



exame.

Revista Exame

A fórmula das empresas com melhor reputação no país

A lista das empresas com melhor reputação está se tornando mais estável. Para subir é preciso fazer um baita esforço. Quem cai muito é porque cometeu erros



Fábrica da Toyota, em São Paulo: bons resultados no negócio e inovação (Toyota/Divulgação)



Guilherme Dearo

Publicado em 11 de abril de 2019 às 05h36.

Última atualização em 25 de julho de 2019 às 14h47.

Construir a reputação de uma empresa não é tarefa simples. Exige um esforço constante e coerente para cativar todos os públicos com os quais a companhia se relaciona. Mas perdê-la também não é fácil. “Se a empresa é sólida em todas as frentes, dificilmente perderá a reputação”, afirma Lylian Brandão, diretora-geral da Merco, empresa dedicada a avaliar a imagem corporativa. “Somente uma grave crise pode pôr tudo a perder.” Publicado com exclusividade por EXAME, o **ranking da Merco sobre reputação** está em sua quinta edição no Brasil.

Uma crise grave é o caso da mineradora Vale. Do segundo lugar no ranking de 2013, e sexto no ano seguinte, a Vale caiu para o 70º em 2016, logo após o rompimento da barragem de Mariana. O ranking deste ano ainda não reflete a catástrofe de Brumadinho, ocorrida no fim de janeiro — a Vale está no 46º lugar. “Isso mostra que, depois de uma crise, a queda é rápida; e a recuperação, demorada”, diz Lylian. “Com Brumadinho, ela deve despencar novamente.”

QUEM SUBIU, QUEM CAIU — E QUEM FICOU NO LUGAR

As empresas com melhor reputação, segundo a consultoria Merco

Posição em 2019

As dez empresas com melhor reputação no Brasil

Posição em 2018

1ª	Natura	1ª
2ª	Ambev	5ª
3ª	Itaú Unibanco	3ª
4ª	Google	2ª
5ª	Grupo Boticário	4ª
6ª	Nestlé	6ª
7ª	Unilever	7ª
8ª	Bradesco	31ª
9ª	Apple	8ª
10ª	Toyota	19ª

As empresas que mais subiram de posição

Posições que subiu

69ª	GE	31
25ª	Alpargatas	27
8ª	Bradesco	23
46ª	Vale	22
37ª	Carrefour	19

As empresas que mais caíram de posição entre o top 100

Posições que caiu

77ª	Siemens	31
63ª	Grupo Pão de Açúcar	27
56ª	Volvo	27
44ª	Facebook	24
66ª	3M	24

É também o caso do setor de construção. Os escândalos de corrupção derrubaram a Odebrecht de 2015 em diante. E a crise do setor imobiliário escanteou a Gafisa, que esteve na lista em 2017 e 2018. Outra empresa que vem sofrendo desgaste é o Facebook, atingida por escândalos de fake news e falta de segurança nos dados dos usuários: tudo isso a fez cair da 20^a para a 44^a posição na lista.

Poderia ser considerado um escândalo também o fato de que não há, no ranking nacional, nenhuma empresa do setor da educação. Na Colômbia existem 14. No Peru, sete. Na Espanha são cinco. É um alerta de como o Brasil está longe de ter a educação como prioridade. E um sinal das enormes oportunidades nesse setor.

Tirando esses casos extremos, a lista da Merco está se tornando mais estável. Há apenas 16 novas empresas entre as 100 primeiras – no ano passado foram 20; e no ano anterior, 30. As ascensões e quedas também estão mais discretas. Em 2018 havia ganhos de mais de 50 posições e perdas de mais de 70 posições. Neste ano, as oscilações máximas ficaram entre 20 e 31 posições. “É uma tendência internacional. As empresas brasileiras estão fazendo trabalhos sólidos para melhorar a reputação”, diz Lylian.

Nesse contexto de estabilidade, entrar no clube das dez melhores reputações é um feito. Foi o que se deu com a Toyota, no ano em que comemorou 60 anos no Brasil. A montadora japonesa subiu nove posições, para o décimo lugar. Em boa medida, a melhora no ranking tem a ver com os ótimos resultados da Toyota no país e seu trabalho de aproximação e transparência com os consumidores.



Região de Brumadinho: o novo desastre deverá anular a recuperação da imagem da Vale | Washington Alves/Reuters

A Merco investiga uma série de quesitos, com base em 3.164 entrevistas realizadas com três grandes grupos: executivos de grandes empresas, especialistas de vários setores (analistas financeiros, membros do governo, acadêmicos e representantes de ONGs, entre outros) e consumidores. O resultado é auditado pela consultoria KPMG. De todas as variáveis, no entanto, duas são cruciais. Entre os empresários os resultados comerciais e financeiros foram os mais citados como essenciais à reputação. Entre os consumidores as questões de ética e de transparência foram os fatores positivos mais mencionados.

E isso explica a ascensão da Toyota. A empresa terminou o ano com recorde histórico de 200.000 carros vendidos, 5,3% mais do que em 2017. Também exportou para a América Latina 65.000 unidades. Em 2019, ela espera elevar as vendas em 9,5%. No ano passado, começou a testar, no modelo Prius, a tecnologia híbrido-flex, que une o motor elétrico ao motor a combustão (tanto a gasolina quanto a álcool). Neste ano, o sistema será aplicado a um modelo ainda não divulgado. “O Brasil será o primeiro país a produzir carros com essa tecnologia”, diz Rafael Chang, presidente local da Toyota. A empresa também fortaleceu o debate sobre mobilidade urbana e energias limpas nos comitês internos de governança. E intensifica a comunicação com consumidores. “O pessoal quer que eu fale diretamente com nossos clientes nas redes sociais. Ainda prefiro papel e caneta, mas topei o desafio”, afirma Chang.

UMA MULHER NO TOPO. E SÓ

Os líderes com as melhores reputações no Brasil, segundo o estudo da Merco

● Posição em 2019

■ Posição em 2018

1 ^a	← Luiza Helena Trajano	→	1 ^a
	Magazine Luiza		
2 ^a	← Roberto Setubal	→	4 ^a
	Itaú Unibanco		
3 ^a	← Abílio Diniz	→	3 ^a
	Península Participações		
4 ^a	← Jorge Paulo Lemann	→	2 ^a
	3G Capital		
5 ^a	← Fábio Coelho	→	6 ^a
	Google		
6 ^a	← Jorge Gerdau	→	9 ^a
	Gerdau		
7 ^a	← João Paulo Ferreira	→	5 ^a
	Natura		
8 ^a	← Artur Grynbaum	→	7 ^a
	Grupo Boticário		
9 ^a	← Bernardo Pinto Paiva	→	13 ^a
	Ambv		
10 ^a	← Luiz Carlos Trabuco Cappi	→	10 ^a
	Bradesco		

O Bradesco também entrou no clube das dez primeiras. Recuperando-se de uma queda abrupta em 2018, o banco subiu 23 posições, para o oitavo lugar. Novamente, a ascensão pode ser explicada por resultados financeiros, inovação e atenção ao consumidor. No balanço mais recente, bateu recorde de lucro (21,6 bilhões de reais, 13,4% mais do que em 2017), embora tenha sido ultrapassado em rentabilidade pelo Santander. A carteira expandida de crédito cresceu 7,8%, para 351 bilhões. O Bradesco investiu 6 bilhões de reais em tecnologia, com a assistente virtual Bia, o banco digital Next e a atualização do sistema de informações. “A Bia já tem 90% de acurácia e completou 100 milhões de transações com 8,3 milhões de clientes”, diz Leandro Miranda, diretor executivo do Bradesco. O banco também criou um novo logo, de inspiração mais inclusiva. “Agora há um degradê que passa pelo vermelho, mas vai do roxo ao rosa. É a maneira de mostrar nossa diversidade de colaboradores e clientes”, afirma. Hoje, 51% dos funcionários são mulheres e 26% são negros.

A Merco também produz um ranking dos **100 líderes com melhor reputação**, com as opiniões de diretores de empresas. Essa lista mudou pouco. Luiza Trajano, do Magazine Luiza, manteve a liderança. Roberto Setubal, do Itaú Unibanco, assumiu o segundo lugar. Só um nome saiu da lista dos dez primeiros: Silvio Santos, que caiu da oitava para a 11^a posição. Em seu lugar entrou Bernardo Pinto Paiva, da Ambev, em nono. Apesar de Luiza estar no topo, a lista é dominada por homens. A segunda mulher, Paula Bellizia, da Microsoft, aparece em 14^o lugar. A porcentagem de mulheres é baixíssima, mas reflete a proporção delas em cargos de liderança, segundo Sofia Esteves, fundadora da consultoria de carreira Cia de Talentos. É uma ascensão ainda a ser construída.