



Disrupción y crecimiento

2017 Global CEO Outlook

#CEOoutlook

CAPÍTULO ARGENTINA
Resumen ejecutivo

Introducción

Este tercer informe anual de KPMG Global CEO Outlook muestra la visión de los desafíos y oportunidades que enfrentan casi 1.300 altos ejecutivos que lideran muchos de los negocios más grandes y complejos del mundo. La investigación ofrece una lente única mediante la cual se pueden observar las cuestiones estratégicas en las que estos CEO se están centrando para conducir sus negocios en un período de profundos cambios y oportunidades.

En el último año muchos ejecutivos han avanzado claramente hacia el logro de sus metas. Pero también han visto nuevas olas de incertidumbre que los están obligando a pensar distinto sobre las fuerzas disruptivas que afectan a sus negocios. La perspectiva de este año enfatiza en que la disrupción es un hecho para los CEO y sus planes, ya que responde a la creciente incertidumbre. Pero quizás lo más importante es que la mayoría considera a la disrupción como una oportunidad para transformar su modelo de negocio y desarrollar nuevos productos y servicios. Siguen siendo optimistas acerca de su compañía y sus perspectivas, así como de la economía nacional y global donde operan. Reconocen el impacto del aumento de las vicisitudes geopolíticas y económicas, y trabajan para estar preparados. Entienden que la velocidad para llegar al mercado y la innovación son prioridades estratégicas para un crecimiento en condiciones inciertas.

Características de la encuesta

Participaron de la encuesta mundial 1.261 CEO de 10 mercados distintos (Australia, China, Francia, Alemania, India, Italia, España, Reino Unido, Estados Unidos y América Latina) y 11 sectores clave de la industria: automotor, bancos, infraestructura, seguros, gestión de inversiones, salud, manufactura, mercados minoristas/ de consumo, tecnología, energía, servicios públicos y telecomunicaciones. De ese total, 31 CEO fueron argentinos. Un tercio de las compañías encuestadas tienen ingresos anuales que exceden los US\$ 10.000 millones. Las organizaciones con ingresos menores a US\$ 500 millones no fueron incluidas. La muestra se llevó a cabo entre el 21 de febrero y el 11 de abril de 2017.

Cuestionario y preguntas demográficas

Un 35% de quienes respondieron son CEO que están en sus cargos entre 6 y 9 años, el 61% lleva más de 10 años en su organización, y el 94% cree que su sucesor será también un hombre.

Qué dicen los CEO de la Argentina

KPMG inició esta serie de encuestas destinadas a conocer la opinión de un grupo muy representativo y calificado de los máximos líderes de las empresas globales. La participación en la muestra de altos ejecutivos de firmas argentinas es un aporte significativo que permite conocer mejor nuestra realidad empresarial, algo central en un mundo cada vez más competitivo y globalizado.

En líneas generales, surge de la encuesta que para los próximos 3 años una gran mayoría de los CEO argentinos consultados es optimistas en cuanto al crecimiento de la economía del país y de sus actividades; y al mismo tiempo espera que la tasa de interés siga en alza.

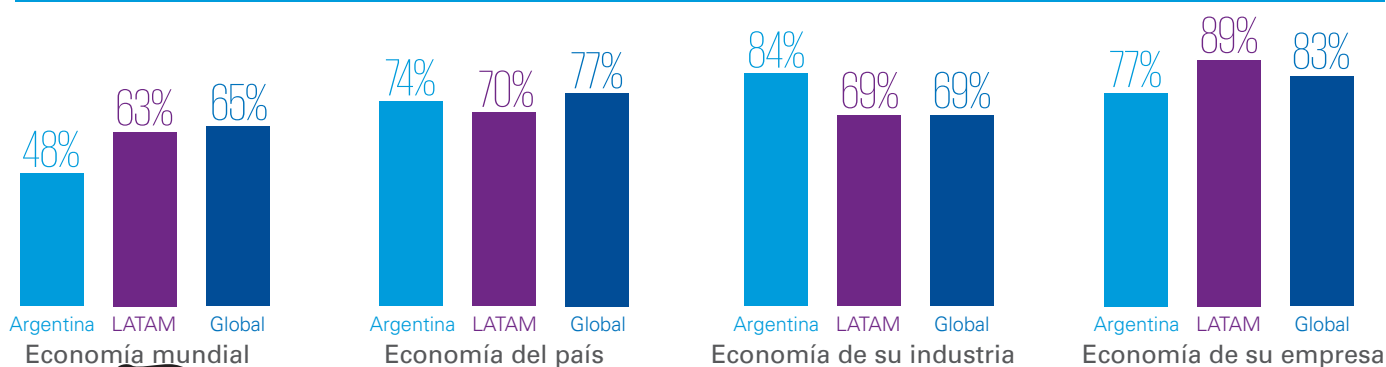
También, afirma que la mejora de la actividad de sus empresas se incrementará explorando el propio negocio y que la expansión en mercados externos se concentrará en América. En temas relacionados a los desafíos tecnológicos expresa la intención de aumentar la inversión en el área y reconoce que hay limitaciones para responder a los desafíos que plantea la disrupción digital. Finalmente, pronostica que el número de empleados no crecerá más del 5% en el período. Sin duda, información valiosa no sólo para el mundo de los negocios sino para el país en su conjunto ya que son las perspectivas que tienen los principales líderes del sector privado argentino.



Ricardo De Lellis
Socio Director Ejecutivo
KPMG Argentina

Proyecciones de los CEO argentinos para los próximos 3 años

Nivel de confianza



71%

de los directivos argentinos cree que su empresa crecerá entre el **1%** y el **3%**, y que el número de empleados aumentará menos del **5%** en los próximos 3 años.

Entorno empresarial y política

39%

dice que priorizará su crecimiento en nuevos mercados de Sudamérica y Centroamérica

84%

espera que aumente el ritmo de la globalización y el flujo internacional de comercio.

81%

afirma que subirá la tasa de interés.

Planes de crecimiento

68%

sostiene que priorizará aumentar la penetración en los mercados existentes.

80%

dice que aumentará las operaciones y procesos comerciales.

➤ Inversiones y cuota de mercado

35%

considera que será importante la inversión en innovación, incluyendo nuevos productos, servicios y formas de hacer negocios.

58%

dice que sostendrá la inversión en infraestructura digital.

90%

cree que destinará una alta inversión en reclutamiento de personal.

71%

expresa que mantendrá la inversión en ciberseguridad.

➤ Geopolítica

68%

afirma que reevaluará su estrategia mundial.

97%

dice que dedicará más tiempo a la planificación de escenarios como resultado de un clima geopolítico incierto.

81%

considera que la llegada de Donald Trump al gobierno de EE.UU. no impactará en la economía mundial.

➤ Asuntos de riesgo

35%

sostiene que está preocupado por los ataques informáticos y también por la reputación de marca.





Ciberseguridad

94%

entiende que la inversión en seguridad informática es una oportunidad para encontrar nuevas fuentes de ingresos.

84%

percibe que la empresa no está debidamente preparada para un incidente informático.

77%

afirma que no hay preparación para un *hacking* en redes sociales.

Disrupción tecnológica

58%

pronostica que habrá más inversiones en Internet de las Cosas.

48%

adelanta que aumentarán las inversiones en herramientas de análisis de datos.

77%

está convencido que la disrupción tecnológica es más una oportunidad que una amenaza.



Trabajo digital / inteligencia artificial cognitiva

74%

afirma que la tecnología cognitiva emergente (automatización robótica de procesos, computación y automatización) aumentará el impacto en las áreas de producción y servicios.

68%

creo que la tecnología cognitiva emergente impactará en el servicio al cliente.

Clientes

65%

expresa que no está de acuerdo con que los incentivos a los gerentes senior estén vinculados a métricas de satisfacción del cliente.

52%

creo que su empresa no se esfuerza por evaluar el retorno de la inversión de los programas centrados en el cliente.

➤ Estrategia y transformación

68%

manifiesta estar preocupado que su organización no esté a la vanguardia de los servicios / productos.

48%

está preocupado de que otros actores irrumpían en el modelo de negocio a través de una empresa que no es percibida como un competidor.

35%

dice que priorizará la estrategia de branding, marketing y comunicaciones.

94%

piensa que su empresa será la misma en 3 años.



➤ Corto plazo

77%

dice que hace equilibrio entre los objetivos financieros de corto plazo y los planes de crecimiento a largo plazo.

90%

afirma que dará más importancia a la confianza, a los valores y a la cultura para sostener el largo plazo.

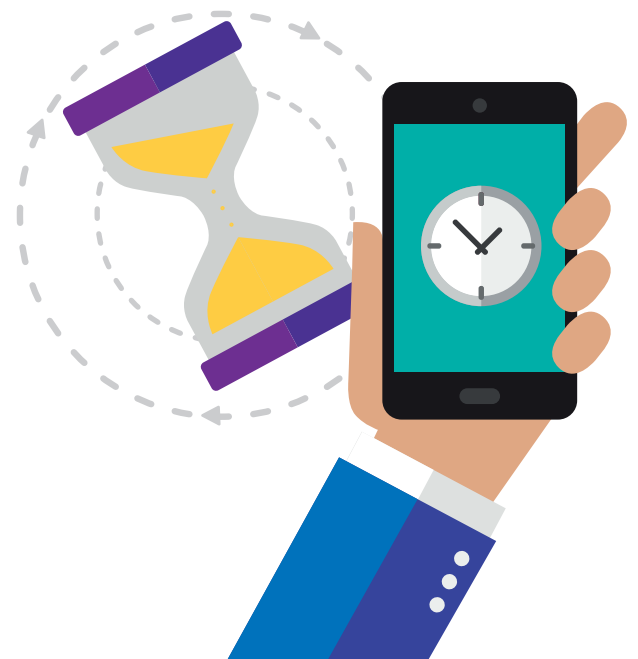
74%

considera que ser socialmente responsable es incompatible con los objetivos de corto plazo.

➤ Personalizando al CEO

74%

se considera flexible a nuevas influencias y colaboraciones.



 **CEO Outlook 2017 > Capítulo Argentina**

 **CEO Outlook 2017 > Capítulo Latam**

 **CEO Outlook 2017 > Capítulo Global**

Acceda al informe completo en www.kpmg.com.ar
ar-fm_marketing@kpmg.com.ar

Siganos en las redes:

#CEOoutlook

 @KPMGArgentina

 KPMG Argentina

 KPMG Argentina

 KPMG AR Talentos

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. No se deben tomar medidas en base a dicha información sin el debido asesoramiento profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

© 2017 KPMG, una sociedad civil argentina y firma miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Derechos reservados.

Diseñado por el equipo de Servicios Creativos - Marketing y Comunicaciones - Argentina.