

Índice

4 Sumário Executivo

5 Metodologia e Abordagem

Electricidade e Gás Natural

6 Key Finding N° 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 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.

12 Key Finding N° 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 N° 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 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%.

Energia Nuclear

19 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.

Combustíveis Derivados de Petróleo

21 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.

23 Key Finding N° 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 N° 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 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 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 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.

32 Key Finding N° 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