

www.pwc.com.ar/es/publicaciones/encuesta-ceo.html

23° Encuesta Anual Global de CEOs - Capítulo Argentina

Liderar el rumbo hacia un futuro inexplorado



Índice

Editorial	3
Metodología y participación de la encuesta	4
Slowbalisation: las expectativas bajan un cambio	5
Una visión sobre lo que se ha dado en llamar “slowbalisation”	7
La incertidumbre desvela a los CEOs	8
Los CEOs argentinos, más selectivos en sus estrategias	9
La regulación tecnológica y el futuro de Internet	10
La fuerza laboral del futuro	12
Upskilling: más que una tendencia. Su importancia en la estrategia de negocios del siglo XXI	13
Potencial de la economía verde	14
Conclusiones	15

Editorial

Acompañar la corriente de la incertidumbre

Liderazgo del siglo XXI: la resiliencia es clave para navegar tiempos inciertos



Más de 1500 directivos en 83 países participaron de la 23° Encuesta Anual Global de CEOs. Como es tradición, y desde que comenzamos a editar la encuesta, PwC presenta los principales resultados en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza.

En esta oportunidad, hay un sentimiento compartido por todas las regiones. El crecimiento económico mundial se desacelerará en 2020, y la incertidumbre una vez más, parece interponerse en el futuro de los negocios. En lo que a cifras se trata, el 53% a nivel global predice que la tasa de crecimiento económico descenderá, y si hacemos un poco de historia en el año 2018 fue solo del 5%. Por su parte, si bien los CEOs argentinos encuestados acompañan esta percepción lo hacen con mayor cautela (0% en 2018 vs. 36% en 2020).

Ahora ¿cómo liderar sin que las preocupaciones inmediatas condicionen la gestión de las organizaciones, y cómo planificar a largo plazo? Sin dudas, la disminución en el crecimiento de la economía global guarda una relación muy cercana con la percepción del crecimiento organizacional.

En este sentido, solo el 38% de los empresarios argentinos respondió sentirse confiado con respecto a las perspectivas de crecimiento de sus organizaciones en el corto plazo, cuando en el informe del año pasado este indicador era del 50%. Esta no es la primera vez que los CEOs deben lidiar con estas cuestiones, y llama la atención, la velocidad con la que crecen los desafíos para enfrentar los vaivenes de la economía global.

Por otra parte, la sensación de incertidumbre se extiende en otros tres temas: la regulación de la tecnología, la mejora de las capacidades del personal y las oportunidades en torno al cambio climático.

La digitalización expone a las empresas a nuevas vulnerabilidades, lo que hace que la ciberseguridad y la privacidad de datos sean más importantes que nunca en todas las industrias. En este aspecto, casi el 50% de los ejecutivos argentinos están preocupados por la ciberseguridad como una de las amenazas a las que deben enfrentarse día a día.

La Cuarta Revolución Industrial introdujo nuevos modelos de negocios y formas de trabajo que requieren renovadas habilidades técnicas, digitales y sociales. Esas habilidades son escasas. A ello se le suma la reducción de canales para encontrar y atraer talentos. En este contexto, el llamado “upskilling” se presenta como un emergente clave que puede dar respuesta a estas cuestiones. Incluye el reentrenamiento y la mejora de las capacidades, además de las actualizaciones de los programas de capacitación.

Asimismo, es de destacar, que comparando las respuestas con los resultados de una década atrás, los directivos hoy en día valoran mucho más los beneficios comerciales, financieros y reputacionales de invertir en iniciativas relacionadas con el cambio climático (30% en 2020 vs. 16% en 2010). Y además, el 25% opina que las acciones vinculadas al cambio climático abren nuevas oportunidades de generar productos y servicios para su organización.

Al cierre de esta edición, si bien es un asunto que no fue abordado cuando comenzó la investigación, creemos que el tema de público conocimiento COVID-19 y su impacto en la economía mundial, es otra de las preocupaciones a nivel mundial, con la que debemos enfrentarnos en los próximos meses.

No obstante ello, y continuando con nuestro propósito de construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes, en PwC Argentina contamos con un Plan de Continuidad de Negocio (PCN) y un Centro de administración de crisis y temas sensibles a nivel global. Asimismo, estamos trabajando desde cada firma miembro de la red muy estrechamente con organizaciones de todo el mundo para ayudarlas a prepararse y responder ante estos eventos e impactos, que sin duda se suman hoy a los emergentes que surgieron en este análisis sobre la 23° encuesta anual global de CEOs.

Agradecemos una vez más a los directivos argentinos que participaron de esta encuesta y que nos brindaron su tiempo y visión sobre cuestiones que son clave para los negocios.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Santiago Mignone'. The signature is fluid and cursive, enclosed within a large, loopy oval shape.

Santiago Mignone
Socio principal de PwC Argentina

Metodología y participación de la encuesta

PwC realizó 1581 entrevistas a CEO en 83 países entre septiembre y octubre de 2019. La muestra está ponderada por el PBI nacional para garantizar que las opiniones de los CEO estén representadas de manera justa en las principales regiones. El 7% de las entrevistas se realizaron por teléfono, 88% en línea, y 10% por correo postal o de manera presencial. Las cuantitativas se llevaron a cabo de forma confidencial.

Información de las organizaciones encuestadas para el Capítulo Argentina

El presente capítulo se escribió a partir de las entrevistas realizadas a ejecutivos de organizaciones locales, de las cuales el 76% pertenece al sector privado y el 24% son sociedades abiertas. A su vez, el 25% se identificó como empresas familiares, el 50% como fondos de inversión, el 19%, como empresas administradas por su propietario; y el 6% como otro tipo. En tanto, también podemos afirmar que, dentro de las organizaciones respondientes, la apertura por industrias fue la siguiente: Retail y Consumo Masivo (19%), Servicios Financieros (12%), Productos Industriales (10%), Bancos y Mercado de Capitales (7%), Seguros (7%). Los 5 sectores concentran más de la mitad de los encuestados argentinos; el resto, pertenece a otros.



Ingresos de las organizaciones argentinas

12% con ingresos de USD 1000 millones o más
36% entre USD 100 millones y 1 mil millones
43% hasta USD 100 millones



Cantidad de empleados de las organizaciones

43% menos de 500
17% entre 500 y 999
26% entre 1000 y 5000
2% más de 5000
5% más de 10.000



Distribución de encuestados por región geográfica

Asia Pacífico (521) América del Norte (209)
Europa Occidental (449) Latinoamérica (160)
Europa Central y Oriental (155) África (40) y Medio Oriente (47)



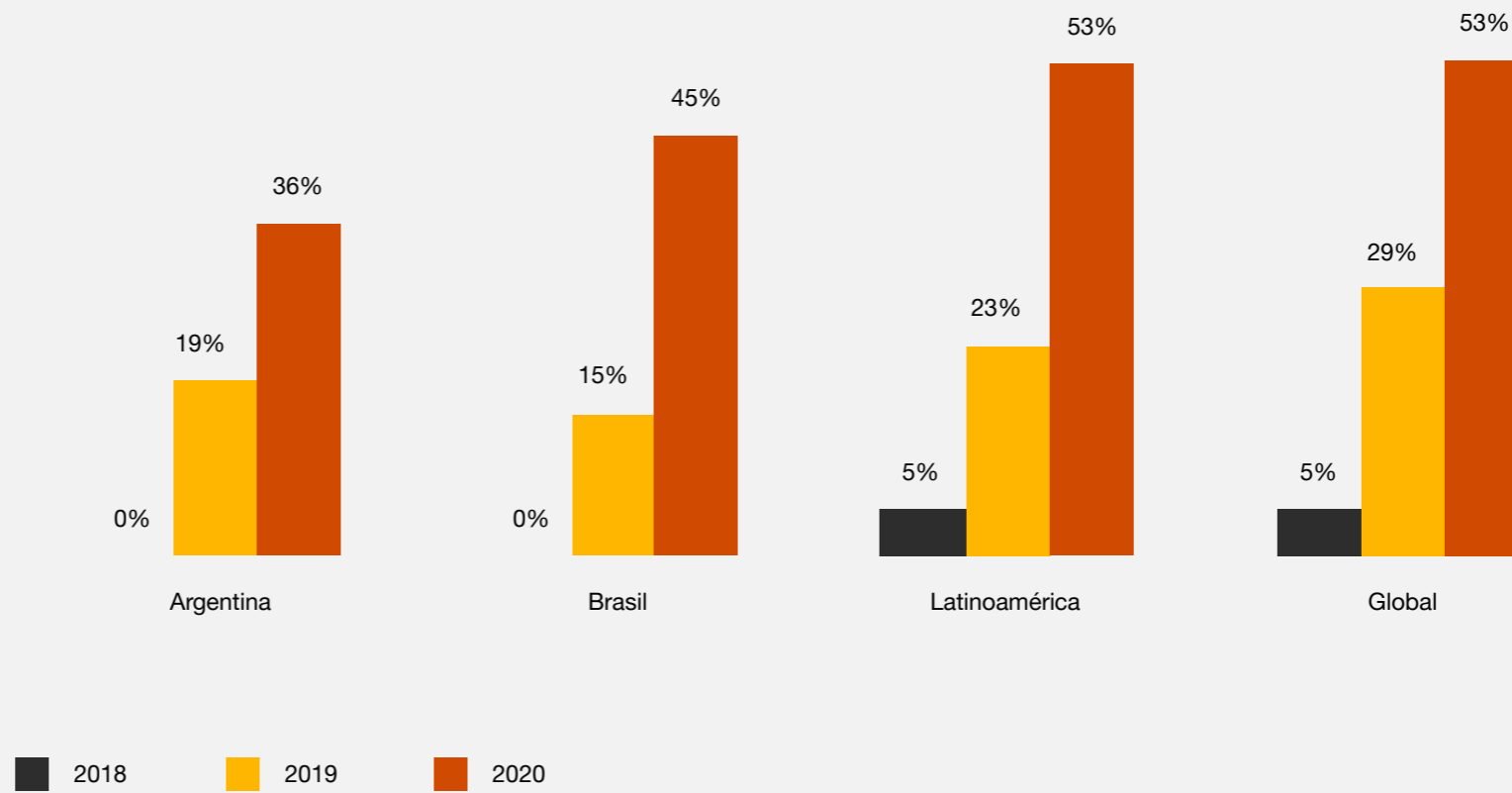
Slowbalisation: las expectativas bajan un cambio

En todas las regiones y territorios relevados por esta encuesta el sentimiento es el mismo: este año el crecimiento económico mundial se desacelerará. La opinión refuerza una tendencia que puede leerse en las últimas encuestas; mientras que en 2018 solo el 5% de los entrevistados a nivel global anticipaba que el crecimiento del PBI disminuiría, en 2020 la proporción es del 53% (y exactamente los mismos porcentajes se repiten en Latinoamérica). Por su parte, los CEOs argentinos también sintonizan con esta percepción, pero reflejan mayor cautela: de 0% en 2018 a 36% este año. Antes bien, la mitad de los empresarios locales considera que el crecimiento de la economía mundial se mantendrá igual, una opinión que se destaca entre el pesimismo de sus pares internacionales (gráfico 1).

GRÁFICO 1
Los CEOs argentinos son menos pesimistas respecto de la evolución del crecimiento económico global.

Pregunta

¿Considera que el crecimiento económico global mejorará, se mantendrá igual o empeorará durante los próximos 12 meses? (CEOs que respondieron “empeorará”).



Inevitablemente, la desaceleración de la economía global se cuela en la percepción del crecimiento organizacional. Este año, en casi todas las regiones los CEOs manifestaron una disminución significativa de la confianza en las perspectivas de crecimiento de los ingresos de sus compañías en el corto plazo. A nivel global, quienes se identificaron como “algo confiados” o “muy confiados” en este aspecto sumaron 73% (9 puntos menos que el año anterior) y los entrevistados en Latinoamérica concentraron el 64% (17 puntos menos). La tendencia es más pronunciada aún en el caso de nuestro país. El total de CEOs argentinos “muy confiados” o “algo confiados” -que el año pasado ya había experimentado una significativa disminución- en esta edición solo alcanzó el 38%. Esto significa que 6 de cada 10 empresarios encuestados en el país no confían en que sus organizaciones crezcan durante los próximos meses (gráfico 2).

“Es el nivel de confianza más bajo desde 2009, cuando solo el 32% de los empresarios argentinos anticipaba el crecimiento a corto plazo de sus organizaciones -comenta Santiago Mignone, socio a cargo de PwC Argentina-. Para aminorar el efecto de la desaceleración económica, los líderes de negocios deben focalizarse en las oportunidades que presentan los mercados, basándose en una estrategia ágil, objetivos bien definidos y la experiencia acumulada a lo largo de los últimos años que fueron muy desafiantes a partir de la irrupción de las nuevas tecnologías”.



Las opiniones locales e internacionales se alinean con mayor optimismo de cara a los próximos tres años. Así, los encuestados en Argentina (86%), en Latinoamérica (84%) y en todo el mundo (85%) se manifestaron “muy confiados” o “algo confiados” en las perspectivas de crecimiento a mediano plazo de sus organizaciones.

GRÁFICO 2

El 60% de los CEOs argentinos no confía en que sus organizaciones crezcan en 2020.

Pregunta

¿Qué tan confiado se siente con respecto a las perspectivas de crecimiento de su organización para los próximos 12 meses?

Global



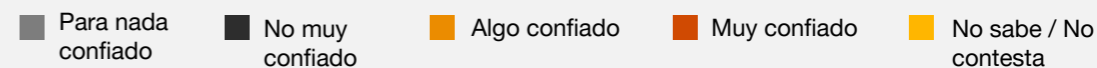
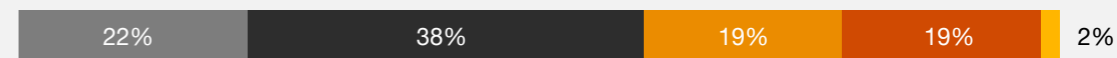
Latinoamérica



Brasil



Argentina



Una visión sobre lo que se ha dado en llamar “slowbalisation”



Por José M. Segura, Economista en jefe de PwC Argentina

Aún antes de los efectos que la pandemia tendrá en la economía global, el mundo ya se encontraba transitando un sendero de crecimiento débil. Tal como vaticinaba el FMI sobre inicios de 2020, el desarrollo global para el corriente año sería menor al proyectado. En el mismo sentido se encontraban las expectativas de los CEOs, quienes en todas las regiones manifestaron mayor pesimismo respecto del futuro.

Amenazas como crisis derivadas de fenómenos climáticos inesperados y disruptivos o la actual pandemia del “coronavirus” dan cuenta sólo de una faceta del fenómeno de slowbalisation, la más inmediata.

Sin embargo, la ralentización global no es un hecho nuevo. El proceso de globalización no es lineal, a pesar de su sentido unívoco ha visto marchas y contramarchas a lo largo de la historia. Es posible que la actual fase del proceso de globalización tenga similitudes (y obviamente diferencias) con otras etapas pasadas de

dicho proceso. Como con otros aspectos de la historia, identificarlas, comprenderlas y actuar en consecuencia contribuirá a evitar errores y disminuir costos.

Hacia la segunda mitad del siglo XIX, la máquina de vapor da origen a la segunda revolución industrial y con ello una significativa caída en los costos de transporte que permite una escala de comercio global como no se había visto hasta entonces. Este nuevo despliegue global de la producción tiene un impacto directo en la productividad y en los precios relativos, generando ciertamente mayor bienestar económico a nivel global, pero con una distribución más desigual y ganadores y perdedores al interior de los estados. La raíz de las tensiones sociales y nacionalistas que dan lugar a los grandes conflictos del siglo XX (las guerras y a la revolución rusa, como sus exponentes más relevantes) puede rastrearse en este contexto económico. Más aún, el creciente desbalance entre producción y demanda que se acumula desemboca en la gran crisis, que no

va a ser resuelta hasta tanto no se reformulan las instituciones del orden internacional, en la segunda posguerra. Paradójicamente, dicho período da lugar a un crecimiento del producto bruto global por encima del crecimiento del comercio internacional y las inversiones transnacionales, razón por la cual algunos autores lo consideran como de “desglobalización”.

La actual fase del proceso de globalización también encuentra sus orígenes en la innovación tecnológica y la consecuente caída en los costos de comunicaciones y manejo de la información. En este período el avance de las denominadas cadenas globales de valor (Global Value Chain) haría que el comercio mundial pasara de 39% del PIB mundial en los 90’ al 58% en 2018. El bienestar global mejoró significativamente, pero el exponencial desarrollo tecnológico que traería consigo migraciones de actividades de un continente a otro y el reemplazo de trabajo humano por tecnología, una vez más dio como resultado un aumento en el nivel de desigualdad y ganadores y perdedores al interior de los

países. Y esto traería consigo el resurgimiento de nacionalismos, de la mano del proteccionismo. Hechos como el Brexit o la disputa comercial entre Estados Unidos y China son solo algunos ejemplos de una sociedad que reclama políticas orientadas hacia adentro. Más aún, podríamos preguntarnos si tras la Gran Recesión – que no llegó a ser depresión merced a las herramientas que surgieran entonces – la economía ha logrado recuperarse, o si se mantiene anabolizada por una política monetaria laxa. La extensión – en profundidad y alcance - de las medidas que los países están adoptando frente a la pandemia pondrá a prueba los grados de libertad que existen dentro de las instituciones actuales para hacer frente al shock.

Frente a este contexto, creemos que es genuino preguntarse, ¿es la “slowbalisation” una fase de un proceso histórico mucho más amplio y abarcador? y, más importante aún, ¿qué podemos aprender del pasado para delinear nuestro futuro?

La incertidumbre desvela a los CEOs

En todos los territorios la incertidumbre en el crecimiento económico surge como la mayor preocupación, y entre los argentinos creció 12 puntos respecto de la edición anterior. Con algunos matices según la región que se considere, emergen otras inquietudes comunes, como la incertidumbre política, la sobrerregulación y la disponibilidad de capacidades clave.

Además de las mencionadas, los CEOs argentinos comparten con sus pares regionales una mayor preocupación por la volatilidad de los tipos de cambio, el aumento de las obligaciones tributarias y el populismo. Finalmente, 9 de cada 10 encuestados en el país también señalaron la inestabilidad social (gráfico 3).

Respecto del año pasado, las preocupaciones que más crecieron entre los ejecutivos argentinos son el proteccionismo (de 46% a 74%), la ruptura de la cadena de suministros (de 35% a 57%), los conflictos comerciales (de 38% a 60%), el cambio climático y los daños medioambientales (de 46% a 67%), el desempleo (de 54% a 67%) y el crecimiento económico incierto (de 83% a 95%). Por otro lado, la volatilidad de los costos energéticos disminuyó 14 puntos (de 69% a 55%).

GRÁFICO 3

La incertidumbre del crecimiento económico lidera las preocupaciones dentro y fuera del país.

Pregunta

¿Cuán preocupado está, si es el caso, sobre estos posibles riesgos para las perspectivas de crecimiento de su organización? (CEOs que respondieron “algo preocupado” o “sumamente preocupado”).

Argentina		Latinoamérica		Global	
Crecimiento económico incierto	95%	Crecimiento económico incierto	91%	Crecimiento económico incierto	81%
Volatilidad de los tipos de cambio	95%	Sobrerregulación	87%	Incertidumbre política	77%
Aumento de las obligaciones tributarias	93%	Incertidumbre política	86%	Disponibilidad de capacidades clave	74%
Incertidumbre política	93%	Aumento de las obligaciones tributarias	83%	Sobrerregulación	74%
Populismo	90%	Populismo	83%	Conflictos comerciales	73%
Inestabilidad social	90%	Volatilidad de los tipos de cambio	81%	Incertidumbre geopolítica	73%
Incertidumbre fiscal	88%	Velocidad del cambio tecnológico	79%	Amenazas cibernéticas	73%
Desigualdad económica	86%	Incertidumbre fiscal	78%	Velocidad del cambio tecnológico	69%
Sobrerregulación	83%	Desigualdad económica	76%	Proteccionismo	65%
Disponibilidad de capacidades clave	79%	Infraestructura básica inadecuada	76%	Cambio climático y daños medioambientales	64%
Disminución del bienestar de sus empleados	79%	Inestabilidad social	74%	Populismo	63%
Acceso a financiamiento	76%	Disponibilidad de capacidades clave	73%	Cambios en la conducta del consumidor	61%
Proteccionismo	74%	Conflictos comerciales	73%	Inestabilidad social	59%
Velocidad del cambio tecnológico	71%	Proteccionismo	71%	Volatilidad de los tipos de cambio	59%
Infraestructura básica inadecuada	69%	Cambios en la conducta del consumidor	71%	Aumento de las obligaciones tributarias	58%
Volatilidad de los precios de las materias primas	69%	Desempleo	70%	Preparación para responder ante una crisis	58%

Los CEOs argentinos, más selectivos en sus estrategias

Para impulsar el crecimiento de sus organizaciones en un año marcado especialmente por la incertidumbre, la búsqueda de la eficiencia operativa sigue siendo la actividad destacada por el 74% de los consultados en el país -si bien disminuyó 7 puntos respecto del año anterior-, en sintonía con la opinión internacional. En segundo lugar, 6 de cada 10 empresarios locales anticiparon el lanzamiento de un nuevo producto o servicio -8 puntos más que el año pasado-, lo que representa un enfoque positivo para navegar por aguas inciertas y deja en tercer lugar el crecimiento orgánico, señalado por la mitad.

Cabe destacar que 4 de cada 10 ejecutivos locales también anticiparon el ingreso a un nuevo mercado, una actividad que creció 11 puntos respecto del 2019. Fuera del país, un tercio de los encuestados coincidieron con esta valoración, pero similar proporción señaló además una mayor diversidad de actividades, que incluye colaborar con emprendedores o startups, nuevas alianzas estratégicas, y nuevas fusiones y adquisiciones (esta última es una actividad que a nivel local solo señaló el 10% de los encuestados, decreciendo 21 puntos

respecto de la edición anterior). Así, con menos alternativas en carpeta, los CEOs argentinos se mostraron más selectivos que sus pares internacionales.

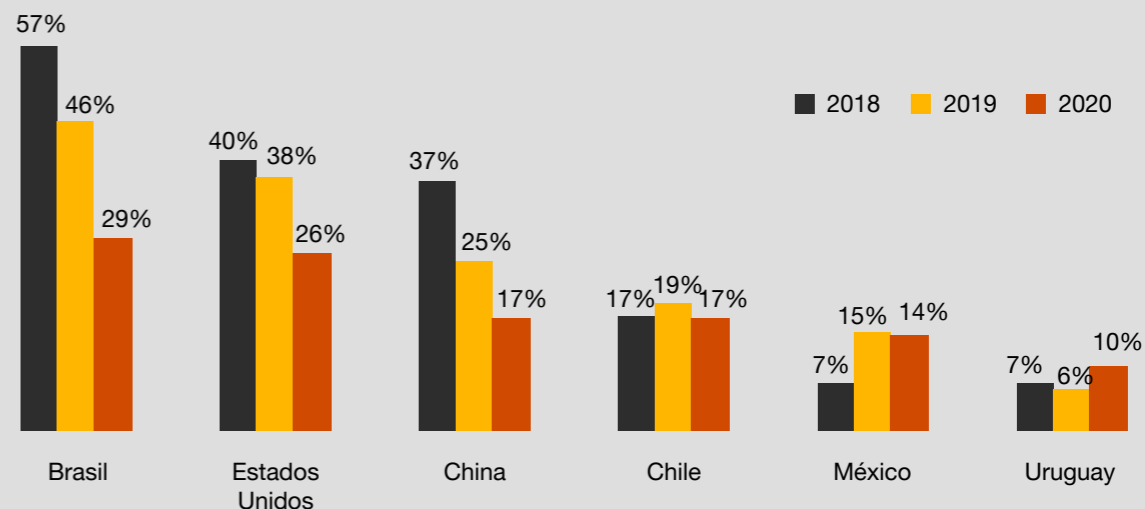
En cuanto a los territorios que los empresarios locales están considerando para las perspectivas de crecimiento a corto plazo, esta edición consolida una tendencia: desde hace dos años decrece la proporción que elige mercados históricamente valorados, como Brasil (28 puntos menos que en 2018), China (20 puntos menos) o Estados Unidos (14 puntos menos) (gráfico 4). Al mismo tiempo, los mercados señalados por menos del 10% de los encuestados crecieron en promedio dos puntos respecto del año pasado; entre ellos: Bolivia, Alemania, Canadá, Costa Rica, España, Hong Kong, República de Corea y Paraguay.

A nivel internacional, más de la tercera parte de los CEOs entrevistados en Uruguay valoraron Argentina para el crecimiento de sus organizaciones, como así también el 13% de los CEOs de China y Brasil, una tendencia que se sostiene respecto de la edición anterior. ¿Y qué anticipan los CEOs acerca de la dotación de personal? Mientras que la proporción de encuestados argentinos que no prevé cambios en su plantilla este año aumentó a 48% (en 2019, 29%), aquellos que planean aumentar su dotación disminuyeron a 24% (en 2019, 40%), en tanto que quienes consideran un recorte disminuyeron a 29% (en 2019: 31%).

GRÁFICO 4
Decrece la cantidad de CEOs argentinos que eligen mercados históricamente valorados.

Pregunta

¿Qué territorios, sin contar aquel en el que está radicado, considera que son más importantes para las perspectivas de crecimiento general de su organización durante los próximos 12 meses?



Frente a la incertidumbre sobre el impacto que tendrán las nuevas regulaciones tecnológicas, encontrar las mejores estrategias para garantizar la futura fuerza laboral y navegar el cambio

climático, los CEOs ponderan que la cooperación entre los gobiernos y el sector privado será cada vez más necesaria para lograr soluciones apropiadas.

La regulación tecnológica y el futuro de Internet

La Cuarta Revolución Industrial está imprimiendo una veloz transformación social de la mano de tecnologías que aprovechan grandes volúmenes de datos (inteligencia artificial, robótica, Internet de las cosas), pero también genera desafíos y debates en torno de la privacidad de la información personal, el contenido de Internet, el dominio de las grandes compañías tecnológicas y la ciberseguridad.

En sintonía con la percepción global, la mayoría de los CEOs argentinos considera que los gobiernos introducirán cada vez más regulaciones sobre el contenido de Internet, incluyendo las redes sociales (64%); en materia de competencia o monopolios, para dividir las empresas tecnológicas dominantes (76%); y para obligar al sector privado a compensar económicamente a los individuos por los datos personales que recopilen (64%)¹ (gráfico 5).

¹Al respecto, 8 cada 10 encuestados en el país también opinaron que los gobiernos usarán cada vez más los datos de los ciudadanos para determinar el acceso a servicios sociales o préstamos, a través del denominado "crédito social"

GRÁFICO 5

Los CEOs argentinos consideran que los gobiernos introducirán cada vez más regulación sobre el contenido de Internet, la compensación de los datos personales y la desmonopolización de las "Big Tech".

Los gobiernos introducirán cada vez más legislaciones para obligar al sector privado a regular el contenido en Internet (incluidas las redes sociales).

64%

21%

Los gobiernos seguirán permitiendo, en su mayoría, que el sector privado autorregule el contenido en Internet (incluidas las redes sociales).

Los gobiernos introducirán cada vez más legislaciones para obligar al sector privado a compensar económicamente a las personas por los datos personales que recopilen.

64%

19%

Los gobiernos seguirán permitiendo, en su mayoría, que el sector privado defina por sí mismo cómo compensarán a las personas por los datos personales que recopilen.

Los gobiernos introducirán cada vez más legislaciones en materia de competencia o monopolios para dividir a las empresas tecnológicas dominantes.

76%

19%

En su mayoría, los gobiernos seguirán permitiendo el crecimiento de las empresas tecnológicas dominantes sin la oposición de la legislación en materia de competencia o monopolios.

Pregunta

¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre el futuro (2022 en adelante) refleja su opinión?

Las diferencias surgen, sin embargo, al analizar el impacto de esas regulaciones. La mitad de los CEOs a nivel global y fundamentalmente el 66% de los norteamericanos creen que los gobiernos aplicarán sus propias legislaciones sobre contenido, comercio y privacidad, y que ello incrementará la fractura de Internet. A la inversa, el 54% de los ejecutivos latinoamericanos y, en particular, el 67% de los argentinos perciben que se adoptará una legislación a nivel internacional, por lo cual la plataforma estará menos fragmentada (gráfico 6). La excepción a nivel global se registra entre los ejecutivos de los sectores de Gobierno y Retail, quienes con el 43% y el 48% de las respuestas, respectivamente, consideran que las futuras regulaciones promoverán un mundo digital menos fracturado. Cabe destacar que el 10% de los encuestados en todo el mundo declaró no saber qué pasará.

En este escenario, los CEOs afirman que el trabajo conjunto entre gobiernos y empresas será el camino para encontrar las resoluciones adecuadas. En línea con la opinión global, el 38% de los argentinos considera que esa cooperación ya está aumentando los flujos transfronterizos de datos y el 36% cree (en el caso de los brasileños, el 48%) que la colaboración entre las partes está impulsando una mayor armonización de las estrategias de

ciberseguridad (una de las áreas de articulación público-privada que los encuestados en el país consideran más importantes para generar confianza en la sociedad).

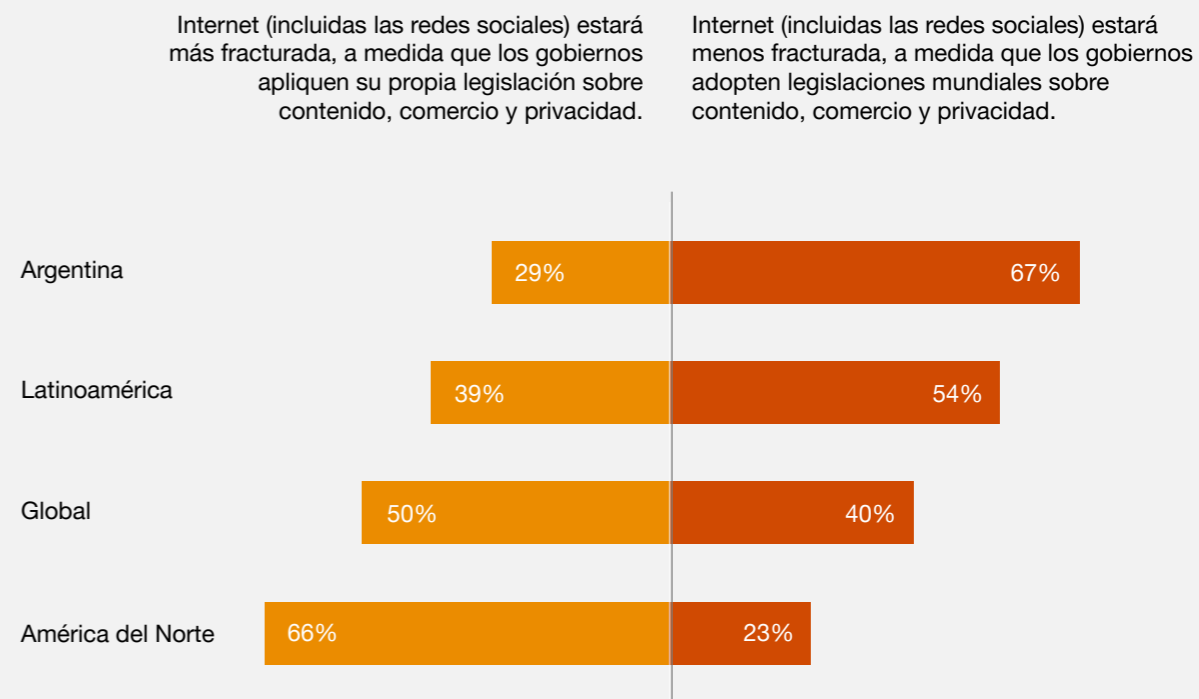
“En la actualidad no existe aún un marco global sólido que controle los ataques tecnológicos. El ciberdelito sigue en aumento y nos estamos enfrentando a adversarios cada vez más sofisticados que cuentan con tiempo y recursos suficientes como para vulnerar los activos más valiosos de las organizaciones -explica Mignone-. Este estudio arrojó que un 48% de los directores ejecutivos locales están preocupados por la ciberseguridad como una de las amenazas a las que deben enfrentarse día a día”.

GRÁFICO 6

La opinión de los CEOs está dividida respecto del impacto que tendrán sobre Internet las regulaciones sobre contenido, comercio y privacidad: ¿Provocarán más o menos fractura?

Pregunta

¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre el futuro (2022 en adelante) refleja su opinión?



La fuerza laboral del futuro

En nuestro país, 8 de cada 10 empresarios se manifestó preocupado por la escasez de trabajadores que combinen las habilidades digitales, técnicas y sociales necesarias para el actual entorno tecnológico y 7 de cada 10 considera que la cooperación entre gobiernos no está favoreciendo el movimiento de la fuerza laboral entre mercados. Estas inquietudes afectan el crecimiento de las organizaciones: mientras que el 38% de los encuestados en el país dice tener una visión clara de cómo crear valor para sus clientes, solo el 7% asegura que es capaz de atraer, retener y desarrollar el talento que necesita para lograrlo.

De cara a este complejo desafío, en la encuesta anterior los CEOs habían señalado la capacitación del personal propio como una estrategia para cerrar la brecha de talento. En esta edición sondeamos los avances de las acciones desplegadas con ese objetivo. Así, el

40% de los argentinos reportó un significativo avance en la implementación de una estrategia diversa e inclusiva para reclutar talentos, lo que abarca oportunidades para los más jóvenes y paridad de género. Asimismo, un 36% destacó un importante progreso en el desarrollo de programas de capacitación, un área en la que a nivel global se reportó avances significativos solo en el 18% de los casos, y en particular solo el 9% de los encuestados del sector de Minería (gráfico 7).

“Claramente, es necesaria una adaptación de la fuerza laboral, no solo para mantener la competitividad del negocio, sino fundamentalmente para garantizar el futuro del trabajo -opina Mignone-. Los líderes de negocios, educadores, gobiernos y la sociedad civil deberíamos trabajar en conjunto para asegurar que las personas posean un trabajo productivo, gratificante y con propósito”.

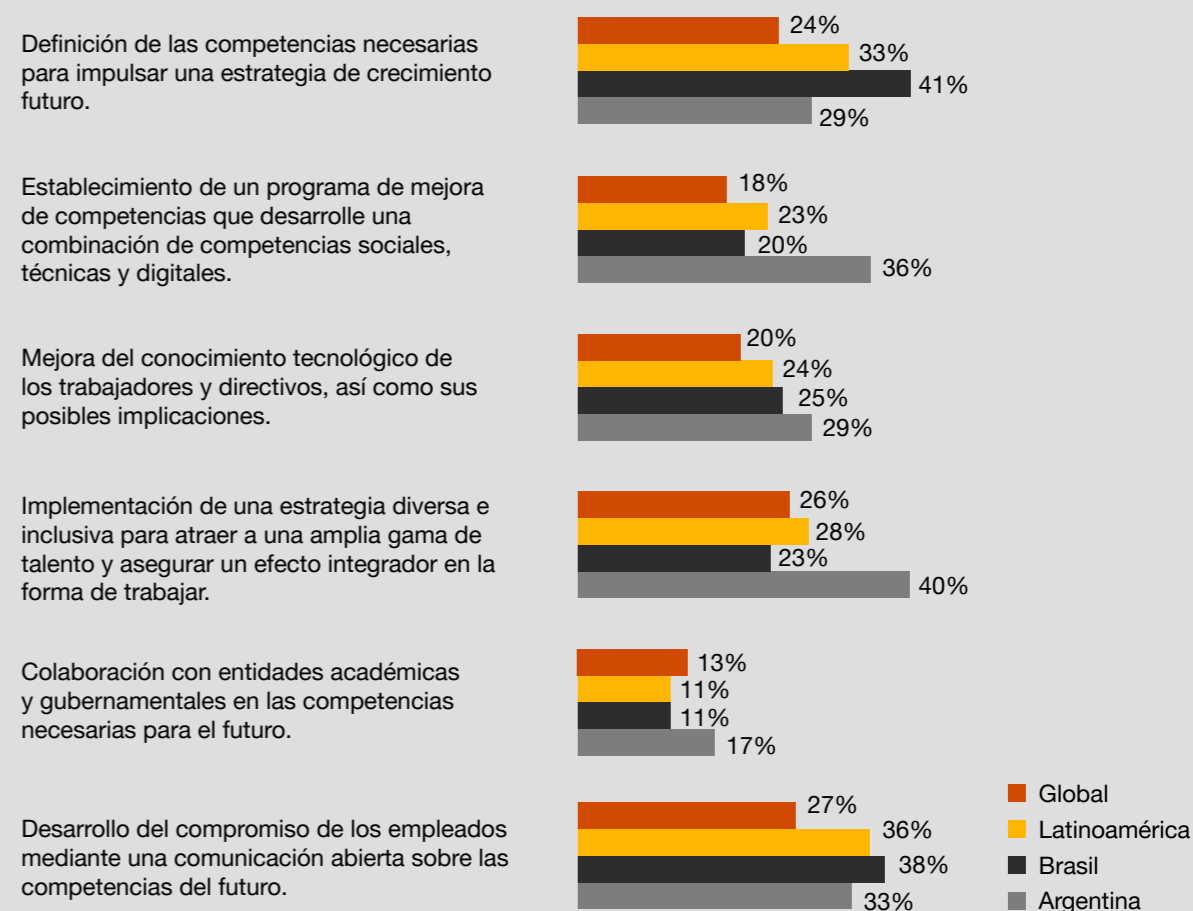


GRÁFICO 7

El futuro de la fuerza laboral en las organizaciones argentinas, entre las estrategias para la diversidad y la inclusión, y los programas que mejoran competencias clave.

Pregunta

¿Qué progreso ha hecho su organización en los siguientes ámbitos relacionados con la mejora de las competencias? (CEOs que respondieron “el progreso es significativo”).



Upskilling: más que una tendencia. Su importancia en la estrategia de negocios del siglo XXI



Por Damián Vázquez,
socio de PwC Argentina

El mundo está enfrentando una crisis de talento. Por un lado, hay un consenso generalizado que las nuevas tecnologías y la automatización (producto de la Cuarta Revolución Industrial) están amenazando muchos de los trabajos en su forma actual. Por el otro lado, existe en las organizaciones un reclamo sobre la falta de talento calificado para la nueva economía digital. Los resultados de la 22° Encuesta Anual Global de CEOs de PwC realizada el año pasado, mostraron que un 79% de los encuestados mencionaba la falta de talentos calificados como una de sus tres grandes áreas de preocupación. Efectivamente, vemos hoy en día en las organizaciones que los trabajos que requieren nuevos conocimientos tales como inteligencia artificial, robótica, científicos de datos, internet de las cosas, son cada vez más demandados y a la vez más difíciles de cubrir. Ambas tendencias han acentuado el salto

entre el perfil de los empleados actuales y la fuerza laboral del futuro, de ahí surge en los últimos años el fuerte interés en el upskilling. Este se refiere a la expansión del talento y las capacidades de las personas para cubrir las necesidades de una economía que cambia rápidamente.

Ahora bien, ¿qué están haciendo las organizaciones en la Argentina para cubrir esta brecha de talento?

Según la 23° Encuesta Anual de CEOs de PwC en Argentina, resta mucho por hacer, ya que solo un 29% de las organizaciones ha definido las competencias que requieren para impulsar una estrategia de crecimiento futuro; y solo un 36% ha establecido algún tipo de programa de mejora de competencias.

Los resultados muestran también que los tres grandes desafíos que enfrentan las organizaciones para mejorar las capacidades de sus talentos pasan por: la definición de cuáles son las competencias que deben construir; la capacidad para lograr que sus empleados adquieran estos nuevos skills; y la motivación y retención de los talentos que han desarrollado estas nuevas capacidades.

En este sentido, es importante mencionar que una iniciativa de upskilling no pasa solamente por brindar un entrenamiento específico a un grupo de personas en una nueva tecnología. Un programa de upskilling debe ser una iniciativa más abarcativa que permita convertir un nuevo conocimiento en resultados productivos concretos. Implica identificar cuáles son las habilidades y talentos que van a ser requeridos en el futuro, qué negocios los van a requerir, y

cómo llevar adelante un plan en el tiempo para que paulatinamente la gente vaya desarrollando esos skills e incorporándolos en las nuevas formas de trabajar y hacer negocios.

En definitiva, junto con las nuevas tecnologías, el desarrollo de habilidades blandas que fortalezcan la capacidad de aprendizaje continuo y la adopción de nuevos conocimientos es también fundamental, de forma tal que logremos que nuestros talentos puedan evolucionar y estar listos para nuevos trabajos que aún hoy no estamos en condiciones de proyectar. En resumen, el upskilling y la adopción de nuevos conocimientos tienen que convertirse en el denominador común para toda organización que pretenda tener éxito en el futuro.

Potencial de la economía verde

Si bien aún es moderado el progreso en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero acordado por los líderes internacionales, la economía global se está volviendo más eficiente en el campo de la energía y las tecnologías de descarbonización, lo cual también representa una oportunidad para las organizaciones.

De hecho, en la última década los CEOs han incrementado su percepción respecto de las ventajas comerciales, financieras y de imagen corporativa que puede generarles ser más ecológicos. En el país, 8 de cada 10 ejecutivos considera que alinearse con iniciativas sobre el cambio climático beneficia la reputación de su organización -13 puntos más que en 2010-. Además, el 64% estima que estas iniciativas también representan oportunidades para nuevos productos y servicios -20 puntos más que en 2010-, una apreciación que a nivel global destacaron especialmente el 74% de los empresarios del sector de Energía.

Finalmente, entre los entrevistados argentinos viene creciendo la postura de aprovechar fondos públicos e incentivos financieros para las inversiones verdes, según el 29% de las respuestas -15 puntos más que en 2010- (gráfico 8).

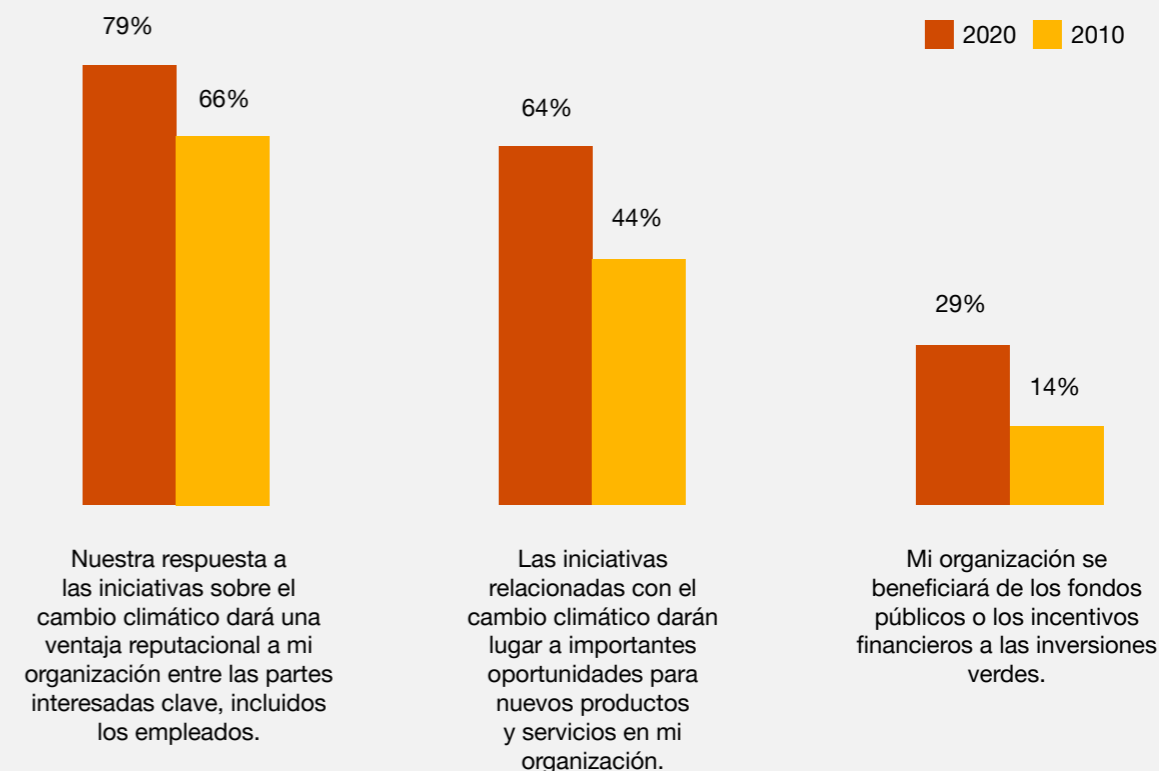
“Los CEOs están más conscientes respecto de la necesidad y los beneficios de una perspectiva ecológica -afirma Martín Barbafiga, socio a cargo del área de Marketing y Comunicaciones de PwC Argentina-. En este sentido, 7 de cada 10 encuestados en el país reconocen que sus clientes, empleados, inversores y demás partes interesadas tienen expectativas razonables respecto de su enfoque sobre el cambio climático, y aseguran haber evaluado los potenciales riesgos de una transición de su empresa hacia una economía más verde. Además, el 55% sostiene haber analizado los potenciales riesgos físicos de futuros eventos climáticos”, concluye el ejecutivo.

GRÁFICO 8

En la última década, los CEOs argentinos han incrementado su percepción respecto de las ventajas comerciales, financieras y reputacionales de una economía más verde.

Pregunta

¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones acerca del cambio climático? (CEOs que respondieron “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo”).



Conclusiones

En mayor o menor medida todas las regiones y territorios participantes de la encuesta coinciden que este año el crecimiento económico mundial se desacelerará. Sin bien los CEOs argentinos acompañan esta tendencia lo hacen con mayor cautela. Para aminorar el efecto de la “slowbalisation”, los líderes de negocios deben focalizarse en las oportunidades que presentan los mercados, basándose en una estrategia con objetivos bien definidos.

En este aspecto, la percepción de la economía global está fuertemente vinculada con las perspectivas de las organizaciones. Casi todas las regiones, muestran una disminución de la confianza en el crecimiento para este año. En Argentina, esta disminución es más significativa: el 60% de los CEOs no confía en que sus organizaciones crezcan este año. Para impulsar el crecimiento en un año marcado especialmente por la incertidumbre, la búsqueda de la eficiencia operativa sigue siendo la actividad destacada por el 74% de los consultados en el país, en sintonía con la opinión global.

La Cuarta Revolución Industrial está imprimiendo una veloz transformación social de la mano de tecnologías que aprovechan grandes volúmenes

de datos (inteligencia artificial, robótica, Internet de las cosas), pero también genera desafíos y debates en torno de la privacidad de la información personal, el contenido de Internet, la regulación, y la escasez de talento.

En nuestro país, 8 de cada 10 empresarios se manifestó preocupado por la falta de trabajadores que combinen las habilidades digitales, técnicas y sociales necesarias para el actual entorno tecnológico. En este sentido, la mayoría de los ejecutivos coinciden que el reentrenamiento y la mejora de las capacidades es la mejor estrategia para acompañar esta disrupción y cambio en las nuevas formas de trabajo.

Los CEOs están más conscientes respecto de la necesidad y los beneficios de una perspectiva ecológica. En este sentido, 7 de cada 10 encuestados en el país reconocen que sus clientes, empleados, inversores y demás partes interesadas tienen expectativas razonables respecto de su enfoque sobre el cambio climático, y aseguran haber evaluado los potenciales riesgos de una transición de su empresa hacia una economía más verde.



Por Martín Barbaфина,
socio a cargo
de Marketing y
Comunicaciones de
PwC Argentina

En resumen, el mundo está atravesando grandes transformaciones, desde la incertidumbre económica y política hasta la disrupción de la tecnología. Esta última, avanza a una velocidad sin precedentes e impacta sobre nuestras vidas, reconfigurando el escenario de los negocios y de la sociedad en general, desafiando de esta forma las estrategias, donde el consenso entre los diferentes sectores, público-privado, es clave para avanzar en el camino del crecimiento.

Para su consideración: El análisis hasta aquí expuesto y como se aclaró más arriba en la editorial, se basó en la respuesta de los líderes, previo a la declaración por parte de la OMS del COVID-19 como pandemia mundial.





Acerca de la encuesta

PwC realizó 1.581 entrevistas a CEOs en 83 países, entre septiembre y octubre de 2019. La muestra está ponderada por el PBI nacional para garantizar que las opiniones de los encuestados estén representadas de manera justa en las principales regiones. El 7% de las entrevistas se realizó por teléfono, el 88% en línea y el 5% por correo postal o de manera presencial. Todas las entrevistas cuantitativas se llevaron a cabo de forma confidencial. El 46% de las empresas tenían ingresos de mil millones de dólares o más; el 35%, entre cien millones y mil millones de dólares; y el 15%, hasta cien millones de dólares. El 55% de las empresas eran de propiedad privada. Los resultados están disponibles en www.pwc.com/ceosurvey

Acerca de PwC

En PwC, nuestro propósito es construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes.

Somos una red de firmas presentes en 157 países con más de 276.000 personas que se han comprometido a ofrecer servicios de calidad en Auditoría, Consultoría, Asesoramiento impositivo y legal y Global Outsourcing Solutions.

Para mayor información visita: www.pwc.com.ar

PwC se refiere a la red de PwC y/o a una o más de sus firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada. Para mayor información consulte www.pwc.com/structure

Contactos

Santiago Mignone

Socio a cargo de PwC Argentina
santiago.mignone@pwc.com

Martín Barbafina

Socio a cargo de Marketing y Comunicaciones de PwC Argentina
martin.barbafina@pwc.com

Material de distribución gratuita de propiedad de PricewaterhouseCoopers International Limited y de sus firmas miembro Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. PwC Legal S.R.L., todas en adelante "PwC Argentina", cada una de ellas actúa como una entidad legal separada e independiente. La información y material contenidos en esta publicación son meramente informativos y no reemplazan la consulta y asesoramiento de profesionales. La información provista no es una recomendación, asesoramiento o sugerencia para la realización de cualquier actividad, operación, inversión o negocio, quedando "22° Encuesta Anual Global de CEOs - Capítulo Argentina" y "PwC Argentina" exentos de todo tipo de responsabilidad por las decisiones que pudiera tomar el lector de la misma. Tampoco será responsable por los daños y/o perjuicios que como consecuencia de la misma, o por errores, omisiones, o inexactitud de la información contenida en ella pudiera sufrir el lector. Los contenidos expuestos no reflejan la opinión de "PwC Argentina". "PwC Argentina" no declara ni garantiza que la información sea precisa, completa o actual. No ofrece garantías ni declaraciones relativas al uso del contenido del material distribuido en cuanto a la exactitud, precisión, utilidad, oportunidad, fiabilidad, etc. Las imágenes que se encuentren en el material son de carácter ilustrativo, referencial y no contractual.

"PwC Argentina" garantiza el derecho de acceso, información, rectificación, actualización, supresión y/o portabilidad según ley 25.326. Si desea información sobre la recolección, recopilación y procesamiento de su información de identificación personal así como que la misma sea suprimida o actualizada de nuestros registros deberá enviar un correo electrónico a datospersonales@ar.pwc.com. o dirigirse a Hipólito Bouchard 557, Piso 7, CABA.

[@PwC_Argentina](https://twitter.com/PwC_Argentina) [f /PwCArgentina](https://www.facebook.com/PwCArgentina) [You Tube /PwCArgentina](https://www.youtube.com/channel/UC...) [Linked in /PwCArgentina](https://www.linkedin.com/company/PwCArgentina) [i /pwcartentina](https://www.instagram.com/pwcartentina)

© 2020 En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PwC Legal S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.