

Mercado de consultorias

PERSPECTIVAS PARA 2016

Reforço nos alicerces em preparação para crescer

Cenário econômico difícil ressalta caráter estratégico da consultoria para moldar empresas eficientes

Dimalice Nunes
São Paulo
redacao@dcj.com.br

● **Ninguém sai ileso de uma crise econômica. Mas o que é dificuldade para uns se torna oportunidade para outros, constatação que exprime com perfeição o panorama para os próximos anos para as consultorias em atuação no Brasil.**

É um mercado pulverizado e, ao mesmo tempo, com grandes clientes concentrados nas mãos das *big four* KPMG, EY, Deloitte e PwC. Profissionais independentes, pequenas e médias consultorias e até as gigantes disputam clientes de todos os portes, que buscam auxílio para superar o desafio da desaceleração econômica e se preparar para quando, enfim, se concretizar uma retomada. Nesse cenário, mais do que resolver problemas, ganha força o caráter estratégico das consultorias, no sentido de preparar as empresas para um momento melhor.

Pesquisa realizada pelo Laboratório da Consultoria e divulgada pela Associação Brasileira de Consultores (ABCO) mostra que 77% dos profissionais apostam em crescimento do setor neste ano, com alta de 11% a 20%. A opinião é compartilhada pelo sócio e líder para o setor de *advisory* (assessoria) da KPMG, Carlos Gatti. “O que acontece na vida real é que há setores com um desenvolvimento melhor que outros. A gente acredita num crescimento relevante”, diz. Gatti conta que, em *advisory*, o crescimento da KPMG neste ano já “passou longe dos dois dígitos”, resultado que deve se repetir nos próximos 12 meses.

Em 2016, as oportunidades podem vir de fora. Por um lado, as condições econômicas não favorecem serviços tradicionais, como análise de crescimento. Em contrapartida, a crise fomenta áreas como melhoria de processos

e redução de custos, além de favorecer o investidor internacional que busca ativos à venda no Brasil, o que estimula fusões e aquisições.

Antonio Vita, sócio líder de consultoria no Brasil e América do Sul da EY, também vê na crise, e na alta do dólar, oportunidades. Ele diz que as consultorias se adaptam rapidamente a cenários econômicos difíceis, já que um dos serviços prestados é a busca de soluções para redução de custos e melhora da eficiência. “Além disso, o Brasil ficou barato. Uma empresa que tinha perdido competitividade de exportar volta a ser mercado para nós”, afirma.

A falta de confiança é um fantasma presente, mas que leva as empresas a analisar com mais cautela, e tempo, o caminho a seguir. Vita acrescenta que em períodos como o atual o processo de negociação entre clientes e consultorias muda, inclusive com alongamento do prazo de pagamento.

Especialização e customização

Um estudo da inglesa Source Information Services concluiu que existem entre 150 e 200 consultorias no País, incluindo 67 estrangeiras, a maioria com presença no Brasil há mais de 20 anos, e 85 consultorias locais, muitas pequenas criadas nos últimos cinco ou dez anos. Num mesmo mercado concorrem centenárias e polivalentes como as *big four* e a Ivix Value Creation, com quatro anos de mercado e especializada em reestruturação e em fusões e aquisições. Quando empresas com perfis tão diversos se enfrentam num mesmo mercado, especialização e atendimento personalizado são caminhos.

Pensar com o foco do cliente é a estratégia da EY, que procura oferecer soluções customizadas. “A eficiência se volta para a competência de montar soluções para o que o cliente precisa”, diz Cristiane Amaral, líder da EY no Brasil e América do Sul em consultoria para melhoria de performance.

A KPMG aposta em espe-

MAPA DE ATUAÇÃO NO PAÍS 85 DAS MAIS DE 150 FIRMAS SÃO BRASILEIRAS

Diretoria

11
das brasileiras são especialistas em estratégia

44
são “boutiques” que fazem trabalhos sob medida



Serviços

2
são voltadas à área de tecnologia

1
é concentrada em auditoria



Recursos humanos

8
são concentradas em gestão de pessoas



Chão de fábrica

19
das consultorias mapeadas têm foco na área operacional



FONTE: SOURCE INFORMATION SERVICES, 2013

cialização e também na amplitude da oferta de serviços. “Buscamos nos especializar por competências, dentro daquelas com maior demanda, e sem deixar de lado o conceito de setores”, afirma Gatti, que aposta em bons negócios nas áreas de infraestrutura, serviços financeiros, energia e recursos naturais, telecomunicações e saúde.

O estudo da Source aponta reestruturação, especialmente fusões e aquisições, como área de potencial crescimento para consultores brasileiros. Em quatro anos, a Ivix renegociou ou reestruturou mais de R\$ 6 bilhões em dívidas e realizou fusões e aquisições com valor total de mais de R\$ 10 bilhões. Sócio fundador da empresa, Pedro Guizzo diz que especialização é uma tendência mundial. “Não dá para o pequeno vender o mesmo produto que o grande apenas cobrando menos”, afirma.

A Ivix contempla as três fases de uma reestruturação: operacional e ganho de eficiência; financeira e negociação com credores; e fusão e aquisição. “Nossa especificidade é contemplar as três etapas, pois poucas empresas do nosso porte fazem isso.” Guizzo, inclusive, vê um movimento de grandes players criando soluções específicas em reestruturação. “Quem tem esse produto consegue se manter e se fortalecer”, diz.

No entanto, muitas operações ainda não saíram do papel. Segundo a Mergermarket, que monitora fusões e aquisições, esse tipo de negociação no Brasil caiu 44,4% de janeiro a setembro em relação ao ano passado, para US\$ 21,6 bilhões, em 191 negócios. O número corrobora a percepção de Guizzo, que afirma haver muitas autorizações de venda concedidas, mas emperradas por falta de confiança na economia. Quando a expectativa em relação ao cenário melhorar haverá um boom de transações, o que deve acontecer em cerca de 12 meses, na opinião do especialista.