

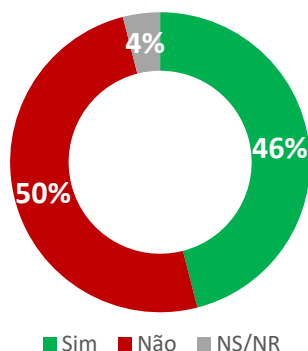
Investir é saída para a comunicação no mundo pandêmico

Pesquisa exclusiva feita pelo Instituto FSB com 1.000 executivos mostra que boa parte das empresas não está preparada para lidar com o contexto de fake news e das campanhas de cancelamento. Mas a boa notícia é que 2/3 dos líderes empresariais falam em ampliar os investimentos em comunicação

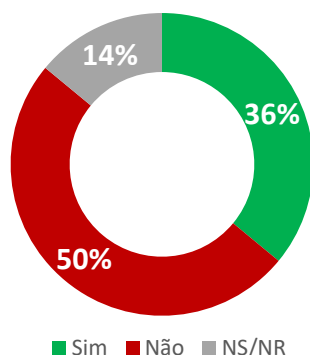
Os empresários brasileiros, de todos os segmentos, apostam na comunicação como saída para o mundo pós-pandemia, onde cada vez mais é preciso lidar com o crescimento das fake news e com as campanhas de cancelamento de personalidades e marcas nas redes sociais. Esse é o principal diagnóstico da Pesquisa **Executivos, Pandemia e Comunicação**, feita pelo Instituto FSB junto a 1.000 executivos de empresas brasileiras.

Os líderes empresariais admitem que boa parte das companhias está despreparada para atuar com e no ambiente de redes. Metade dos entrevistados reconhece que suas empresas não estão prontas para lidar, por exemplo com fake news. E somente pouco mais de um terço dos empresários acredita que estão preparados para enfrentar campanhas de cancelamento nas redes sociais, movimento que se tornou febre no mundo inteiro e que vem crescendo no Brasil.

Sua empresa está preparada para lidar com fake news?



Sua empresa está preparada para lidar com campanhas de cancelamento nas redes sociais?

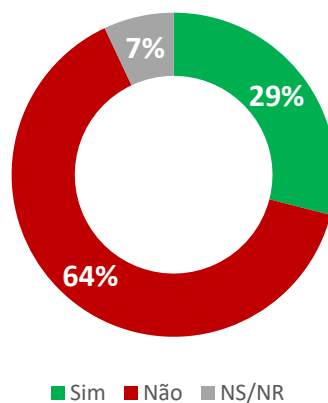


Ciberterrorismo

O cenário online, cada vez mais acelerado pela pandemia de covid-19, também passou a trazer uma nova preocupação para as empresas, o ciberterrorismo. Ataques de hackers e roubo de dados são hoje uma das maiores ameaças às empresas conectadas, mas 7 em cada 10 companhias não estão preparadas para combater com essa ameaça.

A pesquisa do **Instituto FSB** revela que apenas 29% dos executivos brasileiros dizem que suas empresas estão capacitadas e prontas para lidar com o ciberterrorismo. Mesmo entre as grandes empresas, mais da metade (56%) não se considera preparada.

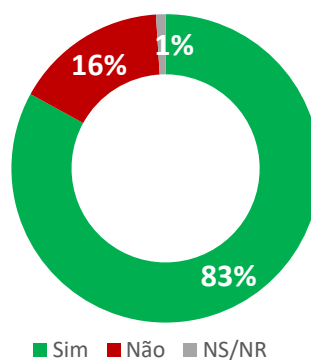
Sua empresa está preparada para lidar com ciberterrorismo?



Qual é a saída?

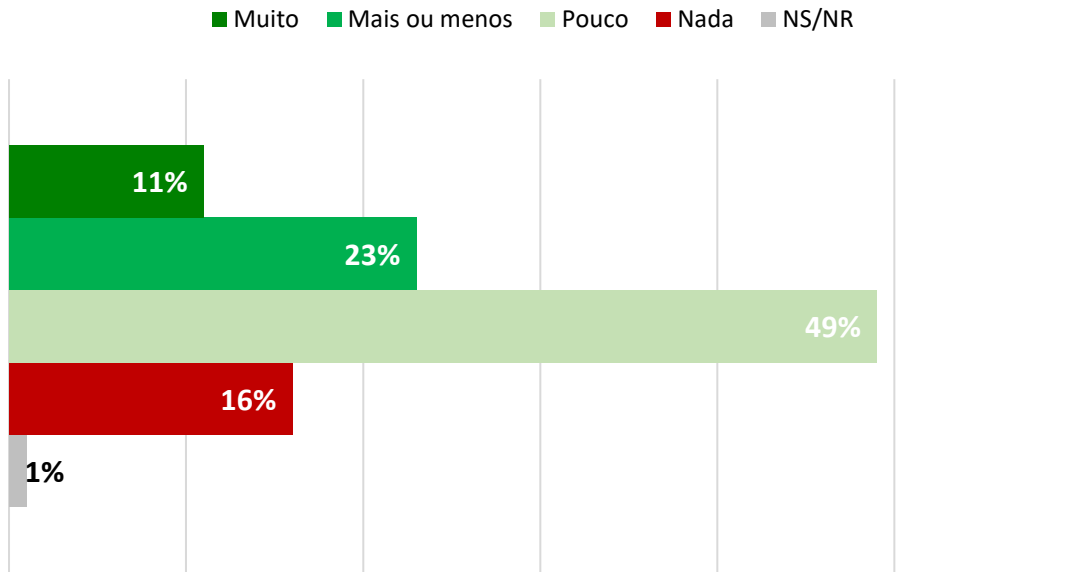
Se esse mundo cada vez mais conectado pode ser ao mesmo tempo oportunidade e ameaça para os negócios, a visão dos executivos é de que é preciso investir em comunicação para enfrentar essa nova realidade no pós-pandemia. Hoje, a ampla maioria das empresas brasileiras (83%) investe em comunicação, percentual que chega a 98% entre as empresas de grande porte. Apenas 16% admitem não investir nada.

Sua empresa investe em comunicação externa?



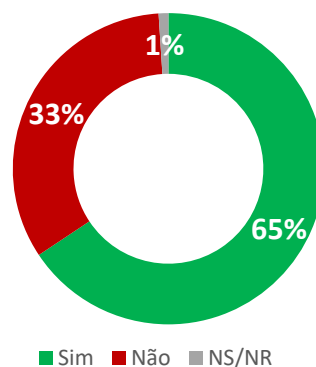
Mas os dados revelam ainda que, desses 83%, a maior parte admite ainda investir pouco em comunicação. Do total de empresas consultadas na pesquisa, 49% dizem investir pouco, 23% mais ou menos e apenas 11% investem muito em comunicação. Sinal de que o mercado da comunicação no Brasil ainda tem amplo espaço para evoluir.

Grau atual de investimento em comunicação



Mas, se o patamar de investimentos em comunicação ainda está longe do ideal, o contexto atual tem levado os executivos a apostar na comunicação como a principal saída para dialogar com seus públicos. De acordo com a pesquisa, 65% dos entrevistados pretendem investir mais em comunicação no pós-pandemia. Na prática, significa dizer que 2 em cada 3 empresas brasileiras apostam nessa saída para lidar com um ambiente cada vez mais diverso, instável e desafiador.

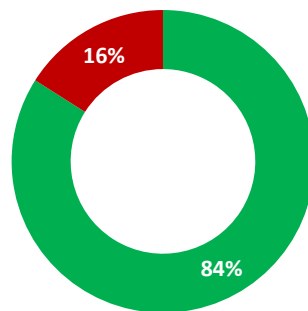
No pós-pandemia, sua empresa pretende investir mais em comunicação?



Comunicação de causas

O mundo da comunicação já emergiu diferente no contexto da pandemia. Empresas e marcas estão cada vez mais ressignificando seus propósitos para se posicionar neste novo ambiente. E o engajamento verdadeiro em causas relevantes para a sociedade é visto como um caminho sem volta. De acordo com a pesquisa, no cenário pós-pandemia, a ampla maioria das empresas (84%) pretende se engajar em causas, principalmente sociais, incluindo doações, parcerias com ONGs e aproximação com as comunidades locais.

No pós-pandemia, sua empresa tem interesse em se engajar em causas?



■ Sim ■ Não ■ NS/NR

A pesquisa

O Instituto FSB Pesquisa entrevistou 1.000 executivos brasileiros entre os dias 7 e 20 de agosto, em amostra representativa do total de empresas de todos os segmentos em atividade no país. A margem de erro do levantamento é de 3pp, com intervalo de confiança de 95%.