

# News Release

DATA: 16 de Fevereiro, 2006

## 9ª Edição do *Global CEO Survey* da PricewaterhouseCoopers

### **Expansão da base de clientes é o novo motor da Globalização, substituindo a redução de custos**

- Brasil, Rússia, Índia e China apresentam as maiores oportunidades de negócios
- Gestores mundiais pretendem reduzir a complexidade das suas empresas

**Lisboa, 16 de Fevereiro de 2006** – A redução de custos já não é o principal motor da globalização, tendo sido substituída pela procura de novos clientes e mercados, especialmente no Brasil, Rússia, Índia e China – conjunto de países conhecido por BRIC – segundo revela a 9ª edição do *Global CEO Survey* da PricewaterhouseCoopers.

Quase dois terços dos 1.410 CEOs inquiridos acreditam que a globalização vai ter um impacto positivo no seu negócio, ao longo dos próximos três anos. Os inquiridos referem o excesso de regulamentação (64%) como o principal entrave à globalização, seguido das barreiras comerciais e do proteccionismo (63%), da instabilidade política (57%) e das questões sociais (56%). O terrorismo (48%) e a oposição organizada à globalização (21%) estão no fundo da lista dos principais desafios à expansão global.

“No início, as economias do Brasil, Rússia, Índia e, claro, da China eram vistas sobretudo como fontes de produção a custos reduzidos. Contudo, actualmente, entrámos numa nova fase em que esses mercados apresentam oportunidades significativas de crescimento tanto para as multinacionais, como para as empresas estabelecidas localmente e estão, ao mesmo tempo, a produzir uma nova vaga de sérios concorrentes globais,” referiu o Senior Partner da PricewaterhouseCoopers em Portugal, Ricardo Pinheiro.

#### **Novo Foco Global: Brasil, Rússia, Índia e China**

Globalmente, 71 por cento dos inquiridos referem que a sua empresa está a planear fazer negócios em pelo menos um dos países BRIC, nos próximos três anos. Sem surpresa, 78 por cento destes CEOs consideram a China como o mercado com mais oportunidades, seguindo-se a Índia (64%), a Rússia (48%) e o Brasil (46%). Paralelamente, a China (52%) e a Índia (28%) também são consideradas as maiores ameaças concorrenciais para outros mercados.

De acordo com os inquiridos, a expansão para os BRIC é motivada pela necessidade de expandir significativamente a sua base de clientes e de prestar serviço aos clientes actuais de uma forma mais eficiente. Os inquiridos identificaram diversas actividades para alcançarem os seus objectivos estratégicos nesses mercados. A formação de alianças está no topo da lista, seguindo-se a abertura de novos escritórios, o desenvolvimento de produtos inovadores, o *outsourcing*, as fusões e aquisições e o *offshoring* (deslocalização de serviços).

#### **Complexidade: Gerir o Inevitável**

A complexidade gerada pelo aumento da actividade comercial internacional e pelas condições geopolíticas está a crescer a par da globalização. O estudo revela que 77 por cento dos CEOs consideram que o nível de complexidade é mais elevado do que há três anos. Mais, as conclusões sugerem que os gestores não estão a lidar muito bem com este factor. Menos de 17 por cento dos CEOs avaliam o seu desempenho na gestão da complexidade como "Muito Bom".

Os CEOs identificaram a expansão geográfica (65%), as fusões e aquisições (65%) e o lançamento de novos produtos e serviços (58%), como os factores que acrescentam maior complexidade às suas organizações. A subcontratação de funções a terceiros, em regime de *outsourcing*, é o aspecto que causa menor complexidade, de acordo com o estudo.

Quase todos os inquiridos (97%) estão envolvidos em pelo menos um programa para reduzir a complexidade na sua organização e 77% em cinco ou mais programas. Os CEOs colocam no topo das suas prioridades a redução da complexidade, principalmente nas áreas das tecnologias de informação (84%) e na estrutura organizacional (79%).

## NOTAS

### **Metodologia do Estudo**

Para a nona edição do *Global CEO Survey* da PricewaterhouseCoopers foram conduzidas 1.410 entrevistas em 45 países, no último trimestre de 2005. O estudo foi coordenado pela PricewaterhouseCoopers *International Survey Unit*, em Belfast, na Irlanda do Norte, em cooperação com gestores de projecto e um comité global de aconselhamento composto por *partners* da PricewaterhouseCoopers.

Por região, realizaram-se 463 entrevistas na Europa, 331 na Ásia e Pacífico, 301 na América do Sul, 187 nos EUA (na América do Norte há que acrescentar 58 no Canadá e 14 no México) e 56 no Médio Oriente e África. Por indústria, as empresas de serviços financeiros representam 17% das entrevistas; as empresas de tecnologia e *media* representam 14%; e as companhias do sector de produtos (fabricantes, distribuidores e retalhistas de bens de consumo e industriais) representam 68%.

Vinte e três por cento das empresas inquiridas têm receitas superiores a mil milhões de dólares; 10% entre 500 e mil milhões de dólares; e 58% têm menos de 500 milhões de dólares. Cerca de 9% não apresentou a informação. A maior concentração de empresas com receitas superiores a mil milhões de dólares está na Ásia-Pacífico (34%), seguindo-se a Europa (30%) e os EUA (16%). Cinquenta e dois por cento das empresas participantes estão cotadas em bolsa.

1. A PricewaterhouseCoopers ([www.pwc.com](http://www.pwc.com)) é, a nível mundial, a maior organização de prestação de serviços profissionais de auditoria e assessoria fiscal e financeira. Mais de 130,000 profissionais distribuídos por 148 países juntam as suas ideias, experiência e soluções, de forma a construir confiança pública e a aumentarem o valor dos seus clientes e *stakeholders*.
2. "PricewaterhouseCoopers" refere-se à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited, cada uma das quais é uma entidade legal autónoma e independente.

**Nota adicional para o redactor:** PricewaterhouseCoopers é uma só palavra, em que o primeiro P e o segundo C deverão ser escritos em letra maiúscula.