



EDITADO POR SÔNIA ARRARIPE E CARLOS FRANCO



blog

fórum

enquete

Que seção você mais gosta de Plurale em site?

- Crédito de carbono e clima
- Entrevistas, artigos e estudos
- Notícias em geral
- Consumo ético, social, casos e casos
- Gosto de tudo um pouco

Vote

resultado parcial ►

notas



◀ VOLTA

Reputação com marca carioca

03/02/09

O Reputation Institute, empresa global de consultoria e pesquisa com sede em Nova York e com presença em mais de 20 países e que tem como foco de atuação fortalecer a reputação corporativa das empresas através do alinhamento entre a sua visão estratégica, sua cultura interna e as percepções dos seus públicos estratégicos, está abrindo escritório no Rio de Janeiro para atender todo o Brasil e América Latina.

Dario Menezes, executivo com experiência na condução de estratégias de marketing pela Varig e Vale será o Diretor de Novos Negócios e coordenará o escritório.

O novo escritório da empresa - que já conta no Brasil com 10 clientes como Algar, Arcelor, Cemig, Gerdau, Holcim, Itaú, Petrobrás, Samarco, Telefônica, Vale e Votorantim - irá se somar ao escritório existente em Belo Horizonte, que conta com profissionais e acadêmicos de perfis e experiências complementares. São desenvolvidos estudos e análises visando o monitoramento contínuo da sua reputação corporativa em relação aos seus principais concorrentes e a geração de estratégias para o fortalecimento da reputação, agregando maior competitividade empresarial.

Na maior parte dos casos os indicadores gerados acabam incorporando-se ao *Balance Scorecard* da empresa, sendo monitorados de forma constante e apurada, fortalecendo o processo de gestão corporativa.

"A reputação tem valor como ativo corporativo pois afeta diretamente o valor de mercado a medida em que os consumidores estabelecem vínculos positivos com a empresa. Em momentos de crise é ainda mais valorizada pelos seus públicos estratégicos que tornam-se mais seletivos nas suas decisões de relacionamento e compra. As empresas não podem cometer o erro estratégico de não investir na sua reputação mesmo em período de desaceleração econômica sob pena de perderem sua relevância e posição de destaque no mercado" destaca Ana Luisa Almeida, Diretora Geral do Reputation Institute Brasil e Professora da PUC Minas.

Seguindo a tendência mundial, no Brasil as empresas com boa reputação estão estrategicamente melhores posicionadas para superar os desafios de mercado, além de conferir melhor rentabilidade e capacidade de atração de novos colaboradores e parceiros.

No evento de inauguração estará presente também o Diretor Internacional do RI, Nicolas Trad, que apresentará para um seleto grupo de convidados, cases de imagem e reputação corporativa de empresas ao redor do mundo.

"É com muito orgulho que estamos fortalecendo nossa presença no Brasil que já conta com um time de clientes que sempre se pautaram por valores e crenças alinhadas as tendências mundiais em reputação corporativa. Sabemos da enorme responsabilidade que este momento mundial representa para as empresas brasileiras e estamos prontos a ajudá-las a vencer seus desafios de mercado, fortalecendo sua presença e criando novas oportunidades de crescimento" afirma Nicolas.

Sobre o Reputation Institute

O RI (www.reputationinstitute.com) com sede em Nova York foi fundado em 1997 na Holanda e é pioneiro e líder global na área de gestão da reputação corporativa.

Possui metodologia proprietária e ferramentas para a avaliação e medição da reputação corporativa, com destaque para o Global Pulse, pesquisa anual que visa a compreensão da dinâmica da reputação corporativa ao redor do mundo e que na sua 3ª. edição (2008) contou com um universo de 60.000 pessoas pesquisadas ao redor 27 países. Além dele a consultoria desenvolveu o Reprtrak, modelo de acompanhamento da reputação da empresa e dos seus concorrentes, formado pela avaliação de 23 atributos de reputação corporativa distribuídos em 7 dimensões (desempenho financeiro, produtos e serviços, inovação, ambiente de trabalho, governança, cidadania e liderança).

Complementando o portfólio de serviços a consultoria oferece o Ecq, um monitor de alinhamento estratégico entre os colaboradores de uma empresa, atualmente utilizado pela Vale e Petrobrás.

Missão do RI

"Desenvolver e disseminar o conhecimento sobre reputação, identidade e marca e ajudar as organizações a desenvolver e implementar as melhores práticas de gestão nessas áreas".

Rede de clientes - Brasil

Algar - Arcelor Mittal - Cemig - Gerdau - Holcim - Itaú - Petrobrás - Samarco - Telefônica - Vale e Votorantim.

Rede mundial de clientes

Microsoft - Dell - Intel - ITT - Hydro - Fedex - HSBC - Credit Suisse - BBVA - MasterCard - McDonald's - Coca-Cola - Philips - Johnson & Johnson - P&G - Nordisk - SAP - Telefonica - Telenor - Shell - Repsol - Iberdrola

Rede de Escritórios do Reputation Institute

África do Sul - Alemanha - Austrália - Bolívia - Brasil - Chile - China - Croácia - Dinamarca - Espanha - Estados Unidos - França - Grécia - Índia - Itália - Holanda - Japão - Noruega - Portugal - Rússia - Suécia - Suíça - Turquia - Ucrânia - Reino Unido

Envie esta informação por e-mail para o seu amigo!

Seu nome:

Nome do seu amigo:

E-mail do seu amigo:

ENVIAR ESTA PÁGINA POR E-MAIL