

A ampla maioria (82%) dos CEOs brasileiros estão confiantes no crescimento da economia nacional nos próximos três anos, motivados por uma perspectiva de fim da pandemia, devido à vacinação em massa. Além disso, 64% deles confiam no crescimento da economia global e 86% confiam no crescimento do setor em que suas empresas atuam, uma alta de 10% neste quesito comparando com a edição anterior da pesquisa, realizada há um ano. A expectativa de crescimento da companhia é de 88% agora, uma queda de 4% na comparação com a pesquisa anterior. Ainda assim, os executivos que esperam crescimento organizacional nos próximos três anos acreditam em percentuais de expansão de, no mínimo, 2,5% e, no máximo, 10%. Essas são algumas das conclusões da pesquisa "KPMG 2021 CEO Outlook", conduzida pela KPMG com 1.325 CEOs das principais economias do mundo e 50 CEOs brasileiros de variados setores.

"A crise sanitária impôs um choque de realidade nas lideranças empresariais e nos fez refletir sobre os desafios mais urgentes. Assim, os CEOs estão concentrados em levar adiante as estratégias de mercado que são, de fato, relevantes para as organizações. Todos os líderes consultados parecem ter aprendido ainda mais, com a pandemia, sobre a importância determinante da tecnologia, a necessidade de otimizar operações, a mitigação de riscos, a relevância da experiência do cliente e a valorização do capital humano. É também chegada a hora das empresas investirem mais em ações corporativas direcionadas para o crescimento dos negócios. Na prática, como superar desafios e executar estratégias de mercado que gerem negócios", afirma Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

A pesquisa também abordou com os entrevistados quais são as principais estratégias para o crescimento dos negócios. Para os brasileiros, o crescimento orgânico (30%) e as alianças estratégicas com terceiros (30%) serão as melhores opções para buscar a expansão dos negócios no próximo triênio. Além disso, metade (50%) dos brasileiros indicaram baixo apetite por fusões e aquisições no próximo triênio. Para atingir os objetivos de crescimento nos próximos três anos, os CEOs brasileiros indicaram diferentes estratégias, principalmente as seguintes: aumentar o investimento em detecção de disrupções e processos de inovação (64%); fazer parceria com provedores de dados terceirizados (58%); e configurar programas aceleradores ou incubadores para empresas iniciantes (56%).

ESG

As preocupações também passam por otimizar a cadeia de suprimentos, aumentar a resiliência cibernética, ajustar custos de capital para lidar com a inflação, atrair e reter talentos e integrar práticas ESG (Environmental, Social and Governance). Sobre este tema, 76% dos CEOs brasileiros pretendem garantir que sejam mantidos os ganhos de sustentabilidade obtidos durante o período de crise e mais de 80% modificaram o programa atual de ESG, colocando mais foco no componente social, em razão da pandemia.

"Cada vez mais é fundamental cuidar das pessoas e proteger o meio ambiente, e as organizações estão sendo protagonistas nessa nova ordem. Esta não é só uma questão de retorno financeiro ou de competitividade. A construção de valor das marcas é interessante para os acionistas e questão de sobrevivência para todos, mas também está alinhada com um propósito maior perante a sociedade", completa Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Tecnologia

Em relação aos riscos para o crescimento, os brasileiros temem tecnologias disruptivas (24%) e falhas das cadeias de suprimentos (22%). No intervalo de um ano houve pouca mudança sobre a importância que os líderes dão para sair na frente em termos de inovação (mudança de 78% para 72%). Houve ligeira queda no número de CEOs que entendem a disrupção tecnológica como oportunidade de mercado e não como ameaça (eram 92% e agora são 84%). A maioria (64%) dos brasileiros continua investindo mais capital na compra de novas tecnologias do que no desenvolvimento das habilidades digitais de colaboradores. Outro dado relevante é que, entre os brasileiros, 82% afirmaram estar preparados ou muito bem preparados para um futuro ataque cibernético, sendo que, na pesquisa anterior, eram 62%.

Eles também concordam em diversos outros pontos, com médias entre 70% e 80% de resposta indicando ser importante ou muito importante os seguintes aspectos: entender a disrupção como oportunidade e não como ameaça; contar com uma estratégia cibernética forte para gerar confiança nos principais stakeholders; ter a segurança da informação como uma função estratégica e vantagem competitiva; estar ciente da importância de proteger o ecossistema dos parceiros e fornecedores, além da própria organização.

Desafios

A pesquisa também destacou como a pandemia impactou fortemente as organizações e como esse processo continuará influenciando as diretrizes organizacionais nos próximos três anos. Para lidar com cenários futuros, 76% dos respondentes brasileiros afirmaram que irão se concentrar em uma cultura e em políticas que promovam um melhor equilíbrio entre vida profissional e pessoal dos funcionários. Além disso, outras ações foram destacadas pelos entrevistados: garantir que uma grande proporção das reuniões de lideranças sênior seja conduzida remotamente (58%); adotar medidas para que a cadeia de suprimentos seja resiliente (50%). Outro aspecto relevante para a maioria (74%) está na urgência de cooperação multilateral com o sistema tributário global.

KPMG 2021 CEO Outlook

A "KPMG 2021 CEO Outlook" ouviu, entre 28 de junho e 30 de julho, 50 CEOs do Brasil, 260 da América do Sul (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Uruguai, Peru e Venezuela) e 1.325 do grupo denominado "Core Countries" (Austrália, Canadá, China, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, Espanha, Reino Unido e Estados Unidos). Nos três grupos analisados há representantes de 11 setores-chave da indústria: Gestão de Ativos, Automotivo, Bancário, Consumo e Varejo, Energia, Infraestrutura, Seguros, Ciências da Vida, Manufatura, Tecnologia e Telecomunicações.

Na comparação com a edição da pesquisa conduzida há um ano, a proporção de mulheres participantes está muito mais expressiva agora, com mais que o dobro do percentual do ano anterior. Também há um número maior de CEOs brasileiros na faixa etária entre 50 e 59 anos (78%). O comparativo também aponta percentual de 46% de empresas que registraram receita acima de US\$ 10 bilhões no último ano fiscal, o que é mais que o dobro do estudo anterior. Continua no patamar acima de 50% o total de empresas que registraram crescimento no período, mas cresceu muito mais as que têm estrutura de capital aberto (de 60% para 76%).

O conteúdo está disponível na íntegra no link - www.kpmg.com.br/ceooutlook

Fonte: Ricardo Viveiros, em 14.10.2021