

A ampla maioria (94%) dos CEOs no Brasil estão confiantes ou muito confiantes quanto ao crescimento das empresas que lideram nos próximos três anos, uma alta significativa em relação ao ano passado, quando os confiantes, de modo geral, eram 88%. Além disso, a confiança desses executivos para o crescimento no próximo triênio do setor em que operam atingiu 92%, enquanto 86% avaliavam dessa forma há um ano. Sobre o crescimento da economia nacional, 82% dos CEOs estão confiantes, o mesmo índice do ano passado. Em relação à economia mundial, aumentou o número de confiantes de 64% para 74%. Essas são algumas das conclusões do estudo “CEO Outlook 2022”, publicado pela KPMG em outubro contendo respostas de 50 CEOs no Brasil, 255 da América do Sul e 1.325 líderes de outros 11 mercados no mundo.

“A resiliência é uma característica cada vez mais marcante das empresas e os CEOs brasileiros estão demonstrando elevado grau de consciência e liderança nesse cenário de incertezas geopolíticas, crise climática e demandas tecnológicas. Todos os desafios recentes não reduziram o nível de confiança no crescimento de empresas, setores e países. As receitas e os quadros de funcionários dos entrevistados não foram impactados negativamente. A pesquisa evidencia que o mercado brasileiro está cada vez mais resiliente, conectado e fortalecido. Isso contribui para explicar o otimismo dos executivos da alta liderança no mercado, nos negócios e na economia”, afirma Charles Kriek, presidente da KPMG no Brasil e na América do Sul.

Os respondentes brasileiros também foram questionados sobre estratégias de crescimento para atingir resultados positivos, indicando as seguintes: alianças estratégicas com terceiros (36%), joint ventures (20%), gerenciamento de riscos geopolíticos (14%), crescimento orgânico (14%), fusões e aquisições (10%), e outsourcing (6%). Perguntados sobre a importância do propósito corporativo para impactar a organização, impulsionar cultura e comportamentos (92%), fortalecer funcionários (92%) e impulsionar o desempenho financeiro (92%) são os principais fatores indicados pelos brasileiros, revelando uma preocupação importante com os colaboradores e os resultados da organização.

Um aspecto relevante da pesquisa está na diferença de opiniões entre os que acreditam que haverá recessão nos próximos 12 meses (32% entre respondentes brasileiros e 86% do grupo global) e aqueles que não acreditam nisso (56% do Brasil e 6% do global). Sobre medidas para ajustar a estratégia para uma possível recessão, os brasileiros apresentaram as seguintes opções: considerar reduzir a base de funcionários (50%), gerenciar custos aumentando preços (46%), pausar ou reconsiderar esforços ESG (44%), reduzir margens de lucros (42%), transferir operações no exterior (38%), pausar ou reduzir a estratégia de transformação digital (34%).

Para 50% dos respondentes, ter uma abordagem mais proativa para questões sociais é o principal fator de aceleração da estratégia ESG. Para 38%, o maior desafio ainda está na identificação e avaliação das métricas. A maioria (86%) deles estão cientes da significativa demanda dos stakeholders por relatórios e mais transparência sobre questões ESG, sobretudo investidores institucionais (49%). Sobre desafios para alcançar carbono zero ou metas climáticas semelhantes, 40% indicam a falta de soluções tecnológicas apropriadas, mesmo índice (40%) dos que consideram lento o ritmo dos avanços da diversidade, equidade e inclusão nas organizações.

Para 80% os principais desafios globais de ESG, como desigualdade de renda e mudanças climáticas, são uma ameaça ao crescimento e ao valor de suas empresas. No ano passado, o índice era de 76%. Os CEOs brasileiros também destacaram que, para investidores, reguladores e clientes, o interesse por ESG é mandatório e deve aumentar: para 86% há uma demanda significativa por mais relatórios e transparência, ante 48% no ano anterior. Sobre o impacto das ações de ESG no desempenho financeiro das empresas, 64% dos entrevistados acreditam que essas ações melhoram o desempenho das contas, contra 56% no ano passado.

“Importante destacar o que embasa o otimismo dos CEOs. Eles estão muito conscientes sobre o propósito corporativo e sabem que este ponto é fundamental para gestão estratégica da organização, desde a contratação de talentos até os resultados financeiros. Os líderes de negócios

também estão fortalecendo e tornando mais transparentes as iniciativas ESG. E seguem focados em sustentar uma estratégia digital eficiente e agressiva para manter a competitividade e fortalecer a resiliência. Esta, aliás, é a palavra-chave de todo o cenário analisado em nossa pesquisa”, complementa Charles Kriek.

Sobre velocidade e intensidade da transformação digital e da resiliência cibernética nas organizações, 88% dos entrevistados afirmaram ter uma estratégia agressiva de investimento digital, contra 70% do ano anterior. Contudo, 66% sabem que precisam de mais agilidade para redirecionar o investimento para novas oportunidades digitais e retirar recursos de áreas com obsolescência digital. Um dado interessante está na inversão da preferência dos investimentos para a ampliação da transformação digital. No ano passado, 64% tinham a intenção de investir mais em tecnologia, e apenas 36% em suas equipes. Atualmente, o índice dos que pretendem investir em tecnologia caiu para 54%, mas subiu para 46% aqueles que investirão nos colaboradores. Sobre ameaças de ataques cibernéticos, 70% dos respondentes afirmam que suas organizações estão bem preparadas e 82% entendem que têm um plano para lidar com um eventual ataque de ransomware.

Poucos (18%) líderes brasileiros avaliam como negativo o impacto do trabalho remoto nos últimos dois anos, especificamente em relação às contratações de pessoas. Mas eles se dividem entre uma avaliação positiva (40%) ou neutra (42%). Nos próximos três anos, 74% dos entrevistados imaginam que os funcionários voltarão aos escritórios, enquanto 26% acreditam na continuidade do modelo híbrido.

O estudo “CEO Outlook 2022” foi realizado pela KPMG entre julho e agosto de 2022 com 50 CEOs brasileiros, 255 CEOs da América do Sul (Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Peru, Uruguai e Venezuela) e 1.325 CEOs líderes de 11 mercados no mundo (Austrália, Canadá, China, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, Espanha, Reino Unido e EUA). No Brasil, participaram executivos de organizações que operam em 11 setores da economia: Consumo e Varejo (14%), Manufatura (12%), Telecomunicações (10%), Infraestrutura (10%), Seguros (10%), Tecnologia (8%), Gestão de Ativos (8%), Automotivo (8%), Energia (8%), Bancário (6%), e Ciências Da Vida (6%). A maioria (58%) da amostra brasileira é de empresas que alcançaram receitas superiores a US\$ 10 bilhões no mais recente ano fiscal. O grupo tem principalmente empresas de capital aberto (70%) e a maioria (70%) aumentou o faturamento na comparação com o ano anterior.

O conteúdo está disponível na íntegra neste [link](#).

Fonte: KPMG, em 12.12.2022.