

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 sobre compromissos ESG



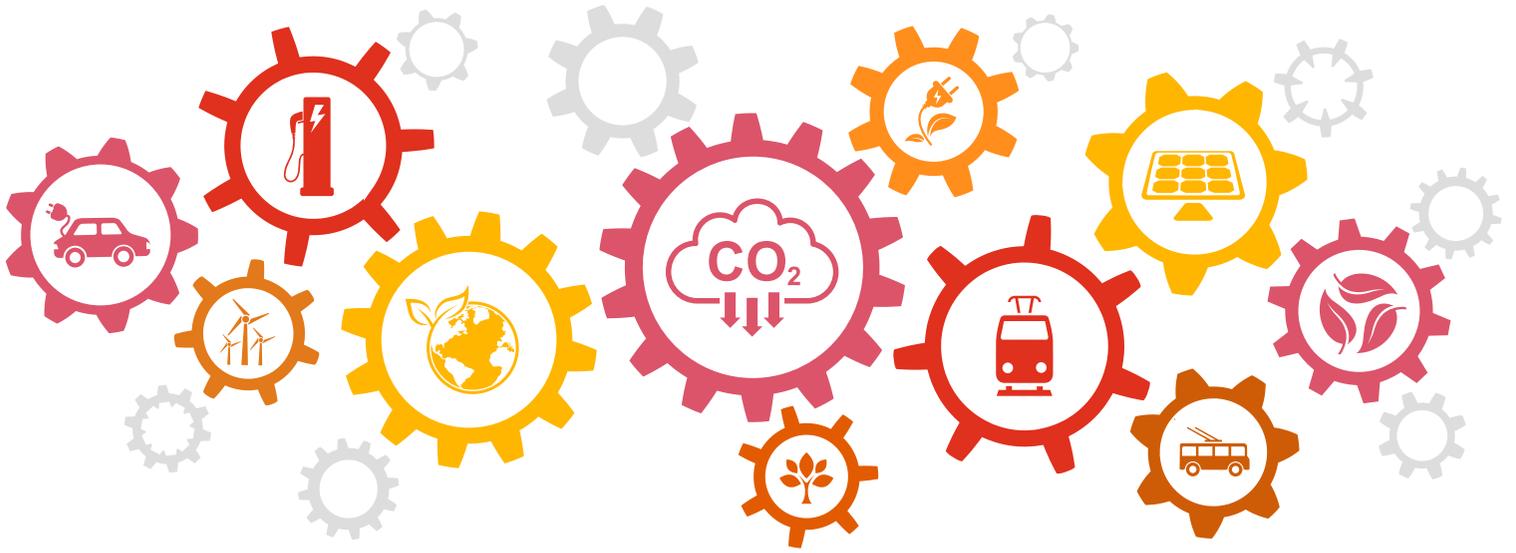
**pwc**

Saiba mais em

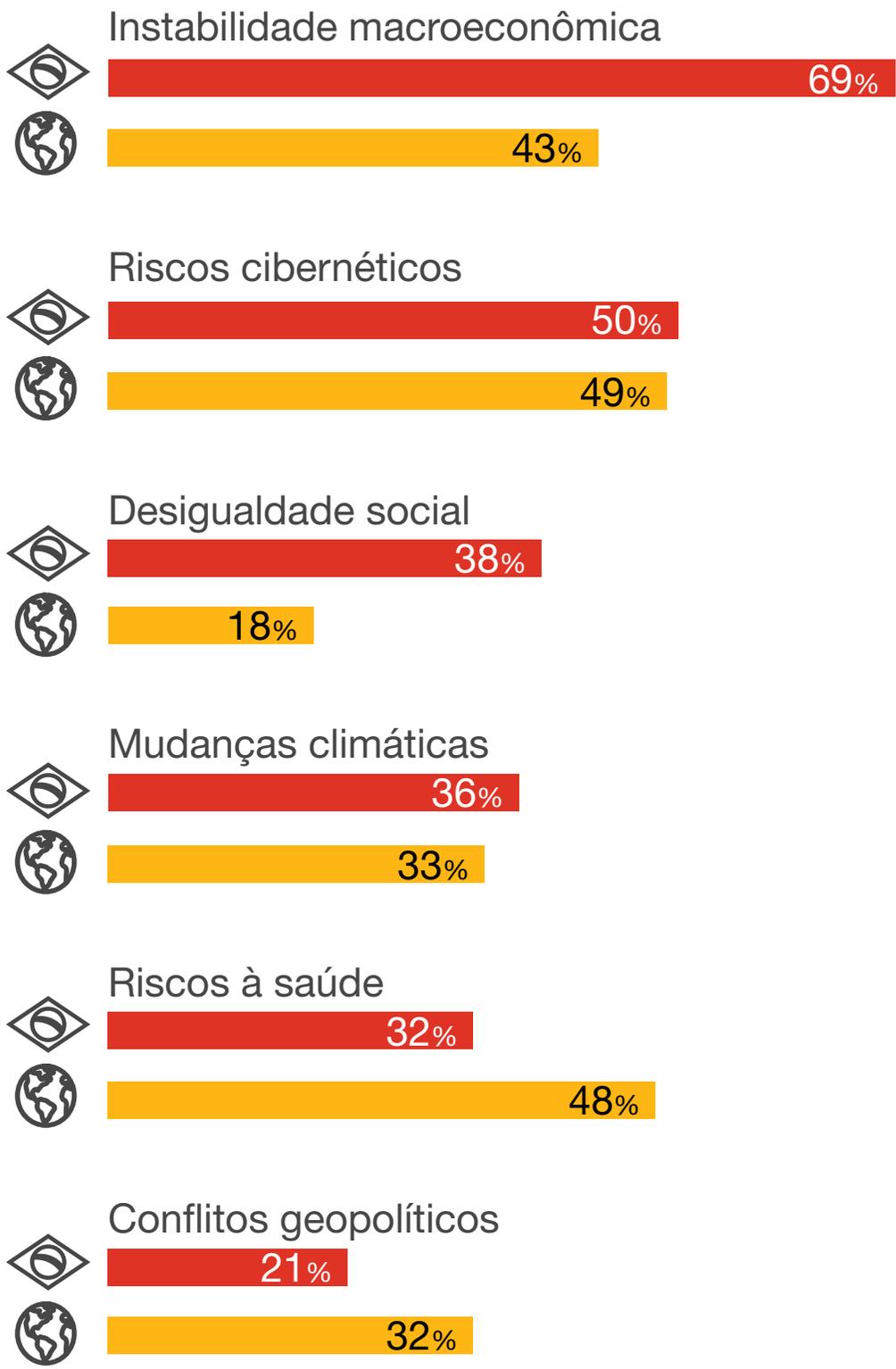
[www.pwc.com.br/pesquisa-de-ceo](http://www.pwc.com.br/pesquisa-de-ceo)

# Compromissos ambientais e sociais

Os CEOs no Brasil e no mundo estão mais preocupados com o potencial efeito de um ataque cibernético ou choque macroeconômico sobre os resultados de suas empresas do que com desafios como as mudanças climáticas e a desigualdade social, que parecem representar ameaças de curto prazo menos relevantes à geração de receitas.



## Principais ameaças ao crescimento da empresa



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

Como reflexo dessa situação, apenas 22% dos líderes executivos no mundo e 27% no Brasil assumiram compromissos com a eliminação das emissões de gases do efeito estufa (Net Zero) ou a neutralidade das emissões de carbono.

### A sua empresa assumiu compromisso Net Zero ou carbono neutro?

■ Não ■ Em andamento ■ Sim

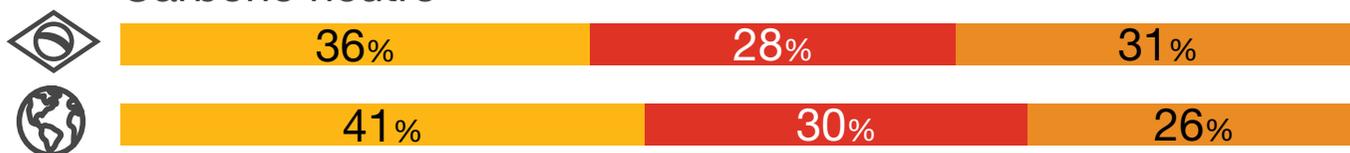


#### Net Zero



21% das 2 mil maiores empresas de capital aberto do mundo têm compromissos Net Zero - [Climate Action ECIU](#)

#### Carbono neutro



**✘ 36%** das empresas participantes no mundo não têm compromissos Net Zero nem 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 *utilities*).

### Alinhamento científico:

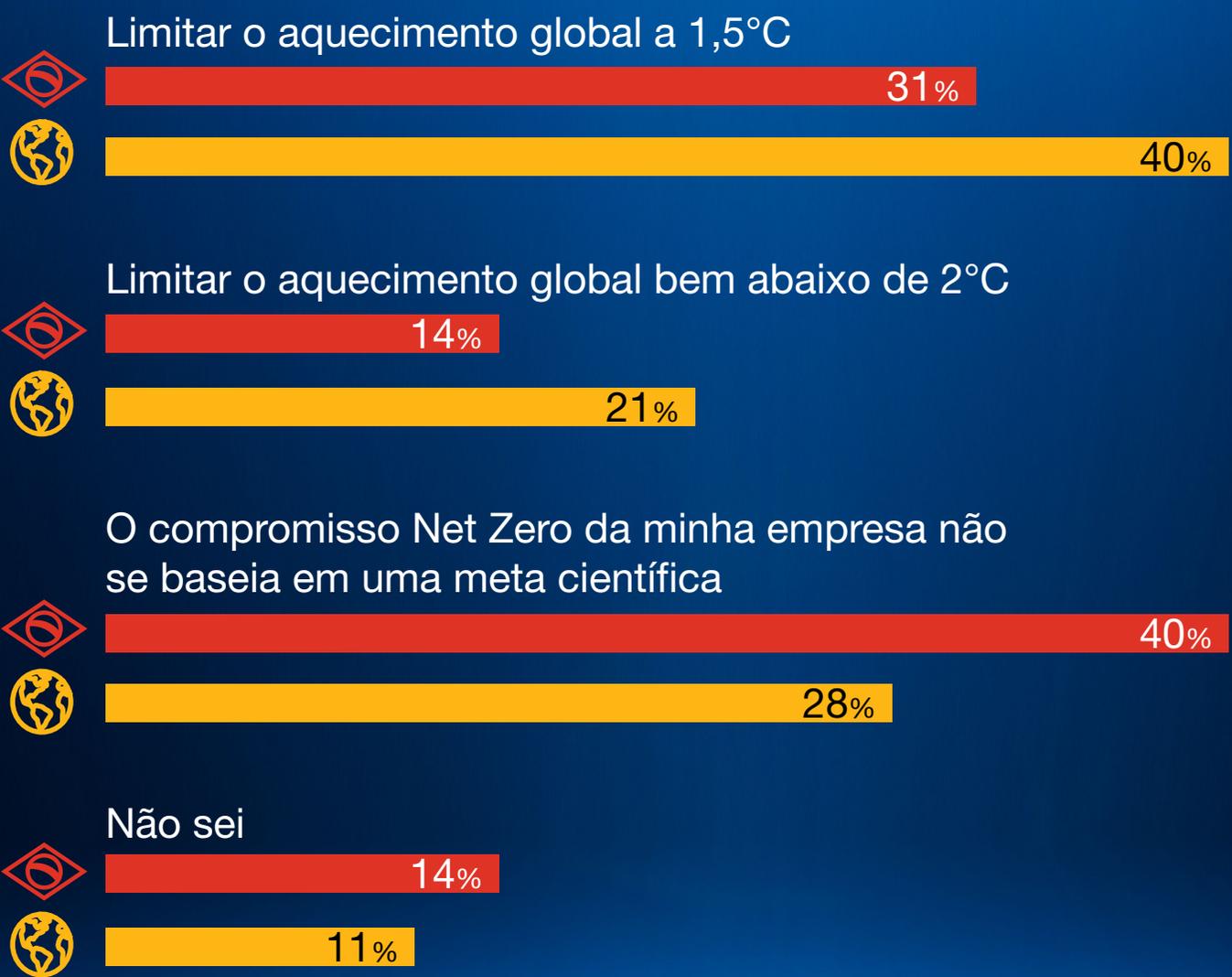


**61%** dos compromissos são respaldados por critérios científicos.



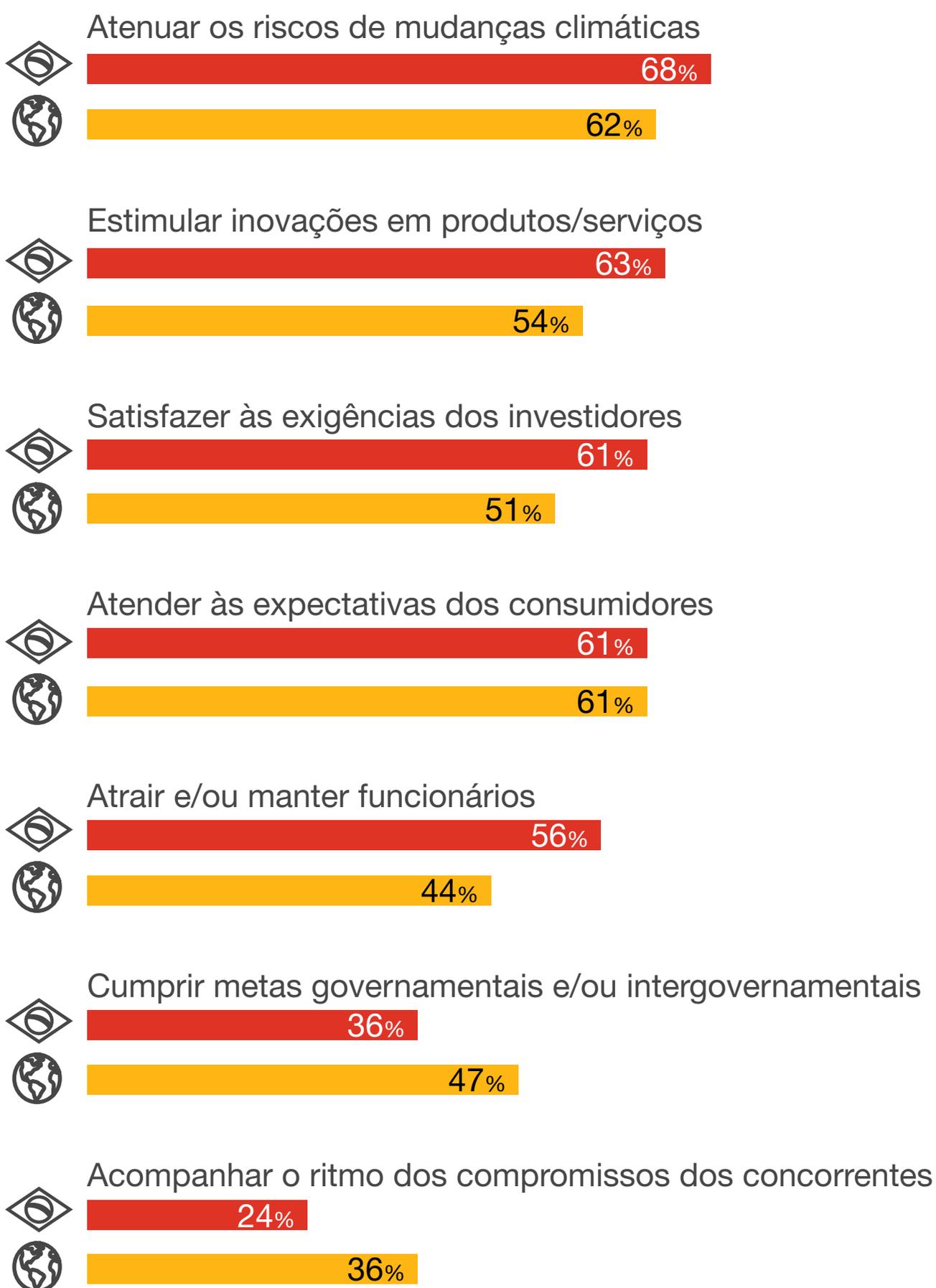
Mais de metade das empresas no Brasil não tem compromissos de eliminação de emissões baseados em metas científicas.

**Meta científica com a qual o compromisso Net Zero ou carbono neutro é alinhado**



O principal fator de influência por trás dos compromissos Net Zero é atenuar os riscos das mudanças climáticas. No Brasil, ele aparece à frente da necessidade de estimular inovações, de satisfazer às exigências dos investidores e atender às expectativas dos consumidores. No mundo, o segundo fator é atender às expectativas dos consumidores.

## Fatores que mais influenciam os compromissos Net Zero



Obs.: participantes que responderam "muito ou extremamente influentes".

Os CEOs que não se comprometeram com a neutralidade de carbono ou a eliminação de emissões de gases do efeito estufa dizem que emitem pouco, que não têm competências adequadas para isso ou que seu setor de atuação não tem uma estratégia de descarbonização.

## Motivos para não assumir um compromisso de neutralidade de carbono ou de eliminação de emissões de gases do efeito estufa



Nosso setor de atuação não tem uma abordagem estabelecida para a descarbonização



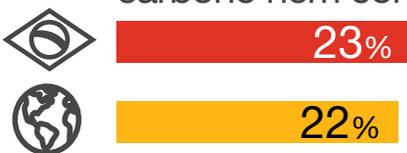
Não estamos capacitados a medir as emissões de gases do efeito estufa



Não produzimos uma quantidade significativa de gases do efeito estufa



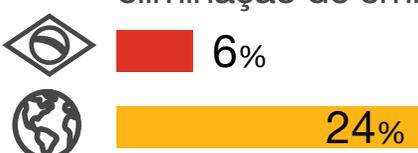
Não podemos nos comprometer financeiramente com metas neutras de carbono nem com a eliminação das emissões de gases do efeito estufa



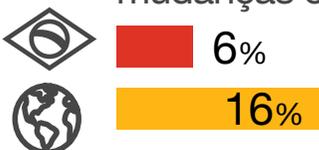
Nossos stakeholders externos não estão muito preocupados com as mudanças climáticas



Não acreditamos poder cumprir metas neutras de carbono ou de eliminação de emissões de gases do efeito estufa



Nossos stakeholders internos não estão muito preocupados com as mudanças climáticas



# Os resultados que importam

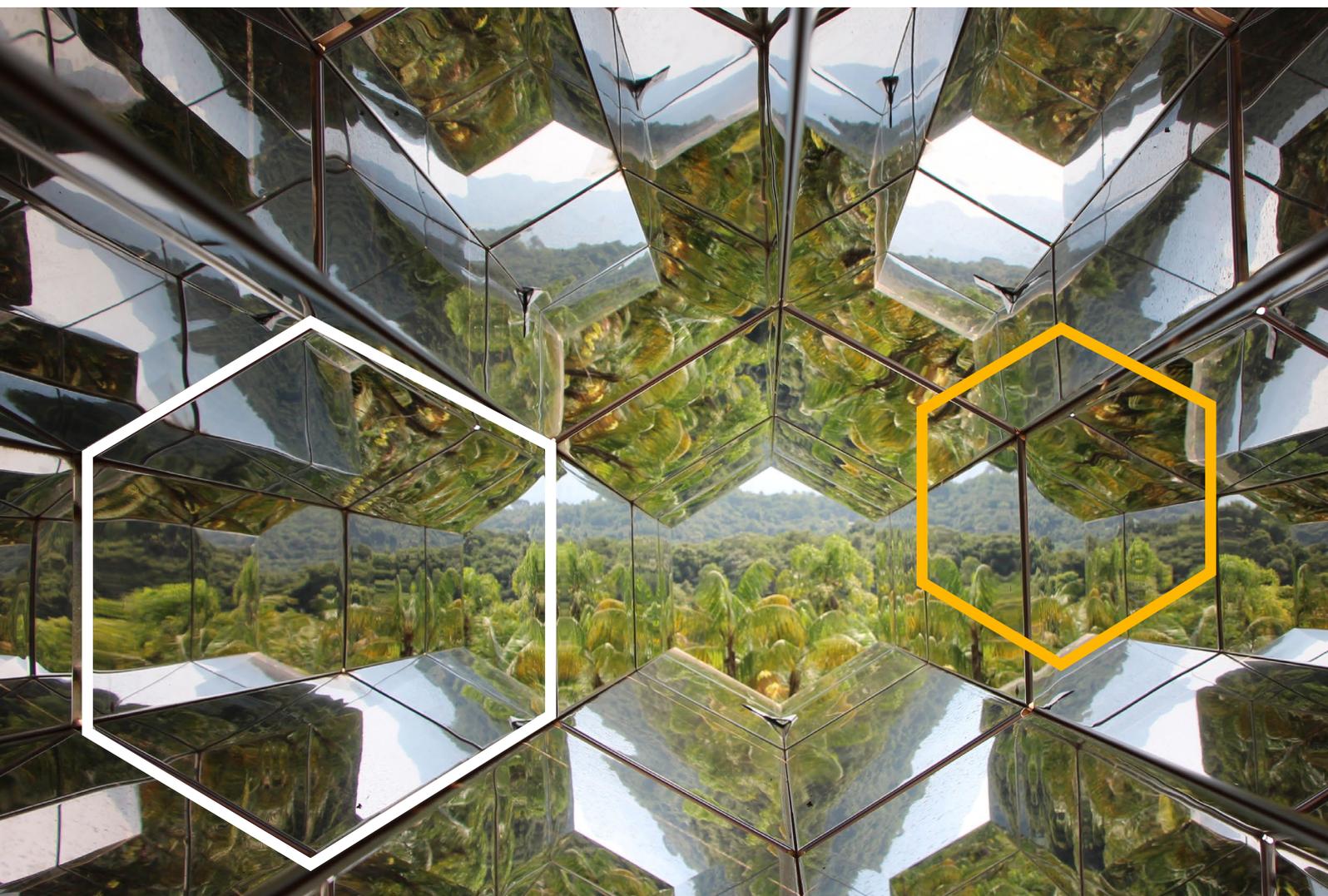
As **pressões para a criação de valor no curto prazo** que estão por trás das preocupações mais extremas dos CEOs parecem ainda mais relevantes quando analisamos os resultados que os líderes vêm perseguindo e que são revelados pelas metas definidas em suas estratégias corporativas e em seus pacotes de 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: **13%** ou menos dos CEOs no Brasil e no mundo têm essas metas presentes em seu bônus anual ou plano de incentivos, em comparação com um percentual que varia entre **23% e 42%** para a estratégia de longo prazo.

A situação é diferente para setores nos quais as mudanças climáticas representam uma ameaça existencial mais direta. Por exemplo, **30% dos CEOs do setor de energia** têm metas de emissões de GEE vinculadas à sua remuneração pessoal. Em contraste, esse percentual é de apenas 9% no setor de saúde e de 8% na indústria de tecnologia, mídia e telecomunicações.

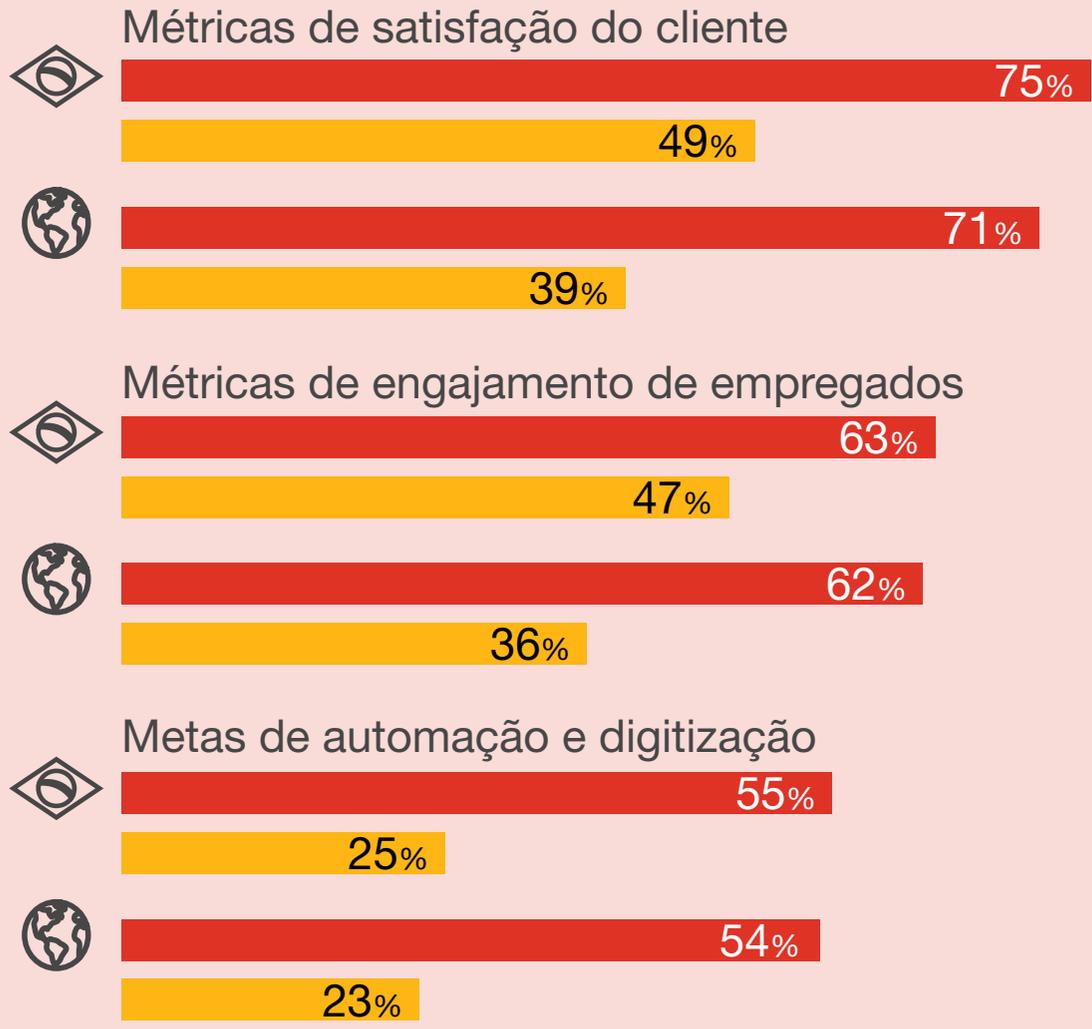


# Métricas de negócios estão mais integradas à estratégia e ao plano de remuneração variável do que métricas ESG

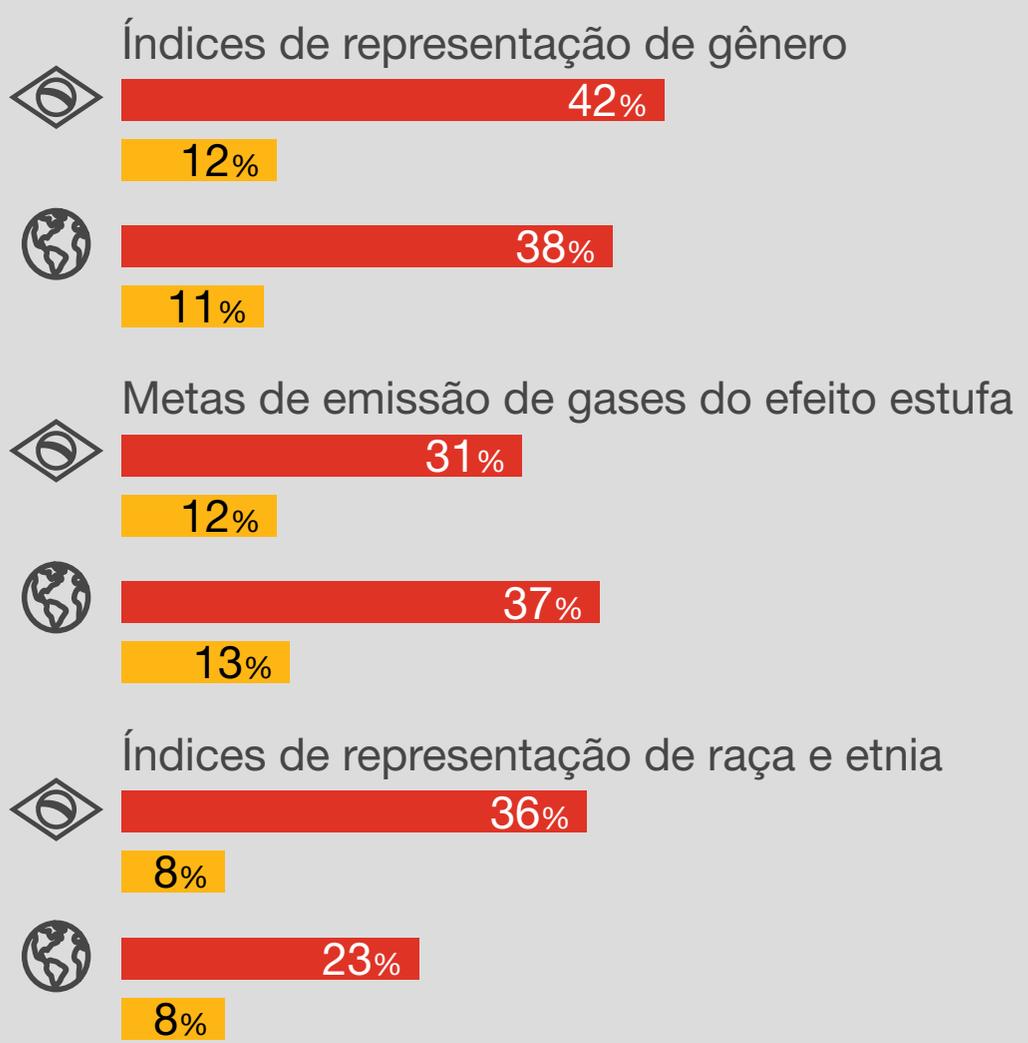
- Estratégia corporativa de longo prazo
- Bônus pessoal anual ou plano de incentivos de longo prazo



## Resultados vinculados ao desempenho dos negócios



## Resultados sociais/ambientais



## Empresas com fortes compromissos de descarbonização geralmente incorporam metas à estratégia

Classificamos as empresas globalmente em quatro grupos quanto a seu compromisso de descarbonização:

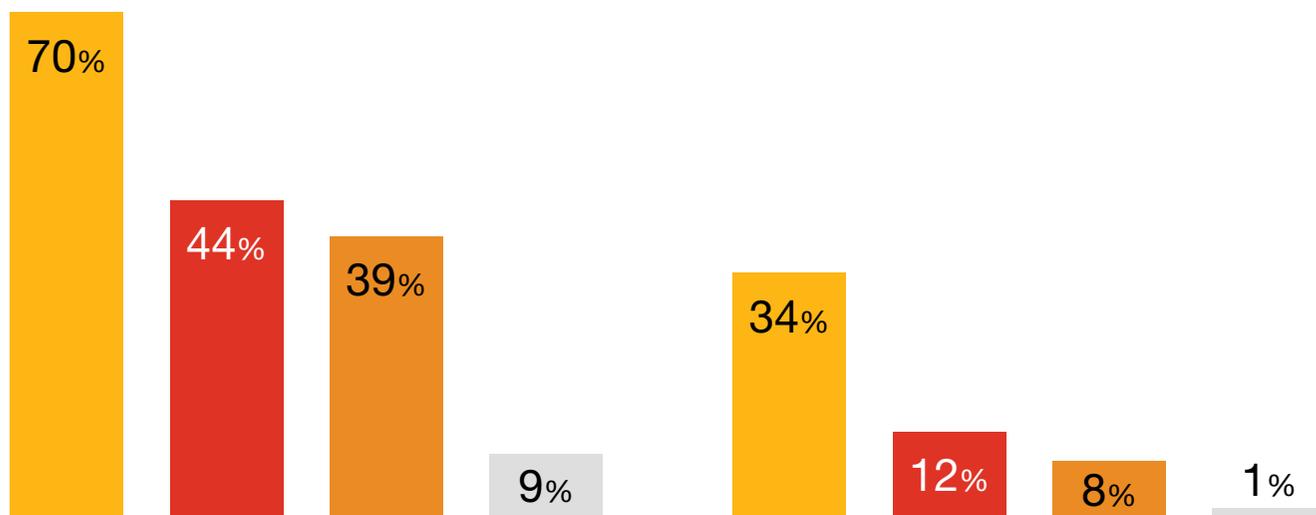
|  <p>Grupo por tipo de compromisso de descarbonização</p> |  <p>Compromisso de descarbonização assumido ou processo iniciado</p> |  <p>Alinhamento científico?</p> |
|---|---|--|
| 1   | Net Zero  |  Sim                          |
| 2   | Net Zero  |  Não                          |
| 3   | Carbono neutro  |  Não aplicável                |
| 4   | Nenhum  |  Não aplicável                |



## Alinhamento estratégico

No mundo, as metas de redução de emissões de gases do efeito estufa (GEE) estão mais presentes na estratégia corporativa do que no bônus pessoal ou em planos de incentivos de longo prazo.

Metas de emissão de gases do efeito estufa são incluídas...



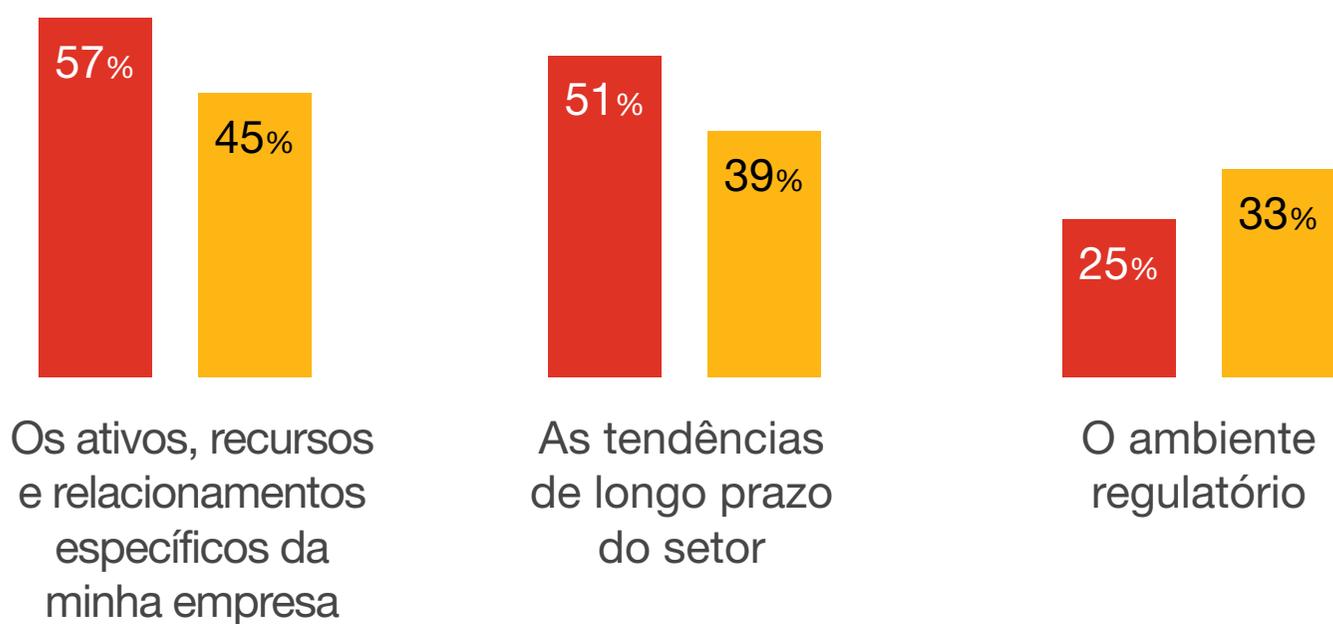
...na estratégia corporativa de longo prazo

...no bônus pessoal anual ou no plano de incentivos de longo prazo

Recursos corporativos e tendências setoriais têm mais impacto que a regulamentação na redução de GEE

Quão favoráveis são os seguintes fatores em relação à capacidade da sua empresa de criar valor financeiro e reduzir as emissões de gases do efeito estufa?

■ Criação de valor financeiro ■ Redução das emissões de GEE



As empresas percebem que seus ativos, recursos e relacionamentos favorecem mais a criação de valor financeiro do que a redução de emissões de gases do efeito estufa (GEE). Ainda assim, esses mesmos elementos têm mais impacto do que a regulamentação governamental na redução das emissões.

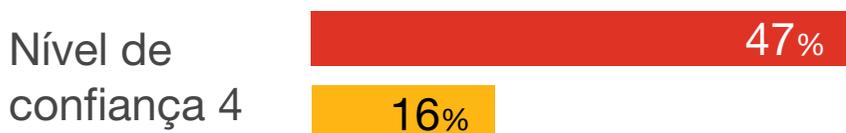
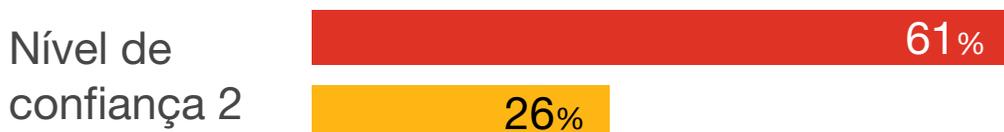
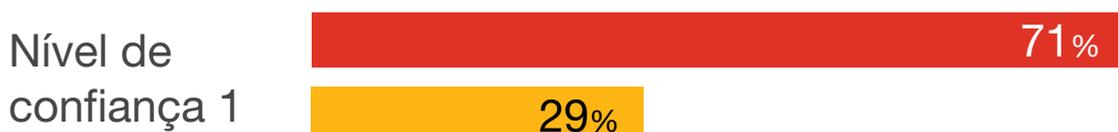


## Quanto maior a confiança do consumidor, mais otimista é o CEO em relação ao crescimento de receitas e maior o compromisso com o Net Zero

Criamos uma série de seis perguntas sobre as diferentes dimensões de confiança do consumidor. As respostas permitiram criar um índice e segmentar os dados em quatro níveis – da maior (nível 1) à menor (nível 4) percepção de confiança do consumidor.

■ Otimismo (% de CEOs que estão muito ou extremamente otimistas em relação ao crescimento de receitas em 12 meses)

■ Compromisso Net Zero (% de CEOs segundo os quais a empresa assumiu um compromisso Net Zero)

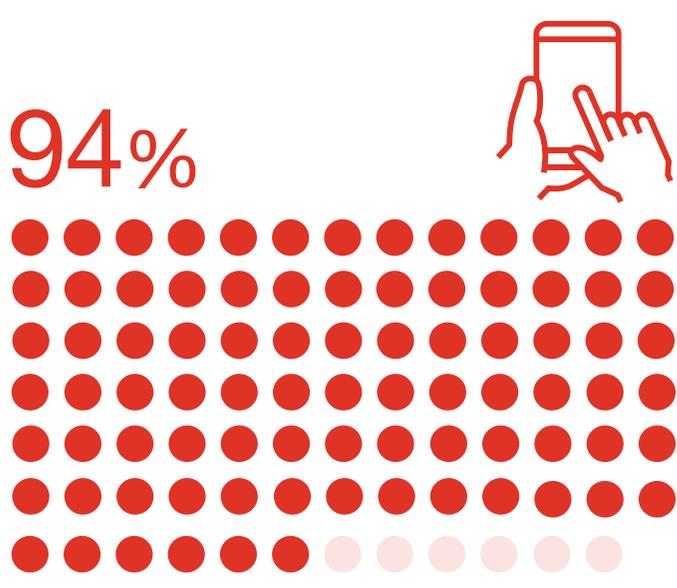




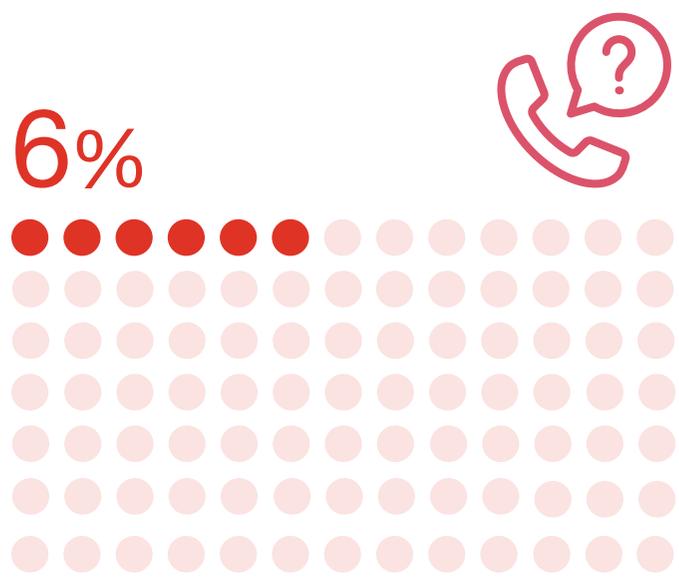
# Metodologia

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.



Entrevistas conduzidas on-line



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](https://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](https://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](#).

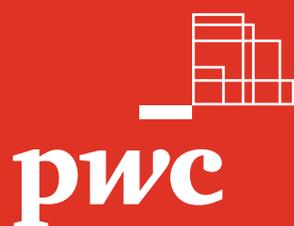


## Contato

**Maurício Colombari**

Sócio e líder de ESG

[mauricio.colombari@pwc.com](mailto:mauricio.colombari@pwc.com)



[www.pwc.com.br](http://www.pwc.com.br)



PwC Brasil



@PwCBrasil



PwC Brasil



@PwCBrasil



PwC Brasil



@PwCBrasil

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](http://www.pwc.com/structure)