



News release

Data SOB EMBARGO até as 15h30 (horário brasileiro de verão) de terça-feira, 24 de janeiro

Contato **Márcia Avruch**
PwC - Brasil
marcia.avruch@br.pwc.com
Tel.: (11) 3674 3760

Nome
Agência
E-mail
Tel: (XX) XXXX XXXX

Para mais informações, acesse www.pwc.com/ceosurvey

CEOs apontam Brasil entre os principais alvos para expansão dos negócios

Pesquisa da PwC destaca principais oportunidades e desafios para empresas

DAVOS, Suíça – 24 de janeiro de 2012 - As dúvidas sobre o futuro da economia global preocupam os CEOs, mas não devem atrapalhar os negócios este ano. Essa é a principal constatação da 15th Annual Global CEO Survey realizada pela PwC, divulgada hoje, na véspera da abertura do Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça. Ainda que apenas 15% dos 1.258 ouvidos em 60 países acreditem que a economia global irá melhorar em 2012, eles estão na ofensiva de investimentos.

Apesar de reticentes quanto ao cenário externo (82% creem que a economia ficará estagnada ou declinará ainda mais), 40% estão “muito confiantes” no crescimento de receita neste ano. Por isso, estão agindo deliberadamente para aumentar a resiliência dos negócios caso o cenário se deteriore ainda mais, e buscam ampliar sua atuação nos mercados que oferecem maior perspectivas para o futuro dos negócios.

China, Estados Unidos e Brasil são os três países considerados mais importantes para a expansão dos negócios em 2012. Na sequência aparecem a Índia e a Alemanha. Dos CEOs que apontaram o Brasil como mercado prioritário, um terço (33%) tem como objetivo instalar uma unidade de produção local num prazo de um ano – na Índia, 38%, na Rússia 31% e na China 30%. A situação é similar no que diz respeito ao desenvolvimento de produtos e ao acesso a matérias-primas e componentes, indicando que os CEOs estão buscando fontes de inovação em seus mercados-alvo. A recuperação no volume de investimento estrangeiro direto (IED) corrobora esta tendência.



As respostas revelam que há diversidade de mercados promissores: mais de 60 diferentes economias foram citadas pelos CEOs como alvo para negócios fora de seus países de origem. Alguns nomearam lugares próximos geograficamente, mas houve menção também a locais situados no outro extremo do globo. O crescimento econômico e o aumento do poder de compra em vários países, como Indonésia e Turquia, por exemplo, estão fazendo com que os CEOs olhem além dos BRICs.

A aparente contradição revelada entre a perspectiva econômica e a dos negócios se baseia em três aspectos: 1) o difícil aprendizado e as mudanças nos modelos de negócios ocorridas a partir de 2008; 2) o aumento dos investimentos e das relações comerciais “com” e “dos” países emergentes; e 3) manutenção dos compromissos bilaterais (ao contrário de situações anteriores de crise, não experimentamos reações protecionistas).

A opinião dos líderes permite identificar três focos prioritários para o sucesso dos negócios:

- 1- Reconfigurar operações para atender as necessidades de mercados locais (adequar processos e modelos, formar alianças estratégicas e novos networks, inclusive em pesquisa e desenvolvimento e serviços de suporte);
- 2- Endereçar uma ampla diversidade de riscos decorrentes da integração global (ao se deparar com os desdobramentos de ocorrências distintas – de levantes políticos e acidentes nucleares a inundações e crise de fundos soberanos – em várias partes do globo, os líderes perceberam que devem se preocupar menos com a probabilidade de imprevistos específicos e estar preparados para enfrentar as conseqüências de uma ampla variedade de riscos);
- 3- Formular estratégia para formação/atração/retenção de talentos (a falta do profissional certo no lugar certo é uma das principais ameaças ao crescimento. Um em cada quatro CEOs declarou que perdeu uma oportunidade ou teve de adiar ou cancelar uma iniciativa estratégica devido à limitação de profissionais qualificados.

Inovação é prioridade

Para os CEOs, inovação é prioridade estratégica: três em cada quatro planejam investir em pesquisa e desenvolvimento (R&D) este ano, e destes, 24% prevê mudanças significativas nesta área. Setores que estão passando por profundas transformações precisam de inovações radicais. Mas inovar, segundo eles, não se restringe mais a criar ou modificar produtos e serviços, o conceito agora é mais abrangente. Em alguns casos, inclui a eliminação de custos em determinados processos ou estabelecer alianças estratégicas.

Cada vez mais empresas estão deixando para trás o simples modelo exportador e desenvolvendo produtos específicos para cada mercado. As vantagens (e os custos) para manter um padrão em vários países se contrapõem às diferentes necessidades, culturas e preços locais. Porém, ao inovar localmente, as empresas precisam obter escala para manter a lucratividade. Ou seja, é necessário encontrar o equilíbrio entre a operação global e local.

O desafio de talentos



A escassez de profissionais qualificados (talentos) é um dos maiores desafios atuais. Para se ter uma idéia da dimensão que esse tema ganhou, basta dizer que há mais CEOs preocupados em rever a estratégia de gestão de talentos do que em adequar a abordagem a riscos.

A ameaça em não conseguir admitir ou manter os negócios é custosa: 43% dos líderes afirmaram terem gastado mais que o previsto para ter bons profissionais ao redor, o que causou impacto no crescimento e no resultado dos negócios.

Os CEOs estão convencidos que precisam melhorar a estratégia de gestão de pessoas e planejar como atender as necessidades futuras. Desenvolver uma visão estratégica de longo prazo é crucial para eliminar o atual gap. Eles também estão procurando novas formas de medir a eficiência e a abrangência dos investimentos em pessoas e têm clara a noção de que produtividade e custos trabalhistas são bons indicadores para comparar o desempenho com os concorrentes, mas não indicam se a empresa está investindo suficientemente em seus profissionais para manter a trajetória de crescimento no futuro.

Metodologia de pesquisa

Para a 15th Annual Global CEO Survey, 1.258 entrevistas foram realizadas em 60 países durante o último trimestre de 2011. Dessas, 91 entrevistas foram realizadas na Europa Ocidental, 440 na Ásia-Pacífico, 150 na América Latina, 148 na América do Norte, 88 na Europa Oriental e 53 no Oriente Médio e Ásia.

O relatório completo, com gráficos de apoio, está em <http://press.pwc.com>. Para assistir ao webcast da conferência de imprensa, acesse <http://www.pwc.com/davoswebcast>.

As firmas do network PwC assessoram empresas e indivíduos a criar o valor que eles buscam. Somos um network de firmas que atuam em 158 países com 169.000 profissionais que se dedicam a prestar serviços de alta qualidade em auditoria, consultoria tributária e de negócios. Saiba mais sobre nossos serviços acessando www.pwc.com/br.

© [2012] PwC. PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados. O termo "PwC" refere-se à rede (network) de firmas membro da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ou, conforme o contexto determina, a cada uma das firmas membro participantes da rede da PwC. Cada firma membro da rede constitui uma pessoa jurídica separada e independente e que não atua como agente da PwCIL nem de qualquer outra firma membro. A PwCIL não presta serviços a clientes. A PwCIL não é responsável ou se obriga pelos atos ou omissões de qualquer de suas firmas membro, tampouco controla o julgamento profissional das referidas firmas ou pode obrigá-las de qualquer forma. Nenhuma firma membro é responsável pelos atos ou omissões de outra firma membro, nem controla o julgamento profissional de outra firma membro ou da PwCIL, nem pode obrigá-las de qualquer forma.