

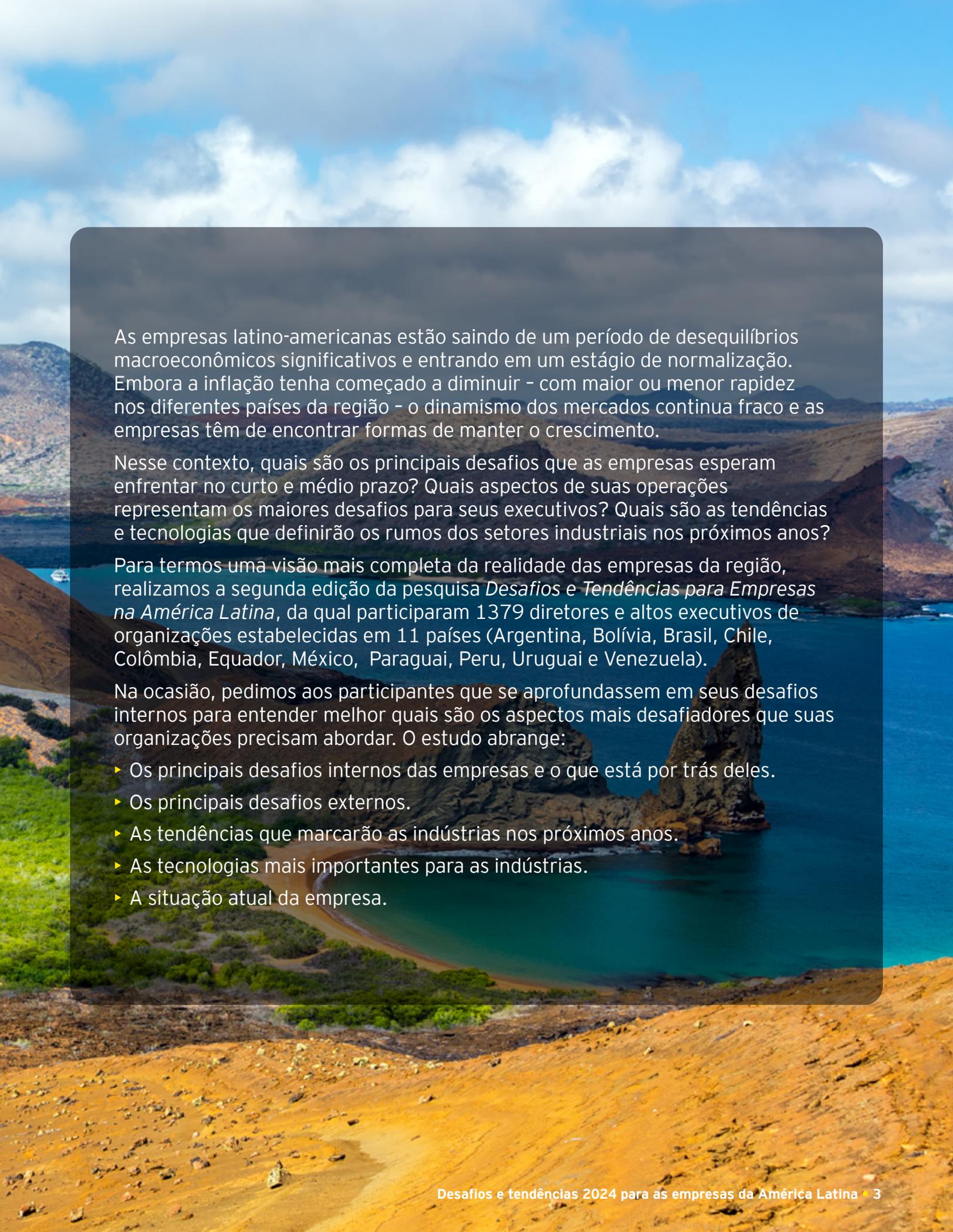
# Desafios e tendências 2024 para as empresas da América Latina

**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.

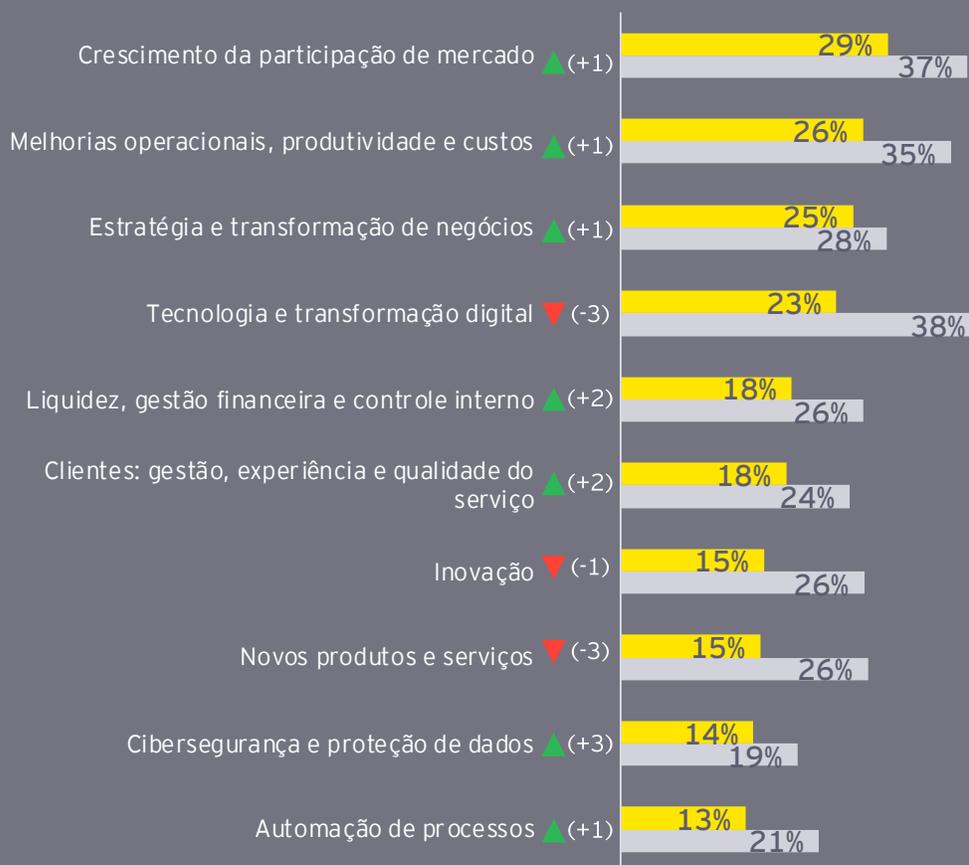
Em sexto lugar, estão os clientes: *gestão, experiência e qualidade de atendimento*, duas posições acima do ano anterior. Inovação (sétimo lugar) e *novos produtos e serviços* (oitavo lugar) caem uma e três posições, respectivamente, em relação aos resultados de 2023.

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.

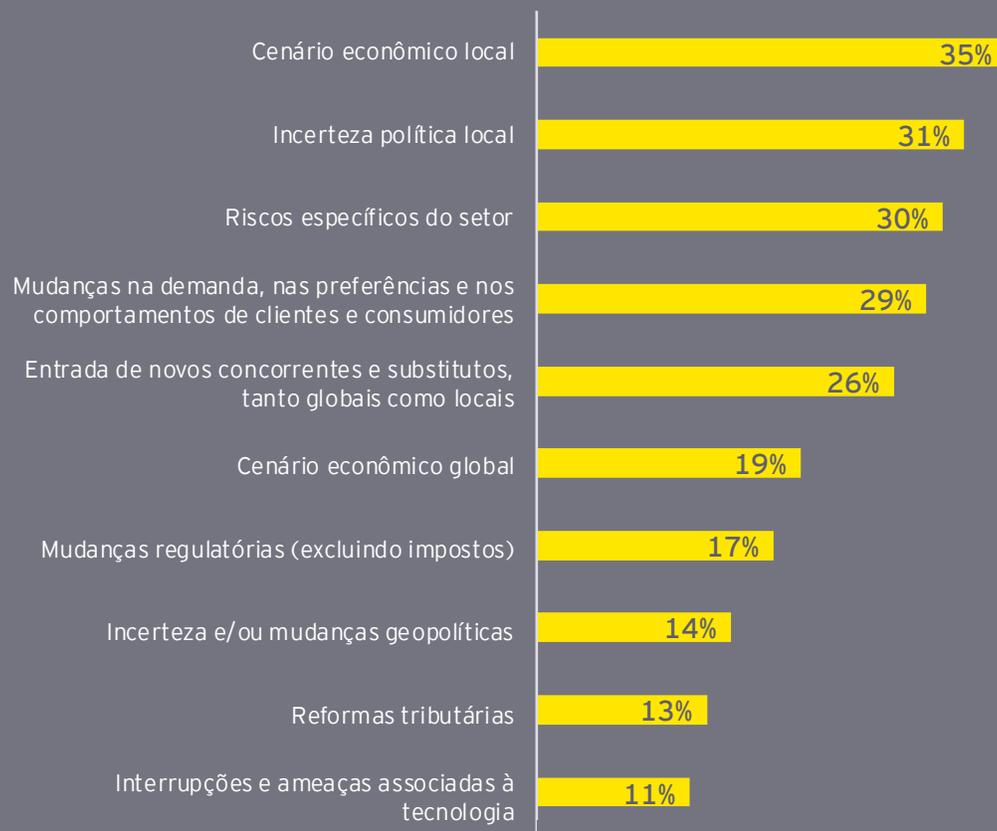
Por fim, em 10º lugar estão as *disrupções e ameaças associadas à tecnologia*, mostrando como o desenvolvimento tecnológico apresenta uma oportunidade e um desafio, em relação aos quais as empresas latino-americanas devem tomar medidas para não se tornarem obsoletas e alcançarem vantagens competitivas.

## 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.

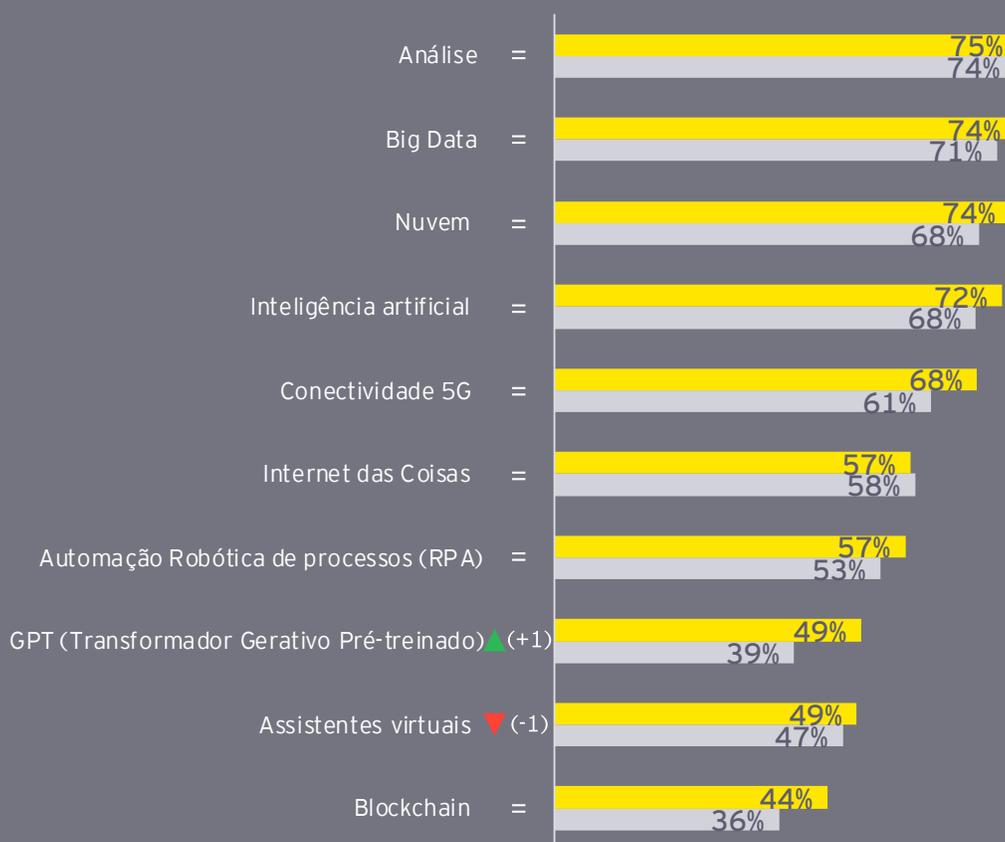
A *conectividade 5G* é a quinta mais relevante, pois é fundamental para melhorar a conectividade e promover muitas das novas tecnologias, embora esteja sendo introduzida na região de forma progressiva e não sem dificuldades.

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](mailto:manuel.solano@mx.ey.com)



**Eduardo Valente**  
Lead Market Partner, EY Latin America  
[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)  
Paraguay



**Cristián 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)  
Perú



**Edgar Sánchez**  
[edgar.sanchez@co.ey.com](mailto:edgar.sanchez@co.ey.com)  
Colombia



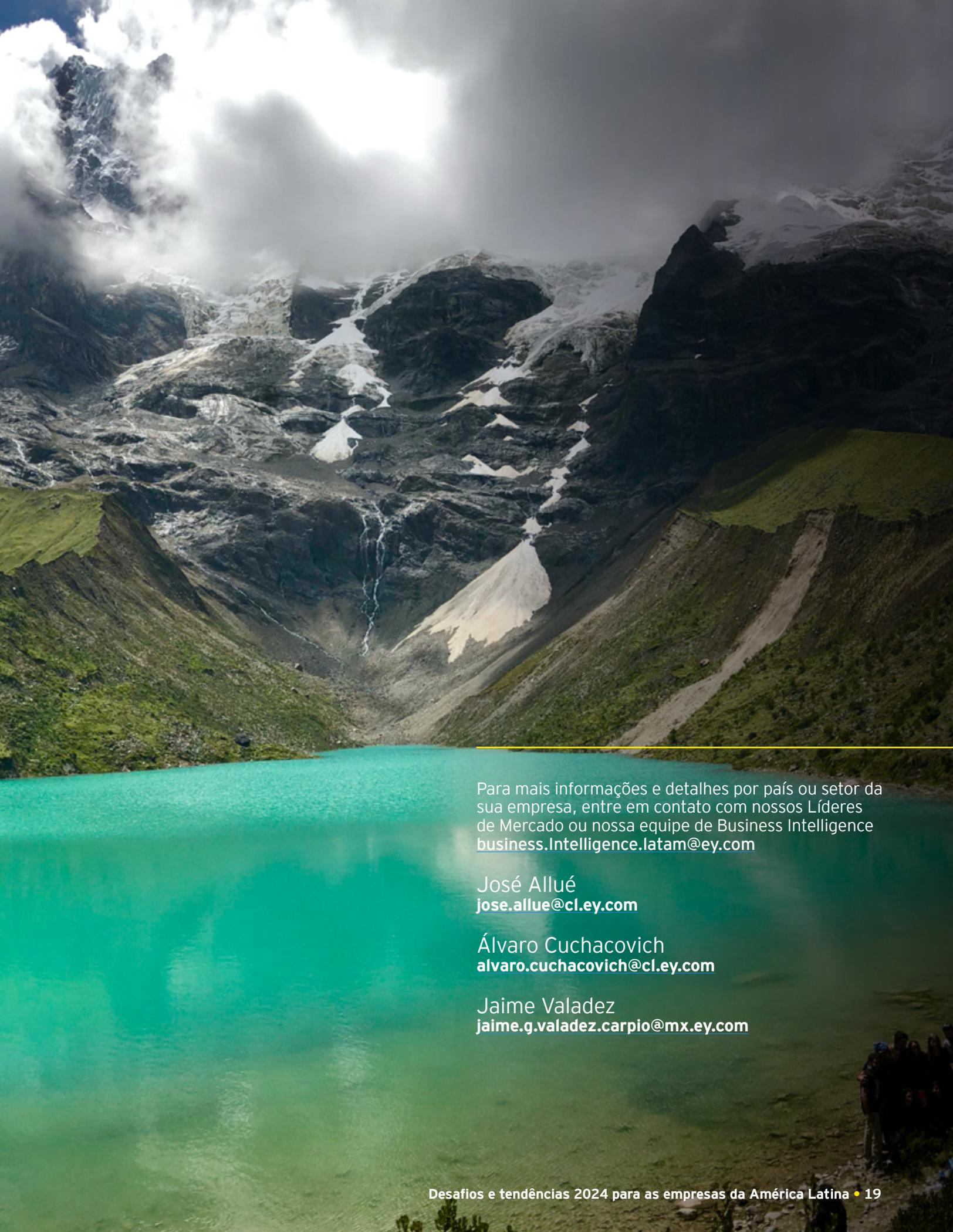
**Alejandro Barboni**  
[alejandro.barboni@uy.ey.com](mailto:alejandro.barboni@uy.ey.com)  
Uruguay



**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, entre em contato com nossos Líderes de Mercado 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)

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

© 2024 EY LATAM

Todos los derechos reservados.