

26° Encuesta Anual Global de CEOs - Capítulo Argentina

Ganar hoy la carrera por el futuro

[www.pwc.com.ar/es/publicaciones/
encuesta-ceos-capitulo-argentina](http://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/encuesta-ceos-capitulo-argentina)



Índice

Editorial	03
Contenido	
■ Una agenda balanceada	06
■ El péndulo de las expectativas económicas: entre la supervivencia inmediata y la reinención del negocio	09
■ La tecnología concentra las inversiones para asegurar el futuro	16
■ Mitigar riesgos climáticos: los CEOs argentinos pasaron a la acción	17
Conclusiones	19
Metodología	22

Gestión comprometida para ganar la carrera por el futuro



Les damos la bienvenida a una nueva edición de nuestra encuesta. Llevamos 26 años recogiendo las opiniones de los ejecutivos del mundo en materia de gestión, confianza, acciones y comportamientos, en el marco de un mundo cambiante. En esta oportunidad, presentamos las estrategias que prevén los CEOs para superar los desafíos inmediatos y las decisiones que tomarán para reinventar el negocio en el futuro.

En este sentido, observamos que los ejecutivos del mundo son mucho menos optimistas respecto al crecimiento económico en los próximos 12 meses, a diferencia de lo registrado en los últimos 24 meses, cuando el optimismo superó el 70%. Es así como el mayor desafío de este año para los CEOs es la evolución de la economía, ya que sólo el 18% tiene buenas expectativas para este 2023, mientras que el 73% estima que la economía global empeorará a causa del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y sus efectos colaterales, cifras que reflejan el nivel más bajo de optimismo registrado desde que se introdujo esta pregunta a la encuesta, hace 12 años atrás.

En Latinoamérica la percepción negativa se replica. Esto tiene relación con las principales preocupaciones de los encuestados en Argentina, donde destacan la volatilidad macroeconómica, la desigualdad social, los conflictos geopolíticos y la ciberseguridad.

De igual forma, la opinión de los CEOs respecto de la evolución de la economía ya sea global o doméstica, detalla una importante disminución en la confianza sobre las perspectivas de crecimiento de los ingresos en los próximos 12 meses. En nuestro país, el 42% de los consultados confía en el incremento de los ingresos de sus organizaciones, aún por debajo del 53% que registraron sus pares en la región y el mundo.

En este sentido, creemos que los retos inmediatos y de largo plazo relevados en la encuesta confluyen en una única conclusión: ganar hoy la carrera por el futuro, lo que significa

fundamentalmente transformarse. Una muestra de ello es que más del 30% de los CEOs de la región y del mundo creen que sus organizaciones no serán económicamente viables en una década si siguen por el camino actual.

En concordancia con esta visión vemos cómo los ejecutivos argentinos han comenzado a impulsar el cambio en sus empresas, ya que cerca del 75% de los entrevistados estima invertir en la modernización tecnológica de su organización en los próximos meses y el 44% ya completó una estrategia basada en datos para mitigar riesgos climáticos.

Siguiendo con esta línea de análisis, vemos cómo los CEOs están aceptando el impacto a largo plazo de tendencias globales como: cambio climático, disrupción tecnológica, cambios demográficos e inestabilidad social, para reconfigurar el negocio. Es aquí donde reafirmamos la importancia de gestionar con propósito y objetivos claros, donde la **confianza** sigue siendo una pieza clave para construir relaciones en el largo plazo con los clientes, las comunidades y la sociedad en general.

Ante este escenario, los CEOs son conscientes del importante papel que tienen en la generación de acciones que contribuyan con la descarbonización de las operaciones de sus empresas. En este sentido, la encuesta revela que casi el 40% de las empresas a nivel global están implementando iniciativas para reducir las emisiones de carbono, mientras que el 27% se encuentra desarrollando productos que no afectan el medio ambiente.

A nivel local, resalta el hecho de que el 44% de los empresarios consultados logró completar una estrategia basada en datos para reducir las emisiones y mitigar los riesgos climáticos, superando en 21 puntos lo reportado por sus pares de la región y del mundo. Esto denota el compromiso de los CEOs argentinos con la campaña Net Zero impulsada por las Naciones Unidas, cuyo objetivo consiste en lograr que las empresas reduzcan a cero sus emisiones para 2030.

En esta edición, los líderes fueron consultados sobre sus tareas y la distribución de su tiempo, resultando que más del 30% de los CEOs desea reorganizar su agenda para enfocarse más en el desarrollo estratégico del negocio de cara al futuro sin dejar a un lado el relacionamiento con empleados, clientes y otros grupos de interés. Dada la magnitud de los desafíos globales de hoy en día, es fundamental que los directores ejecutivos aprovechen los ecosistemas colaborativos.

Finalmente, queremos agradecer nuevamente a todos los ejecutivos argentinos que participaron de esta encuesta donde quedó en evidencia la importancia de llevar adelante un liderazgo unido que genere confianza y que gestione brindando resultados sostenibles no solo para el presente sino para el futuro.



Santiago Mignone
Socio a cargo de PwC Argentina



Ganar hoy la carrera por el futuro

Los CEOs están conduciendo sus organizaciones a través de una gestión dividida en dos frentes temporales. Por un lado, están las urgencias de un contexto macroeconómico que, ya sea a nivel mundial como nacional, más de la mitad de los empresarios argentinos considera que empeorará en 2023. Por el otro, los directores ejecutivos son cada vez más conscientes de los grandes desafíos globales que impactarán en la sustentabilidad del negocio, tales como la disrupción tecnológica, el cambio climático o la desigualdad social, y en este sentido la tercera parte de los encuestados en Argentina no cree que su empresa sea económicamente viable en 10 años sin realizar una transformación en sus modelos de negocios .

Los desafíos inmediatos y de largo plazo relevados en la 26° Encuesta Anual Global de CEOs de PwC confluyen, no obstante, en una conclusión ineludible: ganar hoy la carrera por el futuro significa, fundamentalmente, transformarse. Con esta visión, alrededor del 75% de los entrevistados en el país planea invertir en tecnología durante los próximos meses, el 44% ya completó una estrategia basada en datos para mitigar riesgos climáticos mientras que la tercera parte está colaborando con otras organizaciones en la creación de valor comercial y con organizaciones no gubernamentales para crear valor social.

Una agenda balanceada

El complejo equilibrio que los CEOs deben gestionar respecto de los desafíos inmediatos y futuros comienza con su propio calendario. Al respecto, la encuesta de este año consultó a los ejecutivos de todo el mundo en qué tareas asignan actualmente su tiempo y de qué manera les gustaría distribuirlo si pudieran pensar en una agenda ideal.

En el primer caso, dos de cada 10 entrevistados en el país dedica su tiempo fundamentalmente a impulsar el rendimiento operativo, desarrollar el negocio y su estrategia para satisfacer las exigencias del futuro y relacionarse con empleados y clientes, en tanto que el 13% también dedica tiempo a relacionarse con inversores, funcionarios públicos y otros líderes externos, sin mayores diferencias respecto de las respuestas internacionales.

Por otro lado, si pudieran reasignar el tiempo en una nueva agenda, casi el 30% de los empresarios argentinos desearía enfocarse más en el desarrollo estratégico del negocio de cara al futuro (lo que incluye la participación del Directorio), manteniéndose las proporciones que señalan el relacionamiento con empleados, clientes y otros stakeholders.

Lo cierto es que las demandas y expectativas del presente y del futuro exigen que las organizaciones desarrollen al máximo su agilidad, y en este sentido la mayor parte de los territorios relevados componen una foto similar. A modo de ejemplo, en sintonía con sus pares de la región y del mundo, los respondientes argentinos se repartieron entre quienes aseguran que “a menudo” (entre el 61% y el 80% del tiempo) los proyectos suelen satisfacer o exceder las previsiones iniciales de desempeño financiero y quienes consideran que esto ocurre “a veces” (entre el 41% y el 60% del tiempo), según el 33% de los encuestados en cada caso.

De la misma manera, el 33% de los CEOs argentinos opina que “a menudo” las personas que ocupan posiciones de liderazgo en diferentes niveles de la organización toleran fracasos de pequeña escala, mientras que el 28% percibe que esto ocurre “a veces”, otra tendencia que también se repite fuera del país. Asimismo, el 35% de los directores ejecutivos encuestados en Argentina asegura que los líderes de su organización “a menudo” fomentan el disenso y el debate, una opinión con la que coincide el 35% a nivel global y el 38% a nivel regional.

Como matiz local, el 25% de los CEOs argentinos reportó que los diferentes líderes de su organización “a menudo” toman decisiones estratégicas para su función o división sin necesidad de consultarlos, cuando el 28% de las respuestas de la región indicaron que esto ocurre “a veces” y el 31% a nivel global. Por último, tanto en el país como en la región el 49% de los encuestados señaló que “habitualmente” (entre el 81% y el 100% del tiempo) sus empleados están alineados con los valores y la dirección de la organización, superando en cuatro puntos la media global.

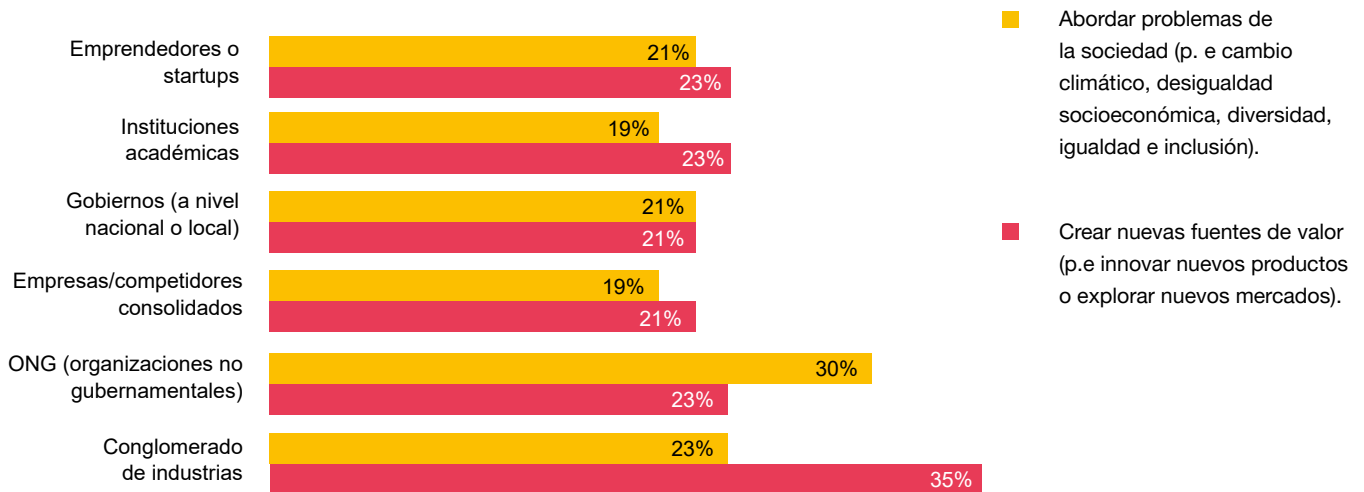
Asimismo, la magnitud de los desafíos actuales hace que sea fundamental que los directores ejecutivos amplíen el uso de los ecosistemas colaborativos, ya sea para contribuir a la creación de valor comercial o para abordar desafíos sociales.

Así, el 35% de los empresarios argentinos colabora intensamente con su sector industrial para crear nuevas fuentes de valor, tales como innovar en la producción o bien explorar nuevos mercados, cuando a nivel global los ejecutivos prefieren hacerlo directamente con competidores consolidados (26%) y a nivel regional, con emprendedores o startups (24%).

Gráfico 1

Los empresarios argentinos eligen trabajar con su sector para crear valor comercial y con ONG para crear valor social

P: ¿En qué medida su empresa está colaborando con los siguientes grupos para crear nuevas fuentes de valor y abordar problemas de la sociedad? (Encuestados que respondieron “mucho” o “muchísimo”).



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

Finalmente, para la creación de valor social la mayoría de los encuestados en el país (30%) se enfoca en colaborar con organizaciones no gubernamentales, en tanto que una proporción significativamente menor de ejecutivos a nivel global (18%) trabaja con gobiernos nacionales o locales y los encuestados en la región se reparten entre la articulación con su sector industrial y el trabajo con ONG, con el 19% de las respuestas en cada caso. Estas colaboraciones se enfocan en áreas como educación (79%), desarrollo sostenible (66%) y diversidad, equidad e inclusión (53%).

El péndulo de las expectativas económicas: entre la supervivencia inmediata y la reinversión del negocio

Apenas 12 meses atrás, los CEOs de todo el mundo expresaban un optimismo histórico respecto del crecimiento de la economía global. En esta edición la tendencia se revirtió, siendo la evolución económica el mayor desafío del 2023. Una muestra de ello es que sólo el 18% pudo sostener las mejores expectativas, mientras que el 73% asegura que la economía global empeorará en el marco del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y sus efectos colaterales, como el aumento de los precios de la energía y las materias primas y la aceleración de la inflación en precios y salarios.

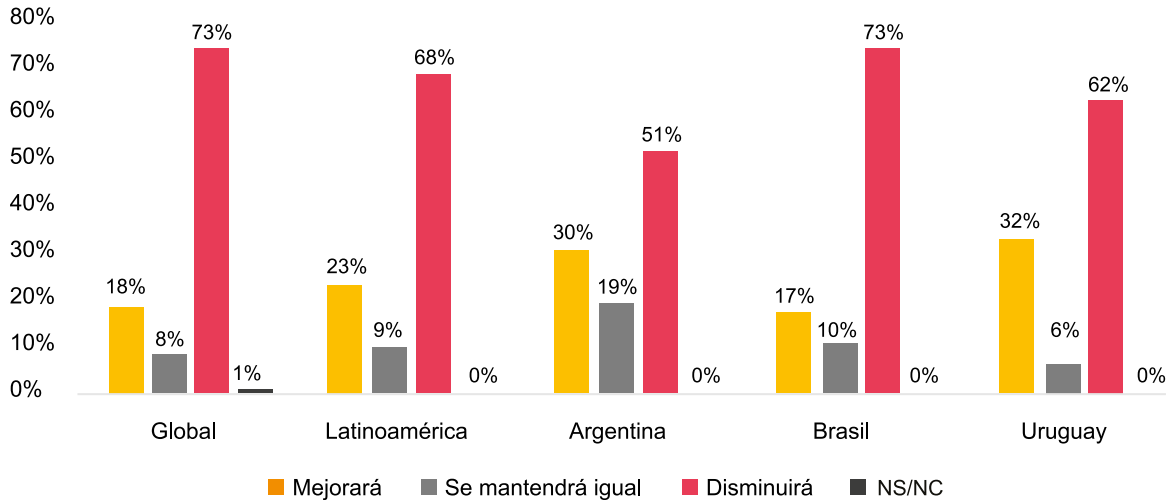
La percepción negativa internacional se replica en el 68% de los ejecutivos consultados en Latinoamérica y el 51% en Argentina, lo que evidencia una mirada más moderada de los empresarios locales, entre quienes el 30% también opinó que la economía global mejorará.

Sin embargo, la percepción negativa argentina aumenta cuando el sondeo indaga por la evolución a corto plazo de la economía nacional: el 63% cree que empeorará. Y si bien la proporción se alinea con la media global del 59%, lo cierto es que en la región los empresarios argentinos se destacaron por superar las opiniones más pesimistas, sobre todo en comparación con Brasil (27%) y Uruguay (21%).

Gráfico 2

Los CEOs argentinos, más moderados respecto de la evolución de la economía global

P: ¿Considera que se producirá algún cambio en el crecimiento económico (es decir, el producto interno bruto), si es que cambia, durante los próximos 12 meses en la economía global?



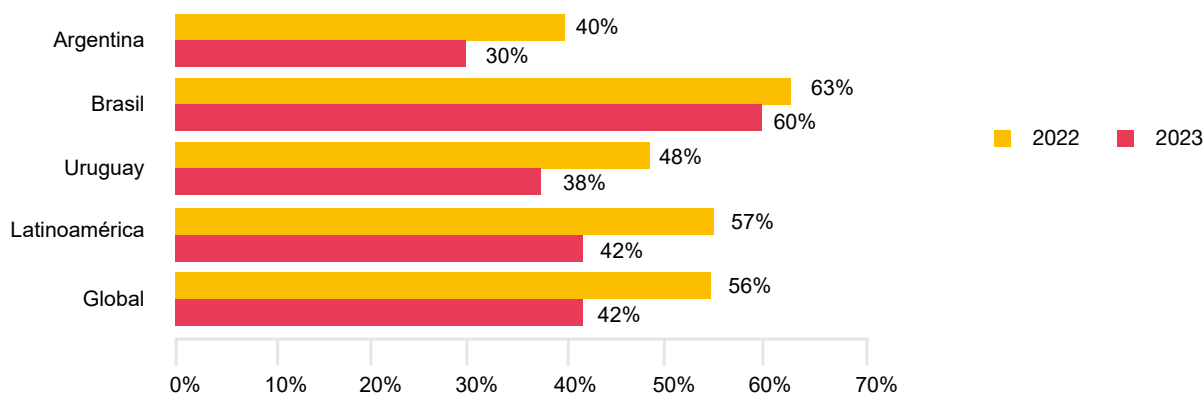
Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

La sensación respecto de la evolución de la economía, ya sea global o doméstica, también se traslada a la esfera organizacional a través de una disminución en la confianza sobre las perspectivas de crecimiento de los ingresos. En nuestro país, el 30% de los encuestados expresó el mayor nivel de confianza para los próximos meses (10 puntos menos que el año pasado), lo mismo que el 42% para los próximos tres años (16 puntos menos).

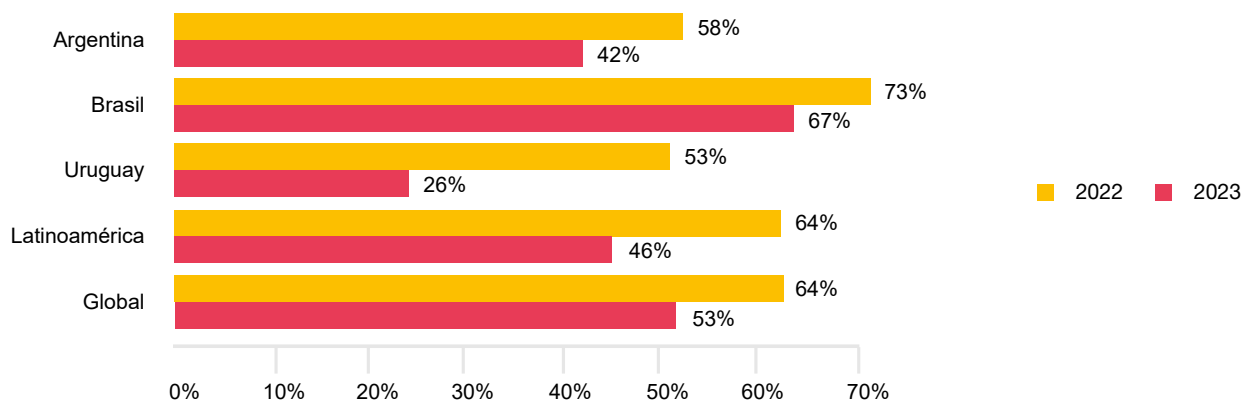
Gráfico 3

El pesimismo por la economía se traslada a las perspectivas de crecimiento de las organizaciones

P: ¿Qué tan confiado está acerca de las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa en el transcurso de **los próximos 12 meses?** (Encuestado que respondieron “tengo mucha confianza” y “tengo muchísima confianza”).



P: ¿Qué tan confiado está acerca de las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa en el transcurso de **los próximos 3 años?** (Encuestados que respondieron “tengo mucha confianza” y “tengo muchísima confianza”).



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

Asimismo, la confianza respecto de los ingresos también fluctúa según la industria. Entre los sectores que registraron diferencias en las perspectivas declaradas el año pasado, se destacan Telecomunicaciones y Hotelería y recreación, cuya confianza a corto plazo expresada por el 60% y el 51% de los encuestados, respectivamente, representa un incremento de ocho y siete puntos. Por el contrario, los más confiados del sector de Real Estate alcanzaron el 35% y decayeron 28 puntos en comparación con la edición anterior.

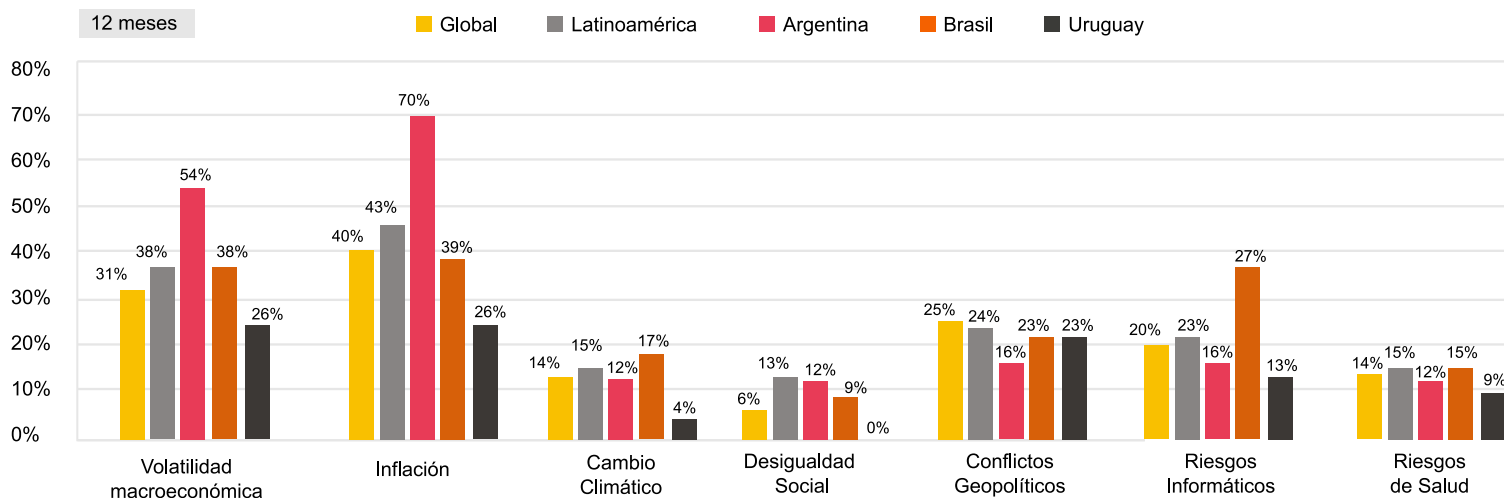
Con respecto a las amenazas y riesgos potenciales, siete de cada 10 empresarios argentinos considera que su organización padecerá una alta o extrema exposición a la inflación durante los próximos meses y el 56% señaló que este riesgo continuará durante los próximos cinco años. Además, la mitad de los ejecutivos locales expresó preocupación por la exposición a la volatilidad macroeconómica, tanto a corto como a largo plazo.

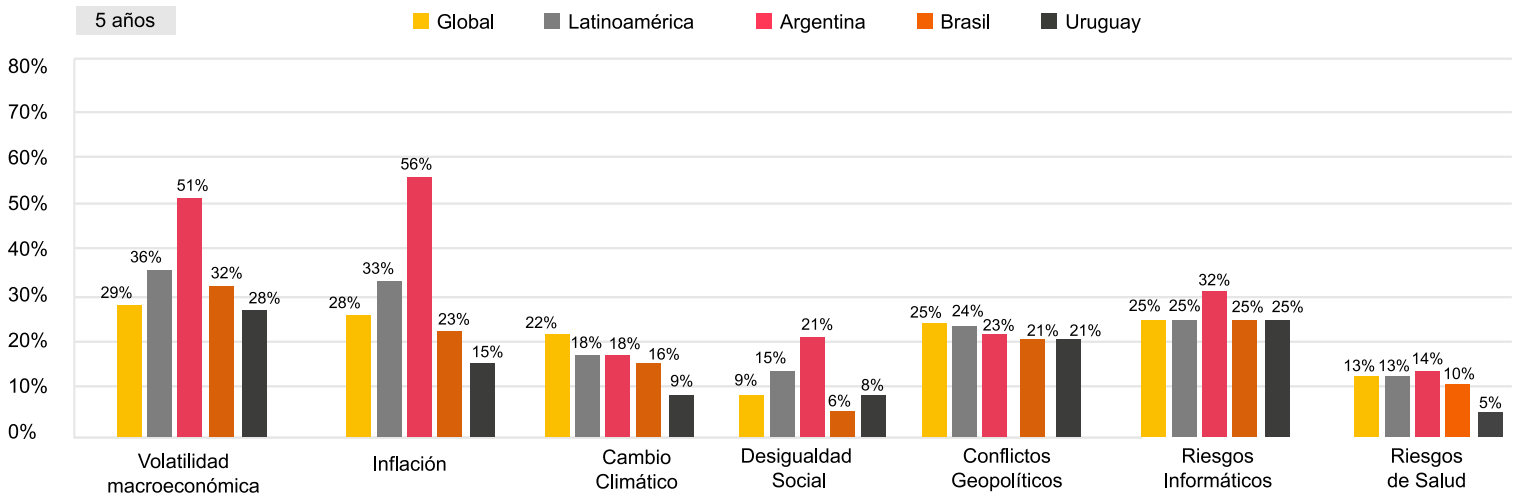
Fuera del país, la inflación y la volatilidad macroeconómica también encabezan las principales amenazas, pero la proporción de respuestas que anticipan un alto impacto en las organizaciones es considerablemente menor: por ejemplo, en Uruguay no llegan al 30% los empresarios que las consideraron, ya sea durante los próximos meses o los siguientes cinco años.

Gráfico 4

La inflación y la volatilidad inquieta a los CEOs de todos los territorios, a corto y largo plazo

P: ¿Qué grado de exposición considera que tendrá su empresa en relación con las siguientes amenazas clave en los **próximos 12 meses y en los próximos 5 años?** (Encuestados que respondieron “alta” o “extrema” exposición).





Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

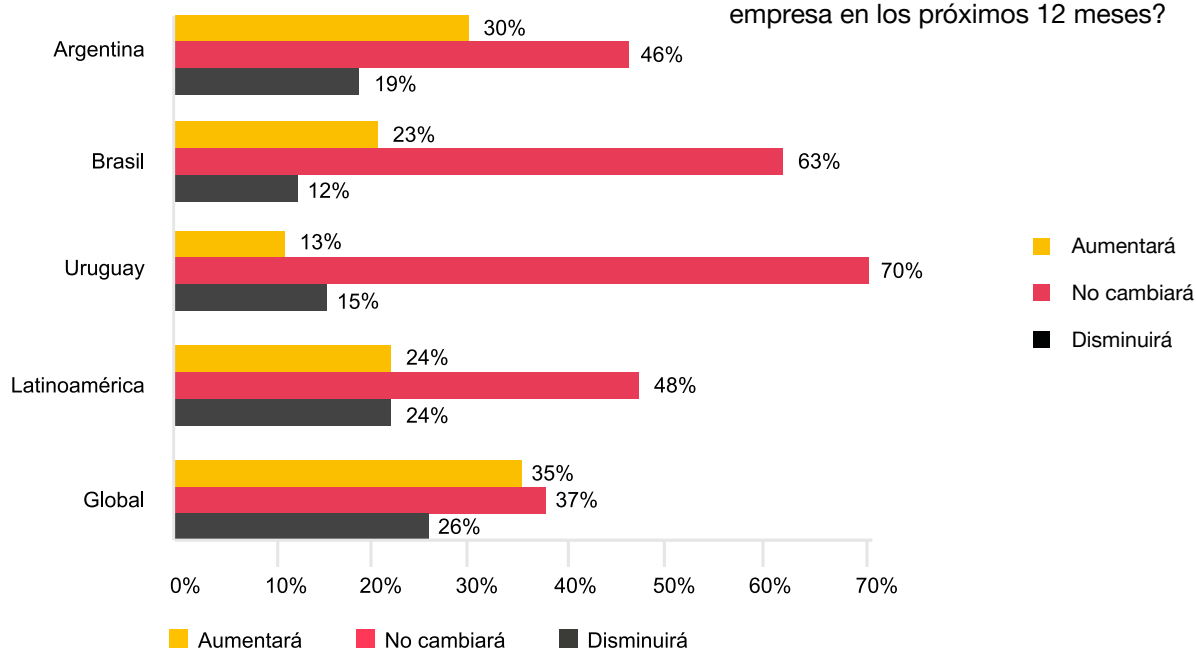
En general, la proporción de encuestados que señala las preocupaciones económicas tiende a disminuir a largo plazo, mientras que, por el contrario, el porcentaje de ejecutivos que considera la exposición de sus organizaciones a otras amenazas, como desigualdad social, conflictos geopolíticos o riesgos informáticos, parece incrementarse. Entre los encuestados argentinos esto puede comprobarse en cuanto a los riesgos informáticos, preocupación señalada por el 16% para el corto plazo y que se duplica al 32% de cara a los próximos cinco años.

Con la economía en el tope de las preocupaciones, los CEOs están buscando el equilibrio entre la supervivencia inmediata de las organizaciones y la reinversión del negocio para el mediano y largo plazo. Dicha reinversión es imposible sin talento, lo que en parte explica las expectativas respecto de la dotación de personal: el 46% de los encuestados argentinos anticipó que no habrá cambios en la tasa de renuncia o retiro durante 2023, en sintonía con el 48% de los empresarios latinoamericanos y superando en nueve puntos las respuestas globales. En la región, Brasil y Uruguay se destacan por enfatizar la tendencia sin cambios con el 63% y 70% de las respuestas, respectivamente.

Gráfico 5

Los CEOs preservan el talento

P: ¿Cómo cree que cambiará la tasa de renuncia/jubilación de los empleados en su empresa en los próximos 12 meses?



*No se incluyeron las respuestas de encuestados que respondieron "no lo sé"

Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

A partir de los riesgos descritos, las organizaciones están evaluando una serie de acciones a corto plazo. En línea con sus pares globales y regionales, la mayoría de los empresarios argentinos ya está implementando o considera implementar en los próximos meses una reducción de costos operativos (93%), aumentar los precios de productos y servicios (84%), diversificar productos y servicios (72%) y buscar proveedores alternativos (70%).

Entre los matices de nuestra región, se destaca una proporción mayor de ejecutivos brasileños que ya ha empezado a implementar o está considerando otras estrategias menos elegidas por el promedio, como retrasar acuerdos (49%), mientras que un porcentaje menor de encuestados uruguayos prevé aumentar los precios de productos y servicios (47%).

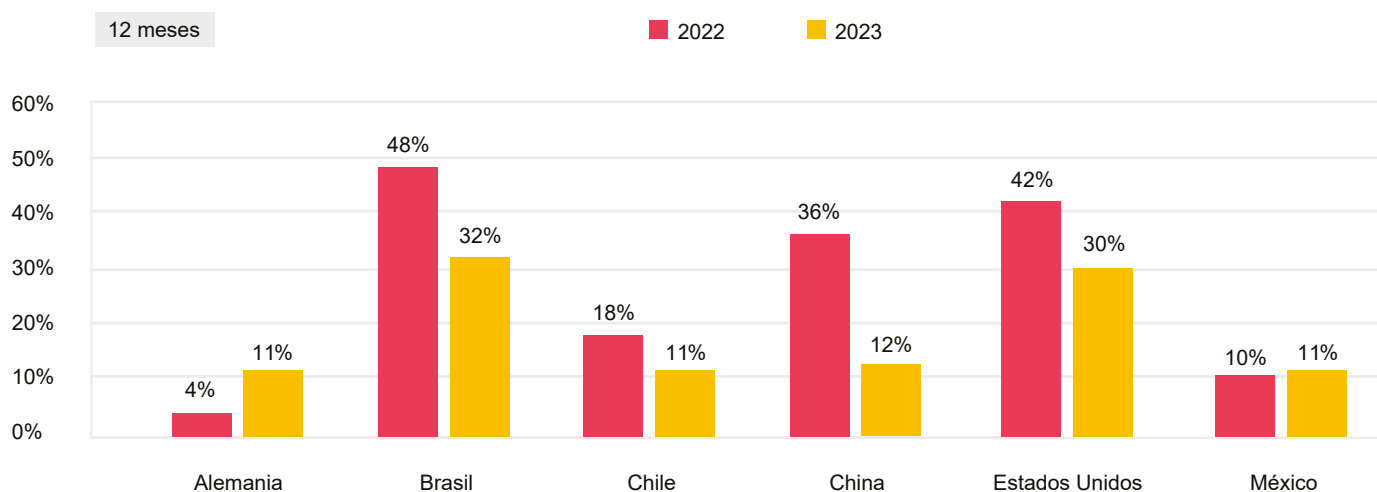
Asimismo, cabe destacar que en todos los territorios las medidas menos elegidas fueron aquellas que podrían impactar en la fuerza laboral. En este sentido, la mayoría de los encuestados argentinos no prevé interrumpir contrataciones (63%), ni reducir la fuerza laboral (75%), ni disminuir la remuneración (86%).

En cuanto a las expectativas de crecimiento fuera del país, se observa una reducción en la cantidad de territorios considerados más relevantes para el 2023 y en la proporción de empresarios argentinos que los eligen. Si bien Brasil y Estados Unidos continúan siendo los mercados más valorados por la tercera parte de los encuestados locales, esto representa una disminución de 16 y 12 puntos respecto de la edición anterior, en ese orden. No obstante, la reducción más significativa de esta edición se registró en las expectativas respecto de China, que fue elegida por el 12% de los empresarios nacionales, lo que representa 24 puntos menos que el año pasado y equipara su valoración con Chile, México y Alemania.

Gráfico 6

Se reducen las expectativas de crecimiento fuera del país

P: ¿Qué países o territorios, sin tener en cuenta en el que trabaja, considera que son los más importantes para las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa en el transcurso de los próximos 12 meses?



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

En relación con la reducción de expectativas fuera del país, cabe mencionar que la mitad de los empresarios argentinos está revisando la presencia de sus organizaciones en los mercados actuales o la expansión hacia mercados nuevos para mitigar la exposición a conflictos geopolíticos. Por la misma razón, el 41% está evaluando ajustes en las cadenas de suministro y el 36% considera aumentar las inversiones en ciberseguridad o privacidad de datos.

La tecnología concentra las inversiones para asegurar el futuro

Los CEOs están aceptando el impacto a largo plazo de grandes tendencias globales, como: cambio climático, disrupción tecnológica, cambios demográficos e inestabilidad social, para reconfigurar de manera drástica el entorno empresarial, con los costos económicos asociados. En este sentido, el 35% de los encuestados en Argentina reconoció que sus organizaciones no serán económicamente viables en 10 años, proporción que coincide con las respuestas regionales y que a nivel global asciende al 39%.

Las denominadas megatendencias están redefiniendo tanto negocios como industrias, y en ese marco las dos terceras partes de los encuestados en la región, incluidos los empresarios argentinos, anticiparon que tecnologías disruptivas como inteligencia artificial, metaverso o blockchain impactarán significativamente en la rentabilidad de su sector industrial durante la próxima década. En el mismo sentido, el 56% de los entrevistados en el país también señaló el impacto del cambio en las preferencias de los consumidores (que fue el primer factor considerado a nivel global) junto con la escasez de mano de obra calificada y los cambios en las normativas.

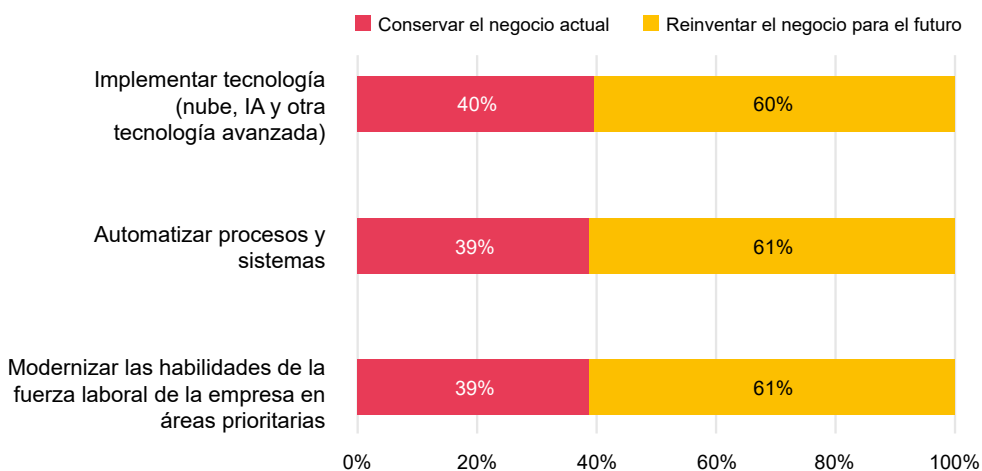
Consecuentemente, la mayoría de las inversiones planificadas para el 2023 se orientan a la tecnología y en sintonía con sus pares de la región y del mundo, el 77% de los empresarios argentinos anticipó la automatización de procesos y sistemas y el 74%, la implementación de tecnología avanzada, como inteligencia artificial o sistemas en la nube. Asimismo, la incorporación de este tipo de tecnología tiene un importante corolario que es la capacitación de las personas para su adecuado aprovechamiento. Al respecto, el 65% de los consultados en el país también invertirá en el upskilling de su fuerza laboral.

Profundizando en el propósito de tales inversiones, aproximadamente el 60% de las organizaciones de todos los territorios consultados se enfoca en reinventar el negocio para el futuro y el 40% en preservar el negocio actual. Esa relación 60/40 refleja el esfuerzo que los directores ejecutivos están haciendo por resolver las necesidades del presente y asegurar la sostenibilidad de sus organizaciones a largo plazo.

Gráfico 7

La relación 60/40 evidencia el esfuerzo de las organizaciones de todo el mundo, incluidas las del país, por reinventar el negocio para el futuro

P: Para cada una de las áreas de inversión seleccionadas, ingrese el porcentaje de inversión asignado a conservar el negocio actual y a reinventar el negocio para el futuro. (Empresarios encuestados en Argentina).



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

Mitigar riesgos climáticos: los CEOs argentinos pasaron a la acción

Avanzar con el ritmo y la prioridad adecuados para mitigar los riesgos climáticos, generar oportunidades y descarbonizar son desafíos estratégicos de primer orden. En este sentido, el 14% de los directores ejecutivos consultados en el país enfatizó su preocupación por el impacto a corto plazo de los riesgos climáticos en su perfil de costos (lo que incluye, por ejemplo, cumplir con una nueva regulación o la depreciación de activos y pasivos de seguros), en sintonía con la misma proporción a nivel regional y el 17% a nivel global. Fuera del país, el 15% de los empresarios también expresaron gran preocupación por el impacto del clima en la cadena de suministros, destacándose el 21% de los ejecutivos de Brasil.

Frente a estos desafíos, los ejecutivos encuestados han emprendido y completado una serie de acciones. En particular, el 44% de los empresarios argentinos completó una estrategia

basada en datos para reducir las emisiones y mitigar los riesgos climáticos, superando en 21 puntos lo reportado por sus pares de la región y del mundo.

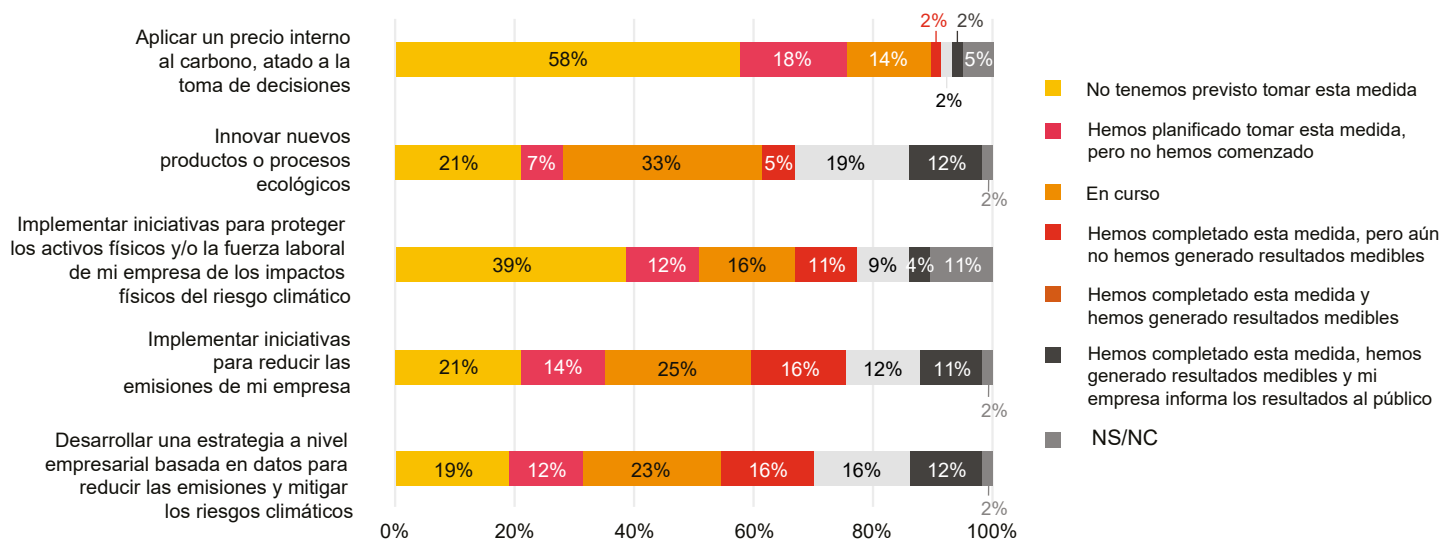
La respuesta argentina marca una auspiciosa tendencia, tanto por la relevancia de apostar por una estrategia de descarbonización basada en datos, como por haberla completado (aunque algunas organizaciones todavía no hayan generado resultados medibles o no los reporten públicamente), cuando en la encuesta anterior superaban la mitad los empresarios del país que reconocían no tener la capacidad para medir sus emisiones ni contar con un enfoque definido para la descarbonización.

Asimismo, el 39% de los CEOs argentinos también ha implementado otras iniciativas para reducir emisiones (que no necesariamente se enmarcan en una estrategia o se basan en datos) y el 37% ha innovado en productos y procesos ecológicos, y en ambos casos superando en más de 10 puntos las respuestas del exterior.

Gráfico 8

La mayoría de los CEOs argentinos completó una estrategia basada en datos para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y mitigar riesgos climáticos

P: A continuación, se muestra una lista de acciones que las empresas pueden emprender para prepararse para el riesgo del cambio climático. ¿Qué afirmación caracteriza mejor el nivel de progreso de su empresa?



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina



Conclusiones

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

¿Cuánto tiempo están invirtiendo los CEOs en el futuro? ¿Cuál es el involucramiento en la reinención de su empresa? ¿Qué tipo de ecosistema se está construyendo? Son algunos de los interrogantes que le planteamos a los ejecutivos al momento de pensar en una agenda ideal. Pero llevarla adelante frente a este escenario dual de gestionar los desafíos inmediatos y los futuros no es una tarea fácil. Deben considerar un calendario amplio que cubra la mayoría de las decisiones de asignación de recursos corporativos. Además, la magnitud de los desafíos actuales hace que sea fundamental que los directores ejecutivos amplíen el uso de los ecosistemas colaborativos.

Los líderes tienen inquietudes respecto del alineamiento y empoderamiento de su organización; quisieran enfocarse en el desarrollo estratégico y mantener el relacionamiento con empleados y clientes. Entienden que el valor para el negocio se genera a partir de la colaboración sectorial y una proporción similar también colabora con organizaciones no gubernamentales para abordar desafíos sociales.

En este sentido, el 35% de los empresarios argentinos colabora intensamente con su sector industrial para crear nuevas fuentes de valor, tales como innovar en la producción o bien explorar nuevos mercados, cuando a nivel global prefieren hacerlo directamente con competidores consolidados (26%) y a nivel regional, con emprendedores o startups (24%).

Han transcurrido más de tres años del inicio de la pandemia y aunque la economía mundial se ha ido recuperando paulatinamente, los CEOs no son tan optimistas como el año pasado sobre las perspectivas económicas, ya que la evolución económica se convirtió en el mayor desafío para 2023. A diferencia de la pasada edición, sólo el 18% de los líderes empresariales del mundo mantiene buenas expectativas, mientras que el 73% asegura que la economía se contraerá.

En esta nueva edición, podemos ver cómo en el marco del contexto sanitario actual, que no es el mismo que hace un año atrás, la gestión de los CEOs se ha visto afectada por otras situaciones que influyen en sus decisiones, como la inflación (40%) y la volatilidad macroeconómica (31%).

Adicionalmente, observamos cómo la creciente preocupación por los conflictos geopolíticos en otras partes del mundo ha hecho que los CEOs se replanteen diferentes aspectos de sus modelos de negocio, debido a que se ven afectados por diversas perturbaciones en la planificación de escenarios y modelos operativos corporativos. Es por esto que los líderes ejecutivos se encuentran invirtiendo en el fortalecimiento de la seguridad y privacidad de sus datos, así como en el ajuste de las cadenas de suministro para buscar expandir sus horizontes y tener presencia en nuevos mercados.

Esta percepción de la economía tanto global como local, se traslada y afecta notablemente la confianza en el incremento de los ingresos de las organizaciones, sobre todo a corto plazo. En nuestro país solo el 30% de los encuestados argentinos expresó mayor nivel de confianza para los próximos meses, cuando fuera del país la sensación es un poco más prometedora: superan el 42% los CEOs del mundo y de la región que se manifestaron muy confiados o extremadamente confiados en el incremento de los ingresos en 2023.

De igual forma, vemos cómo los desafíos económicos pendientes por resolver en Argentina, son motivo de preocupación para los CEOs locales. Una muestra de ello, es que entre las principales amenazas que perciben los empresarios destacan volatilidad macroeconómica (PIB, desempleo e inflación), inequidad social, conflictos geopolíticos y riesgos informáticos. Fuera del país, la inflación y la volatilidad macroeconómica también encabezan las principales amenazas, pero la proporción de respuestas que anticipan un alto impacto en las organizaciones es considerablemente menor.

Gran parte de los CEOs está reconociendo el potencial de las megatendencias a largo plazo (cambio climático, disrupción tecnológica, cambios demográficos, mundo fracturado e

inestabilidad social) para remodelar drásticamente el entorno empresarial. Porque son cada vez más conscientes que ante este escenario dual y de tensión constante entre el corto y largo plazo, la inversión en tecnología es clave para asegurar sus empresas y ser parte de la carrera por el futuro, indistintamente de la industria a la que pertenezcan.

Por otra parte, si de futuro se trata, aproximadamente el 60% de las organizaciones de todos los territorios consultados se enfoca en reinventar el negocio para el futuro y el 40%, en preservar el negocio actual. Esa relación entre reinventar y preservar refleja el esfuerzo que los directores ejecutivos están haciendo por resolver las necesidades de hoy y asegurar la sostenibilidad de sus organizaciones a largo plazo.

En esta línea, todas las regiones coincidieron en un promedio del 35%, que sus negocios no serán económicamente viables de acá a 10 años y por ello, es necesario que puedan reconvertirse y transformarse para seguir la carrera al futuro.

El gran desafío son las nuevas tecnologías y ese es el destino de la mayoría de las inversiones, junto con la capacitación de las personas para su adecuado aprovechamiento. Al respecto, el 65% de los consultados en el país también invertirá en el upskilling de su fuerza laboral. En términos de cambio climático, en esta edición los argentinos pasaron a la acción, los CEOs del país consideran que el riesgo climático afectará su perfil de costos en el corto plazo y están desarrollando una estrategia de descarbonización basada en datos, iniciativas para reducir las emisiones y productos ecológicos.

Avanzar con el ritmo y la prioridad adecuados para mitigar los riesgos climáticos, generar oportunidades y descarbonizar deberían ser desafíos estratégicos de primer orden para las empresas, el reloj climático se agota y no hay tiempo que perder, hay que abordarlo para seguir siendo parte de la carrera al futuro.

Podemos concluir que para poder gestionar en este escenario dual, de cortoplacismo y de largo plazo, es necesario seguir el camino de la transformación y la reinención impulsando un liderazgo que genere confianza y valor a futuro para el negocio, las comunidades y la sociedad en su conjunto.

Metodología

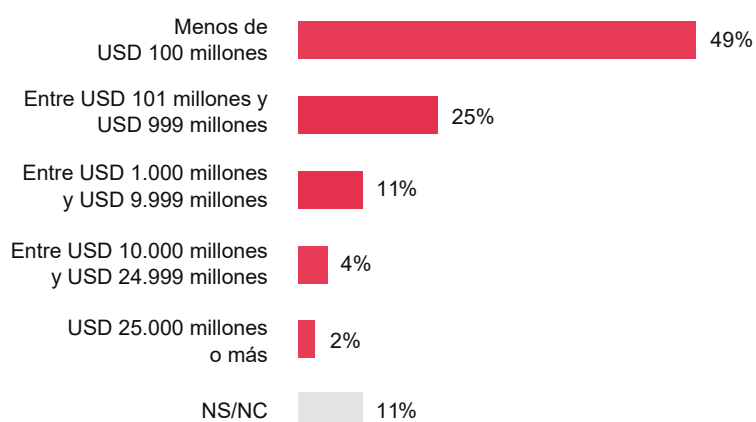
PwC realizó 4.410 encuestas a CEOs en 105 países y territorios entre octubre y noviembre de 2022. La muestra está ponderada por el PBI nacional para garantizar que las opiniones de los CEO estén representadas de manera justa en las principales regiones.

Información de las organizaciones encuestadas para el capítulo Argentina.

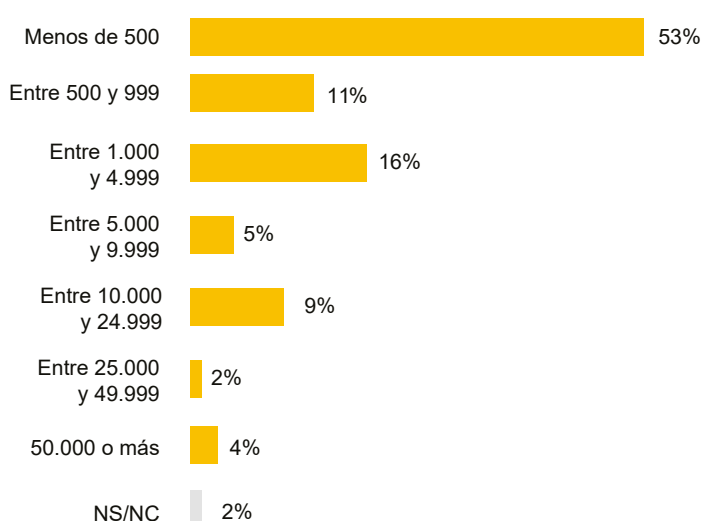
El presente informe se escribió a partir de las encuestas realizadas a ejecutivos de organizaciones locales, de las cuales el 70% pertenece al sector privado y el 30% son sociedades abiertas.

En tanto, también podemos afirmar que, dentro de las organizaciones respondientes, la apertura por industrias fue la siguiente: Retail y Consumo Masivo (30%), Energía (17%), Servicios Financieros y Seguros (15%), Tecnología, Información, Comunicación, Entretenimiento y Medios (TICE) (11%), Farmacéutica (9%), Automotriz (5%) y otros (13%).

Ingresos



Cantidad de empleados



Fuente: 26° Encuesta Anual Global de CEOs – Capítulo Argentina

26° Encuesta Anual Global de CEOs de PwC

Capítulo Argentina:

www.pwc.com.ar/es/publicaciones/encuesta-ceos-capitulo-argentina

Capítulo Global:

www.ceosurvey.pwc

Contactos:

Santiago Mignone

Socio a cargo de PwC Argentina

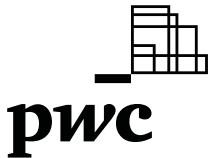
santiago.mignone@pwc.com

Martín Barbafina

Socio de PwC Argentina, a cargo de

Marketing y Comunicaciones

[martín.barbafina@pwc.com](mailto:martin.barbafina@pwc.com)



26° Encuesta Anual Global de CEOs contiene 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. y PwC Servicios de Argentina S.R.L., todas en adelante PwC, cada una de las cuales actúa como una entidad legal separada e independiente. La información provista no es una recomendación, asesoramiento o sugerencia para la realización de cualquier actividad, operación, inversión o negocio, quedando 26° Encuesta Anual Global de CEOs y PwC exentos de todo tipo de responsabilidad por las decisiones que pudiera tomar el lector en base a la mencionada información. Los contenidos y comentarios de cada artículo son responsabilidad de sus autores así como las consecuencias legales derivadas de su publicación. Los contenidos expuestos no reflejan la opinión de PwC. PwC 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 garantiza el derecho de acceso, información, rectificación, actualización, supresión y/o portabilidad según la Ley N° 25326. Si desea información sobre la recolección, recopilación y procesamiento de su información de identificación personal, así como que la misma sea suprimida de nuestros registros o actualizada, deberá enviar un correo electrónico a ar_datospersonales@pwc.com o dirigirse a Hipólito Bouchard 644, PB, C.A.B.A. Por consultas, temas sugeridos para tratar en la próxima edición y/o comentarios, envíenos un correo a la casilla antes mencionada.

© 2023 Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., PwC Legal S.R.L. y PwC Servicios de Argentina S.R.L. Todos los derechos reservados. 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., PwC Legal S.R.L. y PwC Servicios de Argentina S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.