

**Mercado**
**Americanas: Qual é o estrago que o rombo bilionário pode causar na marca?**

Companhia comunica que foram detectadas inconsistências em lançamentos contábeis e CEO e CFO renunciaram

Por **Priscilla Oliveira** - 12/01/2023

[Americanas](#) - [Branding](#) - [Reportagens](#) - [Reputação de Marca](#)



A Americanas anunciou que foram detectadas inconsistências em lançamentos contábeis estimadas em R\$ 20 bilhões, em análise preliminar. Diante disso, o diretor-presidente Sergio Rial e o diretor de Relações com Investidores André Covre, empossados no dia 2 de janeiro deste ano, renunciaram ao cargo.

O comunicado surpreendeu o mercado, principalmente pela companhia afirmar que "neste momento, não é possível determinar todos os impactos de tais inconsistências na demonstração de resultado e no balanço patrimonial da companhia". De acordo com o comunicado, seriam lançamentos contábeis redutores da conta de fornecedores realizados em exercícios anteriores, incluindo o ano de 2022. "A Companhia estima que o efeito caixa dessas inconsistências seja imaterial", informa.

Pela ótica do branding, quais poderiam ser essas perdas? Para Marcos Machado, Sócio na TopBrands Consultoria de Branding e coordenador e consultor na FIA Business School, a notícia do rombo é péssima para a marca como um todo. "A confiança é um ativo importante na composição da força da marca, tanto para consumidores como para os demais públicos de interesse, como bancos, fornecedores e colaboradores."

**Dimensões do prejuízo**

Como a empresa conduzirá essa crise dirá muito sobre as perdas em termos de valor da marca. Apesar do efeito de valor da marca ser mais rápido e mais forte junto a estes públicos corporativos, mais inteirados das informações que cercam a empresa, o consumidor final precisa se sentir seguro. "É uma onda que pode atingir o público final na sequência, a menos que a empresa aja rápido para deter este processo antes que ele chegue ao consumidor", avalia.

Marcos aponta ainda que se esta onda de desconfiança chegar ao público final e este se retrair perante à marca, em um mercado hoje tão duro e competitivo, pode ser que a marca não se recupere.

A notícia chega a poucos dias do início do Big Brother Brasil 2023, em que a Americanas é uma das principais patrocinadoras. Se por um lado há uma ação que pode prejudicar a marca, por outro tem uma que alavanca o crescimento dela. Marcos aponta que a Americanas, nesse momento, deve continuar atendendo o público final bem e sem erros.

"Não vejo necessidade de qualquer esclarecimento. Todo grande varejista tem áreas em que atende melhor do que outras. Neste sentido, talvez seja o caso de suspender operações que porventura não estejam bem entrosadas. Em um momento em que há uma crise de confiança, qualquer erro ganha maiores proporções. Se fosse um restaurante, eu diria: vamos tirar do cardápio o que não fazemos bem e deixar só o que temos excelência", analisa.

**A Americanas S.A.**

Em 2021 a Americanas se fundiu com a B2W, empresa do comércio eletrônico que já operava diversas plataformas, incluindo o site Americanas.com, e deu origem ao conglomerado Americanas S.A. que abrange tanto o comércio físico quanto o virtual.

A holding também concentra as operações de lojas como Submarino, Shoptime e Soubi (Sou Barato), além da fintech Ame Digital, a plataforma de logística Let's e a Mais Aqui, que opera com crédito, seguros, cartões de conteúdos, serviços e venda assistida. Em janeiro de 2020, foi feita a compra do Supermercado Now, plataforma de e-commerce focada na categoria de supermercado online. No ano seguinte reforçou a entrada na categoria de alimentação para o lar com a aquisição da rede Hortifruti natural da Terra.

Em setembro de 2021, a companhia também comprou a Skoob, rede social de leitura e também o Grupo Uni.co, dono das marcas Imaginarium, Lovebrands, MinD e Puket. Em 2022, foi fundada a Americanas Entrega, com soluções para os comerciantes que operam nos marketplaces da companhia.

**Leia também:** [Lorena Andrade assume Gerência de Marca e Inteligência de Mercado do Hortifruti. Conheça trajetória e desafios na área](#)