

## AMERICANAS

TÍTULO: AMERICANAS:  
A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA  
NO CENTRO DA VIRADA  
REPUTACIONAL

AGÊNCIAS: CORTEX INTELLIGENCE;  
AT – CONSULTORIA E COMUNICAÇÃO;  
OFICINA CONSULTORIA; INPRESS  
PORTER NOVELLI; INFO4



## NOVOS TEMPOS

*Americanas investem em um bem estruturado plano de comunicação para reverter a imagem negativa perante todos os seus públicos*

O ano de 2023 começou com grande expectativa no mercado financeiro em relação às Americanas, uma das principais empresas de varejo do Brasil, fundada em 1929. Após mais de duas décadas, a companhia anunciou a troca de CEO para modernizar a gestão, aumentar a competitividade e reverter prejuízos. Na época, a empresa impactava mais de 53 milhões de brasileiros e gerava milhares de empregos em todo o país.

Em janeiro, Sérgio Rial assumiu como novo CEO, mas apenas nove dias depois revelou "inconsistências contábeis"

de pelo menos 20 bilhões de reais, anunciando sua saída imediata. Essa descoberta desencadeou uma crise reputacional de grandes proporções. Credores e fornecedores reagiram com medidas protetivas, enquanto a dívida da empresa, já reconhecida, ultrapassava 42 bilhões de reais. A antiga diretoria foi afastada, e investigações começaram.

77% DOS  
CLIENTES  
ACREDITAVAM  
NA SUPERAÇÃO  
DA CRISE PELA  
COMPANHIA

Diante da pressão de diferentes setores, a estratégia de gestão de crise das Americanas seguiu dois eixos principais: o primeiro relacionado à Recuperação Judicial (RJ) e o segundo voltado para a reestruturação das operações e a continuidade do negócio. A nova liderança adotou uma postura de maior transparência na comunicação, buscando mitigar impactos junto a públicos internos e externos.

Para a sociedade e os clientes, a empresa reforçou mensagens de continuidade das operações, destacando iniciativas como o pagamento à vista a fornecedores de ovos de Páscoa, incentivando as vendas na data. Campanhas para a Black Friday, o Natal e contratações temporárias também ganharam espaço na imprensa.

Entre os colaboradores houve um esforço para promover engajamento e pertencimento, incentivando a participação na reconstrução da companhia. A comunicação com jornalistas foi aprimorada com a contratação de profissionais

especializados para agilizar esclarecimentos e ampliar a cobertura positiva na mídia.

**R\$ 3,7 milhões**  
FORAM INVESTIDOS  
EM 2023 NA GESTÃO  
DA CRISE

Já para acionistas e credores a prioridade foi recuperar credibilidade, destacando ações de transparência. Um marco foi o anúncio de um acordo com 97% de adesão dos credores, buscando mitigar danos e projetar uma agenda positiva.

A gestão da crise incluiu reestruturação do portfólio e valorização de vendedores do marketplace. A empresa também investiu 3,7 milhões de reais na estratégia de recuperação em 2023, o que resultou em matérias positivas em veículos como a revista *Isto É*. O NPS das Americanas apresentou evolução no ambiente digital, e uma pesquisa apontou que 77% dos clientes acreditavam na superação da crise pela companhia.

Essas ações conjuntas ajudaram a empresa a sustentar sua operação e criar perspectivas mais otimistas em meio à crise sem precedentes.