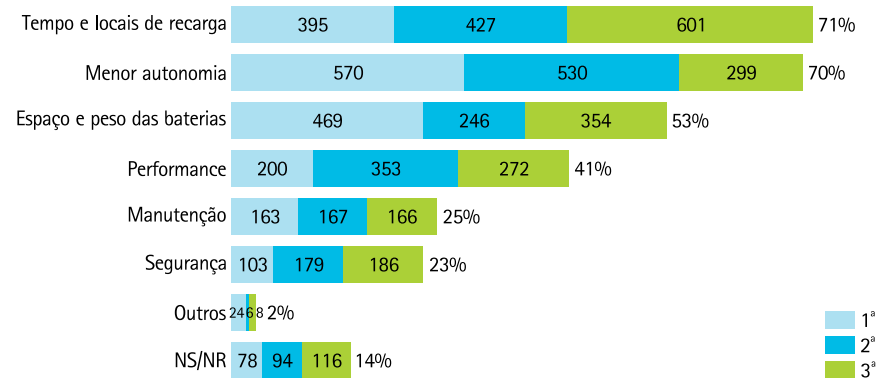


Figura 38. Empresas
Quais são, para si, as 3 principais desvantagens da utilização de um veículo eléctrico?

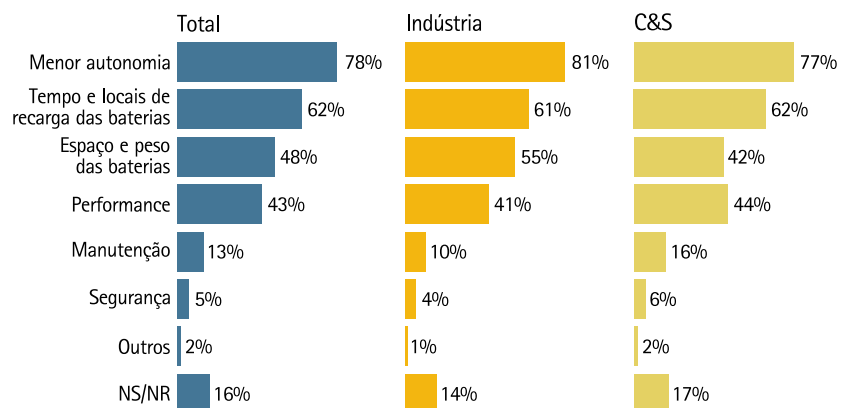


Figura 39. Particulares
Estaria disposto a adquirir um veículo eléctrico?

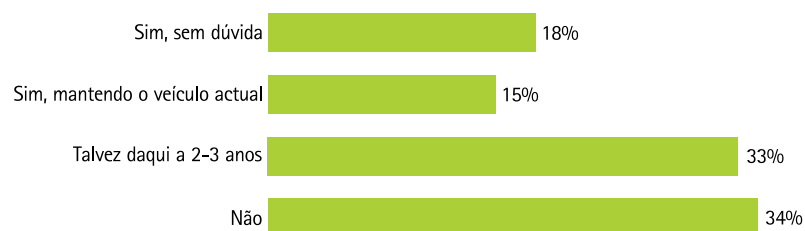


Figura 40. Empresas
A empresa estaria disposta a adquirir veículos eléctricos para a frota?

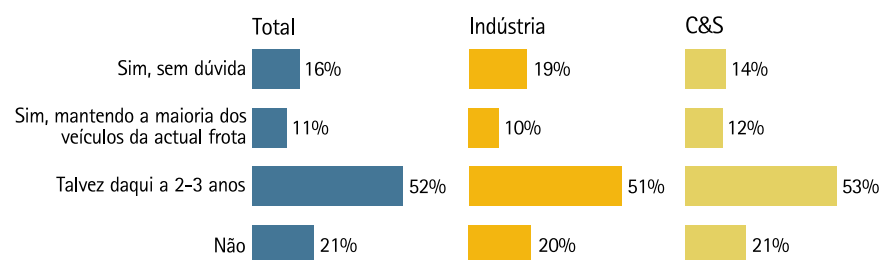


Figura 41. Particulares
Quanto mais estaria disposto a pagar para adquirir um veículo eléctrico a curto prazo?

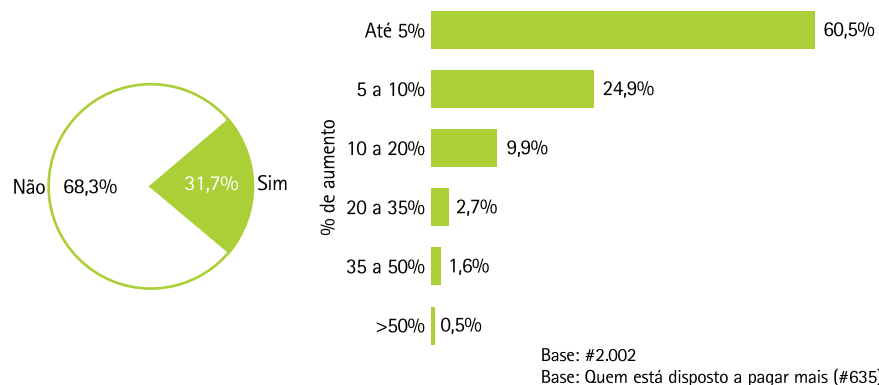
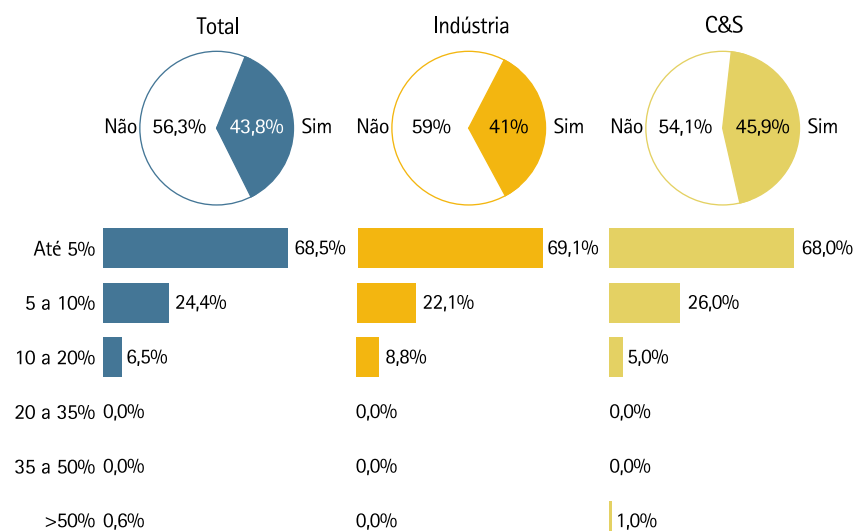


Figura 42. Empresas
Quanto mais estaria a empresa disposta a pagar para adquirir veículos eléctricos a curto prazo?



Key Finding N° 11

Os consumidores destacam como vantagens da microgeração a redução das emissões de CO₂ e do custo da factura mensal, identificando como principais limitações à instalação o investimento inicial e respectivo prazo de retorno, assim como o processo burocrático associado ao licenciamento.



A redução das emissões de CO₂ e do custo da factura mensal são identificadas por mais de 50% dos consumidores e das empresas como as principais vantagens da microgeração (figuras 43 e 44).

Mais de metade das empresas refere o investimento inicial, o prazo de retorno do investimento e o processo burocrático e demorado de licenciamento como principais desvantagens da microgeração (figuras 45 e 46).

Figura 43. Particulares
Quais são, para si, as 3 principais vantagens da microgeração?

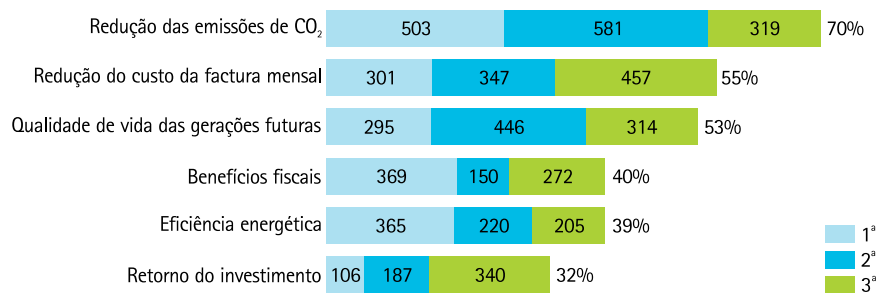


Figura 44. Empresas
Quais são as 3 principais vantagens da microgeração para a empresa?

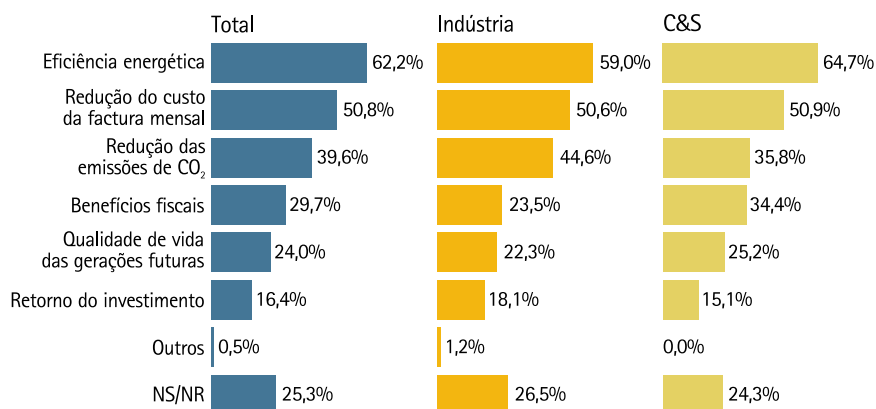


Figura 45. Particulares
Quais são, para si, as 3 principais desvantagens ou limitações da microgeração?

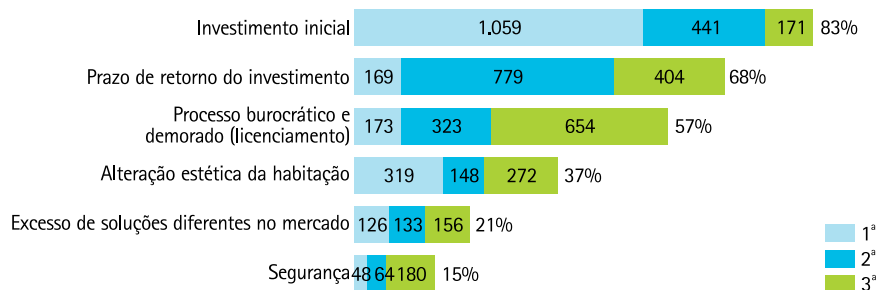
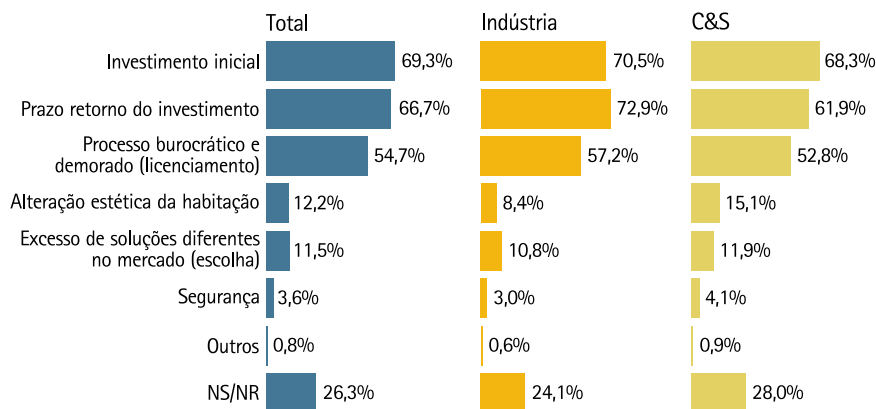
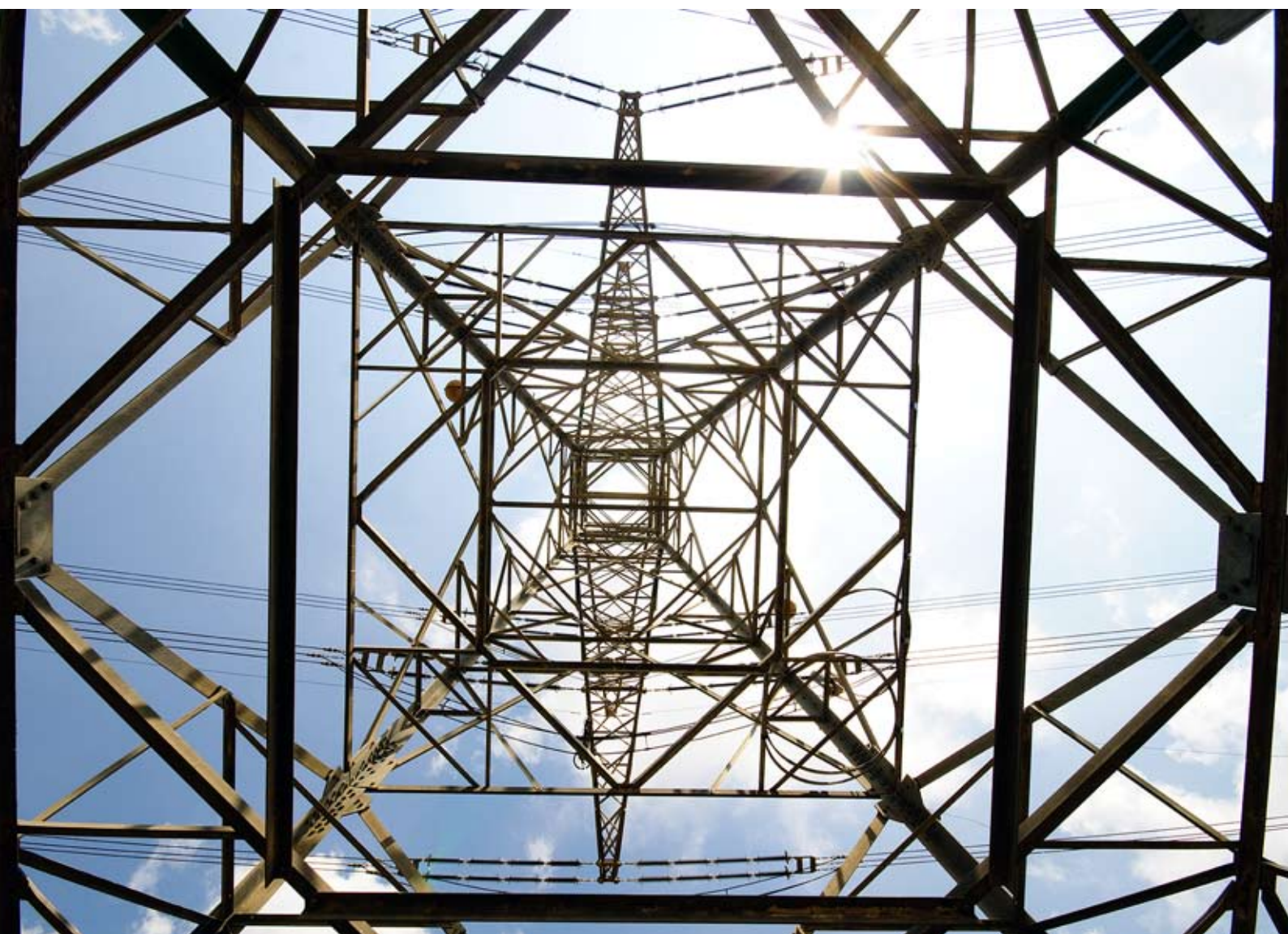


Figura 46. Empresas
Quais são as 3 principais desvantagens da microgeração para a empresa?



Key Finding N° 12

Ao nível das redes inteligentes, tanto os consumidores como as empresas valorizam, sobretudo, a capacidade de otimizar o consumo e a facturação baseada no consumo real.



Mais de 70% dos consumidores associa às redes inteligentes a capacidade de otimizar a gestão de consumos e ter acesso a facturação baseada no consumo real (figura 47).

Cerca de 90% das empresas associa às redes inteligentes a capacidade de otimizar a gestão de consumos e cerca de 80% ao facto de ter acesso a facturação baseada no consumo real (figura 48).

Figura 47. Particulares
Das seguintes funcionalidades, que podem ser integradas nas redes inteligentes, quais são as que mais valoriza?

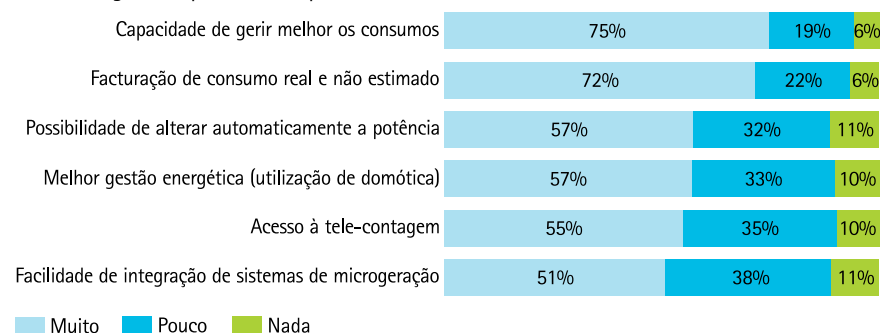
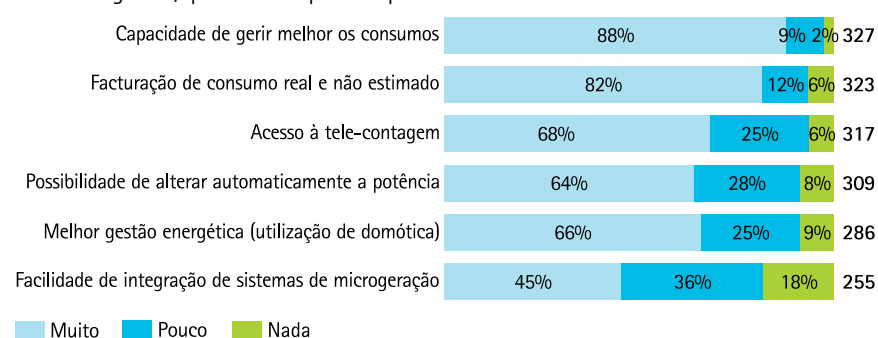


Figura 48. Empresas
Das seguintes funcionalidades, que podem ser integradas nas redes inteligentes, quais são as que a empresa mais valoriza?



Conclusões e Implicações

O sector energético em Portugal registou evoluções significativas nos últimos anos, resultantes da política energética implementada, com o objectivo de minimizar o peso da factura energética nacional e assegurar a segurança e independência de abastecimento, bem como diminuir as emissões de CO₂. Esta evolução, ditada em parte pela necessidade de honrar os compromissos assumidos no contexto das políticas europeias de combate às alterações climáticas, enquadra-se no que vem sendo aconselhado em fóruns internacionais, como o Conselho Mundial de Energia e a Convenção para as Alterações Climáticas das Nações Unidas (UNFCCC), entre outras.

As alterações originadas pela crise financeira mundial, pelo novo choque petrolífero e pela liberalização dos mercados energéticos, conduziram à alteração de critérios por parte do consumidor, sobrepondo-se, actualmente, o factor "preço" e a redução de custos a todos os restantes argumentos, nos vários subsectores do mercado energético.

O fornecimento de electricidade e de gás natural é visto, pelos consumidores, como uma *commodity*, sendo o preço praticado preponderante na escolha do fornecedor, dada a uniformidade da oferta existente a nível de produto. As expectativas dos consumidores centram-se numa melhoria e diferenciação da oferta de serviços associados, particularmente nas áreas de aconselhamento, destacando-se a eficiência energética, no caso dos consumidores particulares e a assessoria energética, no sector empresarial. De realçar que os serviços mais referidos são, em ambos os casos, os que contribuem para a redução da factura energética.

Na área dos combustíveis gasosos, e para além das situações em que não existe rede de distribuição de gás natural, a opção pelo GPL é, maioritariamente, justificada pelos elevados custos de instalação ou reconversão, e não directamente pelo preço destes produtos.

No mercado dos combustíveis verifica-se, comparativamente a 2006, uma inversão dos principais critérios de escolha dos postos de abastecimento, passando o preço a ser o factor preponderante na decisão, em detrimento da localização. Para este facto contribuiu, de forma decisiva, o aumento de preços verificado em 2009, bem como a total liberalização do mercado, permitindo a fixação de preços diferenciados pelos operadores.

Verifica-se também que há um grande desconhecimento pelos consumidores, da prática, legalmente obrigatória, de incorporação de biocombustíveis no gasóleo rodoviário e dos percentuais envolvidos. No entanto, destaca-se a disponibilidade da maioria dos consumidores para pagar até mais 5% pela incorporação de uma maior percentagem de biocombustíveis, quando confrontados com os benefícios ambientais associados.

A hipótese da instalação de uma central nuclear em Portugal, para produção de electricidade, é recusada pela maioria dos consumidores, que aponta os riscos para a saúde pública e segurança como factores decisivos, sobrepondo-se ao factor preço, que é referido como principal vantagem pela minoria que concorda com esta possibilidade.

Os consumidores revelam um conhecimento significativo das energias renováveis (ER) e das suas vantagens ambientais, não estando muito sensibilizados para a sua contribuição para a redução da factura energética nacional. No entanto, mais uma vez, o custo é o principal factor condicionante na aceitação de novas fontes de energia, visto que metade dos consumidores não está disposto a pagar mais pelas ER e, dos que estão, a maioria recusa um aumento superior a 5%.

Relativamente às tecnologias de inovação no sector energético, como o veículo eléctrico, a microgeração e as redes inteligentes, apesar de existir uma predisposição favorável, verifica-se a recusa de um aumento significativo dos custos a suportar, o que implica dever ter-se em conta a optimização do investimento inicial e respectivo retorno.

Da análise anterior ressalta a preponderância do factor preço nas decisões de consumo, bem como as expectativas dos consumidores quanto às mais-valias de uma oferta integrada de serviços e ao retorno económico das políticas energéticas, constatações importantes que deverão ser tidas em consideração pelos agentes de mercado e pelos decisores políticos.

A Associação Portuguesa de Energia (APE) e a Accenture agradecem a participação na elaboração deste estudo a: Prof. Dr. António Sá da Costa, Associação de Energias Renováveis; Eng. António Tomé Martins, Galp Energia; Eng.^a. Helena Azevedo, REN – Rede Eléctrica Nacional; Eng.º Jerónimo Cunha, Direcção-Geral de Energia e Geologia; Dr.^a Júlia Boucinha, EDP – Energias de Portugal; e Eng.º Sérgio Abrantes Machado, CP – Comboios de Portugal, E.P., bem como a todos os respondentes na fase de inquérito que formou a base do presente estudo, tanto particulares como empresas.

Com o patrocínio de:



Com o apoio de:

BP Portuguesa, S.A.
EEM - Empresa de Electricidade da Madeira, S.A.
Efacec Capital SGPS, S.A.
Logica TI Portugal, S.A.
SIEMENS, S.A.

Sobre a Accenture

A Accenture é uma organização global de serviços de consultoria de gestão, tecnologias de informação e outsourcing, com cerca de 215 mil profissionais a servir clientes em mais de 120 países. Através da combinação de uma experiência ímpar, um conhecimento profundo dos vários sectores de actividade e funções de negócio, e uma extensa pesquisa sobre as empresas mais bem sucedidas do mundo, a Accenture colabora com os clientes ajudando-os a tornarem-se organizações de alto desempenho. A empresa gerou receitas no valor de 21,6 mil milhões de dólares, no exercício terminado em 31 de Agosto de 2010. A homepage da Accenture é www.accenture.pt.

Sobre a Associação Portuguesa de Energia (APE)

A APE é uma instituição privada, de utilidade pública, sem fins lucrativos, que desenvolve actividade na área da energia sustentável, procurando dinamizar a reflexão e o debate em áreas ligadas à evolução do sector energético, e desenvolver acções que reforcem o papel do sector energético na ecónomia e na qualidade de vida em Portugal.

A APE assegura a representação nacional no Conselho Mundial de Energia, tendo como associados as principais empresas do sector energético, bem como da indústria transformadora e dos serviços.

Sobre o estudo A Energia em Portugal

Este estudo foi preparado com base em fontes e dados que a Associação Portuguesa de Energia (APE) e a Accenture julgam serem fiáveis mas não assumem qualquer asserção ou garantia, expressa ou implícita, relativamente à sua precisão ou plenitude. Quaisquer figuras ou estatísticas utilizadas neste estudo estavam actualizadas aquando da realização do mesmo e estão sujeitas a alteração sem aviso prévio. Os pontos de vista e as opiniões expressos nesta publicação reflectem exclusivamente a visão da APE e Accenture e não necessariamente a das empresas pesquisadas ou inquiridas, nem a de qualquer outra terceira entidade mencionada no relatório. Essas opiniões não devem ser interpretadas como prova de aconselhamento, recomendação ou aval profissional, nem devem ser invocadas enquanto tal. Nem a APE nem a Accenture, nem os seus colaboradores, aceitam responsabilidades por quaisquer perdas ou danos que resultem da invocação das informações contidas nesta publicação.