

26ª CEO Survey | 2023

Transformando o futuro, encarando o presente

As perspectivas dos CEOs sobre crescimento,
ameaças, prioridades estratégicas e investimentos



**Destaques da Indústria
de Consumo no Brasil**



pwc

Saiba mais em

www.pwc.com.br/pesquisa-de-ceo



Apresentação



Tensões atuais



A corrida pelo futuro



Uma agenda equilibrada



Apresentação

Um terço dos CEOs no Brasil e no mundo não acredita que suas organizações serão economicamente viáveis em dez anos caso se mantenham no rumo atual – o que exige investimentos urgentes na transformação dos seus negócios. Ao passo que devem transformar o futuro, a maioria lida com as questões de curto prazo. Os resultados da 26ª Global CEO Survey ilustram a profundidade dos desafios – e o que fazer para gerar oportunidades – à frente dos líderes empresariais hoje.

De um lado, a grande maioria considera vital reinventar seus negócios para o futuro em um mundo de disrupção e inovação. De outro, eles se mobilizam para enfrentar um cenário atual com instabilidade econômica global, inflação, rupturas nas cadeias de suprimento e conflitos geopolíticos.

No Brasil e no mundo, 73% dos CEOs acreditam que a economia global sofrerá uma desaceleração nos próximos 12 meses. Apesar disso, uma parte importante dos CEOs de alguns países prevê que suas economias locais terão trajetória contrária e também acredita no crescimento da receita de suas empresas – especialmente os brasileiros.

Este duplo imperativo – encarar o presente e ao mesmo tempo se transformar para o futuro – os coloca em uma encruzilhada inédita que exige ação imediata.



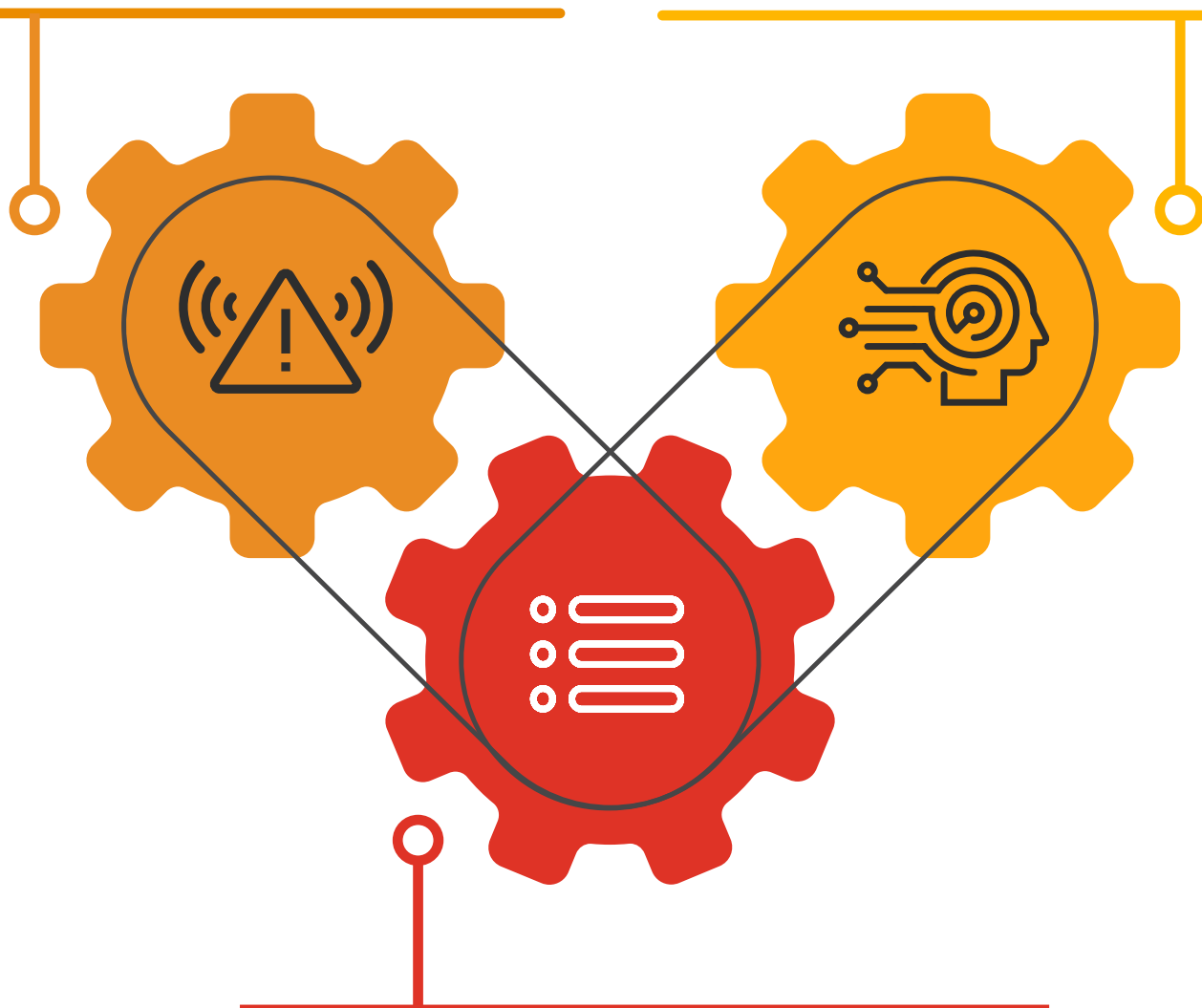
Neste relatório, apresentamos os resultados da pesquisa para o setor de Consumo. Os dados estão organizados em três dimensões: os desafios atuais; a preparação para o futuro; e a agenda necessária para se atingir um equilíbrio entre o curto e o longo prazos e transformar as dificuldades em oportunidades.

Tensões atuais

Os desafios imediatos em meio a condições macroeconômicas incertas, aumento da inflação, instabilidade geopolítica e ameaças crescentes, como as relacionadas à cibersegurança.

A corrida pelo futuro

A necessidade de se antecipar aos riscos de longo prazo para as suas empresas, a sociedade e o planeta – como a disrupção dos modelos de negócios e os riscos climáticos.



Uma agenda equilibrada

A missão do CEO de lidar com os desafios atuais e ao mesmo tempo investir no futuro, impulsionando a transformação e a integração a ecossistemas que criem valor, viabilizando a sustentabilidade do negócio.



Apresentação



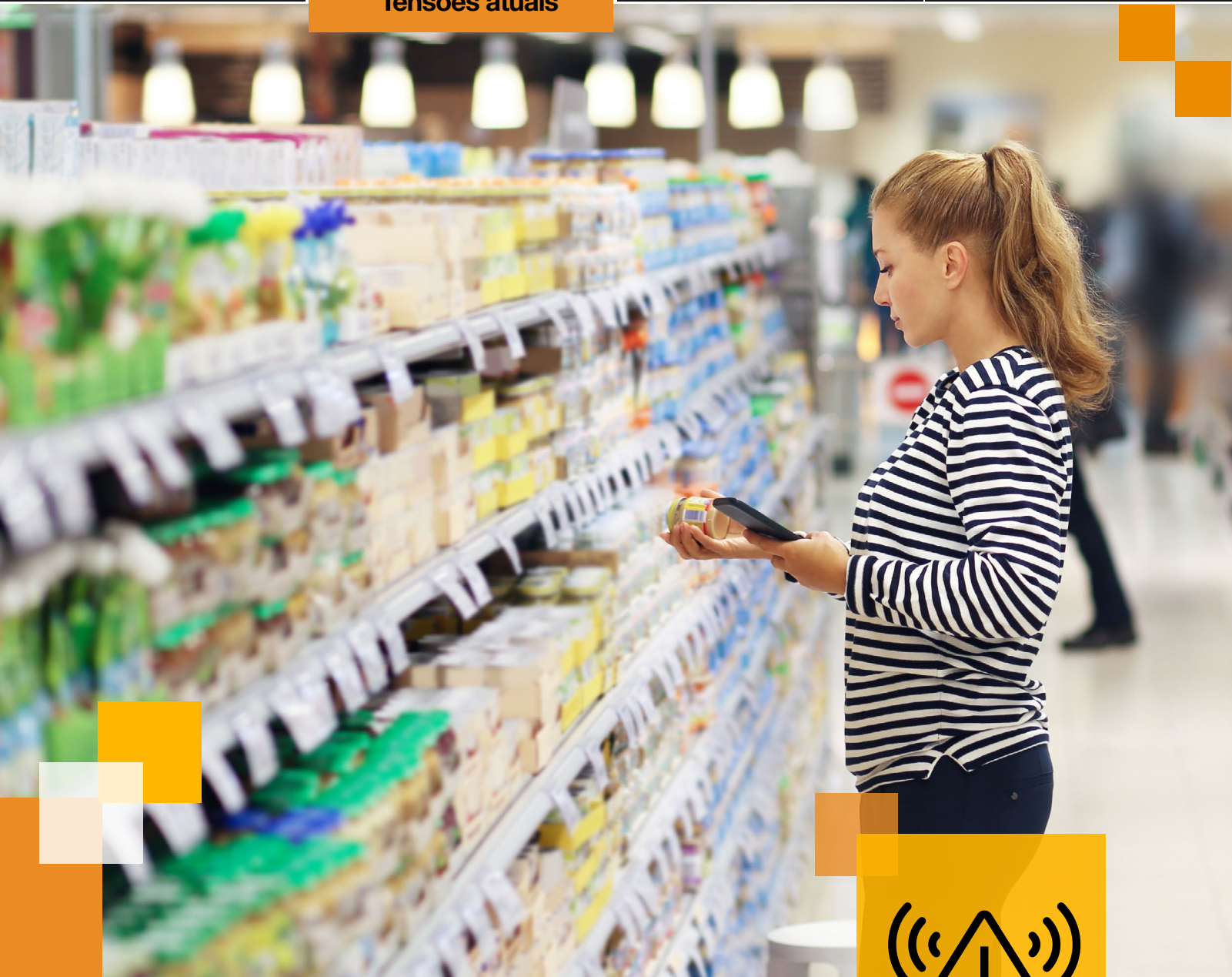
Tensões atuais



A corrida pelo futuro



Uma agenda equilibrada



Tensões atuais

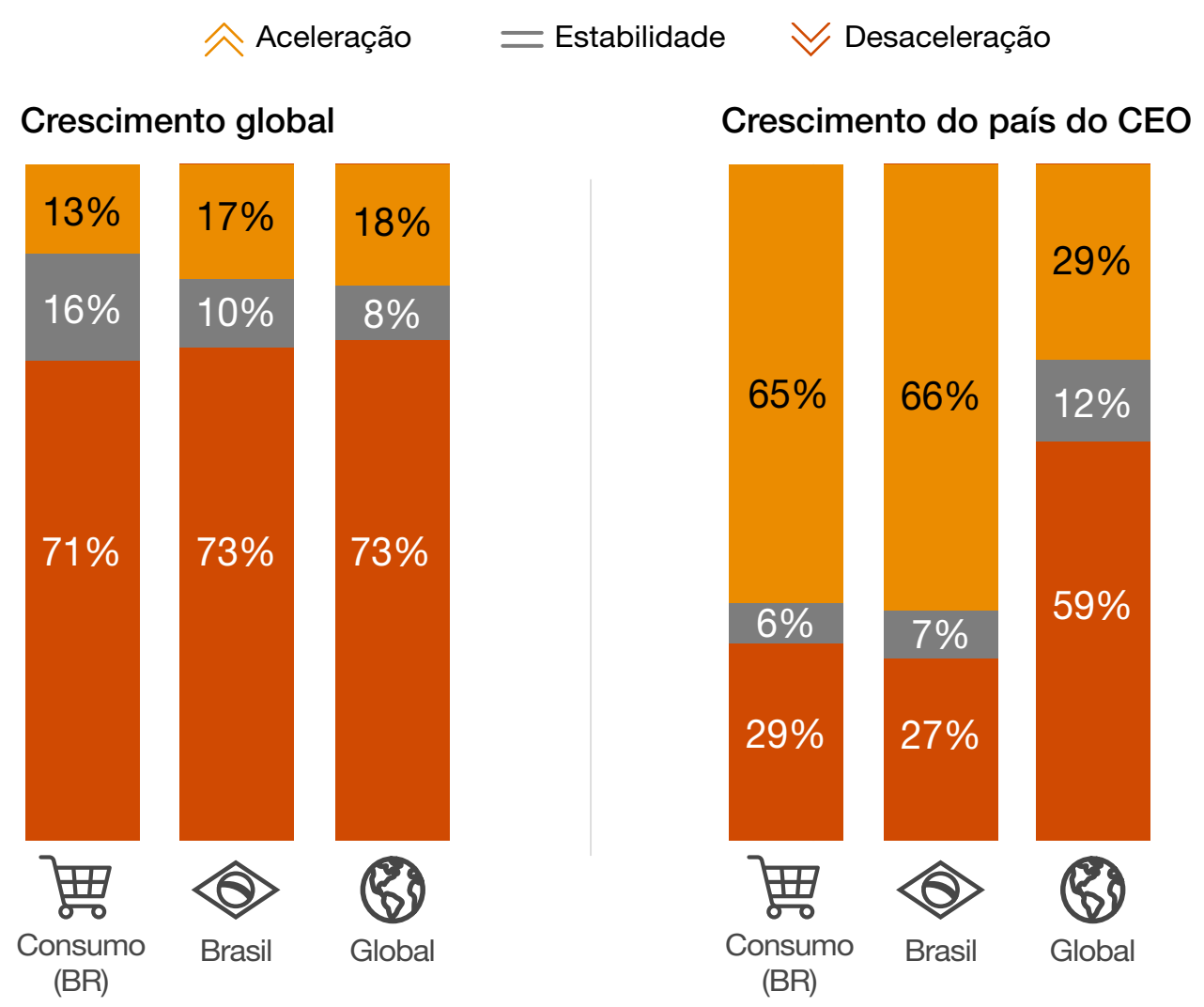
Expectativa em relação à economia

A maioria dos líderes do setor de Consumo no Brasil compartilha da mesma expectativa da média dos CEOs no país e no mundo em relação ao crescimento da economia global: para eles, o ritmo vai se desacelerar.

Apenas 13% apostam em uma aceleração, em uma grande reversão em relação ao ano passado, quando 82% tinham essa opinião.

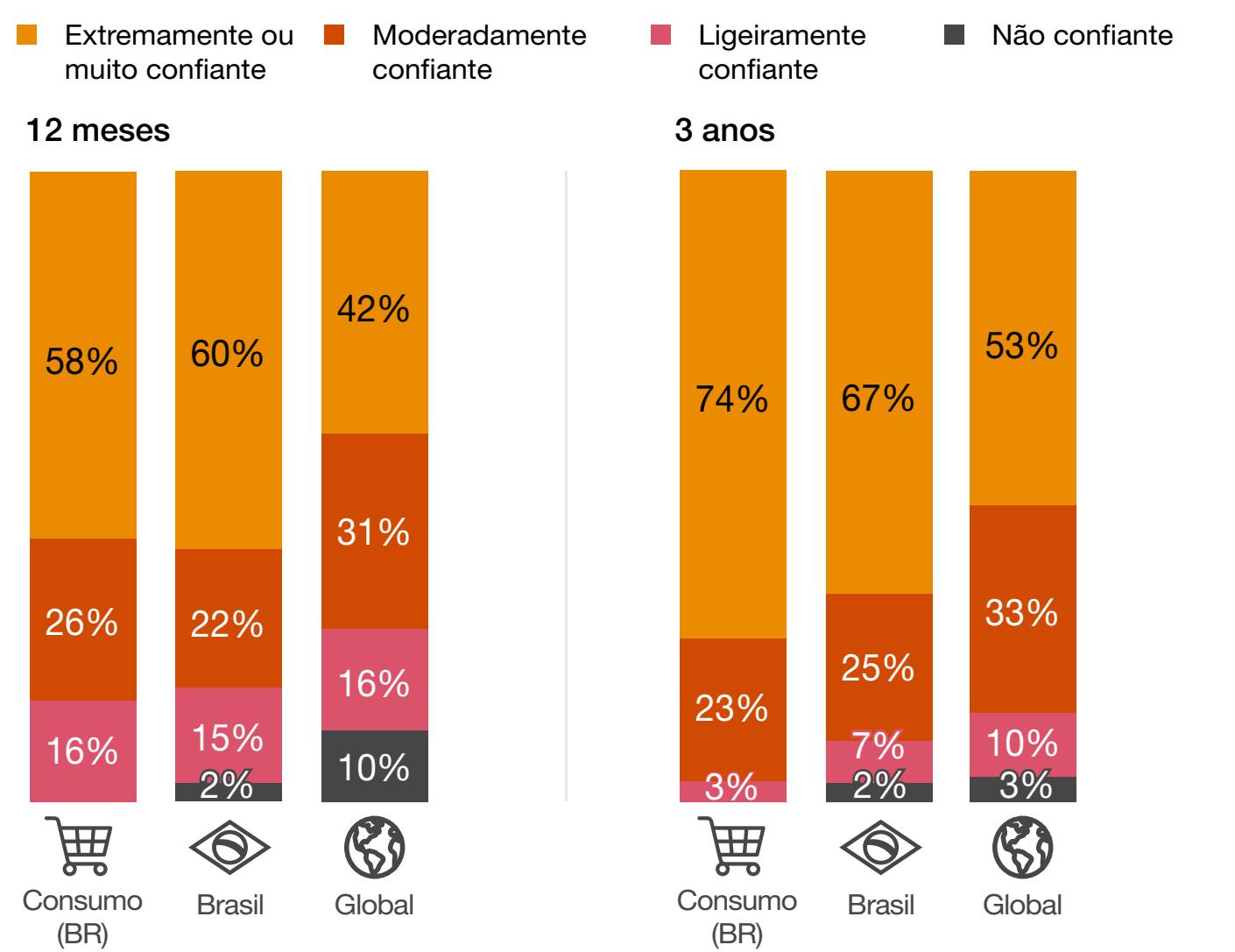
Os executivos do setor no Brasil, por outro lado, estão otimistas em relação ao próprio país (65%) - um resultado bem maior do que a média global (29%) e semelhante à média brasileira de todas as indústrias (69%).

Expectativa dos CEOs em relação à economia nos próximos 12 meses



A confiança no crescimento da receita de suas empresas para os próximos 12 meses diminuiu em relação ao ano passado: 58% dizem estar extremamente ou muito confiantes, ante 68% na pesquisa anterior. É um otimismo ligeiramente menor do que o de todas as indústrias no Brasil (60%). Para os próximos três anos, a confiança dos líderes aumenta em todos os recortes.

Expectativa em relação à geração de receitas





Crescimento em outros países

Em relação aos mercados considerados mais relevantes para o crescimento, a indústria de Consumo no Brasil segue a média de todas as indústrias no país: Estados Unidos e China aparecem no topo da lista de respostas.



Principais mercados para os CEOs do setor de Consumo no Brasil

Estados Unidos

39%

China

32%

Alemanha

19%

Argentina

13%

Colômbia, França e Índia

10%

Minha empresa não opera no exterior

39%



Principais mercados para os CEOs de todos os setores no Brasil

Estados Unidos

49%

China

32%

México

14%

Alemanha

13%

Argentina

12%

Minha empresa não opera no exterior

26%



A corrida pelo futuro

Ameaças que mais preocupam

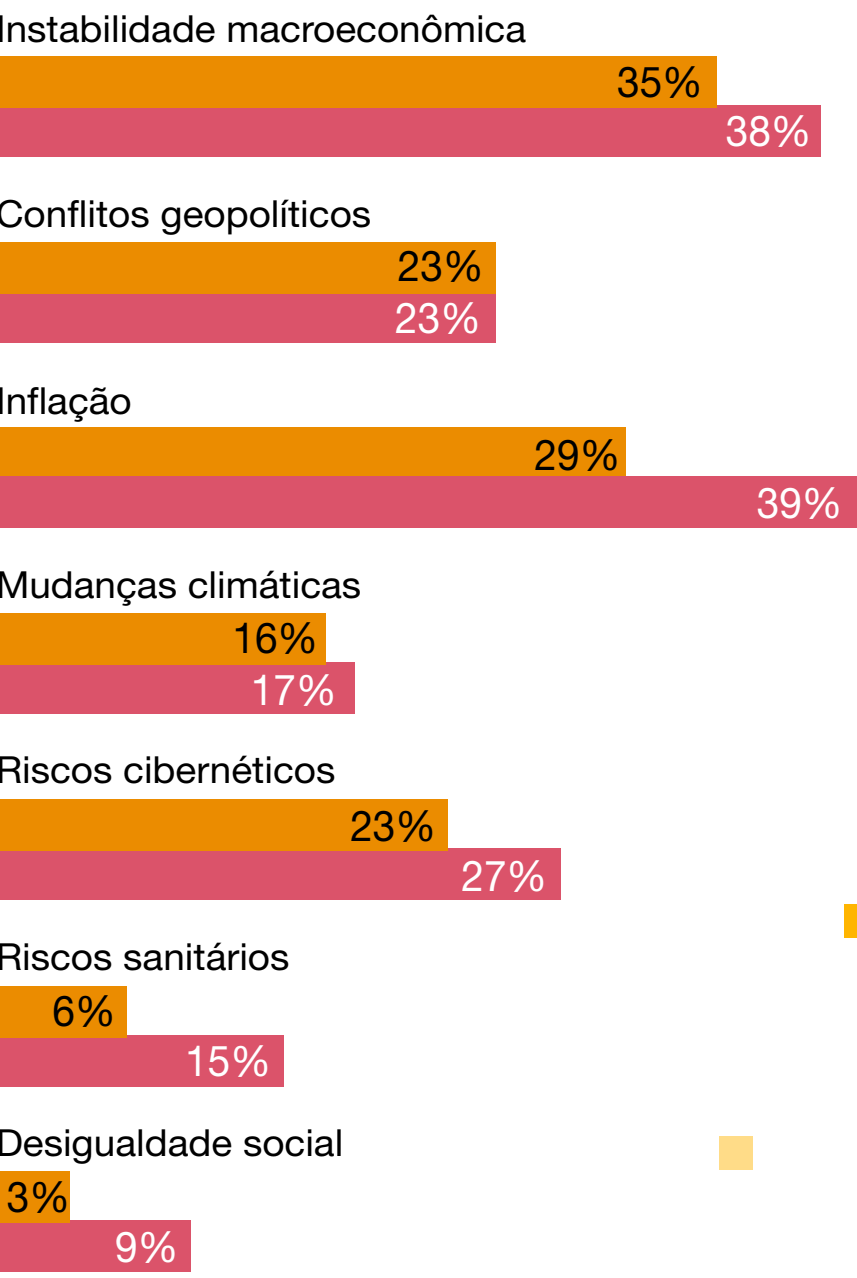
A instabilidade macroeconômica é a principal ameaça apontada pelos CEOs do setor de Consumo no Brasil (35%), como aconteceu na edição passada da pesquisa (66%). A inflação aparece em segundo lugar (29%).

Para os líderes brasileiros de modo geral, a maior preocupação é a inflação (39% e 48%, respectivamente).

No horizonte de cinco anos, a instabilidade macroeconômica é a maior preocupação tanto para os líderes do setor de Consumo no país como para os CEOs no Brasil em geral (ambos com 32%).

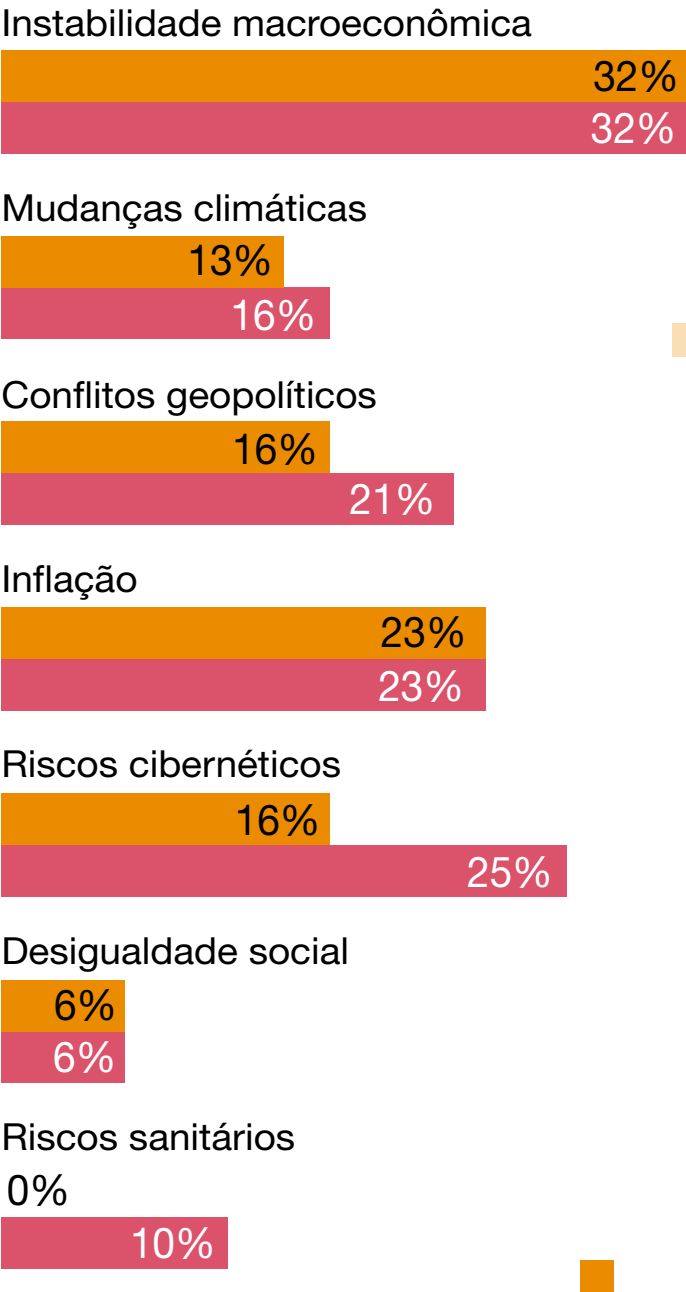
Ameaças nos próximos 12 meses

 Consumo (BR)  Brasil

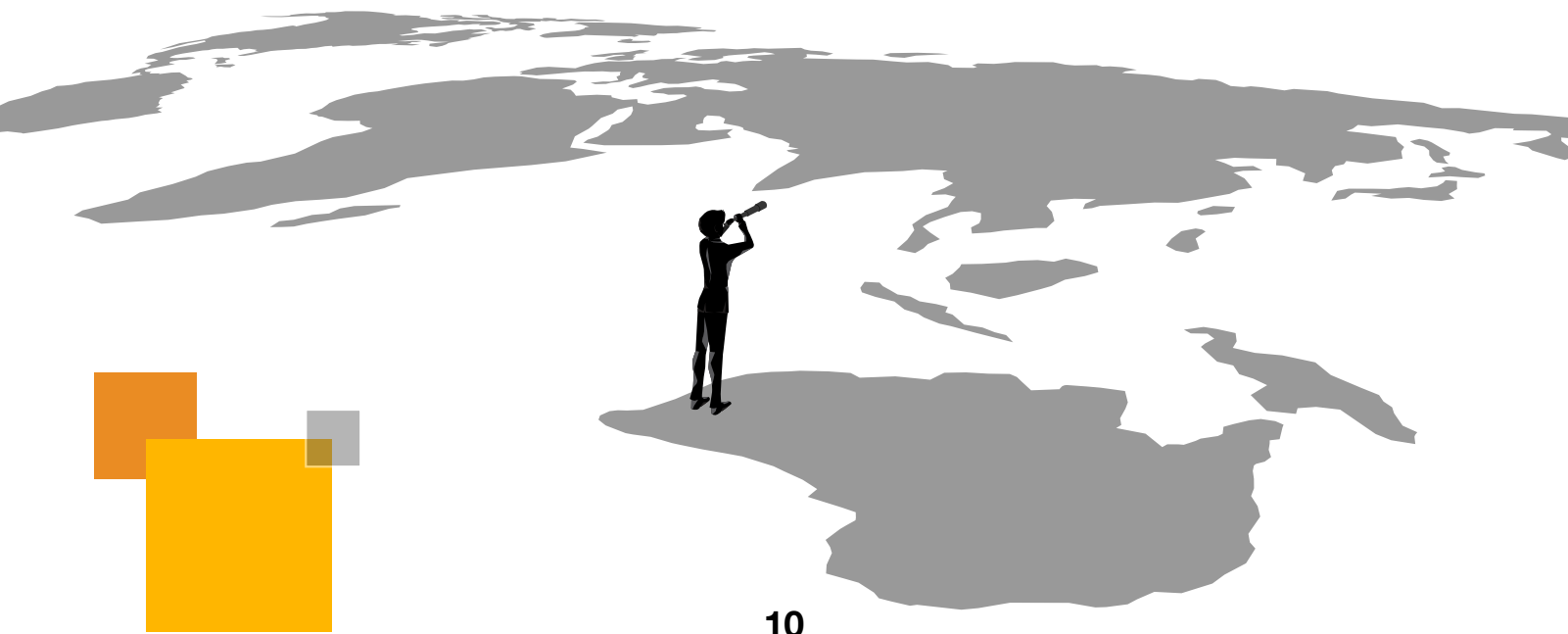


Ameaças nos próximos 5 anos

 Consumo (BR)  Brasil



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

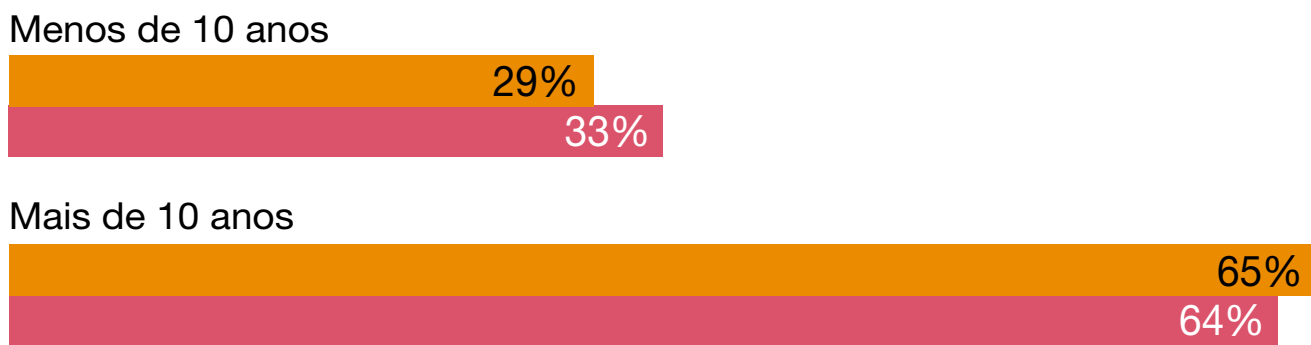


Viabilidade do negócio

Para 29% dos CEOs do setor no Brasil, suas empresas não serão economicamente viáveis em uma década, se mantido o rumo atual. O percentual é ligeiramente menor do que a média nacional.



Mantido o rumo atual, por quanto tempo seu negócio será economicamente viável?





Perguntados sobre os fatores que mais podem afetar a lucratividade em seus setores nos próximos dez anos, os líderes do setor de Consumo no Brasil apontam as mudanças nas demandas/preferências do consumidor e as disrupções na cadeia de suprimentos em primeiro lugar (58%). Na média nacional, a preocupação é maior com as inovações tecnológicas (67%).



Consumo (BR)



Brasil

Inovações tecnológicas (ex.: tecnologia avançada, IA, metaverso, *blockchain*)

48%

67%

Mudanças nas demandas/preferências do consumidor

58%

63%

Escassez de mão de obra/competências

55%

57%

Disrupções da cadeia de suprimentos

58%

43%

Mudanças na regulação

32%

56%

Transição para novas fontes de energia

29%

38%

Novos entrantes de outros setores

45%

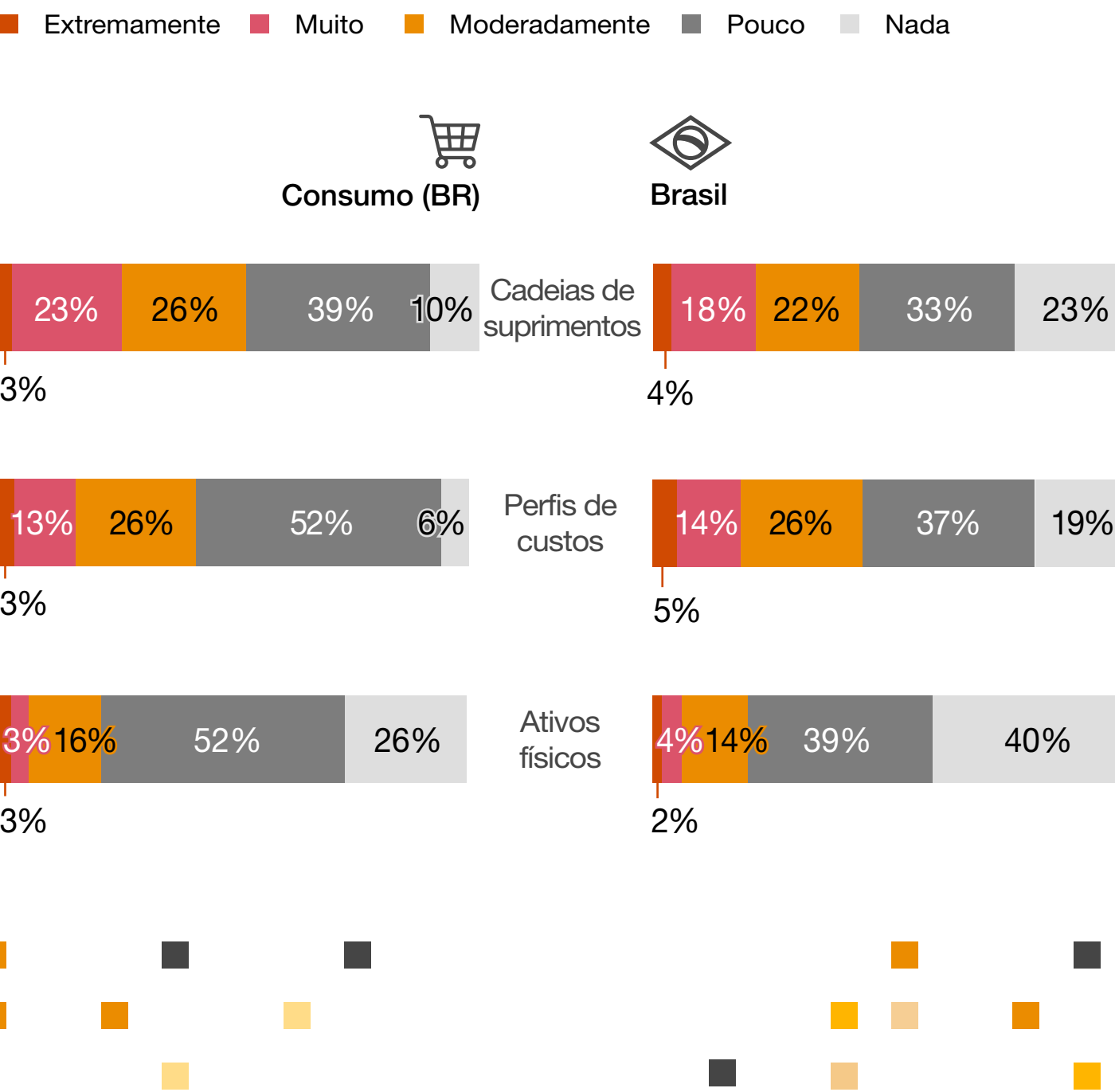
43%

Questões ESG

Quase um terço (26%) dos CEOs do setor de Consumo no Brasil espera que os riscos climáticos afetem muito ou extremamente sua cadeia de suprimentos nos próximos 12 meses, mais do que a média de todos os líderes do país (22%).

A expectativa em relação ao perfil de custos é menor – 16% no recorte do setor no país e 19% na média nacional de todos os segmentos. Já 6% dos líderes do setor no país acreditam que os riscos climáticos afetarão extremamente ou muito os ativos físicos, o mesmo que a média registrada para o país como um todo.

Expectativa de impacto do risco climático nas seguintes áreas em 12 meses





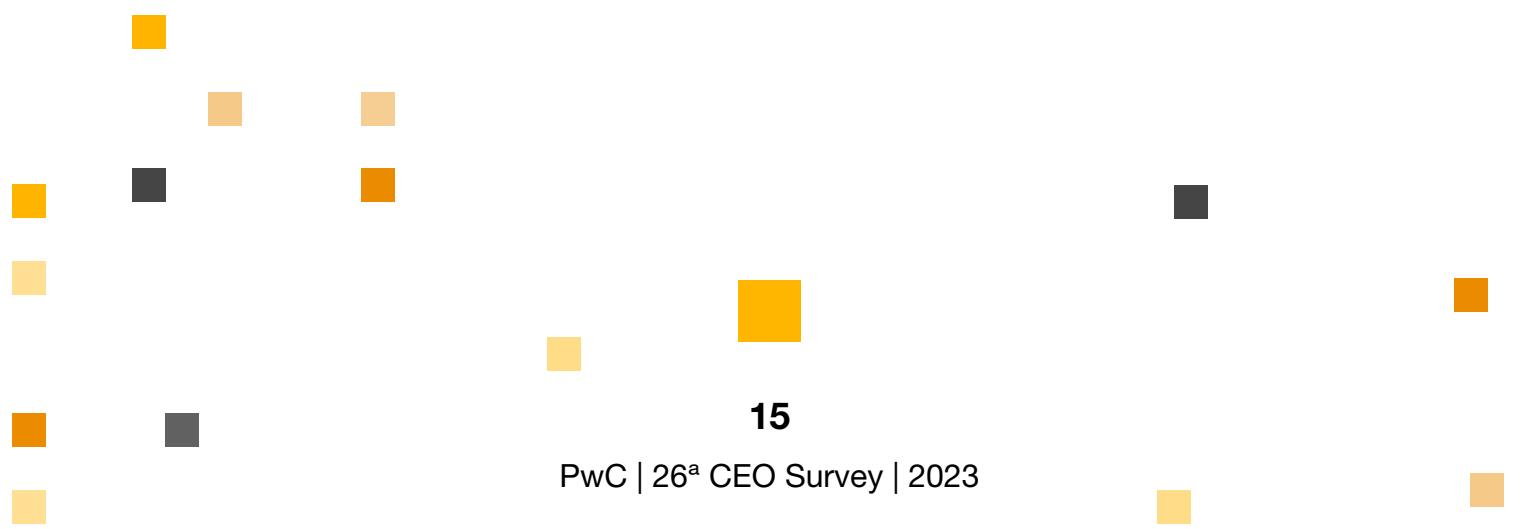
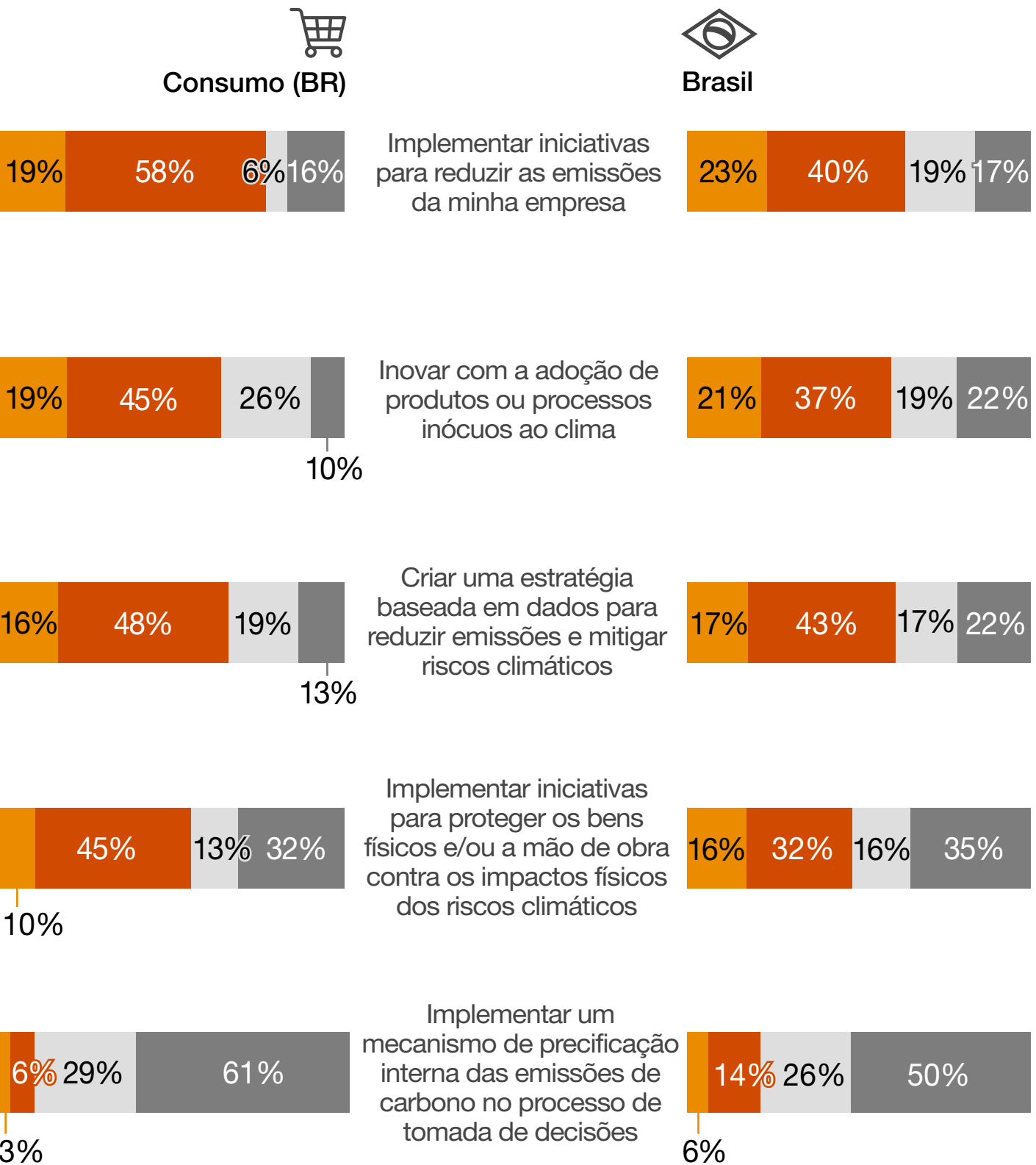
Adotar a prioridade e o ritmo adequados para mitigar os riscos climáticos, gerar oportunidades e descarbonizar são desafios estratégicos. As empresas do setor de Consumo no Brasil se mostram mais avançadas do que a média nacional em relação a iniciativas climáticas. Por exemplo, 77% já implementaram ou estão implementando iniciativas para reduzir suas emissões, ante 63% da média nacional.

Muitas empresas parecem estar elaborando estratégias sem considerar a precificação interna das emissões de carbono: 61% dos CEOs do setor no Brasil (em comparação com 50% da média nacional de todos os setores) diz não ter planos de implementar um mecanismo dessa natureza em seu processo de tomada de decisões, embora isso seja importante para antecipar eventuais impostos, tarifas e incentivos, assim como entender melhor suas externalidades.



Nível de progresso da empresa em relação às seguintes providências

Concluído Em andamento Planejado, mas ainda não iniciado Não planejamos fazer isso





Apresentação



Tensões atuais



A corrida pelo futuro



Uma agenda equilibrada

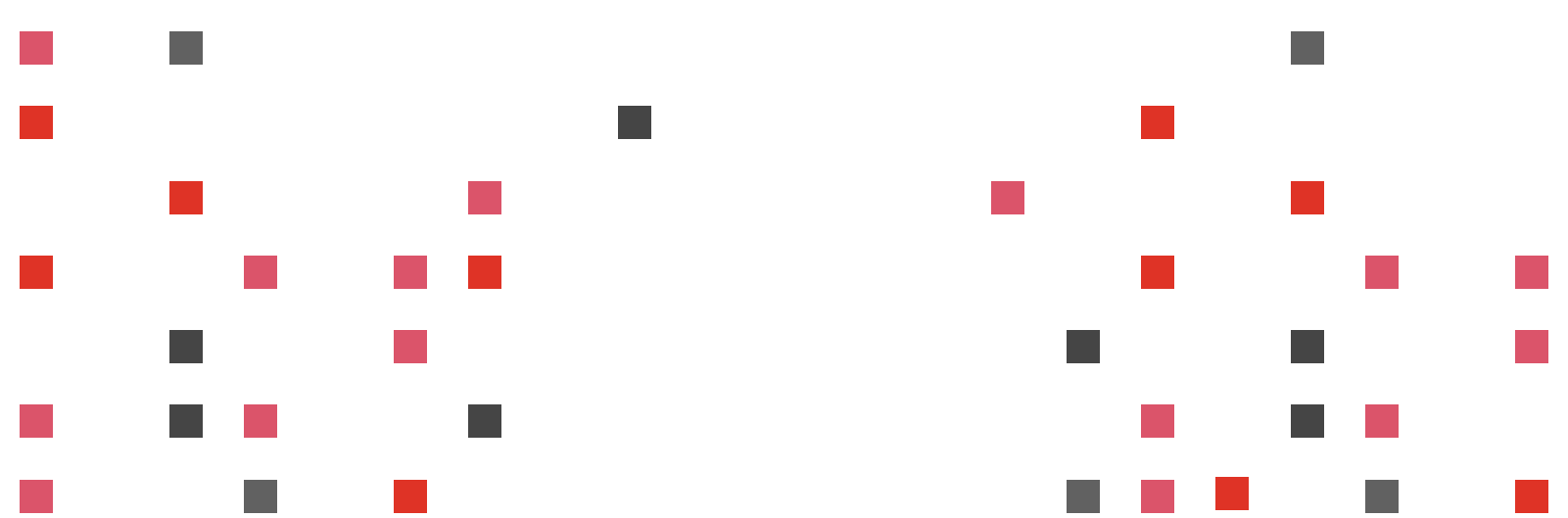
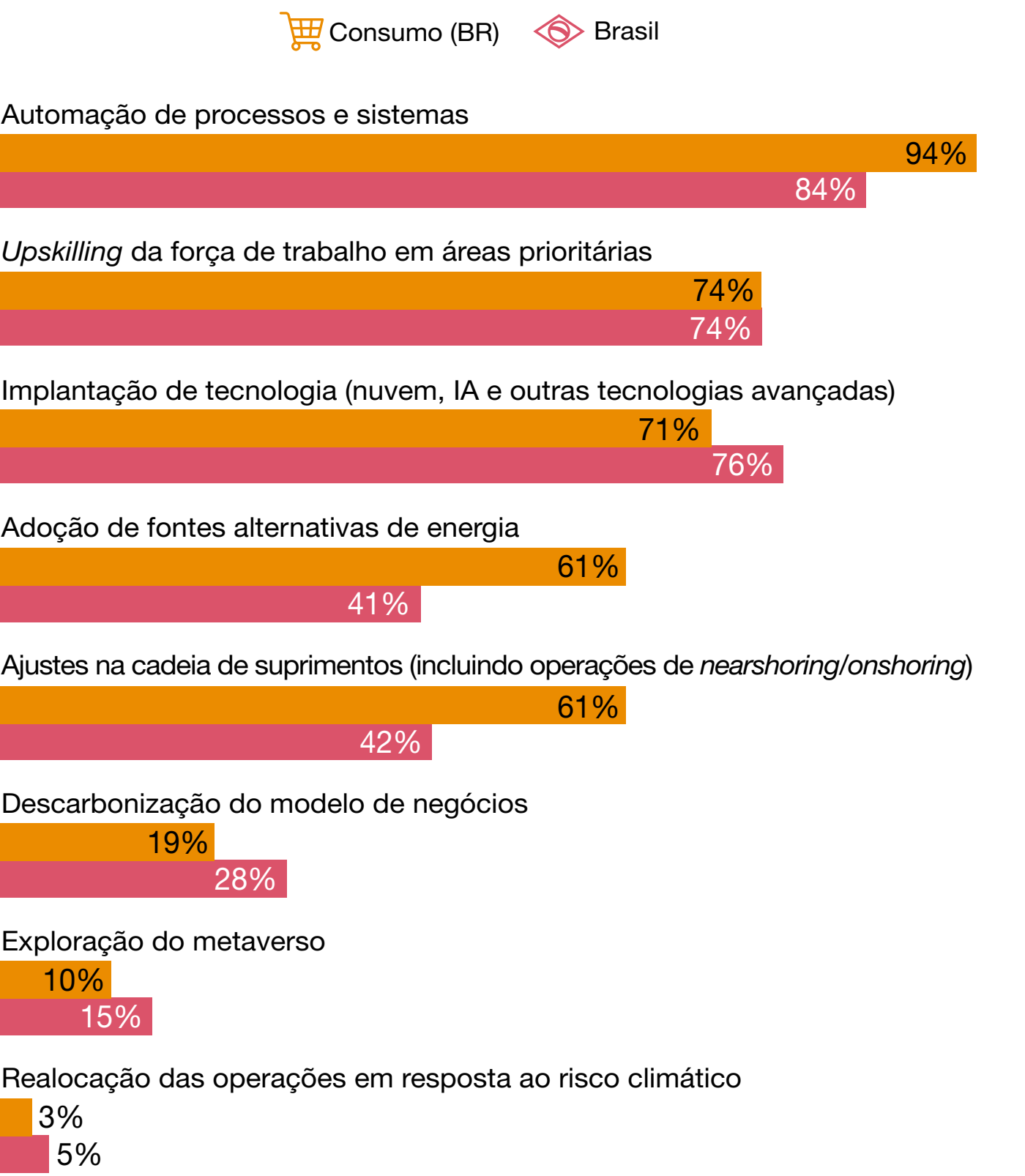


Uma agenda equilibrada

Investimentos

Para reinventar seus negócios para o futuro enquanto enfrentam os desafios operacionais do presente, os CEOs precisam equilibrar prioridades, em um exercício que se estende à alocação dos recursos corporativos. Acompanhando a tendência observada entre os CEOs brasileiros de todas as indústrias, os líderes do segmento de Consumo no país concentram o investimento principalmente em automação de processos e sistemas, *upskilling* da força de trabalho e implantação de tecnologias avançadas (nuvem e IA, por exemplo).

Investimentos nos próximos 12 meses





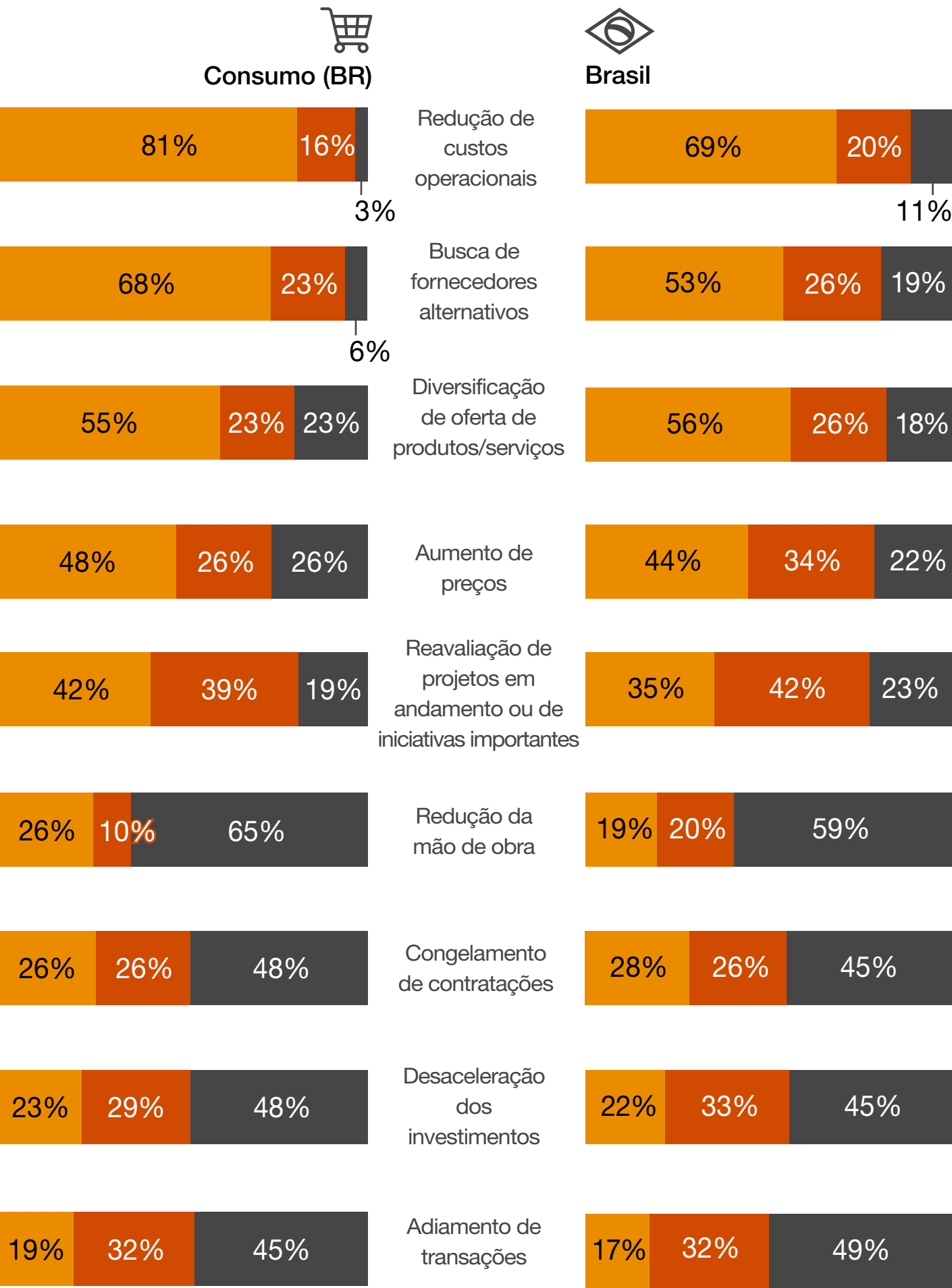
Em busca de resiliência

Em resposta às pressões econômicas de curto prazo, os CEOs dizem que estão priorizando cortar custos. Em segundo lugar, os CEOs do setor de consumo no país priorizam a busca de fornecedores alternativos.



Ações para mitigar desafios econômicos e volatilidade nos próximos 12 meses

■ Já fizemos/estamos fazendo ■ Estamos considerando nos próximos 12 meses ■ Não planejamos fazer isso





Ecosistema de colaboração

A diversidade e a complexidade dos desafios de negócios atuais exigem mais colaboração com o ambiente externo à organização. As empresas mantêm parcerias com uma ampla rede de terceiros, principalmente com o objetivo de descobrir novas fontes de geração de valor (lançar novos produtos/em novos mercados, por exemplo).

Empreendedores ou startups e instituições acadêmicas são os parceiros mais frequentes no setor de consumo no país e entre os CEOs brasileiros de todas as indústrias, quando se trata de criar fontes de geração de valor.

Assim como acontece com empresas de outros setores no Brasil, é com empreendedores ou startups que as empresas de Consumo no país estabelecem mais parcerias para resolver questões socioambientais, como as relacionadas às mudanças climáticas ou à desigualdade social.



Parceiros para criação de fontes de valor ou abordagem de questões socioambientais

■ Criar novas fontes de geração de valor ■ Resolver questões socioambientais



Nossa experiência no desenvolvimento e aplicação de estratégias ESG mostra que as organizações são mais capazes de gerar lucro e ao mesmo tempo exercer impacto social positivo quando encaram a construção de parcerias e ecossistemas com rigor e profundidade. Os CEOs precisam vincular suas organizações a uma identidade e uma área de foco ESG antes de formalizarem seu compromisso.



Confiança, liderança e o diálogo no C-level

A confiança ajuda instituições e indivíduos a “ir longe juntos” – e a transformar o futuro, encarando o presente. A **CEO Survey** do ano passado mostrou uma relação estatisticamente relevante entre a **confiança do consumidor e o desempenho financeiro**. Os dados da pesquisa também sugeriram que as **empresas confiáveis tinham um foco no longo prazo**. Elas tendiam mais a ter compromissos Net Zero e resultados não financeiros (como engajamento de profissionais e representação de gênero, raça e etnia) vinculados à remuneração dos executivos.

A crescente importância da confiança está estreitamente vinculada à mudança na natureza da liderança diante da maior complexidade do relacionamento com os *stakeholders*; à necessidade cada vez maior de o setor privado ajudar a resolver problemas sociais importantes; à ruptura do consenso pós-Guerra Fria em torno dos mercados abertos e do comércio internacional livre, com a ênfase crescente em interesses nacionais em detrimento de interesses globais; e à intensificação das tensões geopolíticas e sociais. Os CEOs têm tido papéis de destaque e muitas vezes participam dessas mudanças em maior grau do que muitos de seus subordinados diretos.

O diálogo aberto com as equipes de gestão sobre as implicações dessas forças para a liderança pode ajudar a fortalecer e dar mais autonomia aos diretores executivos, para que os CEOs possam se dedicar mais a reinventar o futuro – um desejo manifestado por eles na nossa pesquisa. Esperamos que as questões aqui apresentadas enriqueçam esse diálogo, empoderando os líderes e suas organizações para superar o status quo, vislumbrar o progresso e se reinventar para o mundo que estão ajudando a criar.



Apresentação



Tensões atuais



A corrida pelo futuro



Uma agenda
equilibrada

Acesse o nosso relatório completo em:

www.pwc.com.br/pesquisa-de-ceo



Metodologia

A PwC ouviu mais de 4.400 executivos, em 105 países, com uma participação recorde 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.

Observações:

Nem todos os números somam 100% devido ao arredondamento das porcentagens e à exclusão de respostas do tipo “nem/nem” e “não sei”.

A pesquisa foi realizada pela PwC Research, nosso centro global de excelência em pesquisa e serviços de consultoria baseados em evidências.



Contato



Luciana Medeiros
Sócia e líder do setor
de Varejo e Consumo

luciana.medeiros@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

© 2023 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.