

A era da resiliência

Quinta edição do **Global CEO Outlook**, estudo realizado pela **KPMG International**, e seus respectivos recortes regionais – o **CEO Outlook Brasil 2019** e o **CEO Outlook América do Sul 2019** – indicam que é hora de apostar na inovação e de aprimorar a capacidade de transformar desafios em oportunidades

Charles Kriek

Presidente da KPMG no Brasil

André Coutinho

Sócio-líder de Clientes e Mercados da KPMG no Brasil



sdacore/Shutterstock

O mundo está se transformando rápido demais. As inovações, que já vinham acontecendo em ritmo ineditamente acelerado no século 20, ganharam neste início de milênio uma velocidade quase impossível de acompanhar.

Metamorfoses ocorrem em todos os campos. Se até poucas décadas atrás dependíamos de acervos físicos, hoje os mecanismos de busca trazem em poucos segundos uma ampla gama de informações sobre qualquer tema. No campo das telecomunicações, o ritmo com que se propagam sons, textos e imagens é absolutamente desafiador. Na indústria, ai de quem não investir em pesquisa e desenvolvimento, pois certamente será engolido pela concorrência.

A tecnologia sofisticou-se e impõe transformações a todas as atividades humanas.

É imperativo que a forma de gerir empresas e fazer negócios seja adequada ao momento que vivemos. Se tudo acontece tão rápido, não é possível atuar olhando para trás, ou mesmo para o lado: é preciso enxergar muito além, muito adiante.

Ser inovador, criativo, propositor de disrupções, deixou de ser um diferencial positivo para tornar-se qualidade indispensável, condição mínima para competir e ter chances reais de liderar mercados.

É nesse vórtice de múltiplas alterações que os CEOs precisam orientar equipes, definir estratégias de negócios, compreender os mercados para o melhor posicionamento de suas marcas e tomar decisões de longo prazo.

Temas como mudanças climáticas, inteligência artificial e segurança cibernética estão na ordem do dia e ocupam espaço cada vez maior na agenda dos CEOs globais – que, por sinal, estão otimistas em relação ao futuro.

Desvendar como os CEOs estão lidando com esse tempo de transformações inevitáveis e exigências cada vez mais complexas foi o objetivo central da quinta edição do **Global CEO Outlook**, estudo realizado pela **KPMG International**, e de seus recortes regionais: o **CEO Outlook Brasil 2019** e o **CEO Outlook América do Sul 2019**.

Os três estudos foram realizados entre os meses de janeiro e fevereiro de 2019. Da versão global, participaram 1.300 CEOs de 11 países (Austrália, China, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, Países Baixos, Espanha, Reino Unido e EUA), atuantes em 11 setores da indústria: gestão de ativos, automotivo, bancário, consumo e varejo, energia infraestrutura, seguros, *life sciences*, produção, tecnologia e telecomunicações.

A versão sul-americana baseou-se nas respostas de 285 executivos dos seguintes países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Peru, Uruguai e Venezuela. Finalmente, o estudo nacional contou com as respostas de 50 CEOs brasileiros dos setores bancário, de consumo e varejo, manufaturas, energia, infraestrutura, seguros, telecomunicações, automotivo, tecnologia, *life sciences* e gestão de recursos.

Entender como pensam os executivos das grandes empresas é o objetivo principal de cada



Charles Kriech



André Coutinho

um desses estudos. Afinal, as percepções dos CEOs influenciarão suas decisões e estratégias, e prevê-las é importante para que façamos, nos mais diferentes setores, as nossas próprias projeções.

Chama atenção, por exemplo, que a questão das mudanças climáticas tenha saído da quarta colocação que ocupava na hierarquia de preocupações dos executivos em 2018 e saltado para a primeira posição. Sobressai também a inquietação dos CEOs em relação ao momento tenso vivido por



grandes economias (como China e Estados Unidos, envolvidos em disputas comerciais, e o Reino Unido, que ainda não definiu como se dará seu desligamento da União Europeia).

Apesar de haver um “sinal vermelho” em relação a determinados assuntos, o estudo global sinaliza um alto grau de otimismo por parte dos respondentes. Por exemplo: 94% deles afirmaram acreditar que as empresas que comandam vão crescer continuamente pelos próximos três anos, e 62% demonstraram confiança na recuperação da economia mundial.

Ao nos aprofundarmos um pouco mais nas respostas, percebemos que não se trata propriamente de otimismo, mas de uma nova postura. Os CEOs assumiram que, independentemente das instabilidades econômicas, dos riscos, das ameaças e dos desafios trazidos pela inovação tecnológica, caberá a eles lidar com as demandas.

É interessante notar que essa postura não está presente apenas nos países contemplados pelo estudo global. No recorte dedicado à América do Sul, 89% dos entrevistados revelaram grau semelhante de otimismo.

E no Brasil?

É fato que o País tem atravessado momentos complicados nos últimos anos. Mesmo assim, 94% dos CEOs que participaram da pesquisa acreditam que seus negócios tenderão a crescer até 2021.

A maior parte deles mostrou uma visão positiva em relação a 2019, que seria um ano propício a transformações profundas na economia.

Sabe-se que a recuperação econômica nacional depende, em grande parte, da realização de reformas estruturais que permitam



reduzir gastos e sanear contas públicas.

De qualquer forma, é interessante que, da Austrália à Argentina, da China ao Brasil, prevaleça um sentimento de confiança.

É realmente o único aspecto compartilhado por todos. Os CEOs estão mundialmente atentos à relevância da valorização do capital humano, do investimento em capacitação e do alinhamento em torno de uma agenda que une responsabilidade socioambiental, adequação às novas tecnologias e customer centricity.

Em resumo: no mundo todo, os CEOs assimilaram a importância de acompanhar os novos tempos adequando-se a eles, e não tentando resistir às mudanças.

Alinhamentos e diferenças

Quando o assunto é economia global, 74% dos brasileiros manifestam otimismo e 20% mantêm-se neutros, contra, respectivamente, 63% e 32% dos respondentes do estudo global. Entre os executivos sul-americanos, o otimismo esteve presente em 65% das respostas.

Em relação ao futuro dos setores em que atuam, os grupos têm posições parecidas. No Brasil, 82% são confiantes – apenas 2% a mais do que os otimistas do estudo global. Os neutros, por sua vez, correspondem a 20% dos participantes da pesquisa global e a 16% dos brasileiros.

Em relação à mão de obra, 74% dos participantes brasileiros acreditam que suas equipes tenderão a crescer menos de 5%; no restante do globo, essa visão é encampada por 57% dos CEOs. Além disso, para 64% dos brasileiros, a receita de suas

empresas deverá oscilar entre 0,1% e 1,99% pelos próximos três anos; entre CEOs do estudo global, essa visão é compartilhada por 53% dos respondentes.

Brasileiros e respondentes globais estão bem alinhados nos percentuais previstos de expansão internacional: 62% dos brasileiros e 63% dos participantes do estudo global pretendem realizá-la nos próximos três anos.

Conclusão: resiliência é a chave

Não temos a pretensão de resumir, neste artigo, a ampla gama de percepções e dados presentes no estudo Global CEO Outlook e em seus respectivos recortes. Apenas ressaltamos que o ponto em comum entre os CEOs é a resiliência.

E o que significa resiliência?

A palavra refere-se à capacidade de se recobrar facilmente de um contratempo e de se adaptar às adversidades e às mudanças, traduz a essência do comportamento dos CEOs ouvidos nos estudos global, sul-americano e brasileiro.

Diante do futuro incerto, eles decidiram buscar o crescimento e responder com rapidez e eficiência aos desafios. E não só: os executivos afirmaram que estão atuando para que os demais líderes das suas companhias sejam também agentes resilientes. Na opinião de 84% dos respondentes da pesquisa global, 80% dos brasileiros e 72% dos sul-americanos, a resiliência é a melhor resposta às adaptações que o mundo corporativo exige.

Entre as questões mais presentes na agenda dos entrevistados que estão empenhados na busca por maior resiliência, sobressaíram questões como segurança cibernética, alianças estratégicas, e aplicação de capital em novas tecnologias e em mão de obra qualificada.

Mas o que define uma empresa resiliente?

A resiliência corporativa manifesta-se de muitas formas. Ela está presente, por exemplo, na organização que consegue converter obstáculos em oportunidades, ou que dispõe de lideranças e times empenhados na busca por inovação. Não por acaso, o título escolhido para o estudo global deste ano foi “Ágil ou Irrelevante” – ou seja, quem não tiver rapidez para agir, adaptar-se, fazer e acontecer, perderá importância.

Esta é a chave. Simples assim. ■