

## Desafios e tendências para as empresas na América Latina

Primeiro estudo latino-americano sobre a perspectiva dos desafios enfrentados pelas empresas da região e as principais tendências que marcarão as indústrias nos próximos anos.



Comprometidos com a construção de um mundo de negócios melhor, na América Latina, realizamos um estudo regional pioneiro no qual perguntamos a empresas de diferentes setores sobre os desafios que consideram mais relevantes, as principais tendências que marcarão as indústrias, as tecnologias que serão mais relevantes nos próximos anos e como elas estão qualificadas para enfrentar a situação atual.

As empresas latino-americanas estão navegando em um cenário econômico complexo - alta inflação e baixo crescimento - enquanto evitam a instabilidade geopolítica que ganhou força e continua a ter impacto no equilíbrio dos mercados internacionais. Além disso, devem enfrentar os desafios dos países em que operam.

Para entender melhor no que os principais executivos da região estão se concentrando diante deste cenário, realizamos uma pesquisa envolvendo 996 diretores de linha de frente de organizações estabelecidas em 18 países (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela).



# 10 principais desafios internos para empresas na América Latina

Estes são os desafios mais relevantes que as empresas devem enfrentar internamente

A pandemia forçou muitas organizações a acelerarem seus planos de transformação digital. Três anos depois, os executivos pesquisados continuam a ver a adoção e a mudança tecnológica como o principal desafio em que sua empresa precisa se concentrar.

O segundo desafio que as empresas latino-americanas percebem é como continuar crescendo em participação de mercado, uma meta tradicional que se torna mais complexa em meio a uma economia em lento desenvolvimento.

Neste mesmo cenário - somado à inflação presente a nível internacional - a melhoria das operações, o aumento da produtividade e a redução de custos tornaram-se um imperativo para as empresas, posicionando-se em terceiro lugar.

A disrupção acelerada dos últimos anos levou a mudanças profundas nas quais a estratégia e a transformação dos negócios foram repensadas. Este desafio classifica-se como o 4º mais importante para as empresas.

O desenvolvimento de novos produtos e serviços (5º) e a inovação (6º) também parecem ser um caminho que as empresas estão cada vez mais tomando para crescer e enfrentar os desafios organizacionais e de mercado.



Em 7º lugar está a melhoria da experiência do cliente e da qualidade do serviço, pontos-chave numa sociedade cada vez mais exigente e informada, em que se torna mais complexo alcançar a fidelização do consumidor.

A gestão de talentos (8º) é um desafio que complica os empreendedores à medida que os funcionários buscam aspectos que vão além da remuneração financeira. A cultura, a organização e a experiência dos trabalhadores são fundamentais para um mercado de trabalho mais diversificado e intergeracional.

Em nono lugar está a capacidade de uma empresa ser ágil, flexível e adaptável às flutuações do mercado; outro legado da pandemia que demonstrou a importância dessas qualidades para a sobrevivência dos negócios.

Por fim, a automação fica no 10º lugar dos desafios internos, reforçando o fato de que as empresas parecem visualizar os benefícios de continuar investindo em tecnologia, apesar do cenário econômico difícil e das metas de redução de custos.

Em comparação com os tópicos anteriores, outros aspectos como sustentabilidade e diversidade e inclusão estão muito abaixo do ranking dos principais desafios internos e não aparecem na lista dos 10 mais escolhidos. Isso mostra que as empresas estão reagindo à contingência e adiando aspectos que são fundamentais para o futuro do negócio.

## 10 principais desafios internos para empresas na América Latina





## Os 10 principais desafios externos globais e locais para empresas na América Latina

As empresas enfrentam um cenário econômico e geopolítico global cheio de incertezas. As organizações têm desafios externos de grande relevância, sendo a desaceleração econômica a principal. Além disso, a incerteza política - o segundo desafio mais importante - acrescenta outro elemento à equação, impactando no planejamento estratégico das empresas.

Esse cenário desafiador é exacerbado pelo aumento dos custos dos fatores de produção que, após a pandemia, foi instalado como uma das principais preocupações nos diferentes mercados e ocupa o 5º lugar na pesquisa.

Enquanto isso, os entrevistados continuam a ver outros impulsionadores de mudança acelerarem: a entrada de novos concorrentes provenientes de diversos setores e mercados (3º), mudanças na demanda do consumidor (4º) e a incorporação de tecnologias disruptivas (6º), entre outros, estão mudando o cenário de negócios e levando-o para novos horizontes.

Embora os efeitos da pandemia e as tensões internacionais na cadeia de suprimentos tenham sido corrigidos, as empresas da região as colocam na 7ª posição de seus principais desafios, respondendo pelo impacto duradouro dos últimos anos nas organizações.

Em relação ao exposto, mudanças geopolíticas e ameaças ao sistema comercial preocupam as empresas latino-americanas, colocando-as em 8º e 10º lugar, respectivamente. Em nono lugar está o empoderamento e as demandas dos consumidores.

Isso mostra como as tendências internacionais estão forçando as organizações a se adaptarem e serem resilientes para permanecerem relevantes e competitivas em seus diferentes mercados..

## Os 10 principais desafios externos globais para as empresas na América Latina



Em linha com o que foi observado a nível internacional, as empresas consultadas colocam a economia e a incerteza política como as duas principais preocupações para os seus setores locais.

Em terceiro lugar, há a inflação, que atingiu os mercados latino-americanos de forma particularmente dura, minando seu poder de compra.

As exigências e mudanças regulatórias (4º) aumentam o sentimento de incerteza gerado pela situação econômica e política, complexificando o cenário para os planos de investimento das empresas.

Em quinto lugar estão as mudanças na taxa de câmbio, dado que, em geral, as moedas da região sofreram forte volatilidade nos últimos anos devido à incerteza internacional e aumentos nas taxas devido à inflação.

Os próximos três posicionamentos são aspectos sociais e políticos que acabam impactando o desempenho e o desenvolvimento das empresas: segurança pública (6º), adaptação ao cenário de instabilidade social (7º) e uma potencial incerteza constitucional (8º).

A lista dos 10 principais desafios externos que as empresas devem enfrentar ao nível dos seus mercados locais encerra com desafios financeiros: restrições ao acesso ao crédito (9º) e aumento das dívidas incobráveis (10º).

## Os 10 principais desafios externos locais para as empresas na América Latina







# Principais tendências que marcarão as indústrias

A tecnologia posiciona-se como potenciadora de grandes tendências e como uma das principais respostas aos desafios empresariais

O foco na inovação e na produtividade impulsionada pela tecnologia está entre as três principais tendências para os próximos anos. Ambos são propostos como meios para enfrentar os desafios internos das empresas que buscam melhorar sua eficiência e diminuir seus custos.

Enquanto isso, a segurança cibernética e a proteção de dados - localizadas em segundo lugar na lista - são percebidas como uma necessidade e tendência inescapáveis, um aspecto que é reforçado pelos requisitos regulatórios que as empresas devem cumprir. A nível internacional, tanto as exigências da União Europeia neste domínio como a pressão dos consumidores no sentido de um ambiente digital seguro permitiram a vários países progredir na sua regulamentação e às organizações recuperar o atraso neste aspecto.

A digitalização e a Indústria 4.0, juntamente com os dados como um ativo interorganizacional - classificados em 4º e 5º, respectivamente - mostram que a tecnologia continua a revolucionar as empresas após o forte impulso causado pela pandemia.

Embora as empresas planejem cortar custos - um dos três principais desafios internos -, a aposta é investir em tecnologia para atingir seus objetivos de melhorar a produtividade, crescer e permanecer relevantes no mercado.



# As 10 principais tendências que marcarão a indústria



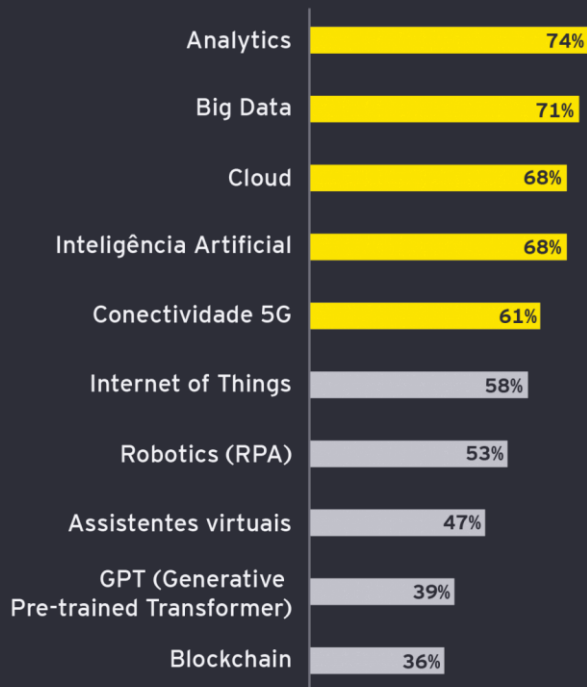
## Em quais tecnologias as empresas latino-americanas pensam em investir?

Analytics e Big Data ocupam as primeiras posições do ranking: duas tecnologias que permitem obter melhores informações para tomada de decisão e que já estão no mercado há algum tempo. Além disso, três anos após o início da pandemia, a flexibilidade fornecida pela nuvem permanece importante e está na terceira posição da lista.

Por outro lado, a inteligência artificial que fez grandes avanços nos últimos tempos fecha o grupo das quatro tecnologias mais importantes. Este ano assistimos à estreia do Chat GPT: um sistema de conversação baseado num modelo de linguagem de inteligência artificial que dá muito que falar.

A conectividade 5G está posicionada como uma tecnologia relevante, embora em muitos países a infraestrutura das empresas de telecomunicações ainda esteja em desenvolvimento e as organizações estejam lentamente implementando-a devido aos altos custos de investimento necessários.

# As 10 tecnologias mais importantes para as indústrias





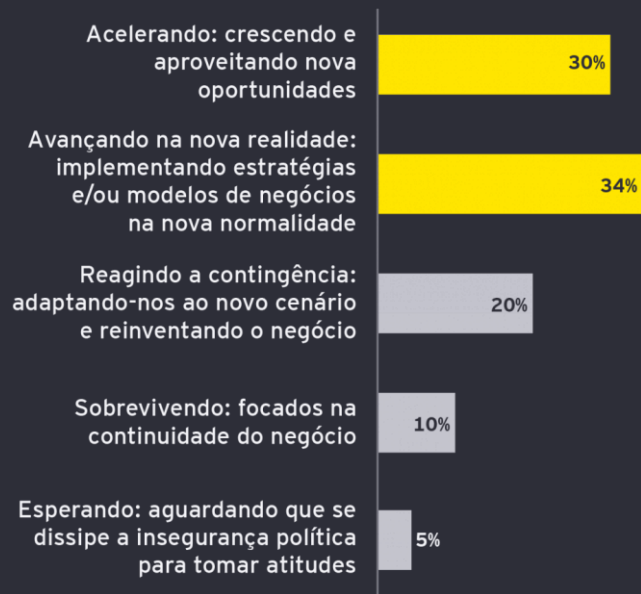
## Quão preparadas estão as empresas para enfrentar os desafios atuais do mercado?

Resiliência - como legado da pandemia - permite que as empresas estejam mais bem preparadas para o que está por vir

Apesar do cenário difícil dos últimos anos, os entrevistados estão otimistas e 34% dizem que sua empresa está Avançando; ou seja, implementando estratégias ou novos modelos de negócios no novo normal. 30% estão Acelerando, crescendo e aproveitando as oportunidades.

Outra porcentagem importante (20%) é “reagir à contingência e procurar maneiras de se adaptar”. Enquanto isso, 10% estão Sobrevivendo, 5% Esperando e ainda menos Encerrando operações.

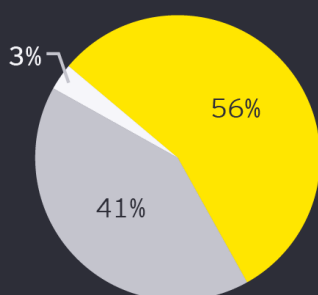
### Situação atual das empresas na América Latina





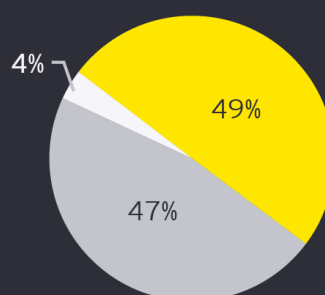
Mais da metade das empresas (56%) diz ter um modelo de negócios que lhes permite enfrentar a situação atual e os desafios futuros, enquanto quase metade (49%) indica o mesmo em relação ao seu modelo operacional.

Isso significa que, embora a pandemia tenha forçado ajustes radicais, as empresas adquiriram novas capacidades que lhes permitem se adaptar e ser mais resilientes, enquanto aquelas que ainda não a alcançam estão em processo de melhoria.



- Sim
- Não e estamos planejando melhorias
- Não e não estamos planejando melhorias

**Sua empresa conta com o modelo de negócio adequado para enfrentar/abordar a situação atual e os desafios futuros?**



- Sim
- Não e estamos planejando melhorias
- Não e não estamos planejando melhorias

**Sua empresa conta com o modelo operacional adequado para enfrentar/abordar a situação atual e os desafios futuros?**





## Conclusão

A primeira versão da pesquisa de desafios e tendências para empresas na América Latina reflete as preocupações dos executivos da região e como eles estão se aproximando dos próximos três anos.

Nesse sentido, em um cenário de fraco dinamismo econômico e alta inflação, seu principal desafio é avançar na transformação digital que lhes permita, entre outras coisas, melhorar a produtividade e reduzir custos. Eles também estão procurando aumentar sua participação de mercado. Diante disso, uma das principais ferramentas para as empresas é investir em tecnologias que as ajudem a cumprir esses propósitos, como Analytics, Big Data, nuvem e inteligência artificial.

Além disso, a pandemia mudou a forma como as empresas operam, capacitando-as a lidar melhor com os altos e baixos do mercado. Mais da metade dos participantes acredita ter os modelos de negócios e operacionais certos para enfrentar os desafios atuais e futuros.

No entanto, os executivos latino-americanos estão priorizando reagir a contingências e colocar menos foco em outros aspectos estratégicos - como a atenção à sustentabilidade - que são fundamentais para o sucesso das empresas.

## Confira os resultados dos países participantes.

Argentina	Em um contexto altamente inflacionário, as empresas na Argentina estão focadas em melhorar suas operações, aumentar sua produtividade e reduzir custos. A tecnologia e a transformação digital são aspectos essenciais para alcançar essas tarefas e são colocadas na segunda posição de desafios. Em terceiro lugar, há a segurança cibernética e a proteção de dados, à medida que a última questão se torna cada vez mais relevante globalmente.
Brasil	Para as empresas no Brasil, melhorar suas operações, aumentar sua produtividade e reduzir custos são os desafios mais importantes que enfrentarão no próximo ano. Por trás desses objetivos estão o crescimento da participação de mercado e a transformação tecnológica e digital como principais prioridades.
Chile	Em meio a um ambiente econômico desafiador, os líderes empresariais no Chile estão priorizando a adoção de tecnologia e a transformação digital como fatores fundamentais para prosperar no atual cenário de negócios. Melhorar a eficiência de suas operações, aumentar a produtividade e reduzir custos se posicionam como o segundo desafio mais importante nessa situação. O terceiro objetivo principal para os entrevistados é continuar crescendo em termos de participação de mercado.
Colômbia	Para o ambiente de negócios colombiano, o principal desafio é a inovação de modelos de negócios para impulsionar a adaptação rápida e eficiente às necessidades do mercado por meio da transformação digital e da implementação de novas tecnologias. As empresas veem o ambiente digital como um fator-chave para aumentar a produtividade e a participação de mercado, além de gerenciar com eficiência os riscos relacionados à segurança cibernética. Buscam também segurança jurídica diante de possíveis novas regulamentações que gerem desafios operacionais.
América Central (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana)	Para as empresas da América Central, a tecnologia e a transformação digital são os principais desafios, seguidos pela falta de acesso à tecnologia e conectividade confiável, bem como a necessidade de educação e treinamento no uso de ferramentas digitais, principalmente para pequenas e médias empresas. A estratégia e transformação do negócio, aliada ao crescimento da participação de mercado, representam desafios a serem assumidos pelas empresas mais sólidas e representativas.



Equador	O aumento da participação de mercado é o desafio interno mais importante enfrentado pelos executivos do Equador. Segue-se a inovação e a transformação digital no 2º e 3º lugar da lista dos desafios mais relevantes.
México	No ambiente de negócios mexicano, os executivos têm como principal desafio gerenciar a inovação no ecossistema de negócios para aumentar a produtividade por meio da implementação de novas tecnologias e soluções digitais disruptivas. Um desafio previsto pelos líderes empresariais é como gerar estratégias sustentáveis para enfrentar os desafios impostos pela segurança cibernética e pela proteção de dados. Outra prioridade é gerar uma nova visão para que a transferência e análise de dados seja vista como um ativo estratégico do negócio.
Paraguai	No Paraguai, as empresas afirmam que tanto as melhorias operacionais, de produtividade e de custos, quanto a tecnologia e a transformação digital são desafios igualmente importantes. Por trás desses pontos está o crescimento da participação de mercado como um dos desafios mais relevantes.
Peru	Como muitos países da região, o Peru coloca as melhorias operacionais, de produtividade e de custos em primeiro lugar. Segue-se aspectos relacionados à organização, cultura, talento e experiência do trabalhador. Em terceiro lugar está o crescimento da participação de mercado.
Uruguai	Para o Uruguai, os esforços internos da organização devem ser focados principalmente no crescimento da participação de mercado. A estratégia e a transformação de negócios são o segundo desafio mais importante e o terceiro diz respeito a aspectos relacionados a melhorias operacionais, de produtividade e de custos.
Venezuela	Executivos venezuelanos veem a gestão financeira e o controle interno como prioridade máxima. Eles consideram que o crescimento da participação de mercado é o segundo desafio mais importante que devem enfrentar. Em terceiro lugar é avançar em estratégia e transformação de negócios.

# Contatos



## Manuel Solano

Socio Líder Regional, EY Latinoamérica  
[manuel.solano@mx.ey.com](mailto:manuel.solano@mx.ey.com)



## Eduardo Valente

Socio Líder de Mercados EY Latinoamérica  
[eduardo.valente@cl.ey.com](mailto:eduardo.valente@cl.ey.com)

## Líderes de Mercados



## Fernando Paci

[fernando.paci@ar.ey.com](mailto:fernando.paci@ar.ey.com)  
Argentina



## Víctor Soulé

[victor.soule@mx.ey.com](mailto:victor.soule@mx.ey.com)  
México



## Victor Guelman

[victor.guelman@br.ey.com](mailto:victor.guelman@br.ey.com)  
Brasil



## Luis Ayala

[luis.ayala@py.ey.com](mailto:luis.ayala@py.ey.com)  
Paraguai



## Cristian Lefevre

[cristian.lefevre@cl.ey.com](mailto:cristian.lefevre@cl.ey.com)  
Chile



## Fernando Núñez

[fernando.nunez@pe.ey.com](mailto:fernando.nunez@pe.ey.com)  
Peru



## Edgar Sánchez

[edgar.sanchez@co.ey.com](mailto:edgar.sanchez@co.ey.com)  
Colômbia



## Ernesto Scayola

[ernesto.scayola@uy.ey.com](mailto:ernesto.scayola@uy.ey.com)  
Uruguai



## Javier Salazar

[javier.salazar@ec.ey.com](mailto:javier.salazar@ec.ey.com)  
Ecuador



## Alberto Afiuni

[alberto.afiuni@ve.ey.com](mailto:alberto.afiuni@ve.ey.com)  
Venezuela

Para mais informações e detalhes por país ou setor da sua empresa os nossos Líderes de Mercados ou nossa equipe de Business Intelligence.  
[business.Intelligence.latam@ey.com](mailto:business.Intelligence.latam@ey.com)



José Allué  
[jose.allue@cl.ey.com](mailto:jose.allue@cl.ey.com)



Álvaro Cuchacovich  
[alvaro.cuchacovich@cl.ey.com](mailto:alvaro.cuchacovich@cl.ey.com)



Jaime Valadez  
[jaime.g.valadez.carpio@mx.ey.com](mailto:jaime.g.valadez.carpio@mx.ey.com)

## Sobre a EY

A EY existe para construir um mundo de negócios melhor, ajudando a criar valor no longo prazo para seus clientes, pessoas e sociedade, e gerando confiança nos mercados de capitais.

Tendo dados e Tecnologia como viabilizadores, equipes diversas da EY em mais de 150 países oferecem confiança por meio da garantia da qualidade e contribuem para o crescimento, transformação e operação de seus clientes.

Com atuação em assurance, consulting, strategy, tax e transactions, as equipes da EY fazem perguntas melhores a fim de encontrarem novas respostas para as questões complexas do mundo atual.

EY se refere à organização global e pode se referir a uma ou mais afiliadas da Ernst & Young Global Limited, cada uma delas uma pessoa jurídica independente. A Ernst & Young Global Limited, companhia britânica limitada por garantia, não presta serviços a clientes. Informações sobre como a EY coleta e utiliza dados pessoais, bem como uma descrição dos direitos individuais de acordo com a legislação de proteção de dados, estão disponíveis em [ey.com/privacy](https://ey.com/privacy). As afiliadas da EY não exercem o direito se essa prática for proibida pelas leis locais. Para mais informações sobre a nossa organização, visite [ey.com](https://ey.com).

Este comunicado foi emitido pela EYGM Limited, integrante da organização global da EY que também não presta serviços a clientes.

©2023 EYGM Limited.

Todos os direitos reservados.

[ey.com.br](https://ey.com.br)

**Facebook | EYBrasil**

**Instagram | eybrasil**

**Twitter | EY\_Brasil**

**LinkedIn | EY**

**YouTube | EYBrasil**