**Encuesta Mundial CEO Outlook 2019**

**CEOs argentinos optimistas con sus empresas y el país**

Es el quinto año consecutivo que KPMG realiza la encuesta a 1.300 CEOs de todo el mundo de los cuales 380 corresponden a América latina y 50 a la Argentina. La muestra abarca a empresas con ingresos anuales a partir de los 500 millones de dólares. Para los próximos 3 años el 94% de los CEOs argentinos se expresa “Muy confiado” y “Confiado” con relación a las perspectivas de crecimiento de sus empresas y el 78% al futuro de la economía del país.

**LONDRES / BUENOS AIRES 30 de mayo de 2019**. **KPMG International** presentó hoy los resultados de la encuesta mundial **CEO Outlook 2019 “Ágil o irrelevante”** respondida por 1.300 CEOs de muchas de las compañías más grandes del mundo y complementada con entrevistas en profundidad. De ese total, **380** correspondieron a **América latina** y **50** fueron **CEOs de la Argentina**. Entre los resultados más destacados de la muestra surge que el 94% de los ejecutivos argentinos consultados se expresan “Muy confiado” y “Confiado” en cuanto a las perspectivas de crecimiento de su empresa para los próximos 3 años (Global 94% y LATAM 90%); 80% afirma lo mismo con relación a su sector de actividad (Global 80% y LATAM 89%); y el 78% sostiene que son positivas las perspectivas económicas del mundo (Global 63% y LATAM 73%) y del país (Global 83% y LATAM 77%). En este último punto al abrirse la calificación se nota una importante diferencia en la categoría “Muy confiado”, ya que en 2018 obtuvo solo el 12% de las respuestas mientras que este año el porcentaje subió al 40%.

En cuanto a la mejor estrategia de crecimiento para el mismo período de tiempo, el 30% de los CEOs argentinos se inclina por hacer alianzas con terceros (Global 34% y LATAM 27%)[[1]](#footnote-1) y el 28% cree que se debe crecer desde la propia organización con innovación, I+D, inversiones de capital, nuevos productos y reclutamiento de RR.HH. Por otra parte, el 60% prioriza expandirse en los mercados emergentes (Global 63% y LATAM 68%) un porcentaje que se redujo con relación a 2018 el cual fue del 82%. Otros datos interesantes de la encuesta es que 86% de los ejecutivos locales dice que aumentará menos del 5% la cantidad de sus empleados en el trienio y la misma tendencia se observa en el mundo (Global 57% y LATAM 83%). Asimismo, el 66% afirma que en el último ejercicio sus ingresos crecieron y un 32% que permanecieron estables. El año pasado la relación fue 52% y 46%, respectivamente.

Con relación a la tecnología, el 84% de los CEOs de Argentina dice que lidera personalmente la estrategia tecnológica de su empresa (Global 85% y LATAM 67%); el 80% afirma que la inteligencia artificial y la robótica crearán más puestos de trabajo que los que eliminará (Global 65% y LATAM 79%); y el 72% sostiene tener más confianza en aumentar el uso de la tecnología en la nube que la tenida en los últimos 3 años (Global 78% y LATAM 77%), aunque el 64% afirma estar preocupado por la migración de todos sus datos a la nube (Global 61% y LATAM 58%).

Para **Néstor García, Socio Director Ejecutivo de KPMG Argentina,** *“el optimismo de los CEOs argentinos es una confirmación de que a pesar del escenario actual avizoran que habrá estabilidad, recuperación y crecimiento. Otro resultado interesante es que manifiestan asumir la responsabilidad de impulsar los cambios que impone una realidad cada vez más dinámica y desafiante. Aceptan hoy ser los protagonistas en el proceso de toma de decisiones de los cambios tecnológicos dentro de sus organizaciones. Temáticas como inteligencia artificial, disrupción, seguridad cibernética y análisis de datos, entre otras, dejaron de ser cuestiones de especialistas para instalarse definitivamente al tope de la agenda diaria de sus preocupaciones y decisiones de management como una clara estrategia para seguir siendo líderes”.*

Una de las conclusiones del trabajo realizado por **KPMG Internacional** señala que *“los CEOs se enfrentan a un entorno empresarial cada vez más incierto y volátil. Para gestionar riesgos altamente complejos y significativos, deben crear una idea completa y detallada de cómo los riesgos, desde el cambio climático a la geopolítica, están interconectados y garantizar que sus equipos de liderazgo estén comprometidos en el diseño de una respuesta. Debido a la creciente preocupación por una posible desaceleración en la economía global, los CEOs deben asegurar que sus sistemas de alerta temprana hayan sido implementados y funcionado en distintos casos a fin de estar preparados para una desaceleración. Y con modelos de negocios que han perdurado décadas bajo la creciente amenaza de la disrupción digital, los CEOs deben interrumpir su propia estrategia y modelos de negocios, desafiando las creencias y los sistemas tradicionales de larga data que han regido a sus compañías y sectores durante muchos años”.*

Esta encuesta se hace por quinto año consecutivo y fue llevada a cabo entre el 8 de enero y el 20 de febrero de 2019. Se hizo a 1.300 directores ejecutivos (CEOs) en 11 de las economías más grandes del mundo: Australia, China, Francia, Alemania, India, Italia, Japón, los Países Bajos, España, el Reino Unido y los Estados Unidos. Los CEOs consultados operan en 11 industrias clave: administración de activos, automotriz, banca, consumo y venta minorista, energía, infraestructura, seguros, salud, manufactura, tecnología y telecomunicaciones. Del total de los ejecutivos, 312 representan a compañías con ingresos entre 500 millones y 999 millones de dólares; 546 entre 1.000 mil millones y 9.9 mil millones; y 442 de 10 mil millones o más.

En el caso argentino el 16% de los encuestados provienen del sector industrial; 16% del bancario y mercados de capital; 12% de consumo masivo; 10% de energía, 10% de seguros, 10% de tecnología, 8% del automotriz; 8% de laboratorios y farmacéutica; 4% de administración de activos; 4% de infraestructura, y 2% de telecomunicaciones. El 50% representa a empresas con ingresos anuales de entre 500 millones y 999 millones de dólares; el 30% de 1.000 millones a 9.9 mil millones; y el 20% restante más de 10.000 millones. El 100% de los CEOs que respondieron la encuesta tiene una antigüedad de entre 2 y 9 años en su función. De los cuales 42% lleva en su rol 4 y 5 años; otro 42% entre 6 y 9 años; y 16% entre 2 y 3 años.

Los temas sobre los cuales se desplegaron las preguntas fueron los siguientes:

* Perspectiva económica y confianza en el negocio.
* Política y entorno de negocios.
* Líderes resilientes.
* La presión actual para la disrupción.
* La organización resiliente.
* El cambiante rol del CEO y su mandato.

**Resultados más destacados de la opinión de los CEOs de Argentina**

**Perspectiva económica y confianza en el negocio**

**Crecimiento:** 94% de los encuestados manifiesta estar “Muy confiado” y “Confiado” en las perspectivas de crecimiento de sus empresas para los próximos 3 años; un 80% con relación a su sector industrial y un 78% con el crecimiento de la economía del país y del mundo.

**Ingresos:** 74% espera hasta un 2% de perspectiva de crecimiento de sus ingresos brutos dentro del período de 3 años.

**Empleados**: 86% sostiene que aumentará el número de empleados hasta un 5% en el mismo lapso. No menos destacable es que 14% de los encuestados considera que la plantilla de personal va a aumentar entre 6% y 10%.

**Mercados:** 60% señala que su expansión geográfica para los próximos 3 años tendrá prioridad en los mercados emergentes. De ese grupo, el 37% lo hará en América Central y Sudamérica. Y un 76% dijo que prioriza los países y regiones que forman parte de la iniciativa “Belt and Road” de China.

**Norteamérica:** 40% indica optar por mercados desarrollados (en 2018 fue del 18%), y el 45% señaló a Norteamérica.

**Política y entorno de negocios**

**Estrategia:** 30% afirmó que la estrategia más importante para el crecimiento de su compañía en los próximos 3 años será la de “alianzas estratégicas con terceros”. Luego le siguen crecimiento orgánico 28% y fusiones y adquisiciones 24%.

**Riesgo:** 50%considera una amenaza para su crecimiento los acuerdos de negocios entre EE.UU y China; y el otro 50% el Brexit.

**Agilidad**: 54% afirma que la agilidad es la nueva medida de los negocios, y que si se es muy lento se va a la quiebra.

**Social**: 58% es partidario de conectar la estrategia de crecimiento con un objeto social más amplio de la organización.

**Trabajadores:** 68% cree que el desafío es encontrar los trabajadores que se necesitan.

**Anticiparse:** 58% coincide con que el crecimiento de su organización estará determinado por la capacidad de anticiparse al cambio global de una economía baja en carbono y limpia.

**Impuestos:** Para la función de impuestos los CEOs consideran que los indicadores de desempeño más importantes para su organización son: 18% la exactitud de las declaraciones juradas para evitar multas; 18% que los resultados de las auditorías de impuestos sean los esperados; y 16% que la función de impuestos tiene que estar alineada a la estrategia corporativa.

**Procesos**: 60% cree que necesita mejorar los procesos de innovación e implementación para lograr los objetivos de crecimiento.

**Líderes resilientes**

**Proteger:** 40% sostiene que en un clima de negocios incierto, un negocio realmente resiliente es aquél que puede proteger el negocio principal.

**Liderazgo:** 80% sostiene que está transformando activamente el equipo de liderazgo para afianzar la resiliencia.

**Tecnología:** 84% afirma que lidera personalmente la estrategia tecnológica de la organización.

**Nube:** 72% dice tener más confianza en aumentar el uso de la tecnología en la nube que hace 3 años.

**Datos:** 64% expresa preocupación por la migración de todos sus datos de negocios a la nube.

**Conexión**: 70% está de acuerdo con que las funciones de *front, middle y back-office* deben estar conectadas para asegurar la mejor experiencia del cliente y una marca más sólida.

**La presión actual para la disrupción**

**Agobio:** 64% afirma que el tiempo de implementación de un progreso significativo de transformación parece agobiante muchas veces.

**Oportunidad:** 86% ve a la disrupción tecnológica como una oportunidad y no como una amenaza.

**Competitividad**: 82% señala que debe revisar sus modelos de negocio para ser competitivos ante la disrupción y que cuenta con la estructura para hacerlo.

**Presiones**: 58% considera que la tecnología no es la única disrupción que enfrenta el negocio.

**Retorno:** 36% cree que entre 1 y 3 años es el período de tiempo necesario para obtener un retorno significativo sobre la inversión en transformación digital de la empresa. El 34% sostiene que el período es dentro de los 12 meses.

**IA:** 52%dice que entre 1 a 3 años será el período de tiempo necesario de retorno sobre la inversión en Inteligencia Artificial; 60% reconoce que está probando la Inteligencia Artificial en algunos procesos.

**Puestos:** 80%indica que la Inteligencia Artificial y la Robótica crearán más puestos de trabajo que los que eliminará.

**Sector**: 72% dice que son más disruptivos en su sector que sus competidores.

**Innovación**: 74% quiere empoderar a sus empleados para que innoven; y el 66% celebra las iniciativas de innovación no exitosas.

**La organización resiliente**

**Seguridad:** 68% expresa que la seguridad de la información es una función estratégica y una potencial fuente de ventaja competitiva.

**Ataque**: 64% sostiene que es necesario pensar “cuándo” la organización puede ser víctima de un ataque cibernético y no si es factible que suceda.

**Prepararse:** 70% afirma estar bien preparado para enfrentar un ataque cibernético.

**Capacitación**: 64% considera brindar capacitación sobre las nuevas capacidades digitales al 20% -40% del personal de su organización.

**Asociarse:** 68% dice que para lograr sus objetivos de crecimiento buscará en los próximos 3 años unirse a asociaciones de la industria centradas en el desarrollo de tecnologías innovadoras; 64% implementar programas aceleradores o incubadores para start-ups así como asociarse con proveedores de datos independientes; y 62% colaborar con start-ups innovadoras (como por ejemplo, firmas tecnológicas enfocadas en las finanzas, los seguros y la salud)

**Agilidad:** 74% cree que para alcanzar la agilidad es necesario asociarse con terceros, 66% prioriza la calidad sobre la cantidad al asociarse.

**Inversiones:** 62% afirma que priorizó las inversiones de capital para adquirir nuevas tecnologías para mejorar la resiliencia de su organización.

**Estrategia**: 34% considera que modernizar la mano de obra (automatización inteligente e incorporar habilidades a pedido) es una de las estrategias en las que confía para que su organización esté lista para el futuro. 30% cree que es mejorar el compromiso con los clientes.

**El cambiante rol del CEO y su mandato**

**Motivación:** 18% dice que lo que más lo motiva es generar crecimiento a corto plazo y un 16% sostiene que es posibilitar el éxito comercial a largo plazo e innovar el modelo de negocio.

**Continuidad:** 70% dice que está tomando medidas para garantizar que su visión personal continúe luego de que deje su rol.

**Mandato:** 78% coincide con que hoy el mandato promedio de un CEO es de 5 años y que este tiempo se ha acortado.

**Entender:** 84%afirma que puede mejorar significativamente el entendimiento con sus clientes.

**Responsabilidad:** 70%sostiene que proteger los datos de los clientes es una de sus más importantes responsabilidades como CEO, y que esto ayudará al crecimiento de la base de clientes en el futuro.

**Valores:** 66% coincide que es su responsabilidad personal asegurar que las políticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo de su organización reflejen los valores de los clientes.

**Resultados Globales del CEO Outlook 2019**

**Los CEO reescriben las recetas en búsqueda del crecimiento**

***Dos tercios de los CEO creen que la agilidad es la nueva moneda de los negocios, y si no se adaptan, sus negocios perderán vigencia***

**LONDRES,** **30 de mayo de 2019 –** los CEO enfrentan una elección difícil. En un contexto de cambios ambientales, económicos y tecnológicos sin precedentes, los CEO buscan generar un crecimiento en sus negocios mediante el despliegue de la agilidad organizacional, que les permita alejarse de los modelos de negocios existentes y desafiar las formas tradicionales del mercado.

De acuerdo con el quinto Informe de KPMG International, *Global CEO Outlook*, un poco más de la mitad de los CEO creen que tendrán éxito pero son realistas, el 53% proyecta tres años de crecimiento muy moderado de hasta un 2% (lo que representa una disminución con respecto al 55% de 2018). Como ocurría en 2018, también mantienen una perspectiva de crecimiento positiva de tres años para la economía global, si bien, esta perspectiva cayó levemente de 67% a 62% durante los últimos 12 meses. Asimismo, la confianza queda demostrada con el compromiso de expandir la dotación de personal, ya que el 36% de los CEO proyectan sumar más del 6% a su nómina en los próximos tres años.

*“Hoy, un CEO exitoso debe ser ágil,”* señaló Bill Thomas, Presidente Global, KPMG International. *“Para alcanzar el éxito en un mundo marcado por la volatilidad e incertidumbre, es necesario contar con habilidades de liderazgo diferentes, particularmente, en las grandes organizaciones multinacionales. Ya no se trata, simplemente, de defender la posición alcanzada y generar escala para mantener una ventaja competitiva. Hoy, los CEO deben sentirse cómodos con la disrupción de sus modelos de negocios, mediante nuevas alianzas estratégicas sobre la base de posibles fusiones y adquisiciones alternativas, y la incorporación, por parte de sus colaboradores, de nuevas y mejores competencias”,* agregó.

**El cambio climático genera un entorno de riesgos múltiples**

Según los CEO, el cambio climático constituye el mayor riesgo para el crecimiento de la organización y es la primera vez en 5 años que este riesgo es considerado la principal preocupación en comparación con los riesgos tecnológicos, territoriales, de seguridad cibernética y operativa. Sin embargo, con solo un pequeño margen de diferencia entre ellos, se plantea un entorno de riesgos complejo y en constante cambio.

**Innovación desconectada**

La mayor parte de los CEO (84%) creen que, hoy en día, es necesaria una cultura donde se acepte que los errores permiten una aprendizaje más rápido, es decir, el error acelera el proceso de aprendizaje, pero sólo el 56% confirma haberla implementado en sus organizaciones. Ocho de cada diez CEO (84%) buscan transformar la composición de su equipo de liderazgo para cambiar el *status quo.*

**De la seguridad cibernética a la innovación**

La seguridad cibernética sigue siendo una preocupación para los CEO, más allá de que haya bajado este año en relación con el año anterior, desde el segundo riesgo de mayor importancia al cuarto. En 2019, un grupo mayor de CEO (69% vs. 55% en 2018) dice que una estrategia de seguridad cibernética sólida es crítica para generar confianza entre las partes interesadas clave, y la mayoría de ellos (71%) ven a la seguridad de la información como un factor fundamental dentro de la estrategia más amplia de innovación.

**Incorporar conocimiento a través de las fusiones y adquisiciones**

Para muchos CEO, las fusiones y adquisiciones presentan la mejor oportunidad de actualizar sus funcionalidades digitales. Una estrategia proactiva de fusiones y adquisiciones se encuentra entre los planes del 84% de los CEO, con apetito moderado o alto en este sentido para los próximos tres años. Encauzar este apetito permite que las fusiones y adquisiciones transformen un modelo de negocios con mayor rapidez que un crecimiento orgánico.

**Inversión de capital**

Cuando les preguntamos a los CEO si priorizan la adquisición de nueva tecnología o el desarrollo de las habilidades de la gente para mejorar la resiliencia de la organización, la mayoría se inclinó por priorizar la tecnología (68% vs 32%).

**Los expertos en inteligencia artificial toman nota**

La inteligencia artificial está presente en las reflexiones de los CEO, sin embargo, solo el 16% ha implementado programas de inteligencia artificial y automación. Otro 31% todavía se encuentran en la etapa piloto, mientras que el 53% admite haber iniciado una implementación limitada de la inteligencia artificial. Sin embargo, el 65% de los CEO creen que la incorporación de la inteligencia artificial y la automación crearán puestos de trabajo más que eliminarlos.

*“En términos generales, la encuesta de este año nos señala que hemos iniciado una nueva era de liderazgo”,* indicó Thomas. “La agilidad surge del equilibrio entre el instinto del CEO y la confianza en la información que proviene de los datos. Las decisiones estratégicas requieren datos sin sesgos. Ya no es suficiente tener acceso a “muchos” datos, en su lugar, los CEO deben usar tecnología que les permita recuperar datos de calidad. Solamente, a través de este cambio podrán generar la resiliencia organizacional que lleva al crecimiento”, concluyó-

Para mayor información sobre el informe, visite [www.kpmg.com/CEOoutlook](http://www.kpmg.com/CEOoutlook). También puede seguirnos en Twitter y LinkedIn con el *hashtag* #CEOoutlook.

|  |
| --- |
| **Acerca del informe CEO Outlook 2019 de KPMG**  En este quinto año, el informe CEO Outlook muestra en detalle la perspectiva de tres años de miles de ejecutivos globales en términos de crecimiento económico y de la empresa. Cada año, el informe se basa en las respuestas obtenidas en encuestas anteriores para ayudar a asegurar una visión interanual uniforme de la economía global. También incluye preguntas nuevas y cambiantes para captar la visión de los CEO sobre temas que marcan tendencia en el mercado.  Participaron de la versión 2019 de la encuesta 1.300 CEO provenientes de 11 mercados clave (Australia, China, Francia, Alemania, India, Italia, Japón, Holanda, España, el Reino Unido y los Estados Unidos) y 11 sectores clave de la industria (administración de activos, automotriz, bancos, mercados minoristas/de consumo, energía, infraestructura, seguros, ciencias de la vida, fabricación, tecnología y telecomunicaciones).  Un tercio de las compañías encuestadas cuentan con ingresos anuales que exceden los US$ 10.000 millones. Las compañías con ingresos menores a US$ 500 millones no fueron encuestadas. La encuesta se llevó a cabo entre el 8 de enero y el 20 de febrero de 2019. NOTA: es posible que algunas cifras no sumen 100% debido al redondeo. |

|  |
| --- |
| **Acerca de KPMG Internacional**  KPMG es la red global de firmas de servicios profesionales que prestan servicios de auditoría impuestos y asesoría. Operamos en 153 países y territorios y tenemos más de 207.000 profesionales que trabajan alrededor del mundo. Las firmas miembro independientes de la red de KPMG estás afiliadas a KPMG International Cooperative (“KPMG International”), una entidad suiza. Cada firma miembro de KPMG es una entidad legal separada e independiente y cada una se describe a sí misma como tal. |

|  |
| --- |
| KPMG Argentina En Argentina somos un equipo multidisciplinario integrado por más de 1.000 profesionales que ofrecemos servicios de asesoría, impuestos y legales y auditoría. Contamos con oficinas en la Ciudad de Buenos Aires, Martínez, Córdoba y Rosario, y representaciones comerciales en Mendoza, Salta y Tucumán que nos permiten consolidar nuestra posición en el mercado y fortalecer la presencia en los centros estratégicos del país. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Contactos de Prensa | | | | | | | | |
| Claudio Negrete Williams  Gerente de Comunicaciones  KPMG Argentina  [cnegretewilliams@kpmg.com.ar](mailto:cnegretewilliams@kpmg.com.ar)  Tel: 4316-5895  Claudia Quilindro  Responsable de Comunicaciones  KPMG Argentina  [cquilindro@kpmg.com.ar](mailto:cquilindro@kpmg.com.ar)  Tel: 4316-5677  Stella Rey Palermo  Directora de Clientes & Mercados y Marketing & Comunicaciones  KPMG Argentina  [stellarey@kpmg.com.ar](mailto:stellarey@kpmg.com.ar)  Tel: 11 4316 5981  Tamara Vinitzky  Socia a cargo de Clientes & Mercados,  Marketing & Comunicaciones y Diversidad  KPMG Argentina  tvinitzky@kpmg.com.ar  Tel:11 4316 5828 | | | | | | | | |
| [**Acceda a las gacetillas de prensa de KPMG Argentina >**](https://www.kpmg.com/AR/es/prensa/Gacetillasdeprensa/Paginas/default.aspx) | | | | | | | | |
| **[Twitter](https://twitter.com/KPMGArgentina)**[**kpmg.com/socialmedia**](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDaEKIv6SjnE6KOw7tNdIQNTbUHYuvy2Vxnhnnbes8e7CM1iFUUnJL8c=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc) | | | | [**kpmg.com.ar**](http://www.kpmg.com.ar) | | | | |
|  | @KPMGArgentina |  | KPMG Argentina | |  | KPMG Argentina |  | KPMG AR Talentos |
| [**kpmg.com/app**](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDbYc/NLxs+tnCw9ICurexhk=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc)  [Available on the App Store](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDbYc/NLxs+tnCw9ICurexhk=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc) | | | | | | | | |

1. En el caso de LATAM es la segunda ya que la primera es el crecimiento orgánico. [↑](#footnote-ref-1)