

Fuente

Fecha

América Economía

25/Ago/2017

CEO CONFIADOS, PERO MENOS DISRUPTORES

Una encuesta de KPMG a directores generales de la región arroja que, si bien el optimismo en cuanto a crecimiento es casi generalizado, este es más bien modesto. En cuanto a ser disruptores en sus sectores, los CEO regionales están muy por debajo del promedio global.

Nueve de cada 10 directores generales o CEO de América Latina (89%) confían más en las perspectivas de crecimiento de sus propias empresas de cara a los próximos tres años, en comparación con el promedio global (83%). En relación con sus propios países, los encuestados se muestran más optimistas para las perspectivas del siguiente año que para los próximos tres (82% se muestran confiados en los próximos 12 meses; 70% siente lo mismo sobre los siguientes tres años), de acuerdo con el estudio *¿Confianza o autocomplacencia? Los líderes de América Latina afrontan un futuro de disrupción*, encuesta realizada por KPMG International.

Para Pedro Melo, socio director general de KPMG en Brasil y Sudamérica, los líderes de negocios esperan cambios positivos a corto plazo, pero confían menos en las implicaciones a largo plazo. Como ejemplo, Melo destaca el acuerdo de paz en Colombia; las nuevas perspectivas de relación del gobierno argentino con antiguos aliados; las promesas positivas del gobierno peruano, y las reformas políticas positivas para los negocios en Brasil. Melo también identifica el aumento de la inflación como un motivo para que

hasta 5 puntos porcentuales.

Menos preocupación por la disrupción

La posibilidad de disrupción es un hecho en América Latina y el mundo. "Hoy, más que nunca, dirigir un negocio es desafiar paradigmas y conducir cambios radicales. Tres de cada cuatro CEO en el mundo comparten que su compañía está orientada a ser el disruptor de su sector. Hay diversas razones por las que los CEO tienen este nuevo enfoque, hemos sido testigos de cambios geopolíticos, económicos y, sobre todo, tecnológicos que están sucediendo en todas las industrias a escala mundial. Los líderes están conscientes de que ya no es aplicable el *business as usual*", dice Victor Esquivel, socio director general de KPMG en México. Sin embargo, en comparación con el promedio global, los CEO de América Latina están menos preocupados por la disrupción. La encuesta destaca que solo al 30% le preocupa que su organización esté al día en el desarrollo de productos y servicios, en comparación con casi la mitad (45%) de los CEO encuestados globalmente.

Este resultado refleja el hecho de que los CEO de diversas empresas trabajan con



los directivos de algunos países sean menos optimistas en cuanto a las perspectivas para los próximos tres años. "Cuando se tiene inflación es mucho más difícil lidiar con el largo plazo", dice.

El estudio señala que los CEO de América Latina tienen expectativas para el crecimiento de sus propias empresas más modestas que las de sus homólogos globales. El 81% de los participantes de la región confía en que el crecimiento de sus empresas será de hasta 2% anualmente en los próximos tres años, mientras que 41% de los participantes a nivel global espera un crecimiento de



negocios de *commodities*, agricultura y materias primas, menos afectados por la disrupción. "Es necesario estar preparado para lo nuevo, para lo digital, para la disrupción, sin olvidar que el flujo de ingresos aún depende mucho de los negocios tradicionales. La labor más importante del CEO en la actualidad es saber realmente cómo navegar entre las luces que se están apagando y aquellas que están comenzando a brillar. La pregunta fundamental es: ¿cuál es el momento correcto para apagar la luz de un lado y encenderla en el otro?", dice Charles Kriek, socio director general de KPMG en Brasil y Sudamérica.

123RF