

Relatório publicado pela Pentland Analytics, em parceria Aon, analisa a dinâmica entre o risco à reputação e o valor do acionário na era da tecnologia e inovações das mídias sociais

Eventos que envolvem a reputação das empresas, como ataques cibernéticos, têm um impacto direto no preço de ações, segundo mostra o [relatório](#) publicado pela Pentland Analytics, em parceria com a Aon, empresa global líder de serviços profissionais, que oferece ampla gama de soluções em riscos, previdência e saúde.

O estudo Risco de Reputação na Era Cibernética 2018 analisou 125 crises de reputação ocorridas na última década, medindo o impacto no valor acionário no ano seguinte aos respectivos eventos. O relatório concluiu que o efeito no valor acionário causado pelas crises de reputação duplicou desde o surgimento das mídias sociais. Nem o tamanho da empresa, ou ter uma boa reputação, oferece qualquer proteção contra perda de valor após uma crise.

"Embora as ferramentas e a conscientização sobre a gestão de risco tenham evoluído, o risco de reputação continua influenciando as empresas, sendo uma de suas principais preocupações. Nos últimos 10 anos, o risco de reputação ocupou um dos primeiros lugares na [Pesquisa Global de Gestão de Risco](#) da Aon", afirma Randy Nornes, Líder de Clientes Corporativos da Aon. "Empresas experientes que desenvolvem e usam uma estrutura robusta de gerenciamento de risco podem não apenas enfrentar melhor os eventos que envolvem a reputação, mas é possível frequentemente ter um ganho líquido em valor após tais eventos".

Em tempos de crise, os investidores utilizam informações sobre uma empresa compartilhadas em mídias sociais para reavaliar suas expectativas de capital, o que pode impactar positiva ou negativamente o preço das ações de uma empresa. O relatório mostrou que as empresas podem aumentar seu valor em 20% ou reduzi-lo em 30%, dependendo de seu preparo quanto ao risco de reputação e comportamento gerencial logo após uma crise.

"Mesmo que a procura por seguros cibernéticos esteja crescendo mundialmente, ainda permanece uma enorme lacuna entre a cobertura de riscos cibernéticos e a tradicional. Estima-se que o crime digital causou cerca de US\$ 550 bilhões em perdas no ano passado. Porém, em média, as empresas são cobertas por apenas 15% das potenciais perdas com os riscos cibernéticos, contra 59% das perdas em demais ativos", comenta Maurício Bandeira, Gerente de Produtos Financeiros da Aon Brasil.

O estudo identificou fatores chaves para uma recuperação bem-sucedida após um abalo de reputação, incluindo:

1. A comunicação no período de crise deve ser imediata e global
2. A percepção de honestidade e transparência é essencial
3. Responsabilidade social e ativa é fundamental

"Novas tecnologias continuam surgindo, tais como robótica, inteligência artificial e biônica, e todas requerem uma vigilância constante", acrescenta a Dra. Deborah Pretty, Diretora Fundadora da Pentland Analytics. "O desenvolvimento tecnológico aumentou o risco de reputação tornando as tecnologias mais intuitivas, baratas e rápidas para que as pessoas disseminem informações", finaliza Pretty.

A pesquisa principal sobre o impacto das crises no valor acionário foi realizada, primeiramente, por Pretty em 1993, e novamente em 2000, antes que as mídias sociais tivessem uma influência ativa. Os relatórios, respectivamente, focaram nas habilidades contrastantes das empresas em se recuperar das crises bem como no impacto sobre a reputação na ausência de perda física. Na versão de 2018 do estudo, foi dada uma atenção especial, tanto ao crescimento das mídias sociais, quanto ao valor do impacto de ataques cibernéticos.

Leia mais sobre esse assunto no [The One Brief](#) ou baixe o relatório completo em:
<http://www.aon.com/brasil/consulting/riscos-ciberneticos.jsp>

Fonte: Misasi, em 03.12.2018.