

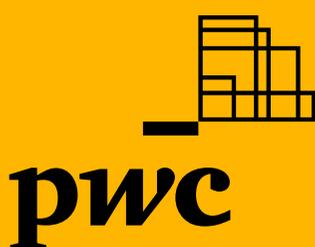
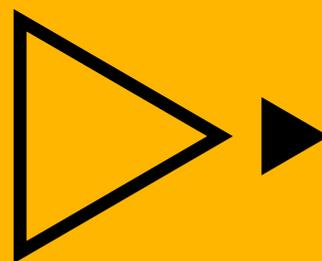
25ª CEO Survey | 2022

Sumário executivo

Um novo olhar para o futuro

As perspectivas dos CEOs sobre crescimento,
ameaças, prioridades estratégicas e compromissos ESG

Destaques da Indústria de Consumo no Brasil



Saiba mais em
www.pwc.com.br/pesquisa-de-ceo



Otimismo dos CEOs

Os CEOs do setor de Consumo no Brasil estão mais otimistas em relação à economia global e à do seu próprio país do que a média dos CEOs no Brasil e no mundo.

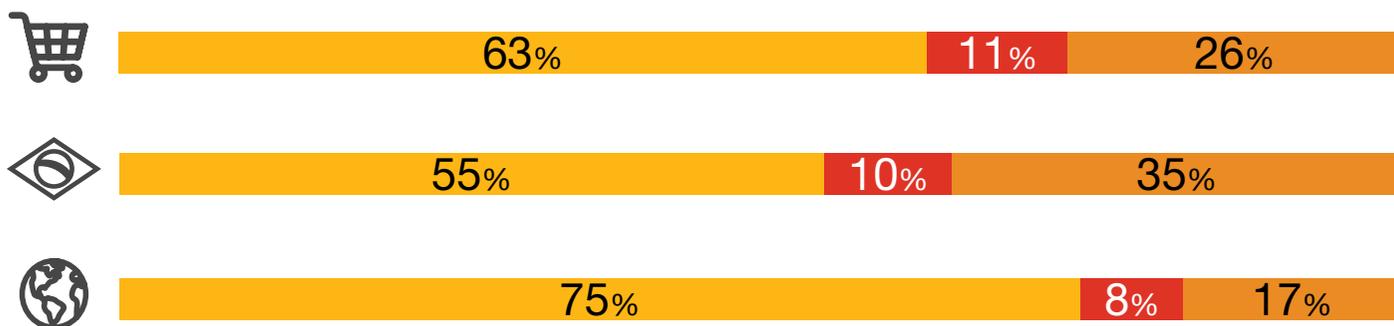


Expectativa em relação ao crescimento da economia

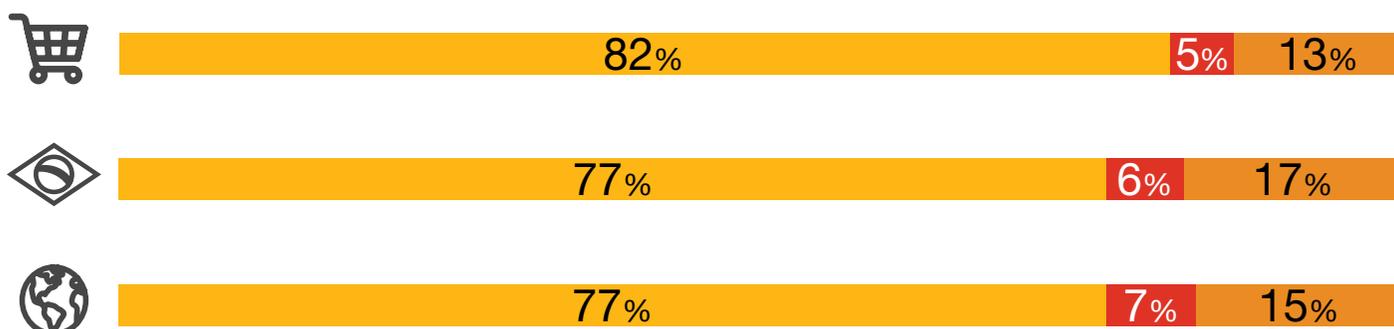
■ Aceleração ■ Estabilidade ■ Desaceleração

Consumo Brasil Brasil Global

Crescimento do país do CEO



Crescimento global



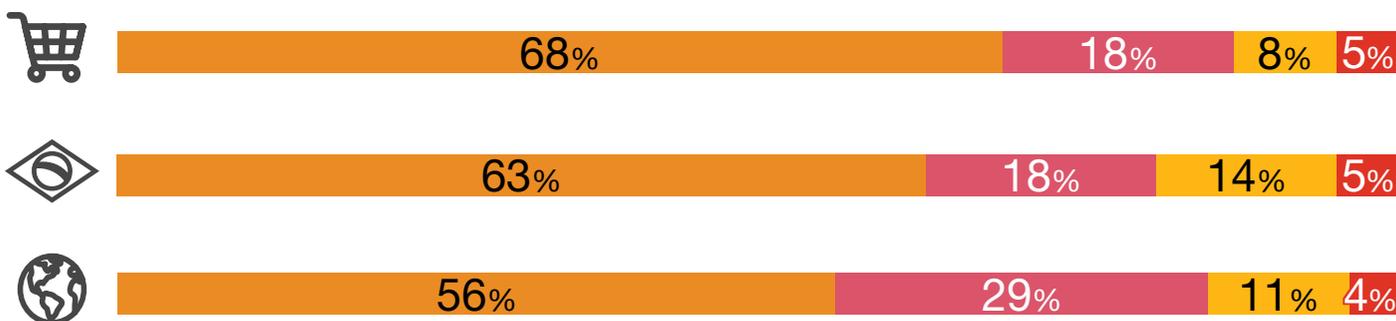
A mesma tendência otimista é observada em relação à confiança no crescimento da receita de suas empresas.

Expectativa em relação à melhoria das receitas

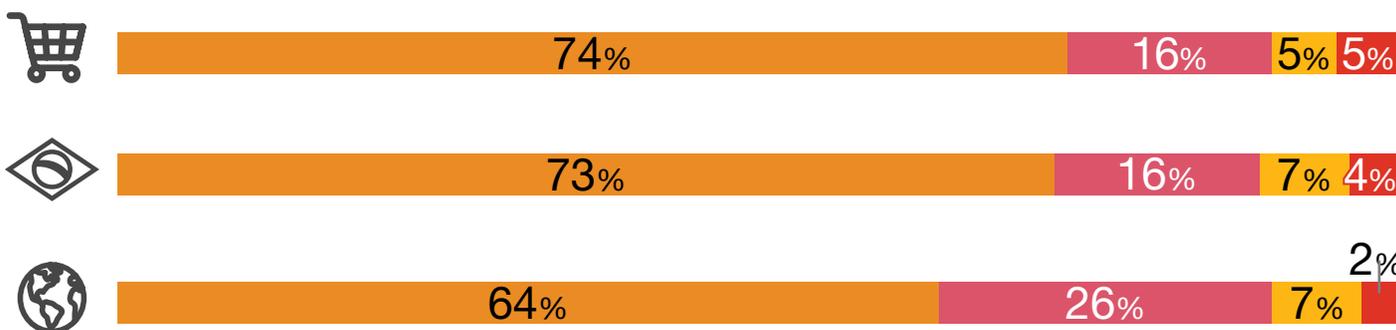
- Extremamente ou muito confiante
- Moderadamente confiante
- Ligeiramente confiante
- Não confiante

 Consumo Brasil
  Brasil
  Global

Nos próximos 12 meses



Em 3 anos



Principais mercados

Estados Unidos e China continuam sendo os mercados mais relevantes para os CEOs do setor no Brasil e no mundo.



Principais mercados para os CEOs



Consumo (Brasil)



Consumo (Global)



Consumo (BR)



EUA

50%



China

42%



Alemanha

21%



Reino Unido

13%



Argentina

11%



Colômbia

11%



Índia

6%



Rússia

5%



Indonésia

5%



Japão

5%

Em 2021, EUA e China foram citados por 35% e 28%, respectivamente.



Consumo (Global)



EUA

38%



China

30%



Alemanha

17%



Reino Unido

13%



França

6%



Brasil

6%



Rússia

6%



Índia

5%



México

5%



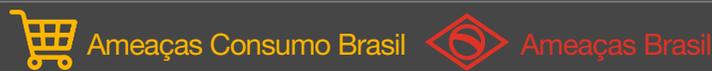
Austrália

4%

Maiores ameaças

A instabilidade macroeconômica e os riscos cibernéticos estão no topo das preocupações dos CEOs do Brasil e do segmento de Consumo no país. Mas, ao contrário do que registra a média brasileira, as mudanças climáticas são uma ameaça maior que a desigualdade social no setor.





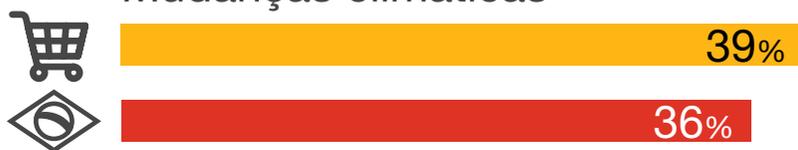
Instabilidade macroeconômica



Riscos cibernéticos



Mudanças climáticas



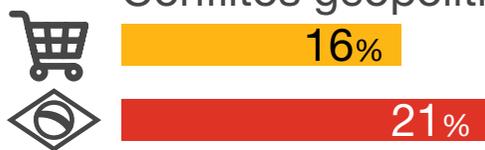
Desigualdade social



Riscos à saúde



Conflitos geopolíticos

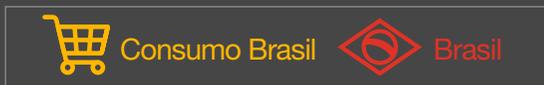


Obs.: participantes que se dizem muito ou extremamente preocupados.





Os CEOs do setor demonstram mais preocupação com o potencial impacto da instabilidade macroeconômica sobre sua capacidade de gerar receitas.



A instabilidade macroeconômica poderá diminuir a capacidade de nossa empresa para...



Os resultados que importam

As pressões para a criação de valor no curto prazo que estão por trás das preocupações mais extremas dos CEOs parecem ainda mais relevantes quando analisamos os resultados que os líderes vêm perseguindo e que são revelados pelas metas definidas em suas estratégias corporativas e em seus pacotes de remuneração variável.



A maioria dos CEOs no Brasil e no mundo tem metas relacionadas à **satisfação do cliente, engajamento de funcionários e automação ou digitização** incluídas em suas estratégias de longo prazo. Esses resultados não financeiros estão vinculados ao desempenho dos negócios.

Já as metas relacionadas às **emissões de gases do efeito estufa (GEE), à representação de gênero ou à diversidade racial e étnica** estão muito menos representadas nas estratégias e na remuneração variável. A situação é diferente para setores nos quais as mudanças climáticas representam uma ameaça mais direta. É o que acontece no setor de consumo, no qual **16% dos CEOs no país** têm emissões de GEE vinculadas à sua remuneração pessoal, um pouco acima dos 12% da média brasileira.

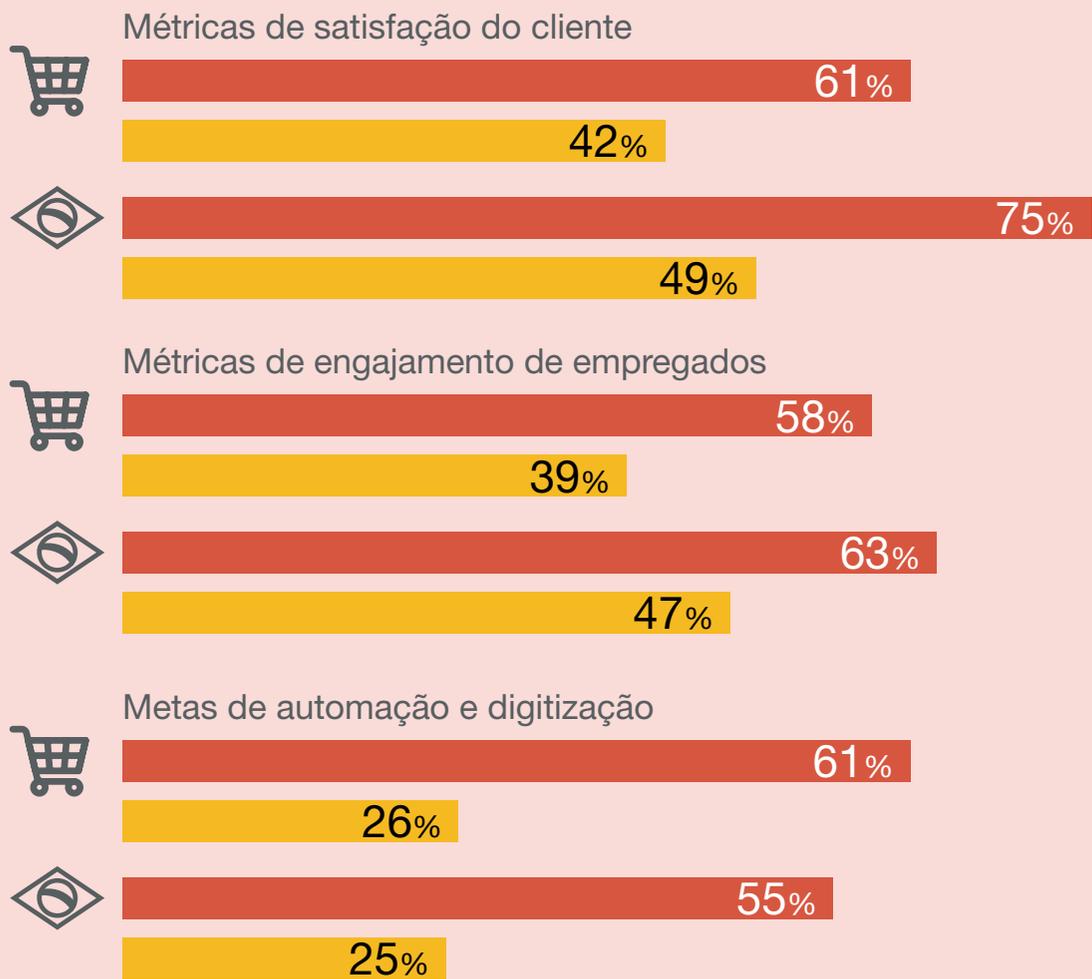


Métricas de negócios estão mais integradas à estratégia e ao plano de remuneração variável do que métricas ESG

- Estratégia corporativa de longo prazo
- Bônus pessoal anual ou plano de incentivos de longo prazo



Resultados vinculados ao desempenho dos negócios

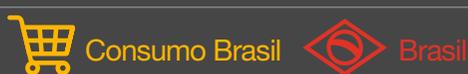


Resultados sociais/ambientais



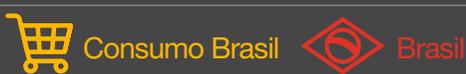
As empresas do setor participam mais de aquisições e novos projetos do que a média brasileira

Com que frequência a sua empresa se envolve com os seguintes processos? (Somente respostas “Mais de quatro vezes por ano”)

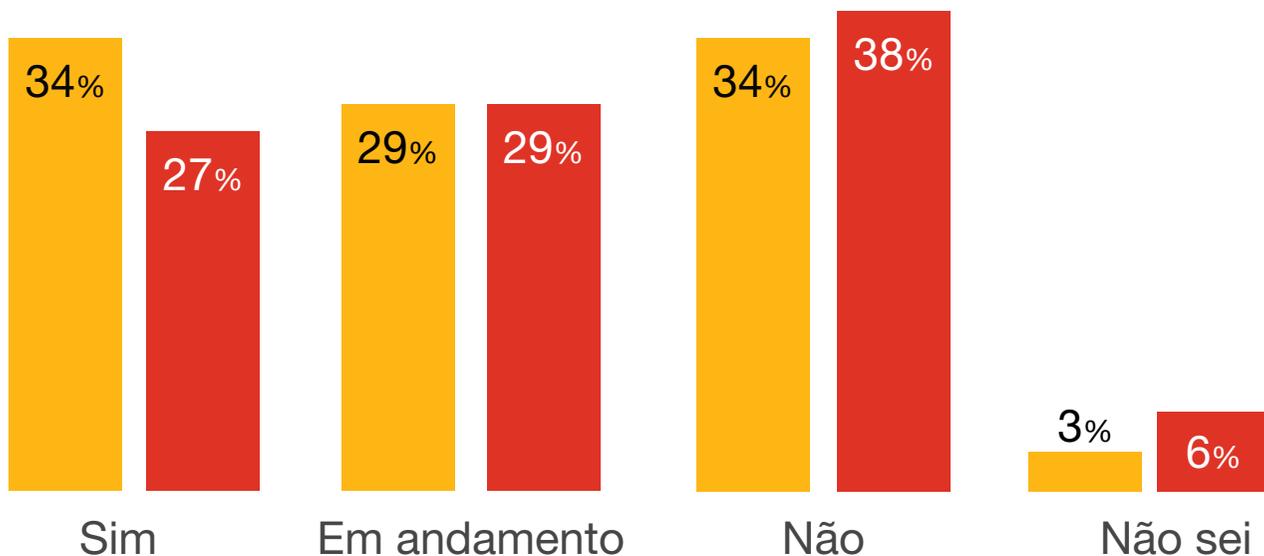


A jornada de descarbonização

A proporção de empresas com compromissos Net Zero e carbono neutro no setor supera a média brasileira.



Sua empresa tem compromissos Net Zero?



Sua empresa tem compromissos de carbono neutro?



O que sabemos sobre empresas que assumiram compromissos Net Zero no mundo

Dados demográficos:



Porte e propriedade: mais probabilidade de serem grandes (por receita) e de capital aberto.



Região: mais probabilidade de serem da Europa Ocidental e Ásia-Pacífico, menos de serem da América do Norte e do Oriente Médio.



Setor: mais probabilidade de serem intensivas em carbono (ex.: energia e serviços de utilidade pública).

Alinhamento científico:



61% dos compromissos são respaldados por critérios científicos.





Um roteiro de ação

Sem atitudes ousadas dos CEOs, o progresso em relação aos problemas mais desafiadores da sociedade será limitado. A pesquisa deste ano ressalta as pressões crescentes que esses líderes enfrentam. Os imperativos financeiros de curto prazo continuam críticos, enquanto as demandas sociais exigem mais atenção. Nesse contexto, as cinco prioridades a seguir devem ajudar os CEOs a gerar os resultados sustentáveis que os *stakeholders* exigem cada vez mais.



Conversa franca

Os conselhos, CEOs e principais executivos precisam estar alinhados em relação às transformações associadas a esse novo “mercado de consumo”. As demandas financeiras de curto prazo em um ambiente de incertezas macroeconômicas tendem a amplificar sua relevância no cenário atual. Na verdade, encarar de forma realista os prós e contras das ações a serem tomadas pode ser a única maneira de atrair investidores e criar uma agenda estratégica pragmática, não uma lista de desejos, em um mundo em que tempo, atenção e recursos corporativos são escassos.



Novas habilidades

Nossa pesquisa destaca prioridades de desenvolvimento de capacitações para lidar com riscos cibernéticos, cultivar a confiança e gerenciar a descarbonização. Além disso, o problema das demandas crescentes de diferentes *stakeholders* exige novas habilidades e modelos de liderança na alta administração e no conselho. O foco no crescimento, a empatia e a disposição para o debate e a aceitação de divergências nunca foram tão importantes.



Sucessão reavaliada

A liderança necessária para compreender os desafios atuais deverá incorporar diferentes conjuntos de competências, a partir de contratações externas e da formação de novos talentos de diversas origens. O planejamento de sucessão é uma área em que as lideranças executivas e os conselhos podem começar a se questionar imediatamente para criar o futuro a que aspiram.



Reformulação de incentivos

A forte associação entre incentivos, compromissos Net Zero e outros resultados não financeiros sugere que é hora de os conselhos e equipes de gestão analisarem atentamente a adequação entre prioridades a serem conduzidas, o sistema de gestão de desempenho em vigor e os relatórios que esses sistemas geram.



Colaboração repensada

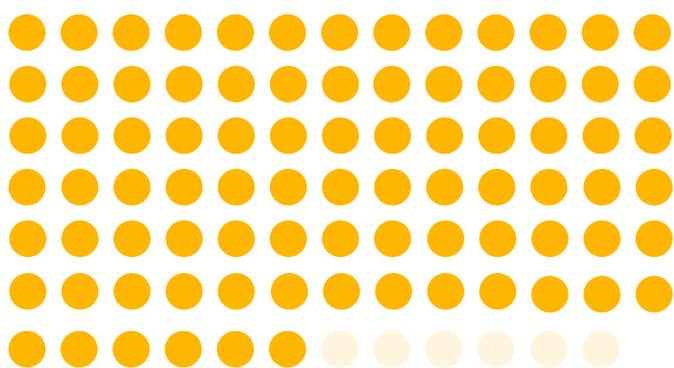
Enfrentar os desafios mais urgentes da sociedade não será uma preocupação individual. Será preciso um nível inédito de cooperação entre líderes empresariais, autoridades públicas, formuladores de políticas, investidores e organizações não governamentais (ONGs).

Metodologia

A PwC ouviu mais de 4.400 executivos, em 89 países, com uma participação expressiva de líderes do Brasil. Os números globais e regionais deste relatório são ponderados de acordo com o PIB dos países para garantir que as opiniões dos CEOs sejam representadas de maneira equilibrada em todas as principais regiões. Os números setoriais e nacionais se baseiam em dados não ponderados da amostra total de CEOs. Mais detalhes por região, país e indústria estão disponíveis mediante solicitação.

Ao todo, 94% das entrevistas foram conduzidas on-line e 6% por correio, telefone ou presencialmente. Todas as entrevistas quantitativas foram realizadas sob condição de confidencialidade.

94%



Entrevistas conduzidas on-line

6%



Entrevistas conduzidas por correio, telefone ou presencialmente

Dos CEOs que participaram da pesquisa:

3% de suas organizações tiveram receita igual ou maior que **US\$ 25 bilhões**.

5% de suas organizações tiveram receita entre **US\$ 10 bilhões e US\$ 25 bilhões**.

18% de suas organizações tiveram receita entre **US\$ 1 bilhão e US\$ 10 bilhões**.

30% de suas organizações tiveram receita entre **US\$ 100 milhões e US\$ 1 bilhão**.

38% de suas organizações tiveram receitas de até **US\$ 100 milhões**.

66% de suas organizações são de **capital fechado**.

Observações

- Nem todos os números somam 100% devido ao arredondamento das porcentagens e à exclusão de respostas do tipo “nem/nem” e “não sei”.
- Para explorar o tema da confiança, perguntamos aos CEOs sobre a natureza do envolvimento de seus clientes com a empresa em seis dimensões de confiança – lealdade, confiabilidade, prevenção, intuição, competência e benevolência – e agregamos essas respostas para criar um índice de percepção de confiança do consumidor. Essas constatações foram normalizadas por setor e confirmadas quanto à independência de características demográficas, como localização ou tamanho da empresa.

Também realizamos entrevistas qualitativas com CEOs de seis regiões, que podem ser encontradas no nosso site (em inglês), em strategy-business.com/mindoftheceo.

A pesquisa foi realizada pela PwC Research, nosso centro global de excelência em pesquisa e serviços de consultoria baseados em evidências, acesse www.pwc.co.uk/pwcresearch.

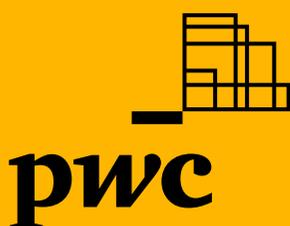
Esta publicação é um recorte dos resultados da 25ª CEO Survey. Para consultar o relatório com os dados globais e do Brasil, [clique aqui](#).

 **Contato**

Carlos Coutinho

Sócio e líder de Consumer Markets

carlos.coutinho@pwc.com



www.pwc.com.br



PwC Brasil



@PwCBrazil



PwC Brasil



@PwCBrazil



PwC Brasil



@PwCBrazil

Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2022 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.