

- “A Crisis of Confidence”, estudo desenvolvido pela Deloitte em parceria com a Forbes Insights, aponta falhas corporativas na implementação de programas de gestão de crises, bem como na capacitação dos responsáveis por liderar as organizações nestes momentos críticos;
- Apenas 30% dos membros de conselho entrevistados, que tiveram suas organizações atingidas por uma crise, afirmam que suas reputações foram reconquistadas em menos de um ano.

A maioria (76%) dos membros de conselhos de empresas ao redor do mundo acreditam na habilidade de suas organizações para identificar e lidar com situações de crise, porém apenas 49% afirmam que suas organizações têm aptidão ou processos prontos para de fato lidar com uma crise e colocar em prática a melhor solução possível aos problemas apresentados. Os dados são da pesquisa global “A Crisis of Confidence”, desenvolvida pela Deloitte em parceria com a Forbes Insights. Realizada com o objetivo de avaliar o estado de prontidão a crises nas grandes organizações, o estudo contou com a participação de mais de 300 membros de conselhos de empresas representando os principais segmentos do mercado, assim como todas as regiões geográficas.

“A maioria dos negócios vai enfrentar uma crise em algum momento. É uma questão de quando, e não de ‘se’”, disse Peter Dent, líder do Centro Global para Gestão de Crises da Deloitte. “Membros de conselho devem conversar com seus gestores para garantir que o conhecimento dos riscos que podem deixar uma organização vulnerável a uma crise seja de conhecimento comum aos funcionários das corporações. Assim como é importante saber solucionar um problema, é fundamental fortalecer os sistemas utilizados para detectá-los e prevê-los”, afirma.

Para Camila Araújo, líder do Centro de Governança Corporativa da Deloitte, a situação das grandes companhias brasileiras acompanha as tendências globais. “Com base na margem de membros de conselhos de empresas nacionais entrevistados na pesquisa, pudemos observar a mesma disparidade entre percepção da crise e preparação para lidar com ela”, comenta.

#### **Principais pontos detectados pela pesquisa:**

**Distinção entre se sentir preparado e estar preparado:** 76% acreditam que suas companhias responderiam de maneira efetiva se uma crise ocorresse agora. No entanto, somente 49% dos entrevistados dizem que suas companhias iniciaram monitoramento ou comunicação interna para detectar problemas futuros ou que possuem guias preparatórios e de processos para possíveis cenários de crises. O percentual dos que afirmam que as empresas já realizaram simulações de crises ou treinamentos, é ainda menor: 32%.

**Recuperação lenta:** apenas 30% dos membros de conselho entrevistados, que tiveram suas organizações atingidas por uma crise, dizem que suas reputações foram reconquistadas em menos de um ano. Desses, 16% afirmam levar quatro anos ou mais para tal recuperação.

**Situações que possam provocar danos para a reputação da corporação foram apresentadas como a maior área de vulnerabilidade:** os pontos que os fazem sentir mais vulneráveis são: a reputação corporativa (73%), seguida por crimes cibernéticos (70%) e rumores/especulações (68%).

**Falhas entre vulnerabilidade e preparação:** quando questionados sobre áreas específicas de gestão de crises, membros do conselho preocuparam-se mais em identificar suas vulnerabilidades do que desenvolver um plano para lidar elas. Já que 73% nomearam reputação como uma vulnerabilidade, mas apenas 39% disseram possuir um plano para mantê-la segura.

**Membros do conselho não estão engajados com a gestão:** menos da metade dos participantes da pesquisa (49%) iniciou contato com áreas de gestão para entender o que vem sendo feito para suportar crises.

“É claro que consciência da crise e preparação e resiliência para lidar com ela precisam ser tópicos de discussão proeminentes dentro da diretoria das empresas. Enquanto a abordagem do problema pode mudar dependendo da companhia, nenhum conselho deve subestimar a necessidade de preparação para lidar estes desafios”, finaliza Peter Dent.

**Fonte:** Deloitte, em 07.07.2016.