

25ª CEO Survey | 2022

Sumário executivo

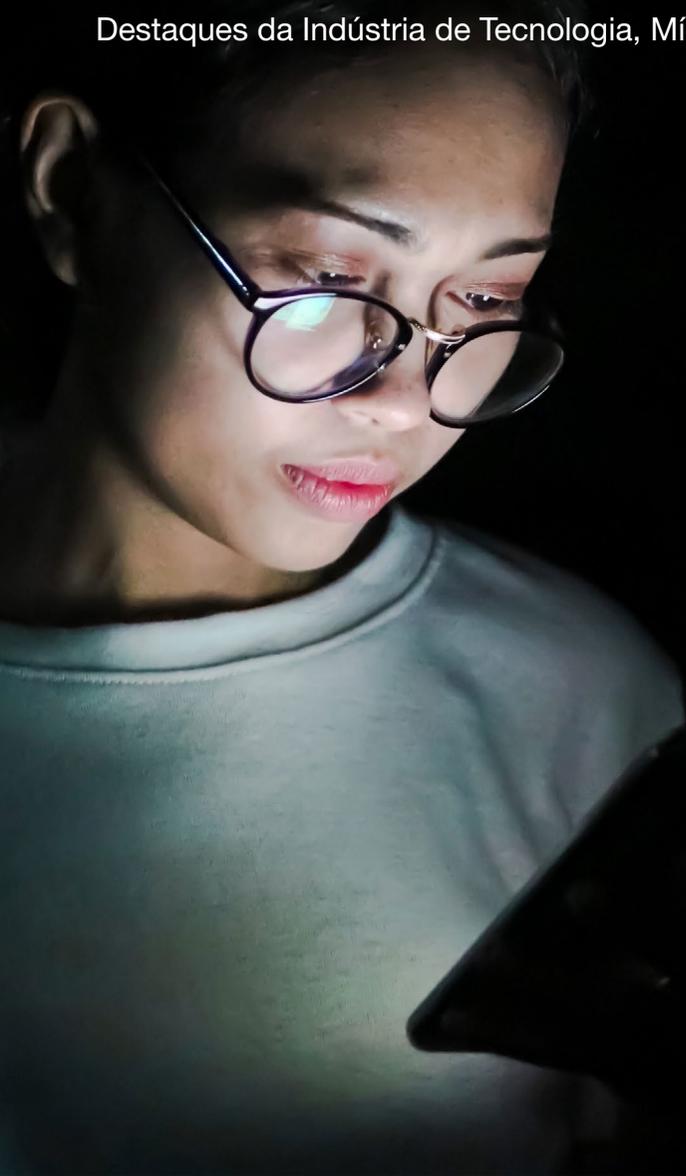
Um novo olhar para o futuro

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

Destaques da Indústria de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações no Brasil



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



Otimismo dos CEOs

Os CEOs do setor de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações (TMT) no Brasil estão mais otimistas em relação à economia global do que a média dos CEOs no Brasil e no mundo. Em relação à economia brasileira, eles estão mais otimistas que a média de todos os setores.

Expectativa em relação ao crescimento da economia

■ Aceleração
 ■ Estabilidade
 ■ Desaceleração



TMT - BR

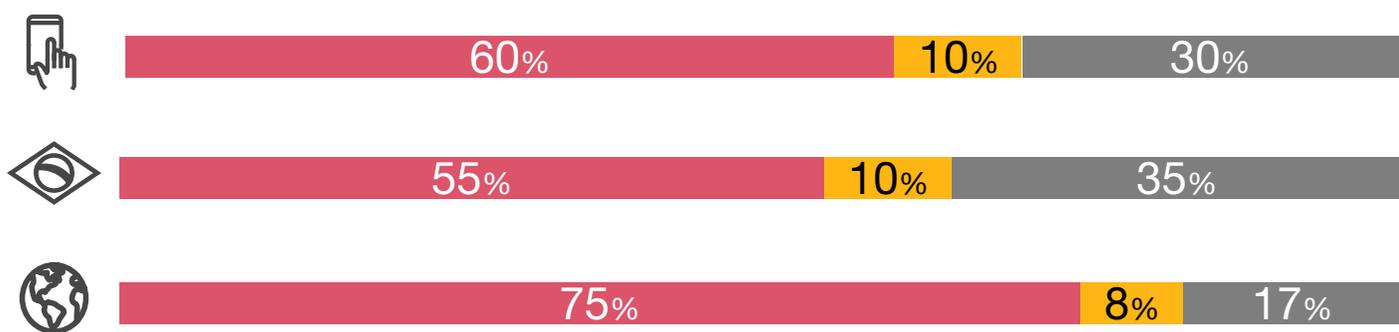


Brasil

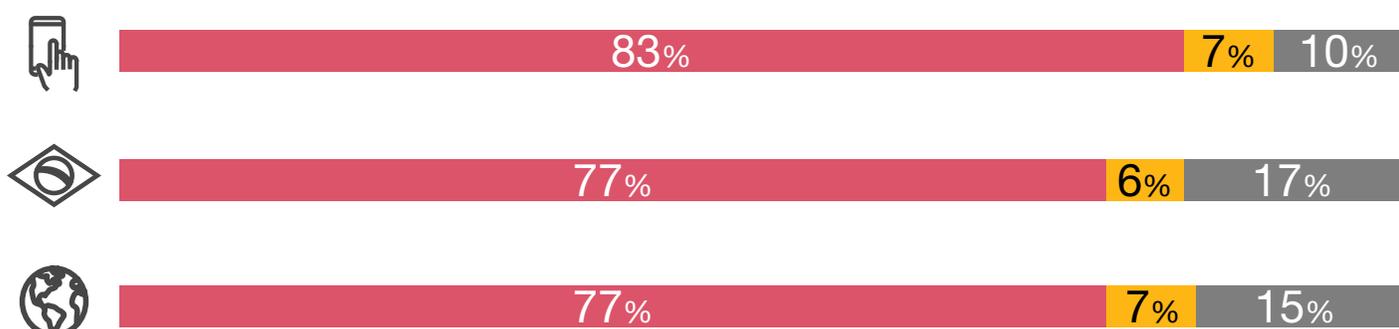


Global

Crescimento do país do CEO



Crescimento global



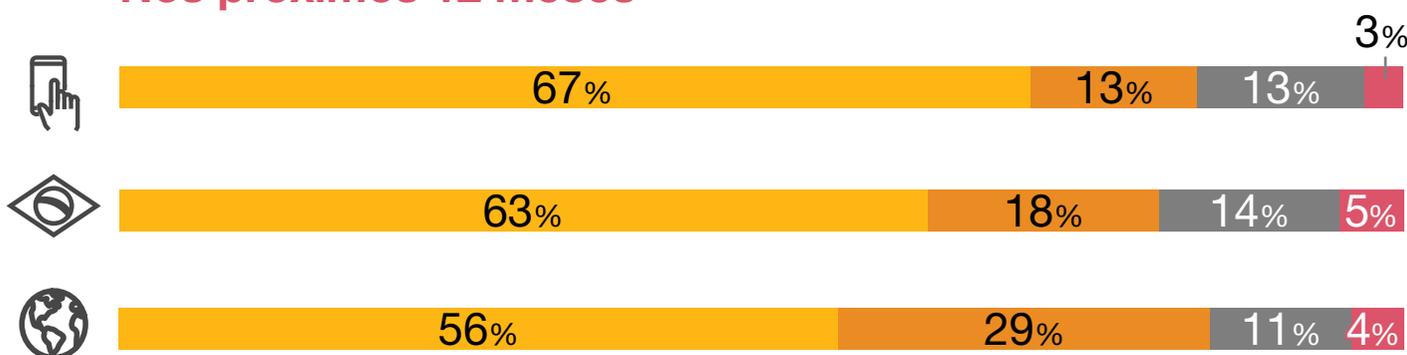
Os CEOs também demonstram mais confiança no crescimento da receita de suas empresas do que a média dos participantes da pesquisa no Brasil e no mundo.

Expectativa em relação à melhoria das receitas

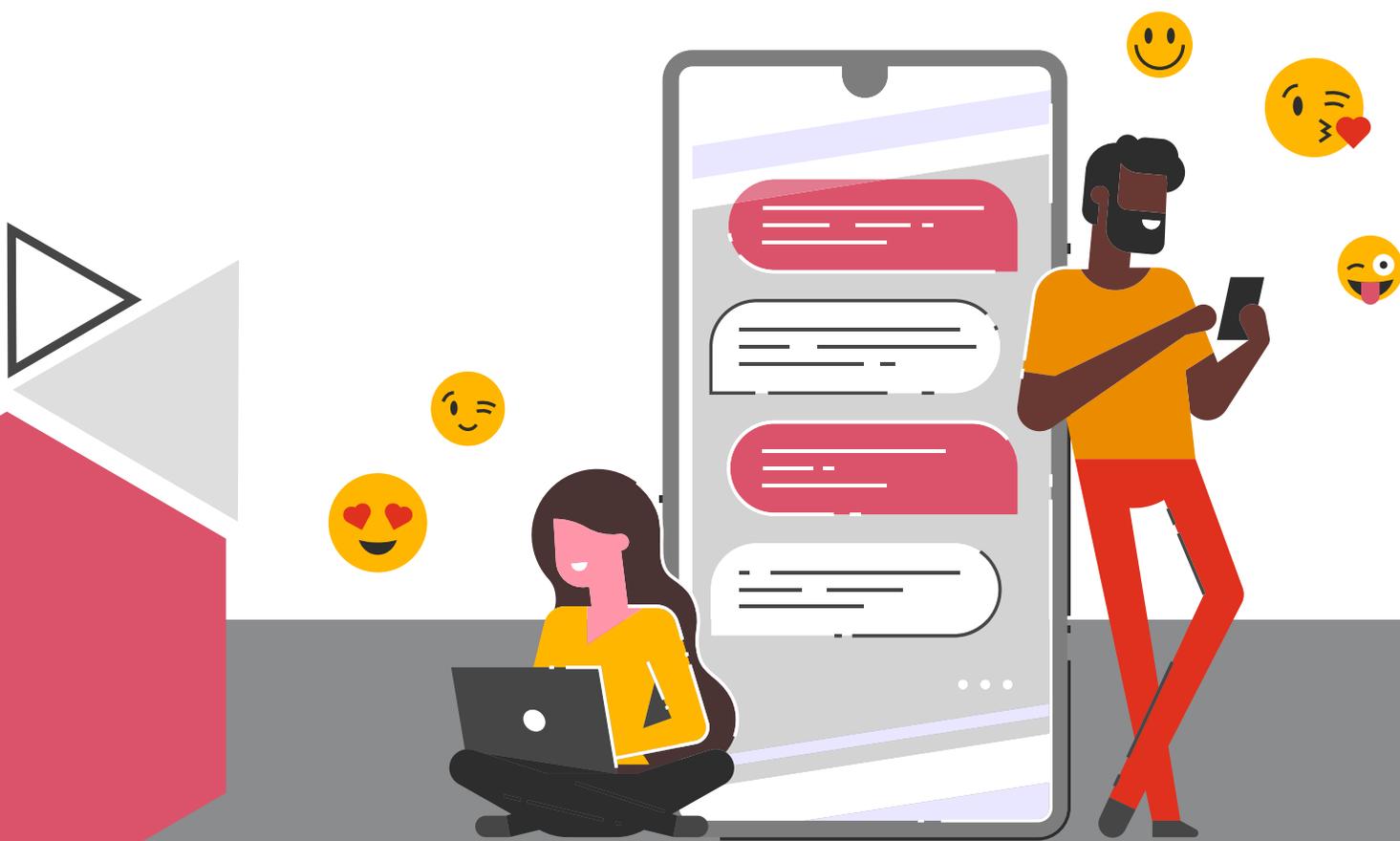
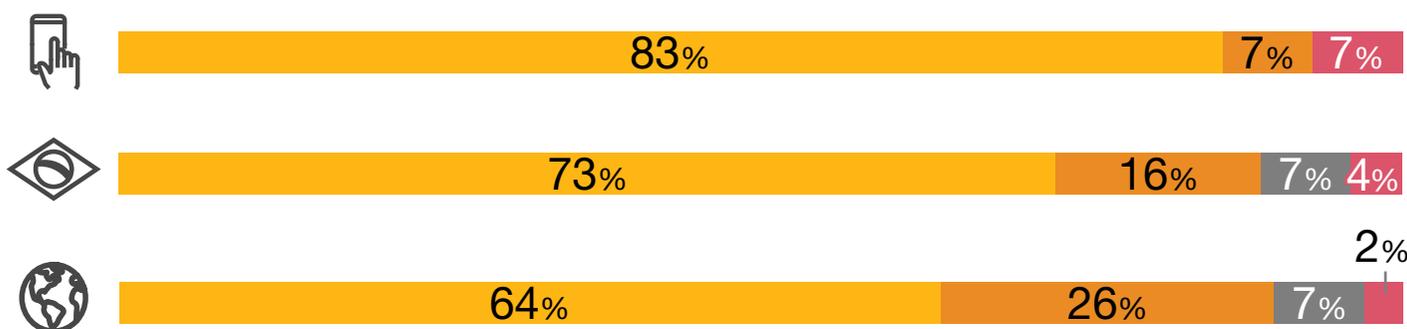
- Extremamente ou muito confiante
- Moderadamente confiante
- Ligeiramente confiante
- Não confiante

 TMT - BR
 Brasil
 Global

Nos próximos 12 meses



Em 3 anos





Principais mercados

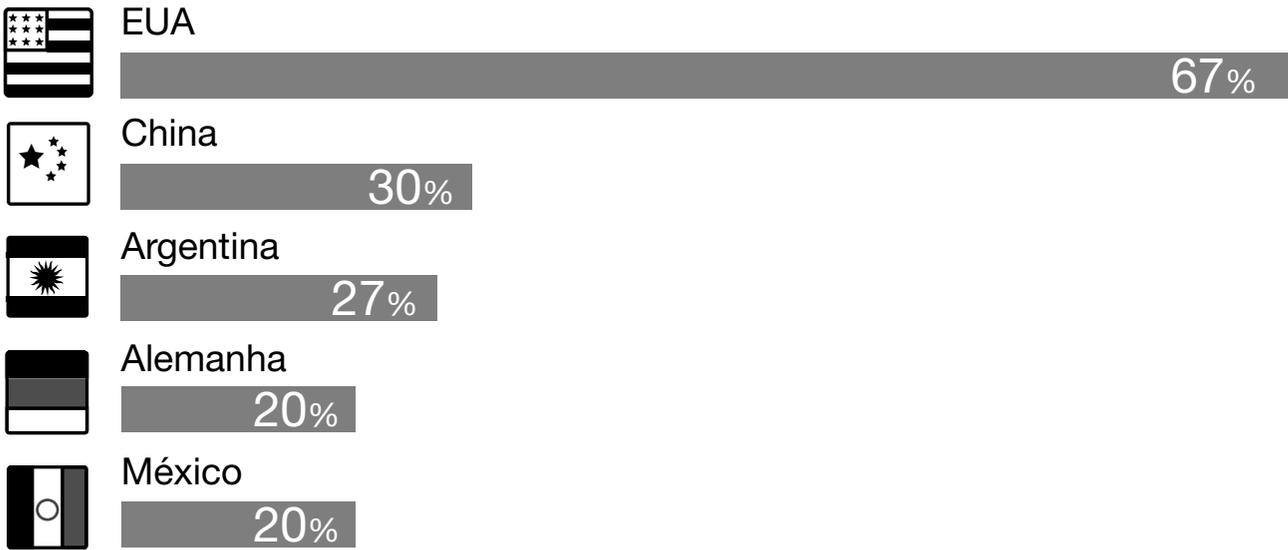
Estados Unidos e China são os mercados mais relevantes para os CEOs do setor no Brasil.



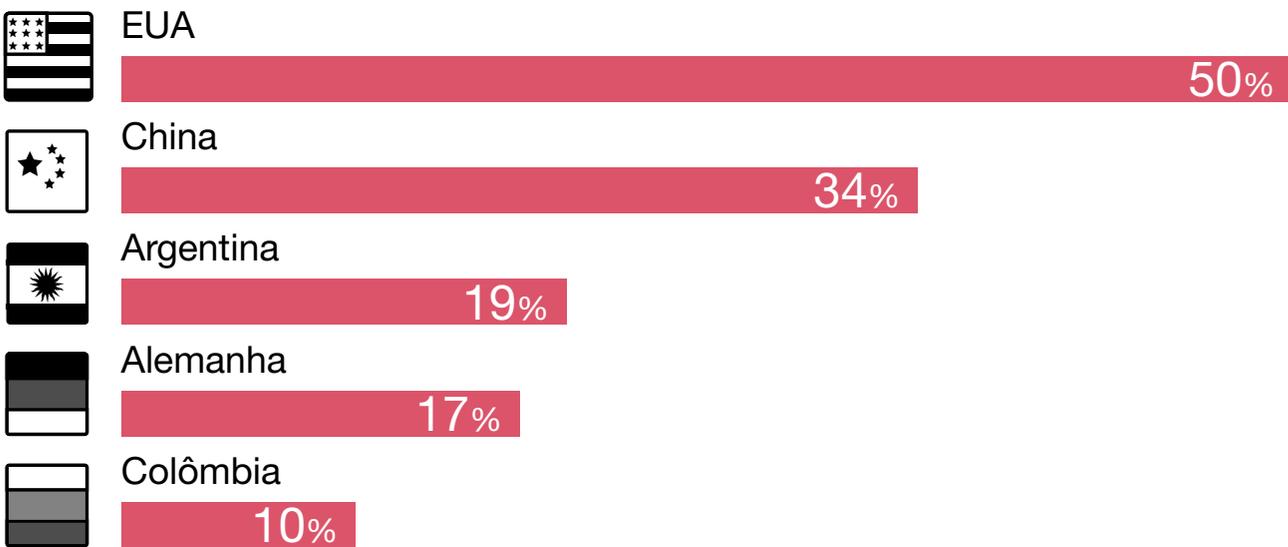
Principais mercados para os CEOs



Indústria - TMT (BR)



Brasil



Maiores ameaças

Os CEOs do segmento de TMT se mostram menos preocupados que a média brasileira com a maioria das ameaças aos negócios.





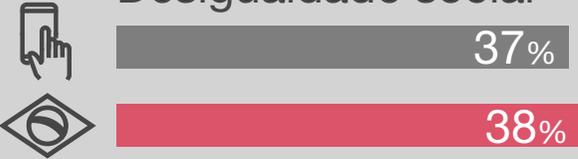
Instabilidade macroeconômica



Riscos cibernéticos



Desigualdade social



Riscos à saúde



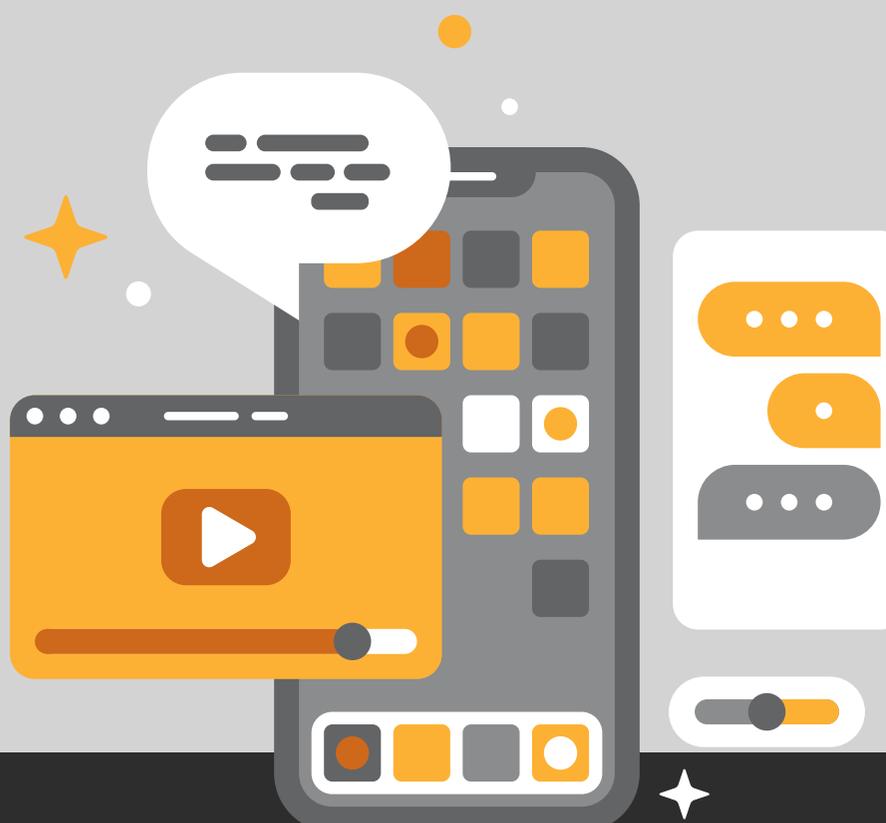
Mudanças climáticas



Conflitos geopolíticos



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



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 pelos quais esses líderes estão trabalhando – conforme refletido em suas estratégias corporativas e em seus pacotes de remuneração variável.

A maioria dos CEOs 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.

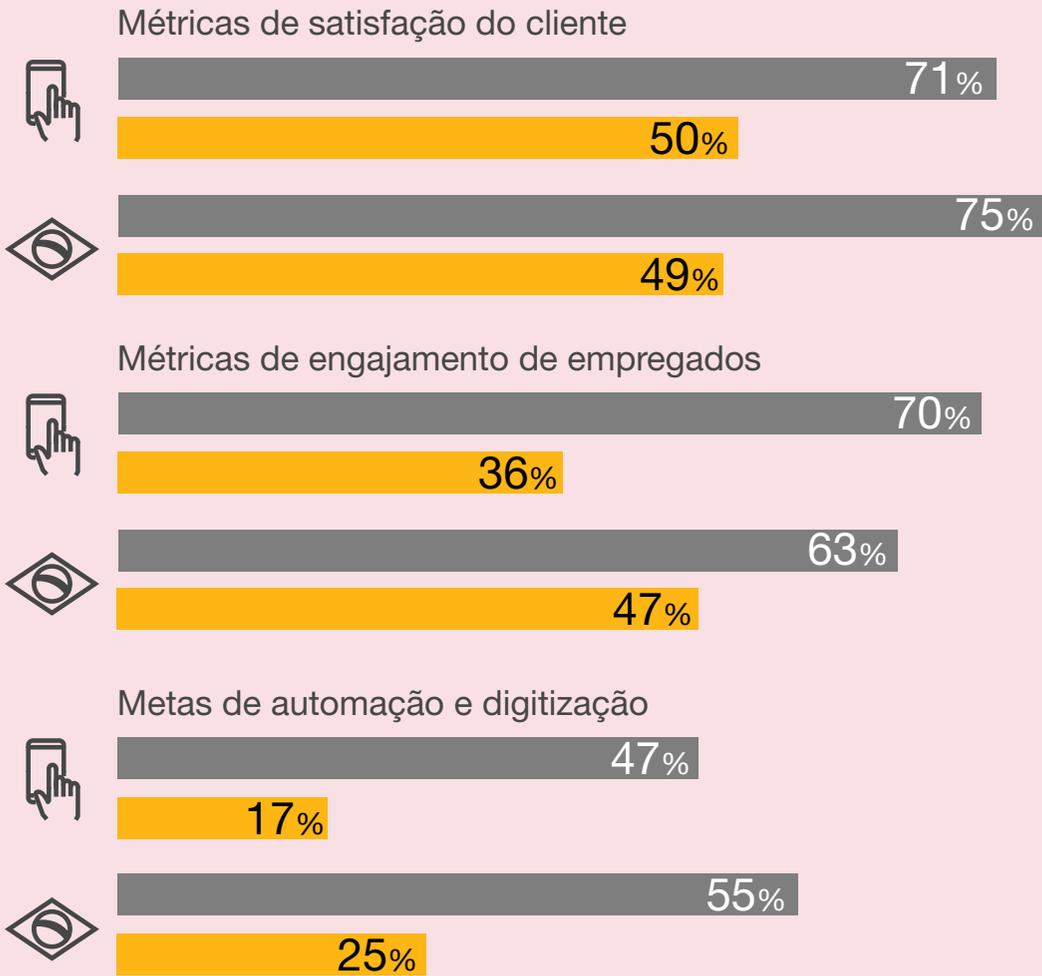
Já as metas relacionadas às **emissões de gases do efeito estufa (GEE), à representação de gênero ou à diversidade racial e étnica** estão muito menos representadas nas estratégias e na remuneração variável.

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

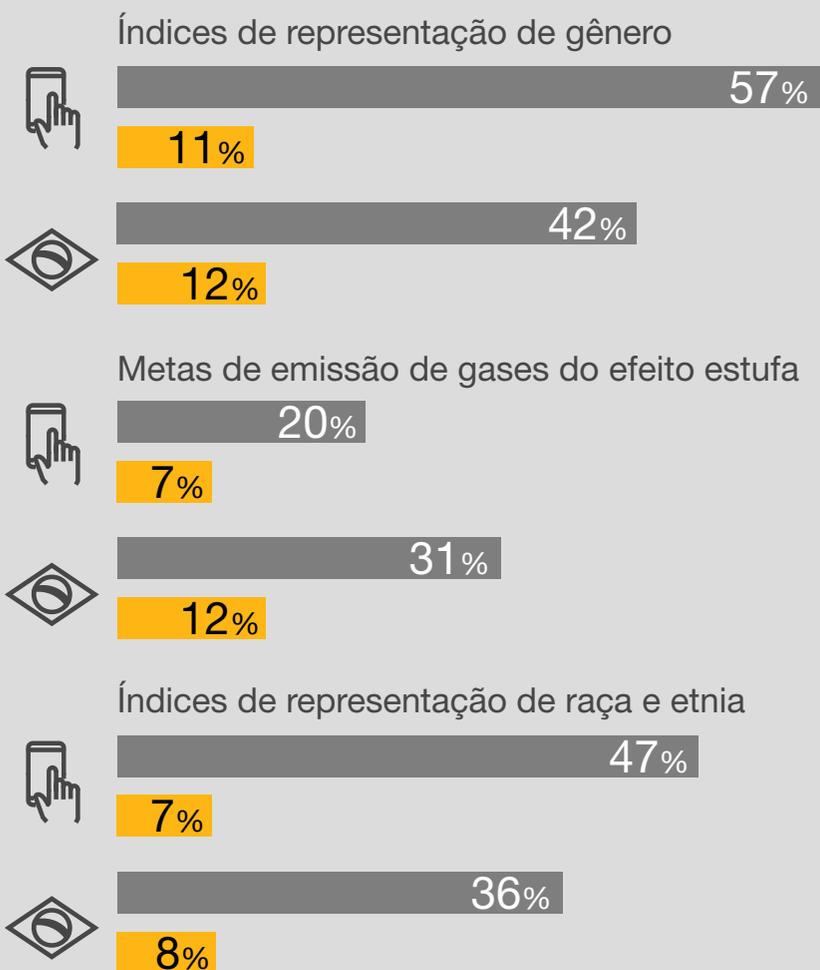
- Estratégia corporativa de longo prazo
- Bônus pessoal anual ou plano de incentivos de longo prazo



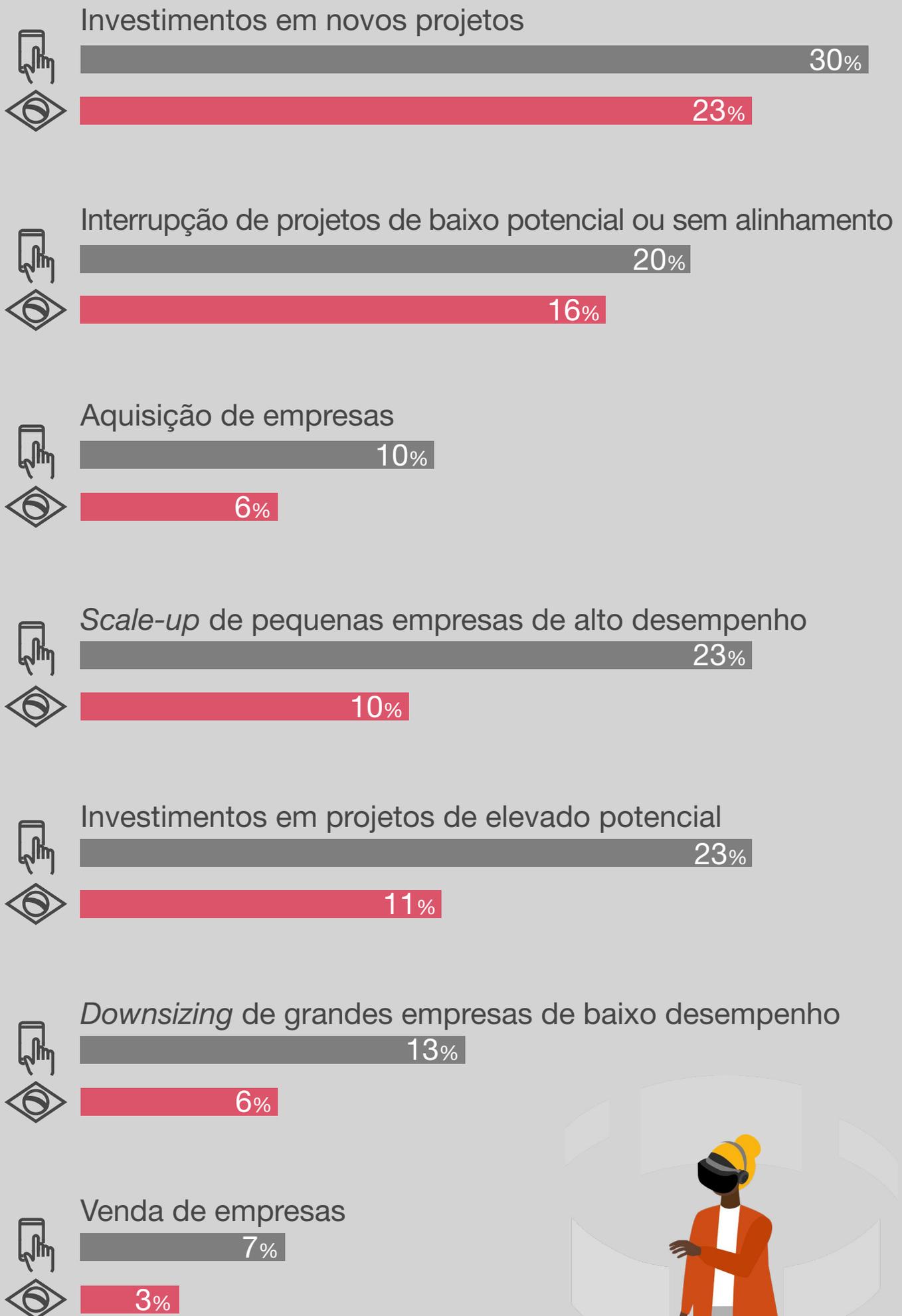
Indicadores de negócios



Resultados sociais/ambientais



As empresas do setor mostram mais agilidade nos negócios do que a média brasileira.

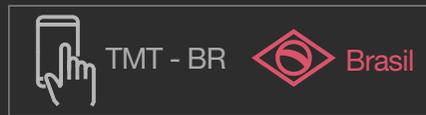


Obs.: participantes que se dizem muito ou extremamente preocupados.

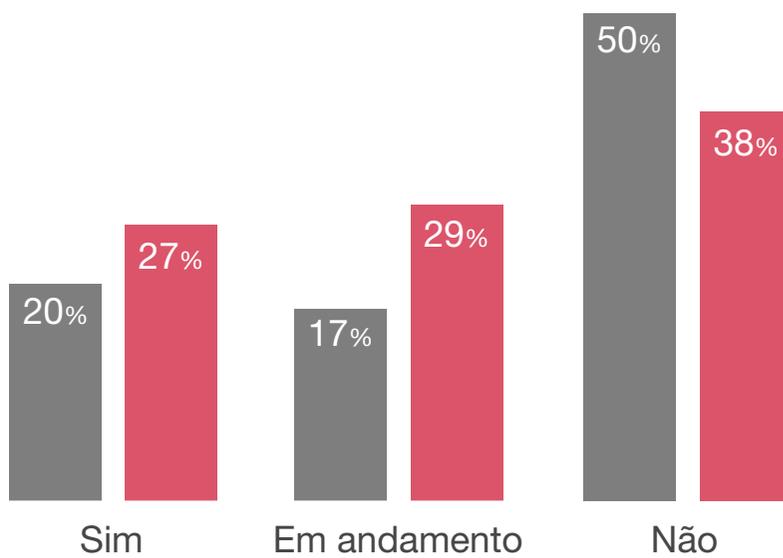


A jornada de descarbonização

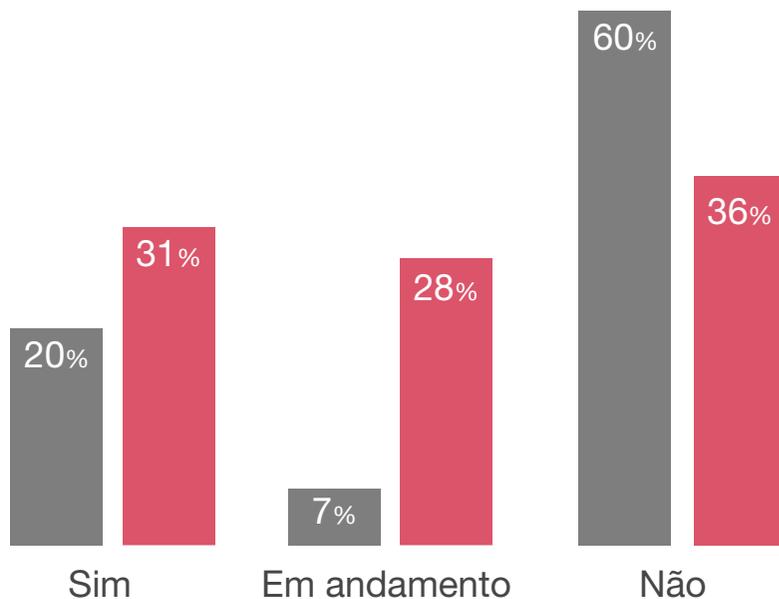
A proporção de empresas com compromissos Net Zero e carbono neutro é baixa e menor que a média brasileira.



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 públicos).

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 devem conversar com os CEOs, e estes com os principais executivos, sobre as demandas crescentes. O entusiasmo com o ESG não fará desaparecer as demandas financeiras de curto prazo. 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 as escolhas difíceis 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.



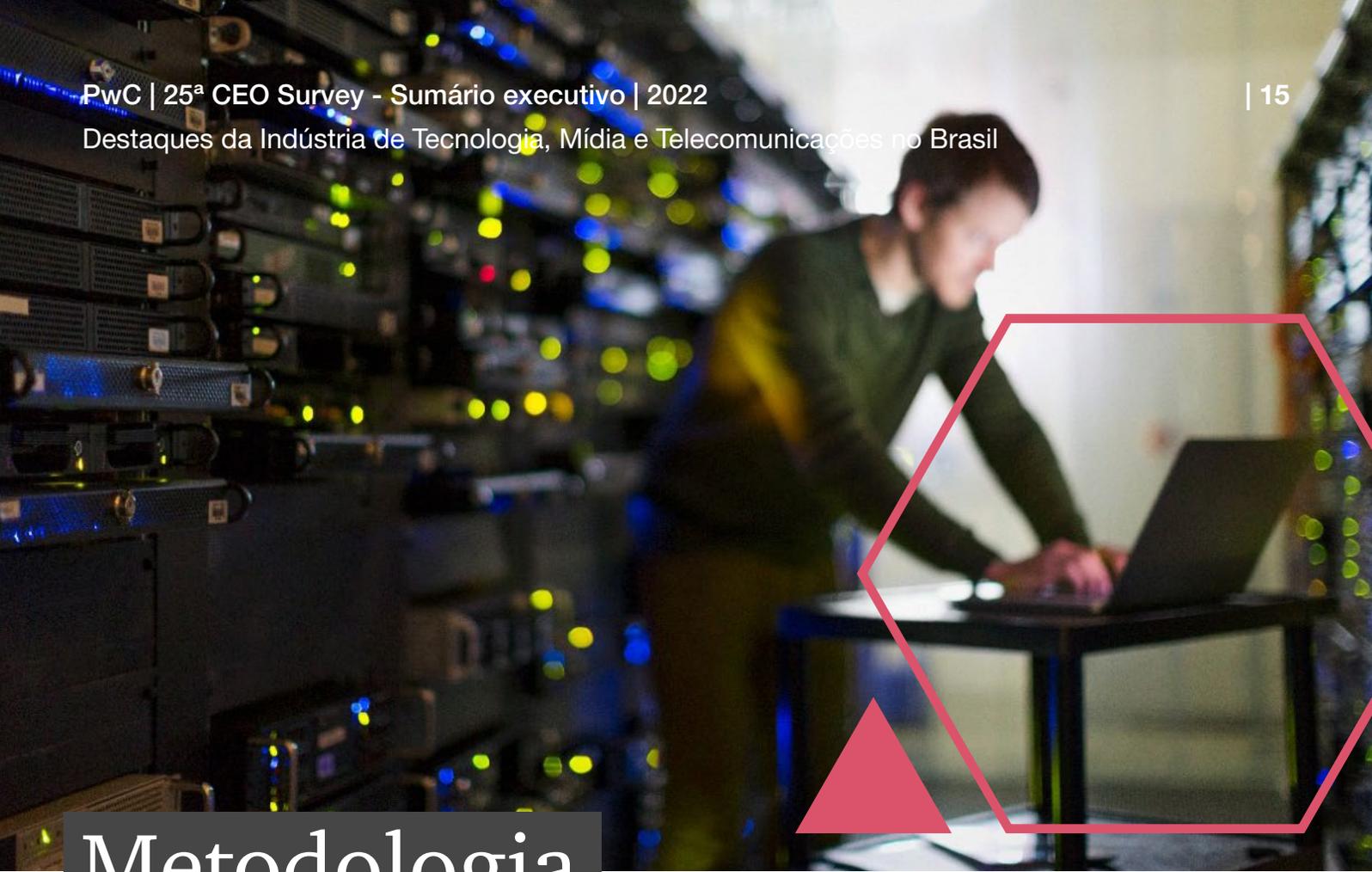
Reformulação de incentivos

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

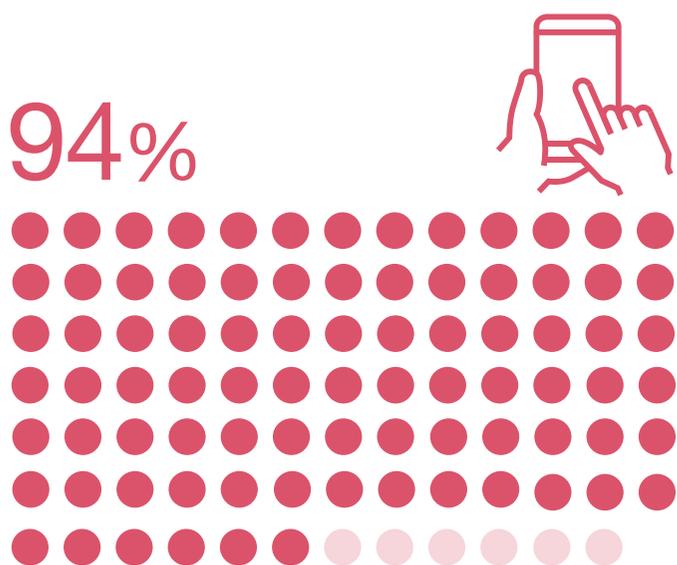
Enfrentar os desafios mais urgentes da sociedade não será uma preocupação individual. Será preciso um nível inédito de cooperação entre líderes empresariais, autoridades públicas, formuladores de políticas, investidores e organizações não governamentais (ONGs).



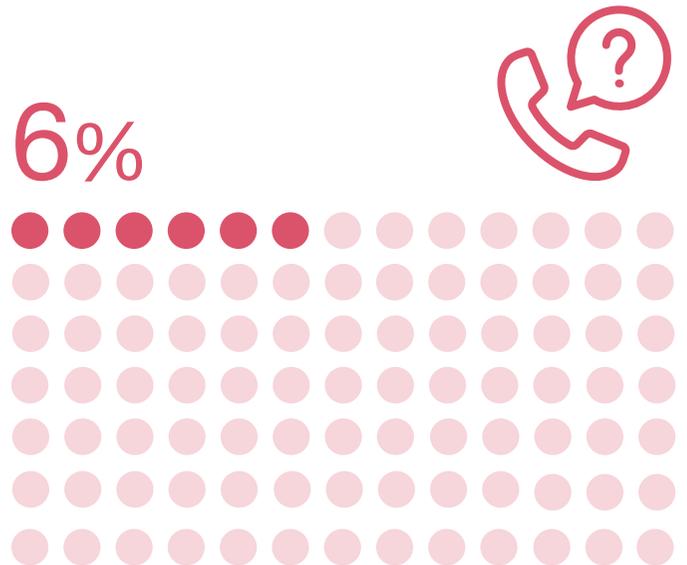
Metodologia

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.



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”.
- 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**

Ricardo Queiroz

Sócio e líder do setor de Tecnologia,
Mídia e Telecomunicações
ricardo.queiroz@pwc.com



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