

[EXPERTCOMMENT]

Por: KPMG



CEOs globales, realistas sobre crecimiento, pese a obstáculos sin precedentes

Los ciberataques y el territorialismo geopolítico preocupan sobremedida a los directores globales de las empresas, por lo que planean realizar acciones relacionadas con la innovación y la colaboración para alcanzar sus objetivos de crecimiento en los próximos años.

A pesar de ser relativamente positivos sobre la economía en general y de sus países, el optimismo de los directores generales (CEOs, por sus siglas en inglés) globales se ve atenuado por una adecuada dosis de realismo; solo la mitad (55%) prevé crecimiento moderado en los ingresos de su empresa de 2% en los próximos tres años, proporción que se eleva a 84% en América Latina y a 82% en México. Por otra parte, la mitad de los CEOs (52%) afirma que necesitará alcanzar determinados objetivos de crecimiento antes de contratar nuevos talentos, porcentaje que en América Latina se eleva a 84% y en México a 94%. El estudio señala que los cambios demográficos significativos, los aparentemente inevitables ciberataques futuros y la volatilidad geopolítica son el trasfondo sobre el que los CEOs en todo el mundo están impulsando el crecimiento. Es revelador que, aun

así, los líderes sean optimistas con respecto a la disrupción tecnológica, dado que 95% (99% en América Latina, 98% en México) la ve más como una oportunidad que como una amenaza, de acuerdo con el estudio *2018 Global CEO Outlook. Growth pains (Perspectivas globales del CEO. El esfuerzo por crecer)*, elaborado por KPMG International, red de firmas multidisciplinarias que proveen servicios de Auditoría, Impuestos y Asesoría.

La cuarta edición de esta encuesta revela los puntos de vista de 1,300 CEOs de 11 países representativos, para conocer la perspectiva que tienen de su negocio, así como de la economía global en los próximos tres años, comparando estos resultados con los de países de América Latina, incluido México con un total de 50 respuestas locales.

“Gracias a factores clave como la disrupción tecnológica, la centralidad

en el cliente y la automatización del trabajo, los CEOs de América Latina tienen en sus manos el futuro de las organizaciones que encabezan”, afirma Víctor Esquivel, Socio Director General de KPMG en México.

“Los CEOs aprovechan los retos para enfilar sus empresas hacia el crecimiento”, enfatiza Bill Thomas, Presidente de KPMG International. “Los CEOs con los que converso reconocen que la incertidumbre geopolítica, la disrupción y las amenazas cibernéticas son la nueva normalidad; sin embargo, ven las oportunidades que esto genera, modificando sus sistemas y, en algunos casos, sus modelos de negocio completamente. Es claro que impulsar el crecimiento en 2018 y años posteriores, requerirá que los CEOs combinen el ingenio con el realismo de manera equilibrada”, confirma Thomas.

ASUMIR EL DESAFÍO DE UN MUNDO INCIERTO

Los CEOs desempeñan un papel fundamental para que sus empresas se centren en el cliente del mañana, con el objetivo de aprovechar cada oportunidad para su crecimiento. En este sentido, cuatro de cada diez CEOs (38% a nivel global, 43% en América Latina, 38% en México) afirman que deben modificar la imagen de su negocio para satisfacer las necesidades de los *millennials*.

“Incluso en los mercados emergentes, las expectativas del cliente en diversas industrias se trasladan hacia un estándar regional o global, y las organizaciones tratan de ponerse al día en este aspecto. Al igual que las marcas globales, las regionales y nacionales se encuentran expuestas a un grado de escrutinio nunca antes visto. Los clientes son más conscientes de lo que está disponible en todo el mundo, y las redes sociales les dan una



voz para expresar sus expectativas”, comenta Esquivel.

Por otro lado, existe una creciente sensación de que es inevitable convertirse en víctimas de un ciberataque: casi la mitad de los CEOs (49% a nivel global, 22% en América Latina, 14% en México) afirman que es una cuestión de “cuándo sucederá”, no de “y si sucediera...”.

Asimismo, quizá por el entorno geopolítico actual no sorprende que un “regreso al territorialismo” sea considerado este año como la amenaza número 1 para el crecimiento de las empresas; en América Latina y México este campo lo ocupan los “riesgos operativos”.

IMPULSANDO UN CRECIMIENTO REALISTA

Los CEOs son optimistas con respecto al entorno macroeconómico: 67% tiene confianza en las expectativas de crecimiento de la economía global (37% en América Latina, 34% en México), y 78% en el crecimiento de su industria (90% en América Latina, 92% en México).

En el mismo sentido, los CEOs confían en el crecimiento individual de sus países (74% a nivel global, 90% en América Latina, 96% en México); sin embargo, hay temas complejos que están surgiendo

con respecto a las expectativas de las empresas:

- 90% confía en las proyecciones de crecimiento de su compañía, un alza de siete puntos porcentuales con respecto a 2017 (96% en América Latina, 92% en México)
- No obstante, solo 36% planea incrementar su plantilla laboral más de 6% en los próximos tres años, una disminución de 10% con respecto a 2017, y la cifra es aún menor en América Latina (13%) y en México (14%)
- Por otro lado, 55% es moderado en sus proyecciones de crecimiento en ingresos, ubicándolos en menos de 2% a lo largo de los próximos tres años, porcentaje que en América Latina y México se incrementa a 84% y 82% respectivamente

HACIENDO DE LO DIGITAL UNA CRUZADA PERSONAL

Los CEOs adoptan los temas de transformación digital como nunca lo habían hecho, haciéndose personalmente responsables de los datos y la confianza de los clientes:

- 71% (91% en América Latina, 98% en México) se consideran listos para encabezar una transformación radical en sus organizaciones
- 59% (91% en América Latina, 92%

en México) ve la protección de datos de sus clientes como una responsabilidad personal crítica

- Contrario a la opinión más generalizada, 62% (87% en América Latina, 96% en México) espera que la inteligencia artificial cree más empleos de los que eliminará “Los CEOs invierten en analíticas avanzadas potenciadas, particularmente en inteligencia artificial, para reducir la falta de sofisticación en muchos mercados. Específicamente en el sector de servicios financieros, las *fintech* traerán beneficios para los sectores poblacionales no bancarizados en América Latina, ayudando a que trabajadores informales incapaces de demostrar un ingreso estable, construyan un historial crediticio basado en compras y reembolsos”, afirma Esquivel.

ANTEPONIENDO LA INTUICIÓN A LOS HECHOS

Con las exigencias de los clientes cambiando de manera continua y el panorama tecnológico en constante transformación, la agilidad y la intuición son críticas hoy en día:

- 59% cree que la agilidad es la nueva moneda de los negocios, aunque

Para los directores generales en América Latina y México las acciones relacionadas con la innovación y la colaboración para alcanzar sus objetivos de crecimiento para los próximos años, por orden de importancia son:

AMÉRICA LATINA	MÉXICO
1. Crear programas de aceleración o incubadoras para start-ups (45%)	1. Crear programas de aceleración o incubadoras para start-ups (54%)
2. Alianzas corporativas (42%)	2. Consorcios conjuntos de la industria enfocados en el desarrollo de tecnologías innovadoras (44%)
3. Hacer que los productos y servicios estén disponibles por medio de proveedores en línea, como plataformas de redes sociales (42%)	3. Alianzas corporativas (44%)
4. Consorcios conjuntos de la industria enfocados en el desarrollo de tecnologías innovadoras (40%)	4. Aumentar la inversión en detección de disrupción y procesos de innovación (40%)
5. Aumentar la inversión en detección de disrupción y procesos de innovación (40%)	5. Hacer que los productos y servicios estén disponibles por medio de proveedores en línea, como plataformas de redes sociales (38%)

Prioridades estratégicas

Los CEOs a nivel global planean realizar acciones relacionadas con la innovación y la colaboración para alcanzar sus objetivos de crecimiento en los próximos años; por orden de importancia son:

1. Hacer que los productos y servicios estén disponibles por medio de proveedores en línea, como plataformas de redes sociales (54%)
2. Crear programas de aceleración o incubadoras para start-ups (53%)
3. Colaborar con empresas innovadoras, como fintech, insurtech, empresas de salud (53%)
4. Asociarse con proveedores de tecnología en la nube (52%)
5. Aumentar la inversión en detección de disrupción y procesos de innovación, y asociarse con proveedores de información de terceros (ambas con 50%)

este porcentaje cae en América Latina (7%) y en México (4%)

- 51% confía menos en la precisión de los análisis predictivos en comparación con los datos históricos, cifra que se reduce a 8% en América Latina y 6% en México
- 67% (52% en América Latina, 24% en México) admite que ha antepuesto su intuición al conocimiento basado en datos en los últimos tres años

“Los datos son sumamente importantes; sin embargo, los CEOs tienen que tomar decisiones muy relevantes para sus negocios, y es claro que la experiencia e intuición juegan aún

un papel trascendental en esta tarea”, afirma Bill Thomas.

CRECIENTES CIBERAMENAZAS

El constante riesgo de una amenaza a la seguridad cibernética está cada vez más presente en el ambiente, pasando del quinto al segundo lugar en los riesgos que dificultan el crecimiento futuro. Solo 51% de los CEOs (78% en América Latina y México) consideran que están bien preparados para un ciberataque, a pesar de que más de la mitad (55%) afirma que contar con una sólida estrategia cibernética es crítico para generar confianza en sus grupos de interés clave; sin embargo, la proporción baja drásticamente en América Latina y México, donde este porcentaje llega solo a 6%.

FUERTE ÉNFASIS EN MERCADOS EMERGENTES

Siete de cada diez CEOs a nivel global (81% en América Latina, 84% en México) consideran que su prioridad más importante para la expansión geográfica son los mercados emergentes, destacando América Central y del Sur como las regiones más relevantes en este rubro.

“Por primera vez, diría que probablemente en los últimos diez años, hay una sincronización entre el crecimiento de la región y en la mayor parte del mundo, y los CEOs confían en su propia capacidad para capturar las oportunidades que se deriven de este ciclo de crecimiento”, comenta Víctor Esquivel. ■



SERVICIOS DE ALTA ESPECIALIDAD

En **NTA** nos enfocamos en ser el operador logístico especializado en la industria de la salud.

- Estructura de centros de reparto a nivel nacional
- Servicios de almacenaje y distribución
- Importación y exportación
- Monitoreo y registro de temperatura
- Calificación y soporte para la cadena de frío