

# Pesquisa de Opinião Valor da Reputação

Realização

PONTO MAP<sup>∞</sup>

v.tracker



# Perfil da pesquisa



1.548 Pessoas

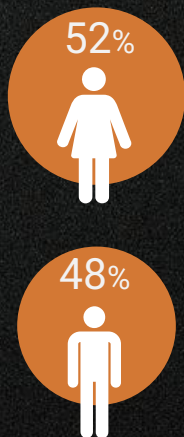


614

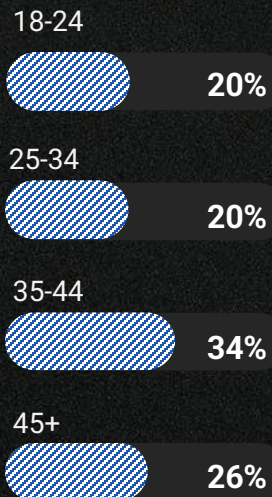
Municípios em 27 UFs  
Brasileiras

Pesquisa realizada pela Ponto MAP, em parceria com a V-Tracker, em projeto do Valor da Reputação com a Aberje.  
Realizada em 19 de março de 2026. Margem de erro de 2.4% com Índice de Confiança de 95%

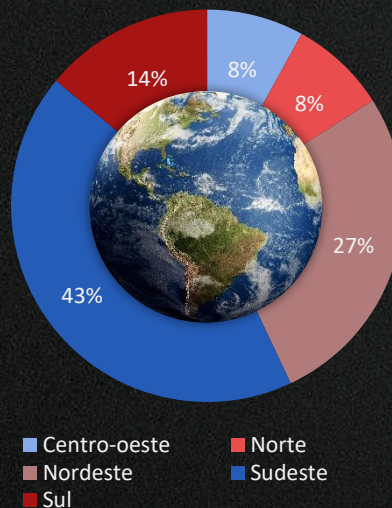
## GÊNERO



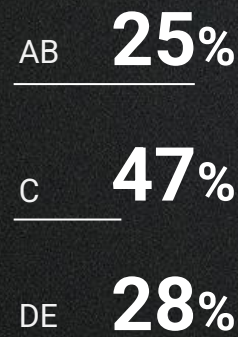
## FAIXA ETÁRIA



## REGIÃO



## CLASSE SOCIAL



# Metodologia

---

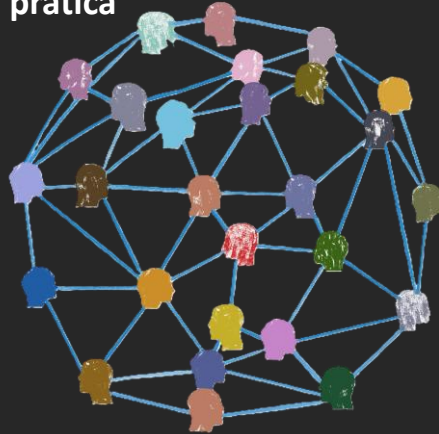
- Pesquisa online por aplicativo, smartphone, com respondentes de 18 anos ou mais.
- Controle de cotas proporcionais à população quanto a faixa etária, gênero, macrorregião e nível socioeconômico, tendo como base em dados do Censo do IBGE/2022 e Critério Brasil ABEP.
- Margem de erro: 2,4% com Índice de Confiança de 95%

# VALOR DA REPUTAÇÃO

## Sumário e highlights

### 01 — Definição de reputação da opinião pública: discurso tem de estar alinhado à prática

Qualidade, relacionamento e cumprir o que promete são prioridades  
Marca mais confiável é a de melhor reputação e não a mais conhecida



### 03 — Histórico de qualidade diferencia reputação de propaganda

Reputação ajuda o país, agiliza acordos e parcerias  
Rankings de marcas importam

### 05 — Escândalo de uma empresa afeta a reputação de todo o setor

Não há defesa do público em relação à empresa em crise

### 02 — Reputação é instrumento de gestão do dia a dia da opinião pública e é diferencial competitivo

Reputação define atitude na escolha de produto ao fornecimento de informações pessoais. Mas não é “cheque em branco”

### 04 — A importância da reputação por setor e classe social

Saúde, alimentos e bebidas, bancos, bens de consumo duráveis e tecnologia lideram

# 01 – Opinião pública define reputação

**Opinião pública reconhece o valor da reputação em suas escolhas e exige discurso institucional alinhado à prática**

## Para você, o que mais define que uma empresa ou instituição tem boa reputação?

Tem qualidade nos produtos/serviços	49%
Trata bem clientes e pessoas	48%
Cumpre o que promete	44%
Age com ética e transparência	41%
Trata bem seus funcionários	41%
Transmite confiança	38%
Tem boa gestão e competência	32%
É responsável social e ambientalmente	23%
Tempo de mercado, tradição (histórico de comportamento)	20%
A opinião das pessoas	17%
O que circula nas redes sociais	8%
O que sai na imprensa	5%

## Zoom na idade -

Para você, o que mais define que uma empresa ou instituição tem boa reputação?

	18-24	25-34	35-44	45+
Tem qualidade nos produtos/serviços	43%	45%	51%	56%
Trata bem clientes e pessoas	48%	53%	47%	44%
Cumpre o que promete	38%	48%	43%	46%
Age com ética e transparência	37%	42%	40%	44%
Trata bem seus funcionários	40%	42%	42%	39%
Transmite confiança	37%	37%	39%	39%
Tem boa gestão e competência	34%	32%	33%	30%
É responsável social e ambientalmente	23%	21%	23%	25%
Tempo de mercado, tradição (histórico de comportamento)	17%	18%	21%	24%
A opinião das pessoas	20%	16%	17%	14%
O que circula nas redes sociais	9%	7%	9%	7%
O que sai na imprensa	6%	7%	5%	4%

## Zoom na classe social -

Para você, o que mais define que uma empresa ou instituição tem boa reputação?

	AB	C	DE
Tem qualidade nos produtos/serviços	57%	51%	39%
Trata bem clientes e pessoas	56%	48%	41%
Cumpre o que promete	46%	46%	38%
Age com ética e transparência	44%	43%	35%
Trata bem seus funcionários	44%	43%	36%
Transmite confiança	43%	38%	34%
Tem boa gestão e competência	35%	32%	30%
É responsável social e ambientalmente	29%	23%	18%
Tempo de mercado, tradição (histórico de comportamento)	26%	19%	17%
A opinião das pessoas	21%	16%	13%
O que circula nas redes sociais	9%	7%	8%
O que sai na imprensa	8%	5%	3%

## Zoom na região -

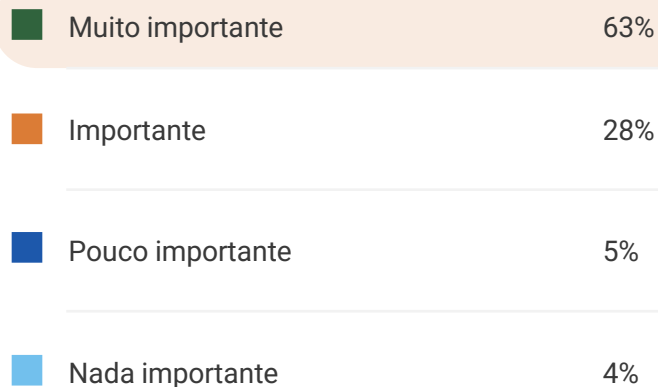
Para você, o que mais define que uma empresa ou instituição tem boa reputação?

	CO	NO	NE	SE	SUL
Tem qualidade nos produtos/serviços	47%	48%	52%	50%	50%
Trata bem clientes e pessoas	49%	46%	53%	47%	51%
Cumpre o que promete	33%	41%	44%	45%	52%
Age com ética e transparência	44%	44%	37%	38%	43%
Trata bem seus funcionários	50%	44%	34%	38%	42%
Transmite confiança	40%	33%	38%	39%	44%
Tem boa gestão e competência	34%	33%	28%	34%	27%
É responsável social e ambientalmente	18%	25%	26%	23%	23%
Tempo de mercado, tradição (histórico de comportamento)	17%	19%	26%	19%	26%
A opinião das pessoas	17%	16%	18%	17%	15%
O que circula nas redes sociais	7%	10%	9%	6%	9%
O que sai na imprensa	7%	6%	6%	5%	5%

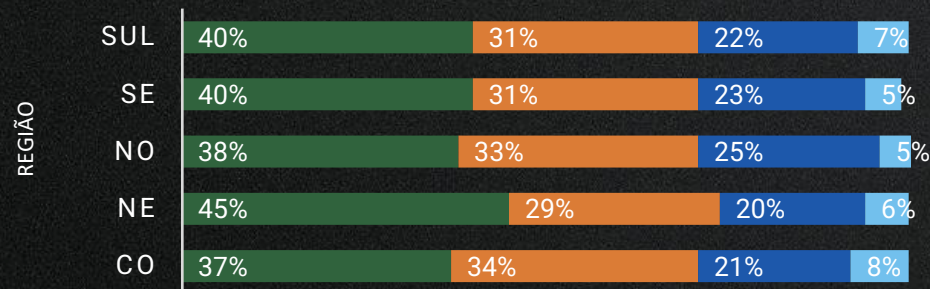
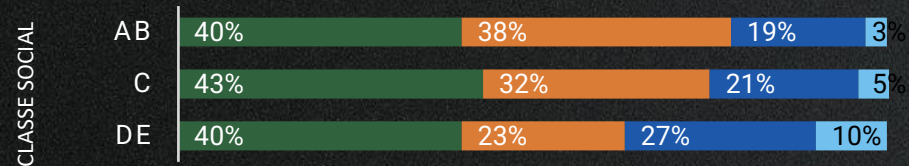
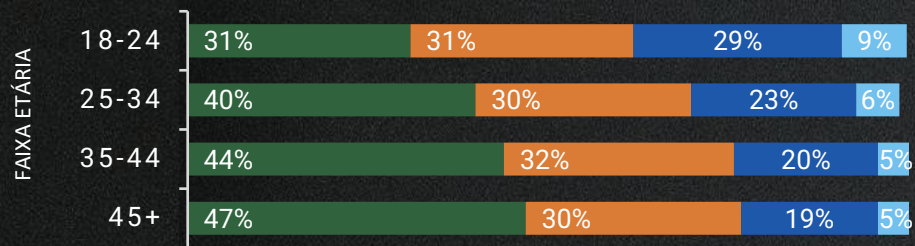
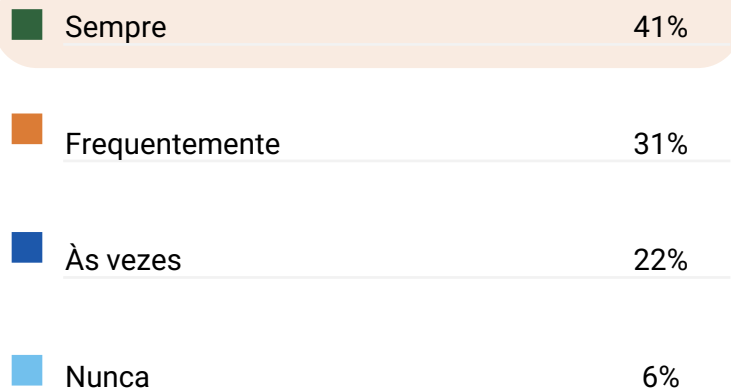
**Maioria da população entende reputação como muito importante e primeira referência para formar opinião sobre marcas e instituições**

**Marca mais confiável é de maior reputação e não a mais conhecida**

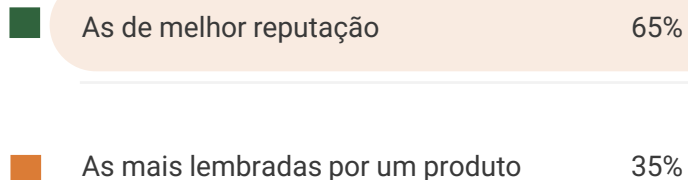
## De forma geral, quão importante é a reputação de uma empresa ou instituição para você?



## A reputação costuma ser sua primeira referência para formar opinião sobre uma empresa ou instituição?



## As marcas mais confiáveis são:



## 02 - Reputação é instrumento de gestão

**Reputação é ferramenta  
de gestão do dia a dia das pessoas**

**E define tendências e preferências**

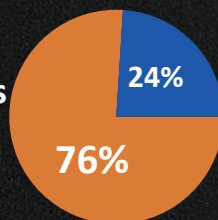
## O quanto a reputação influencia você nas seguintes situações?

	Decidir comprar um produto	Escolher um serviço complexo	Aceitar uma oferta de trabalho	Confiar em uma informação da empresa/instituição	Apoiar uma instituição ou iniciativa	Recomendar para outras pessoas	Fornecer dados pessoais para cadastro	Informar dados bancários para transação
Sempre	41%	37%	39%	35%	34%	41%	31%	31%
Frequentemente	31%	28%	29%	30%	30%	29%	23%	18%
Às vezes	22%	27%	26%	30%	30%	25%	34%	31%
Nunca	6%	8%	6%	5%	6%	5%	12%	20%

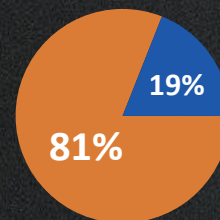
**A reputação é importante, mas não é  
um cheque em branco**

## “Você Concorda ou Discorda das frases abaixo:”

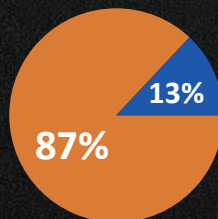
A reputação influencia minhas escolhas mesmo quando não analiso todos os detalhes



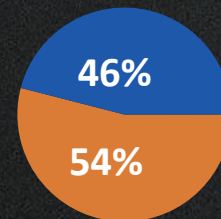
Eu aceitaria pagar um pouco mais para evitar o risco de comprar de uma empresa desconhecida



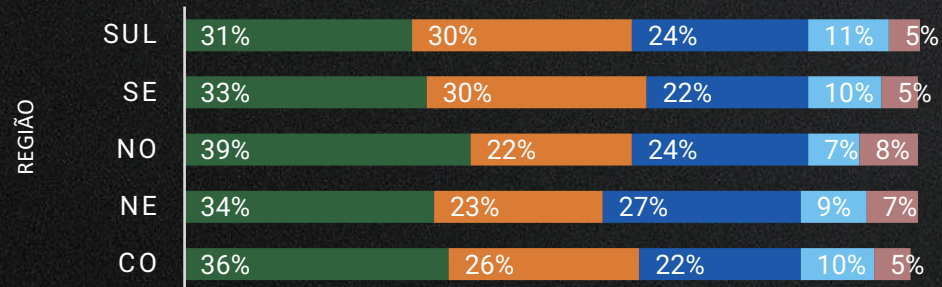
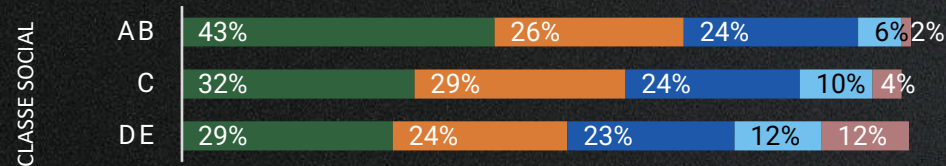
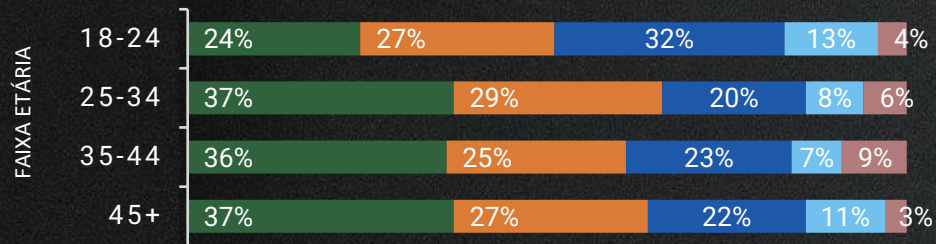
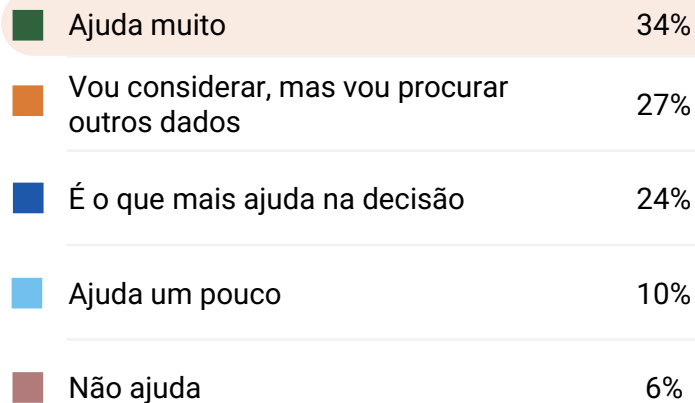
Empresas, instituições e personalidade com boa reputação definem tendências e preferências



A reputação substitui a necessidade de eu ler todo o contrato ou letras miúdas

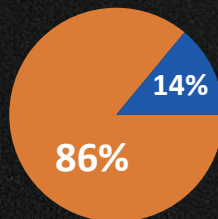


## Quando você não tem todas as informações sobre uma empresa, instituição ou personalidade, o quanto a reputação ajuda na decisão?

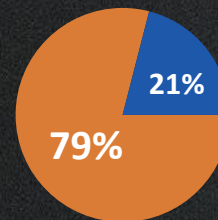


## Sobre risco e segurança, você Concorda ou Discorda das frases abaixo:

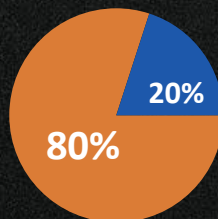
Empresas com boa reputação parecem menos arriscadas



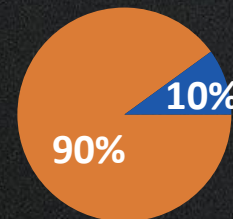
A reputação indica que o produto ou serviço deve ter qualidade – e que não terei problemas futuros



Prefiro escolher empresas líderes de mercado para evitar surpresas

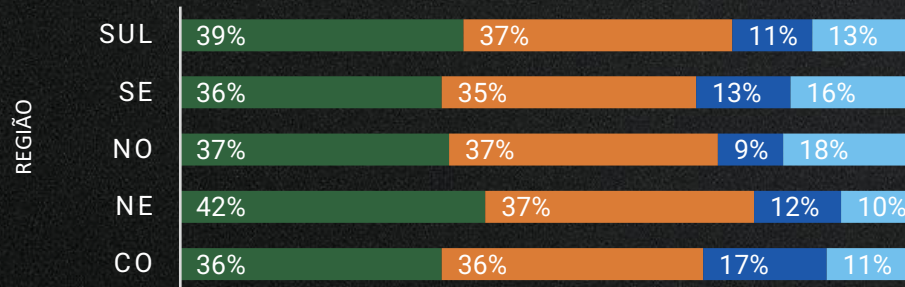
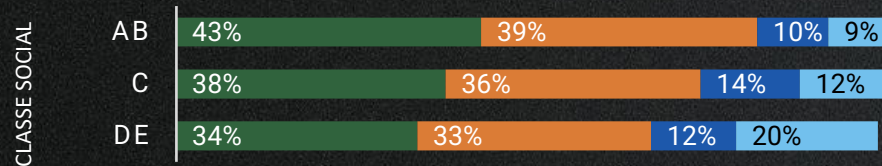
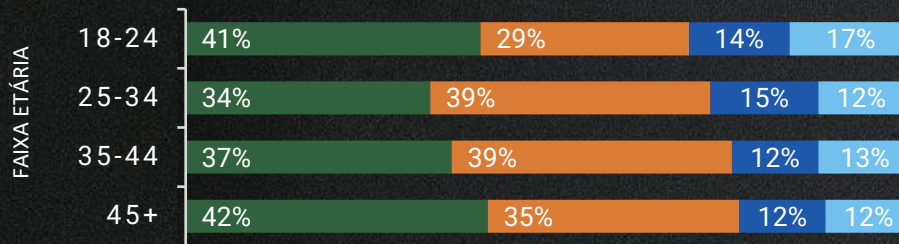
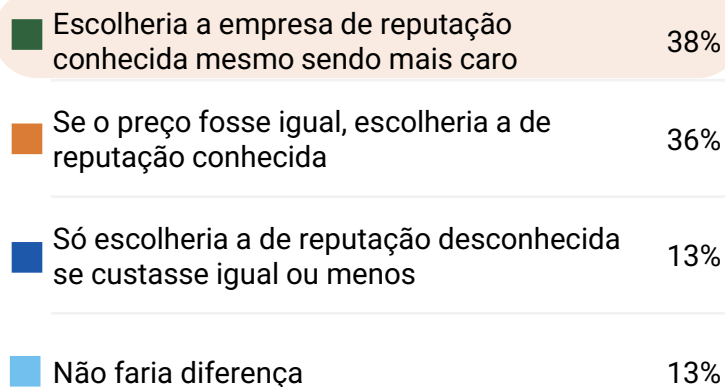


Uma boa reputação me deixa mais relaxado/confiante durante a compra



**Reputação é  
diferencial competitivo**

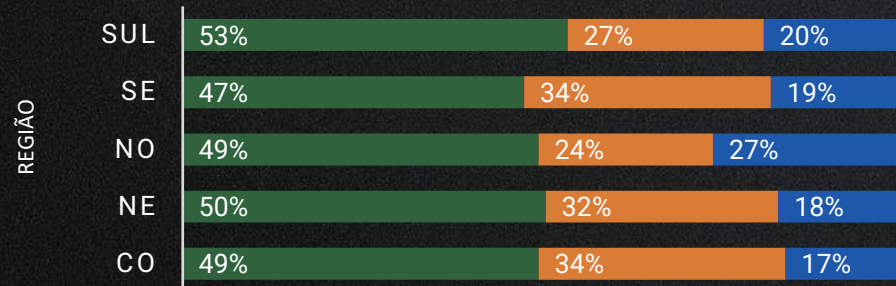
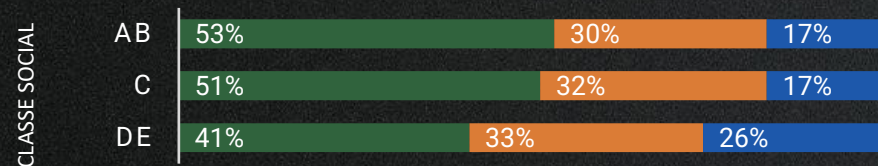
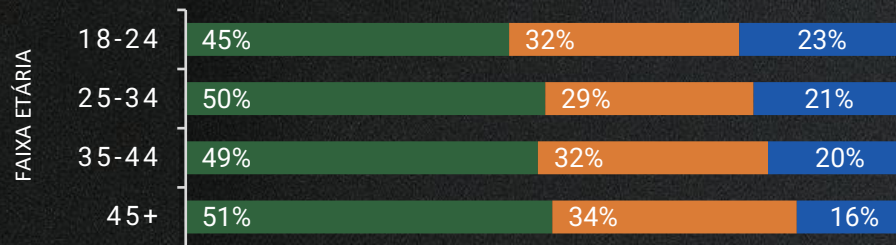
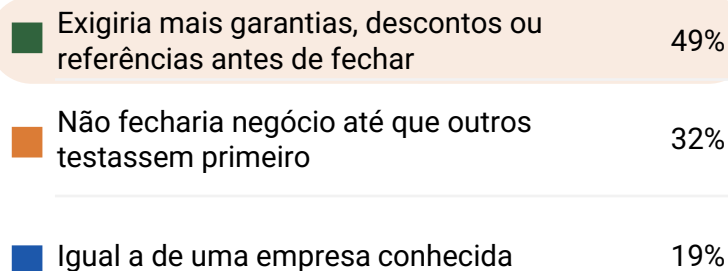
## Se dois produtos forem iguais, mas um for de empresa com excelente reputação e a outra for desconhecida, você:



## Quanto a reputação de uma marca aumenta sua disposição para:

	Pagar mais	Comprar novamente	Dar uma segunda chance após um erro, desde que a empresa explique o que ocorreu	Recomendar a empresa	Confiar na empresa durante uma crise ou notícia negativa
É o que mais ajuda na decisão	26%	31%	22%	28%	25%
Ajuda muito	35%	46%	37%	45%	38%
Ajuda um pouco	30%	19%	30%	21%	27%
Não ajuda	10%	4%	11%	6%	10%

**No caso de uma empresa totalmente nova no mercado e sem reputação conhecida, sua disposição para fechar um negócio de alto valor - como por exemplo comprar um celular, um eletrodoméstico ou um veículo – seria:**



## 03 - Histórico de qualidade diferencia reputação de propaganda

**Tradição na qualidade do produto ou  
serviço distingue propaganda de reputação**

**Ajuda o país, facilita acordos e parcerias**

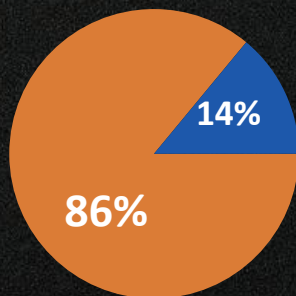
## O que mais faz você acreditar que a reputação de uma empresa é real e não apenas propaganda?

Qualidade consistente dos produtos/serviços ao longo dos anos	41%
Boa gestão e organização	32%
Transparência clara sobre como usa seus dados e opera	33%
Recomendações reais de amigos ou especialistas	35%
Experiência pessoal positiva	33%
Como a empresa resolve problemas quando algo dá errado	35%
Prestação de contas sobre programas socioambientais, culturais e para as comunidades	17%

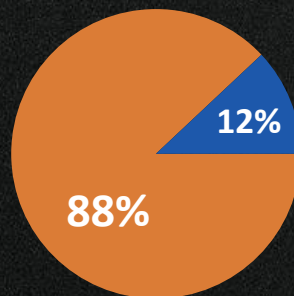


## Sobre o impacto no país, você Concorda ou Discorda das frases abaixo:

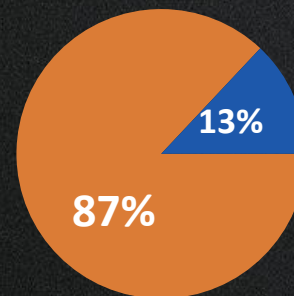
Empresas confiáveis ajudam a economia do Brasil a funcionar melhor



A reputação facilita acordos e parcerias, tornando os negócios mais rápidos



Rankings e selos de qualidade são fundamentais para diferenciar quem é bom de quem não é



## 04 – Ranking setorial da reputação por classe social

# Ranking de setores onde a reputação é prioridade:

Classe AB elege saúde

Classe C, alimentos e bebidas

Classe D, saúde

## Em quais setores a reputação da empresa é mais decisiva, ou seja, é mais importante no momento de tomar uma decisão de escolha?

Saúde (hospitais, planos, laboratórios)	30%
Alimentos e bebidas	28%
Bancos e serviços financeiros	27%
Bens de consumo duráveis (automóveis e eletrodomésticos)	18%
Tecnologia e plataformas digitais	17%
Farmacêutico	16%
Transporte e logística	12%
Saneamento e água	12%
Mídia e comunicação	12%
Construção e imobiliário	12%
Telecomunicações	11%
Seguros e previdência	10%
Energia	10%
Governo e estatais	9%
Outro	8%
Agronegócio	7%
Químico / petroquímico	3%
Mineração e siderurgia	3%
Terceiro setor (ONGs)	3%

## Em quais setores a reputação da empresa é mais decisiva, ou seja, é mais importante no momento de tomar uma decisão de escolha?

Saúde (hospitais, planos, laboratórios)	35%
Bancos e serviços financeiros	32%
Alimentos e bebidas	29%
Tecnologia e plataformas digitais	21%
Bens de consumo duráveis (automóveis e eletrodomésticos)	20%
Construção e imobiliário	15%
Farmacêutico	15%
Mídia e comunicação	13%
Energia	11%
Transporte e logística	11%
Seguros e previdência	11%
Telecomunicações	11%
Saneamento e água	10%
Agronegócio	8%
Outro	7%
Governo e estatais	7%
Químico / petroquímico	6%
Terceiro setor (ONGs)	4%
Mineração e siderurgia	3%

Classe AB

## Em quais setores a reputação da empresa é mais decisiva, ou seja, é mais importante no momento de tomar uma decisão de escolha?

Alimentos e bebidas	30%
Saúde (hospitais, planos, laboratórios)	30%
Bancos e serviços financeiros	27%
Bens de consumo duráveis (automóveis e eletrodomésticos)	19%
Farmacêutico	19%
Tecnologia e plataformas digitais	18%
Mídia e comunicação	13%
Transporte e logística	12%
Saneamento e água	12%
Telecomunicações	11%
Construção e imobiliário	11%
Seguros e previdência	10%
Governo e estatais	10%
Energia	9%
Outro	8%
Agronegócio	8%
Mineração e siderurgia	3%
Terceiro setor (ONGs)	3%
Químico / petroquímico	2%

Classe C



## Em quais setores a reputação da empresa é mais decisiva, ou seja, é mais importante no momento de tomar uma decisão de escolha?

Saúde (hospitais, planos, laboratórios)	28%
Alimentos e bebidas	25%
Bancos e serviços financeiros	23%
Saneamento e água	14%
Bens de consumo duráveis (automóveis e eletrodomésticos)	13%
Transporte e logística	13%
Farmacêutico	12%
Tecnologia e plataformas digitais	12%
Energia	11%
Construção e imobiliário	10%
Telecomunicações	10%
Mídia e comunicação	10%
Governo e estatais	9%
Seguros e previdência	9%
Outro	8%
Agronegócio	5%
Químico / petroquímico	3%
Mineração e siderurgia	3%
Terceiro setor (ONGs)	3%

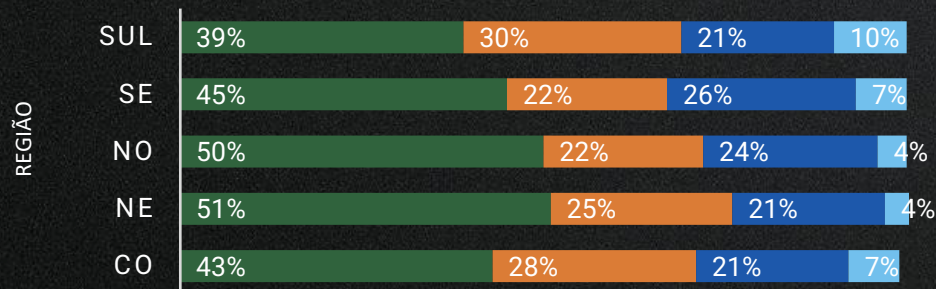
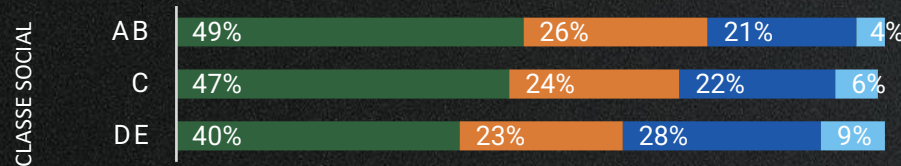
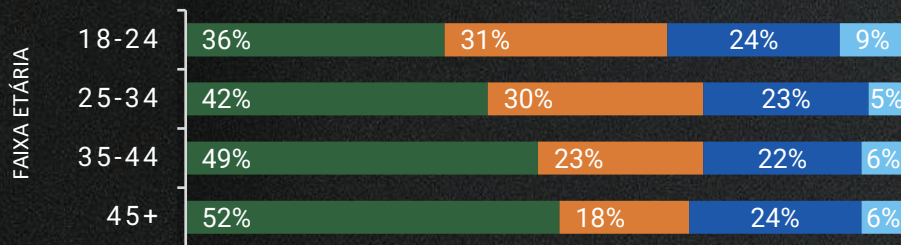
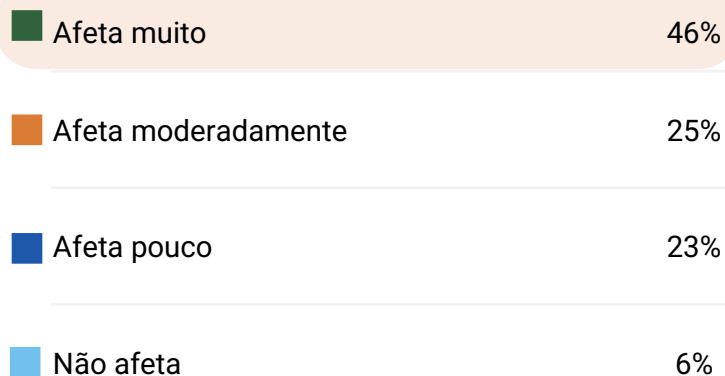
Classe DE

## 05 – Reputação e setor

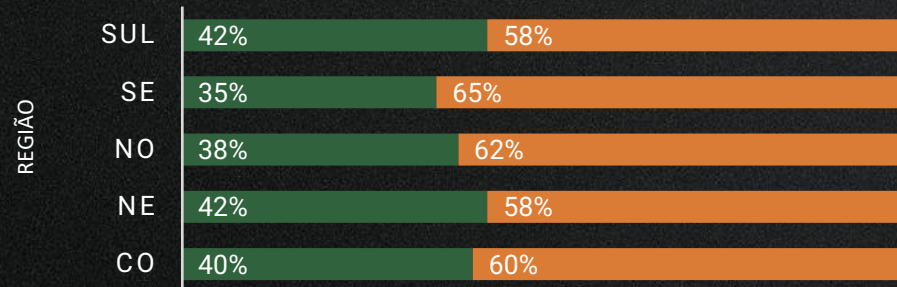
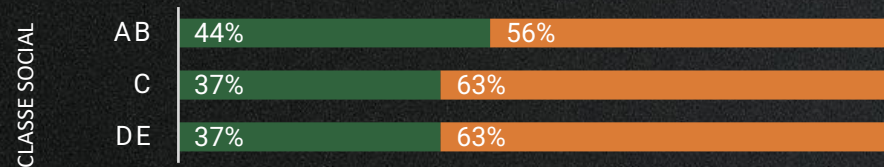
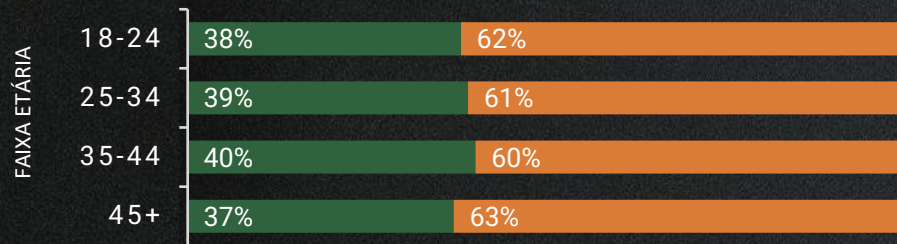
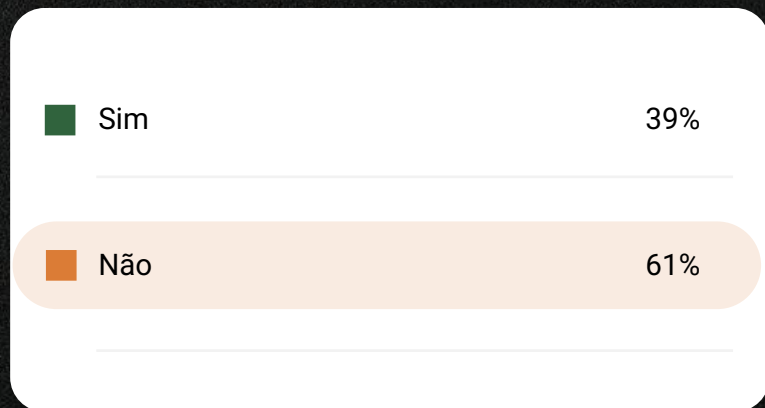
# Escândalo de uma empresa afeta a reputação de um setor inteiro

Opinião pública não sai em defesa de empresas

## Quando um grande escândalo ocorre em uma empresa, isso afeta sua confiança em todo o setor?



## Você já defendeu publicamente uma empresa por confiar nela?



# Obrigada

[pontomap.com.br](http://pontomap.com.br)

 [ponto.map](https://www.instagram.com/ponto.map)

