


Desafios e tendências 2024 para as empresas da América Latina

**Estudo aponta os maiores desafios
enfrentados pelas empresas da região e
as principais tendências que marcarão as
indústrias nos próximos anos.**



Building a better
working world





As empresas latino-americanas estão saindo de um período de desequilíbrios macroeconômicos significativos e entrando em um estágio de normalização. Embora a inflação tenha começado a diminuir - com maior ou menor rapidez nos diferentes países da região - o dinamismo dos mercados continua fraco e as empresas têm de encontrar formas de manter o crescimento.

Nesse contexto, quais são os principais desafios que as empresas esperam enfrentar no curto e médio prazo? Quais aspectos de suas operações representam os maiores desafios para seus executivos? Quais são as tendências e tecnologias que definirão os rumos dos setores industriais nos próximos anos?

Para termos uma visão mais completa da realidade das empresas da região, realizamos a segunda edição da pesquisa *Desafios e Tendências para Empresas na América Latina*, da qual participaram 1379 diretores e altos executivos de organizações estabelecidas em 11 países (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela).

Na ocasião, pedimos aos participantes que se aprofundassem em seus desafios internos para entender melhor quais são os aspectos mais desafiadores que suas organizações precisam abordar. O estudo abrange:

- ▶ Os principais desafios internos das empresas e o que está por trás deles.
- ▶ Os principais desafios externos.
- ▶ As tendências que marcarão as indústrias nos próximos anos.
- ▶ As tecnologias mais importantes para as indústrias.
- ▶ A situação atual da empresa.

1. Os 10 principais desafios internos para as empresas

Os desafios mais relevantes que as empresas devem enfrentar internamente.



O contexto para as empresas da região é misto. Embora uma grande proporção de países tenha registrado um baixo crescimento, alguns mostraram alguma resiliência e alcançaram resultados mais positivos. Já no plano internacional, a inflação tem sido uma grande preocupação, bem como as taxas de juros mais restritivas impostas pelos países para combater esse fenômeno.

À medida que o dinamismo de muitas economias desacelera, as empresas procuram alcançar o crescimento da quota de mercado, que identificam como o principal desafio para este ano. Com esse objetivo, os entrevistados dizem que seu foco principal será *identificar oportunidades, priorizar e definir uma estratégia*. Além disso, os executivos pesquisados afirmam que *a melhoria do marketing e da gestão de canais e o desenvolvimento de novos produtos e serviços* são temas relevantes para continuar em expansão.

Por outro lado, embora tenha começado a diminuir, o cenário inflacionário levou as empresas a enxergarem *melhorias operacionais, produtividade e redução de custos* como sua segunda prioridade, aspecto que subiu uma posição em relação ao relatório do ano passado. Nesse ponto, os executivos demonstram preocupação com o *controle de custos, otimização de recursos e gestão de fornecedores*. Eles também estão buscando maneiras de *melhorar a produtividade, eficiência e eficácia da equipe, além de otimizar e padronizar processos*.

Em terceiro lugar, e acima de um lugar em relação ao ano anterior, as empresas identificaram *a estratégia e a transformação de negócios* como uma prioridade, dadas as mudanças impulsionadas pela disrupção acelerada dos últimos anos. Nesse ponto, os executivos apontam que *equilibrar a visão de longo prazo com a situação atual e as necessidades da empresa, ajustar ou implementar um novo modelo de negócio*, além de *ter a liderança, o talento e as habilidades certas* são os principais desafios para avançar na transformação do negócio.

Num contexto de menor dinamismo econômico, a aposta na *tecnologia e transformação digital* cai três posições face ao ano anterior e está em quarto lugar. Nesse sentido, os principais desafios são a *implementação e integração de sistemas e tecnologia*, bem como a *promoção de uma cultura digital, treinamento de habilidade, gestão da mudança, melhoria da eficiência operacional, automação e digitalização de processos*.

Em quinto lugar estão *liquidez, gestão financeira e controles internos*. Em um ano em que as empresas tiveram que enfrentar restrições de crédito e taxas altas, essa área subiu dois pontos em relação a 2023. Os participantes consideram que *gerir e antecipar o fluxo de caixa e aceder a empréstimos com taxas de juro convenientes* são os principais desafios neste domínio.

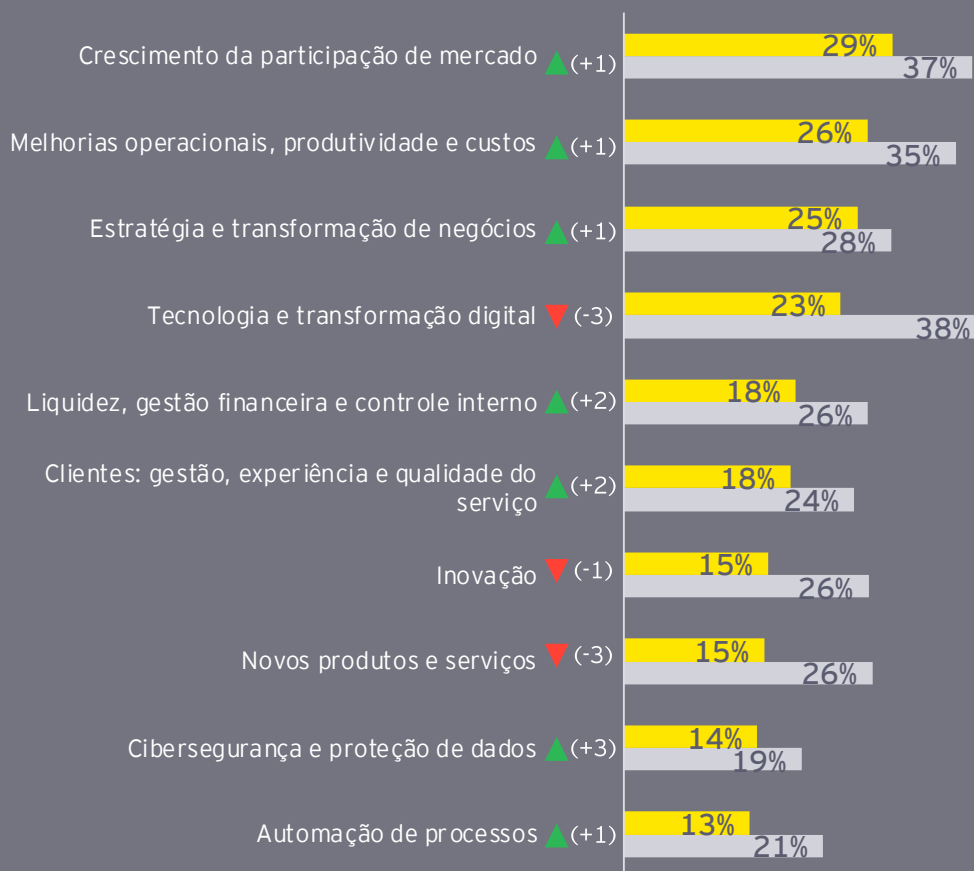
Em sexto lugar, estão os clientes: *gestão, experiência e qualidade de atendimento*, duas posições acima do ano anterior. Inovação (sétimo lugar) e *novos produtos e serviços* (oitavo lugar) caem uma e três posições, respectivamente, em relação aos resultados de 2023.

Por fim, cibersegurança, proteção de dados e automação de processos *entram na lista dos 10 principais desafios*, ficando em nono e décimo.

Os 10 principais desafios internos das empresas na América Latina

Quais são os principais desafios internos que a sua empresa enfrentará nos próximos 3 anos?

São mostradas as 10 alternativas mais selecionadas de um total de 23 opções.



- ▶ As barras amarelas correspondem a 2024 e as cinzas a 2023.
- ▶ As setas vermelhas indicam uma queda em relação a 2023.
- ▶ As setas verdes indicam um aumento em relação a 2023.
- ▶ O número entre parênteses indica a diferença de posição entre 2023 e 2024.

2. Desafios externos das empresas

O que está no foco das empresas latino-americanas no contexto internacional e local.

As empresas consultadas colocam a *economia local* e a *incerteza política local* como os dois principais desafios em um ano de ajuste econômico, em que muitos dos países passaram - ou estão prestes a passar - por importantes processos eleitorais.

O terceiro aspecto na lista dos 10 principais desafios externos são os *riscos inerentes ao setor*, refletindo as diferentes circunstâncias e dinâmicas enfrentadas por empresas de diferentes setores local e internacionalmente.

As mudanças na *demanda, preferências e comportamentos dos clientes e consumidores* estão posicionadas em quarto lugar, demonstrando como esses processos continuam acelerando e forçando as empresas a se adaptarem para se manterem relevantes.

Enquanto isso, a *entrada de novos concorrentes e substitutos, tanto locais quanto globais*, é o quinto desafio externo para as empresas da América Latina, que devem crescer em um mercado cada vez mais competitivo.

Em um cenário econômico e geopolítico global em constante mudança, o *cenário econômico global* foi apontado como o sexto maior desafio externo, e a *incerteza e/ou as mudanças geopolíticas* como o nono.

Em sétimo e oitavo lugar, as empresas identificaram as *mudanças regulatórias* e as *reformas tributárias*, enquanto as organizações devem superar a incerteza gerada pelos anúncios de modificações legais e se adaptar a elas quando promulgadas.

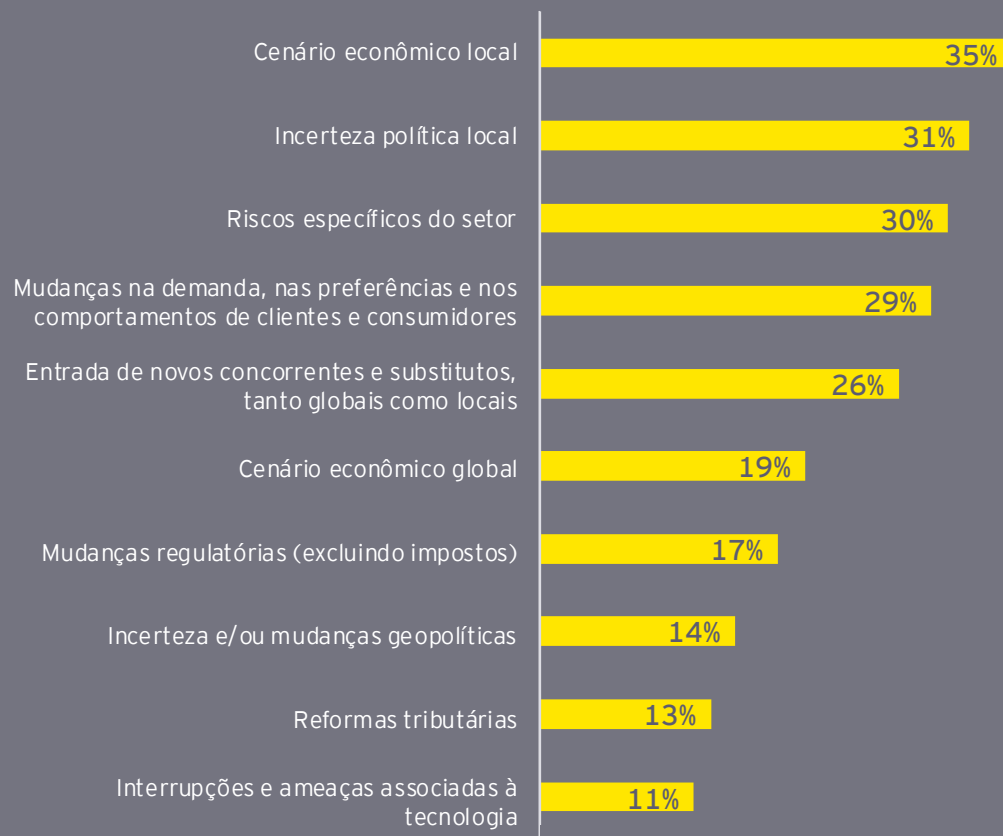
Por fim, em 10º lugar estão as *disrupções e ameaças associadas à tecnologia*, mostrando como o desenvolvimento tecnológico apresenta uma oportunidade e um desafio, em relação aos quais as empresas latino-americanas devem tomar medidas para não se tornarem obsoletas e alcançarem vantagens competitivas.

Os 10 principais desafios externos das empresas na América Latina

Quais são os principais desafios externos que a sua empresa enfrentará nos próximos 3 anos?

Aspectos globais

São mostradas as 10 alternativas mais selecionadas de um total de 17 opções



3. As principais tendências que marcarão as indústrias

A tecnologia se posiciona como viabilizadora das principais tendências e como uma das principais respostas aos desafios das empresas.

As empresas latino-americanas acreditam que as tendências tecnológicas são as que mais as impactarão nos próximos anos. A *cibersegurança* e a *proteção de dados* lideram a lista, tornando-se cada vez mais relevantes nos mercados latino-americanos à medida que os ataques se tornam mais sofisticados. Há mais superfícies digitais para proteger e os requisitos regulatórios, tanto locais quanto internacionais, estão inevitavelmente avançando.

O foco na *inovação*, embora tenha caído do primeiro para o segundo lugar, e os dados *como ativo transversal a toda a organização*, que subiu para o quarto lugar, explicam a necessidade de as empresas procurarem novas ferramentas e formas de fazer as coisas para tomar melhores decisões e identificar oportunidades que lhes permitam continuar a crescer.

Enquanto isso, a *produtividade impulsionada pela tecnologia*, classificada como a terceira tendência mais relevante, está alinhada à necessidade das empresas melhorarem suas operações, produtividade e reduzirem seus custos, um dos maiores desafios para as organizações internamente.

Embora a *digitalização* e a *indústria 4.0* (sexto lugar) e a *disrupção da inteligência artificial em novas áreas* (sétimo lugar) tenham caído duas e uma posição, respectivamente, seu posicionamento continua alto - considerando que os entrevistados poderiam escolher até 22 alternativas - e mostra a importância das novas tecnologias para as empresas da região.

O *trabalho remoto ou híbrido*, em oitavo lugar, continua sendo uma das principais tendências para as empresas quatro anos após a emergência sanitária da Covid-19 promover novas formas de trabalho.

Por outro lado, a *adaptação às novas regulamentações* (quinto lugar) e o *aumento das exigências legislativas* (nono lugar) são dois dos poucos aspectos não tecnológicos que os inquiridos colocaram entre as 10 tendências mais importantes para os próximos anos, refletindo o impacto que as questões regulatórias têm nas empresas.

A lista é completada pelo *e-commerce*, que teve a maior queda em relação ao ano anterior, refletindo que para muitas empresas isso já faz parte de suas operações regulares.



As 10 principais tendências que marcarão as indústrias na América Latina

Quão importante você acha que as seguintes tendências globais serão para sua indústria nos próximos 3 anos?

São mostradas as 10 alternativas mais selecionadas de um total de 22 opções. Soma das respostas "extremamente importante" e "muito importante".



- ▶ As barras amarelas correspondem a 2024 e as cinzas a 2023.
- ▶ As setas vermelhas indicam uma queda em relação a 2023.
- ▶ As setas verdes indicam um aumento em relação a 2023.
- ▶ O número e os sinais entre parênteses indicam a diferença de posição entre 2023 e 2024.

4. Em quais tecnologias as empresas latino-americanas estão pensando em investir?

Este ano, as empresas continuam a apostar nas mesmas grandes tecnologias de 2023. Nesse sentido, o *ranking* das 10 tecnologias que os participantes consideraram importantes ou muito importantes para suas indústrias nos próximos três anos mantém a ordem quase em sua totalidade.

As duas primeiras posições são ocupadas por *Analytics* e *Big Data*, tecnologias que estão no mercado há um tempo considerável, permitindo que as empresas obtenham informações precisas para a tomada de decisões estratégicas. A nuvem acompanha essas duas tecnologias no *top 3*, escolhida pela capacidade de armazenamento e flexibilidade - elementos cruciais para os próximos anos.

A *inteligência artificial* (IA) permanece em quarto lugar, mostrando as oportunidades atuais e futuras que essa tecnologia oferece e que muitas empresas ainda estão explorando. De fato, a *inteligência artificial generativa* é uma das poucas que se movem na lista, passando do nono para o oitavo lugar. Enquanto isso, os *assistentes virtuais* caíram uma posição, do oitavo para o nono, apesar do fato de que muitos deles usam IA.

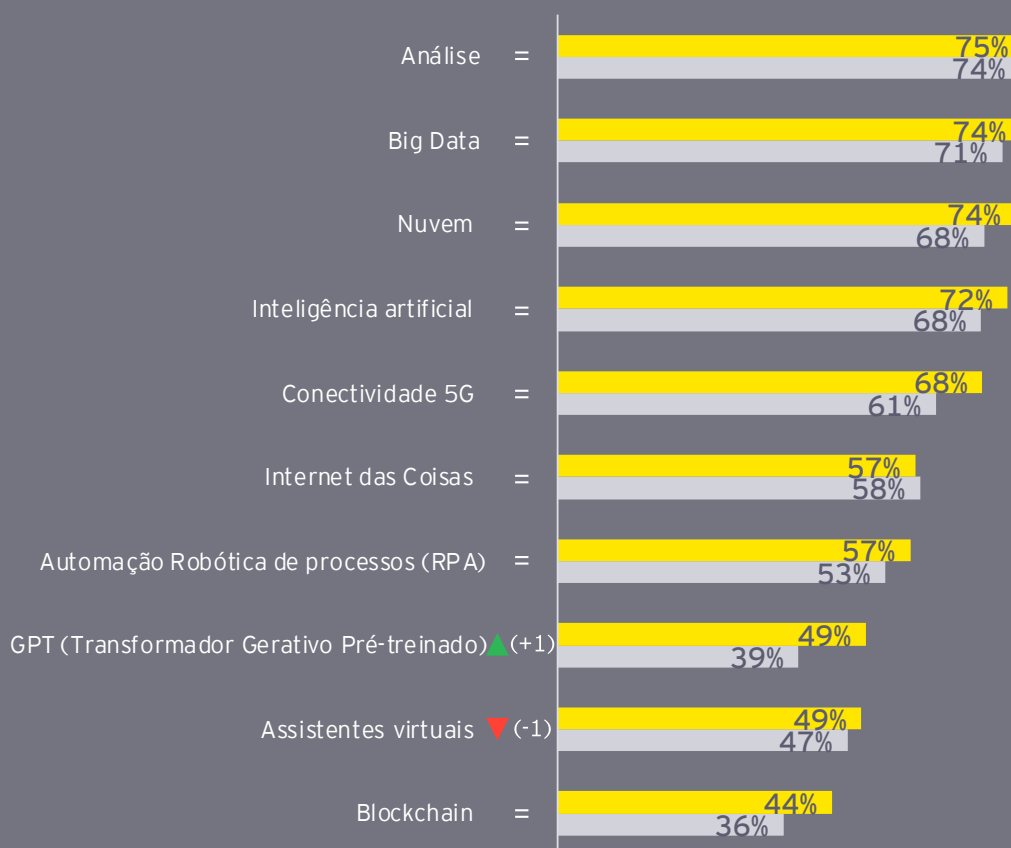
A *conectividade 5G* é a quinta mais relevante, pois é fundamental para melhorar a conectividade e promover muitas das novas tecnologias, embora esteja sendo introduzida na região de forma progressiva e não sem dificuldades.

Por fim, *Internet das Coisas* (sexto lugar), *Robótica* (RPA) (sétimo lugar) e *Blockchain* (décimo lugar) mantiveram sua posição no *ranking* das tecnologias mais importantes para as empresas latino-americanas nos próximos anos.

Top 10 tecnologias mais importantes para as indústrias na América Latina

Qual a importância das seguintes tecnologias disruptivas para sua indústria nos próximos 3 anos?

São mostradas as 10 alternativas mais selecionadas de um total de 16 opções. Soma das respostas "extremamente importante" e "muito importante".



- ▶ As barras amarelas correspondem a 2024 e as cinzas a 2023.
- ▶ As setas vermelhas indicam uma queda em relação a 2023.
- ▶ As setas verdes indicam um aumento em relação a 2023.
- ▶ O número e os sinais entre parênteses indicam a diferença de posição entre 2023 e 2024.

5. Qual é a situação atual das empresas na América Latina?

As empresas da região são resilientes e se sentem preparadas para enfrentar o que está por vir.



As empresas latino-americanas continuam a mostrar sua resiliência após vários anos de incertezas políticas e desafios econômicos. A situação atual com a qual eles se identificam pouco mudou em relação a 2023. Um terço diz que está acelerando seu crescimento e aproveitando novas oportunidades, um pouco melhor do que a proporção alcançada em 2023.

O mesmo número (32%) diz estar avançando na nova realidade, implementando estratégias e novos modelos de negócios. Enquanto isso, 21% dizem estar reagindo ao contingenciamento, mesmo percentual do ano passado.

Apenas 10% dizem estar sobrevivendo e focando na continuidade dos negócios. Por último, um número limitado de empresas (5%) decidiu esperar que a incerteza se dissipasse antes de tomar medidas.

Esta visão bastante positiva dos inquiridos mostra que, após anos de desafios e desequilíbrios, tanto devido a fatores internos como externos, as empresas desenvolveram novas competências que lhes permitiram adaptar-se e serem mais resilientes, e as que ainda não o alcançaram estão a caminho de melhorar.

Situação atual das empresas na América Latina

Qual das seguintes afirmações reflete melhor a situação atual de sua empresa?



- ▶ As barras amarelas correspondem a 2024 e as cinzas a 2023.

Conclusão

A segunda edição da pesquisa *Desafios e Tendências para Empresas na América Latina* reflete os aspectos que os executivos da região acreditam que devem abordar para prosperar. Aumentar sua participação no mercado, melhorar suas operações e produtividade e reduzir seus custos são seus principais desafios internos.

A identificação de oportunidades, priorização e definição de uma estratégia para ganhar mercado e continuar crescendo é outro aspecto fundamental para as empresas que buscam formas de navegar em um cenário de preocupação com o ambiente econômico e político, especialmente em nível local.

Além disso, após vários anos de preços altos e baixo dinamismo, as empresas buscam melhorar a produtividade, reduzir custos e otimizar suas operações. Para isso, encontram na tecnologia e em ferramentas – como análise de dados, nuvem e inteligência artificial – os capacitadores para atingir esses objetivos.

Apesar dos desafios de negócios, as empresas latino-americanas são resilientes e a maioria diz estar acelerando seu crescimento ou avançando nessa nova realidade.



Faça o download dos resultados por países participantes



Argentina

As empresas na Argentina estão focadas primeiro em *melhorias operacionais, produtividade e redução de custos*, o que é mantido em relação ao ano passado. Com igual prioridade, elas estão focando na estratégia e na *transformação dos negócios*, desafio que, em 2023, estava 10 posições atrás. Como terceiro desafio, os executivos argentinos identificam o *crescimento da participação de mercado*, aspecto que sobe quatro posições em relação ao ano anterior.



Brasil

As empresas no Brasil continuam considerando *melhorias operacionais, produtividade e redução de custos* como os desafios internos mais importantes que devem enfrentar. Por trás desse aspecto, está o *crescimento da participação de mercado* e, empatados em terceiro lugar, estão *tecnologia e transformação digital e novos produtos e serviços*.



Chile

As empresas do Chile consideram *melhorias operacionais, produtividade e redução de custos* como seu principal desafio interno, subindo uma posição em relação ao ano anterior, bem como o *crescimento da participação de mercado*, considerado o segundo desafio mais relevante. Ambos os aspectos deslocam a *tecnologia e a transformação digital*, que cai para o terceiro lugar nessa medição.



Colômbia

Na Colômbia, o *crescimento da participação de mercado* volta a ser o primeiro desafio interno. Como segundo foco, estão a estratégia e a *transformação dos negócios*, área que sobe quatro posições em relação ao ano anterior. Já dois aspectos, *adaptação à nova regulamentação e liquidez, gestão financeira e controle interno* estão posicionados em terceiro lugar.



Equador

Neste ano, as empresas do Equador estão focadas na *estratégia e transformação do negócio*, aspecto que subiu cinco posições em relação ao ano anterior. Depois deste desafio, outros três obtêm a mesma percentagem de respostas, ficando em segundo lugar: *cibersegurança e proteção de dados, inovação e tecnologia e transformação digital*. Os dois últimos já estavam em segundo e terceiro lugar, respectivamente, na edição anterior da pesquisa.

Faça o download dos resultados por países participantes



México

Os executivos mexicanos acreditam que o principal desafio que devem enfrentar internamente é a *tecnologia e a transformação digital*, um aspecto que subiu três posições em relação ao estudo anterior. Assim como no ano passado, o *crescimento da participação de mercado* está em segundo lugar, enquanto as *melhorias operacionais, produtividade e custos* caem três posições e estão em terceiro.



Paraguai

No Paraguai, o foco é em *tecnologia e transformação digital*, como em 2023. Em seguida, *melhorias operacionais, de produtividade e de redução de custos*, que no ano anterior partilharam o primeiro lugar. *Novos produtos e serviços* estão em terceiro lugar, aspecto que sobe do quinto para o terceiro lugar em relação à edição anterior.



Peru

Assim como em 2023, o Peru coloca *melhorias operacionais, produtividade e custos* como seu primeiro desafio. Em segundo lugar, os executivos peruanos apontam para o *crescimento da participação de mercado*, aspecto que sobe uma posição em relação à pesquisa anterior. A *estratégia e transformação do negócio* sobe quatro posições e é o terceiro dos principais aspectos que as empresas daquele país devem enfrentar.



Uruguai

Para as empresas no Uruguai, as prioridades quase não mudaram em relação a 2003. Em primeiro lugar, estão tanto o *crescimento da participação de mercado* quanto a *estratégia e transformação do negócio*. Este último aspecto ficou em segundo lugar no ano passado. Depois disso, os executivos identificam *melhorias operacionais, produtividade e custos* entre os três desafios mais importantes.



Venezuela

Os executivos venezuelanos veem o *crescimento da participação de mercado* como o *principal desafio interno*, que sobe uma posição em relação ao ano passado. Também em primeiro lugar e como em 2023, identificam *liquidez, gestão financeira e controlo interno*. *Melhorias operacionais, produtividade e custos* fecham os três desafios mais importantes, subindo sete posições em relação à edição anterior.

Resumo

As empresas da América Latina estão enfrentando um ano de transição e normalização após os desequilíbrios macroeconômicos dos anos anteriores. Em um ambiente de políticas monetárias e fiscais restritivas, as empresas identificam como seus principais desafios internos alcançar o crescimento de market share, melhorar suas operações, aumentar sua produtividade e reduzir custos. Externamente, os maiores desafios que devem enfrentar são os decorrentes do cenário econômico e da incerteza política, ambos no nível de seus mercados locais. No entanto, as empresas da região estão cientes de sua resiliência, sentem que estão em condições de avançar e até mesmo acelerar seu crescimento e acreditam que as tendências relacionadas à tecnologia serão as mais importantes para seus setores nos próximos anos.



Contatos



Manuel Solano
Sócio-Diretor Regional, EY Latin America
manuel.solano@mx.ey.com



Eduardo Valente
Lead Market Partner, EY Latin America
eduardo.valente@cl.ey.com

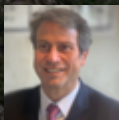
Líderes de Mercados



Fernando Paci
fernando.paci@ar.ey.com
Argentina



Víctor Soulé
victor.soule@mx.ey.com
México



Victor Guelman
victor.guelman@br.ey.com
Brasil



Luis Ayala
luis.ayala@py.ey.com
Paraguay



Cristián Lefevre
cristian.lefevre@cl.ey.com
Chile



Fernando Núñez
fernando.nunez@pe.ey.com
Perú



Edgar Sánchez
edgar.sanchez@co.ey.com
Colombia



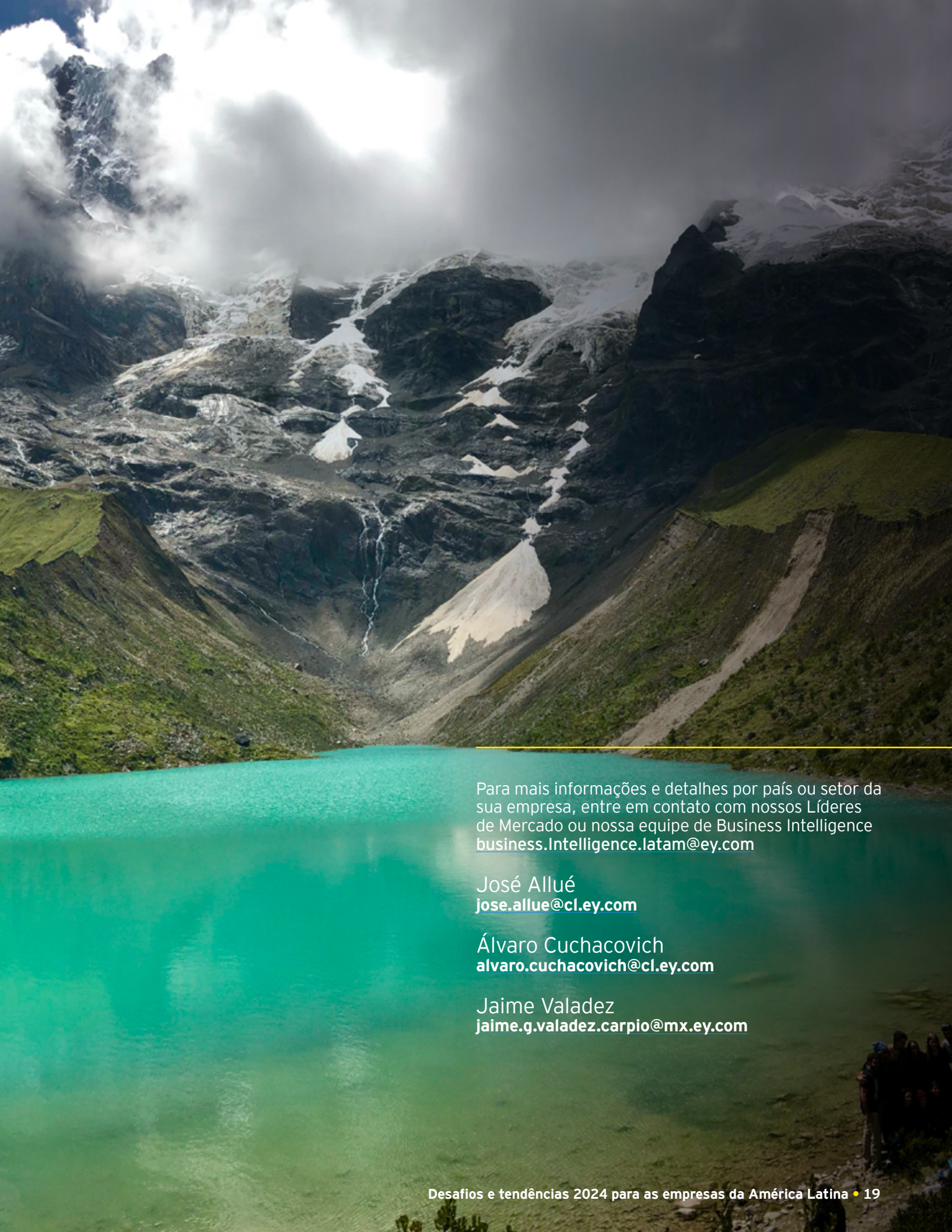
Alejandro Barboni
alejandro.barboni@uy.ey.com
Uruguay



Javier Salazar
javier.salazar@ec.ey.com
Ecuador



Alberto Afiuni
alberto.afiuni@ve.ey.com
Venezuela



Para mais informações e detalhes por país ou setor da sua empresa, entre em contato com nossos Líderes de Mercado ou nossa equipe de Business Intelligence business.Intelligence.latam@ey.com

José Allué
jose.allue@cl.ey.com

Álvaro Cuchacovich
alvaro.cuchacovich@cl.ey.com

Jaime Valadez
jaime.g.valadez.carpio@mx.ey.com

EY | Building a better working world

A EY existe para construir um mundo de negócios melhor, ajudando a criar valor de longo prazo para seus clientes, pessoas e sociedade e gerando confiança nos mercados de capitais.

Tendo dados e tecnologia como viabilizadores, equipes diversas e inclusivas 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. 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.br

© 2024 EY LATAM

Todos los derechos reservados.