



KPMG 2021 CEO Outlook: América del Sur

**Crecimiento, propósito y
responsabilidades compartidas**

home.kpmg/CEOoutlook



Introducción

El mundo post-COVID y el futuro del trabajo en Sudamérica

La economía sudamericana siente los impactos de casi dos años marcados por la pandemia de COVID-19. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en 2020 **los países de la región recibieron US\$ 105.480 millones en inversión extranjera directa, 34,7% menos que en 2019**. Esta cifra también corresponde al 51% del récord histórico, alcanzado en 2012, y es el valor más bajo registrado desde 2010. En julio de este año, la CEPAL publicó otro estudio, titulado “La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe: crecimiento con persistentes problemas estructurales”, en el que proyecta un **crecimiento promedio del 5,2% para la región en 2021, luego de la contracción del 6,8% registrada en 2020**. A pesar de que la tasa de crecimiento proyectada puede ser alta, se cree que no será suficiente para superar los impactos sociales de la crisis y los problemas estructurales de la región. En definitiva, el continente enfrentará una recuperación lenta.

Esto es parte de la coyuntura subyacente al CEO Outlook 2021 de KPMG que, entre el 28 de junio y el 30 de julio, consultó a **260 líderes empresariales** de nueve países sudamericanos: **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela**. Casi la mitad de los encuestados (45%) dirige empresas con ventas entre US\$ 500 millones y US\$ 999 millones, en tanto que otro 33% pertenece a empresas con ventas entre US\$ 1.000 millones y US\$ 9.900 millones. Las concentraciones más altas de la muestra se registraron en **bancos (14%), consumo y venta minorista (12%), seguros e industria manufacturera (10% cada uno)**. Más de la mitad (61%) de las empresas cotizan en bolsa. En relación al género, solo el 10% de los CEO entrevistados en Sudamérica fueron mujeres (siendo hombres el otro 90%). En este informe presentamos los **aspectos más destacados de la encuesta realizada en Sudamérica**, como así también una comparación entre las respuestas de los CEO sudamericanos y las de la muestra mundial (que corresponde a 1.325 CEO de los cinco continentes), y el contraste con los resultados del informe anterior (2020).

Charles Kriek

Presidente
KPMG en Brasil y América del Sur



Contenido

04 América del Sur y el Mundo

08 CEO, gobiernos y *stakeholders*: nuevos pactos mundiales

11 Futuro del trabajo: propósito y modelo híbrido

13 Seguridad y estrategia informática en foco

15 Comparativo Sudamericano 2020 contra 2021

18 Conclusión



América del Sur y el Mundo

CEO, gobiernos y *stakeholders*: nuevos pactos mundiales

Futuro del trabajo: propósito y modelo híbrido

Seguridad y estrategia informática en foco

Comparativo Sudamericano 2020 contra 2021

Conclusión

América del Sur y el Mundo

Riesgos y oportunidades

Los CEO sudamericanos son optimistas con respecto a los próximos tres años, tanto para sus empresas como para las economías locales donde operan o para la economía mundial. Aquellos que **confían en el futuro de las empresas suman el 87%**, una cifra que es compartida con los 1.325 CEO pertenecientes al grupo denominado “*Core Countries*” (que corresponden a Australia, Canadá, China, Francia, Alemania, India, Italia, Japón, España, Reino Unido y Estados Unidos). El nivel de confianza sigue siendo alto, incluso cuando se analizan los países y sectores en los que operan las empresas, y en donde los **CEO sudamericanos parecen más optimistas que los ejecutivos del resto de los países analizados**: mientras el 88% de los ejecutivos sudamericanos encuestados mostró una perspectiva positiva sobre la economía de sus países (frente al 82% de la muestra de los *Core Countries*), un 91% señaló tener confianza en la recuperación de los sectores donde operan sus empresas (en los *Core Countries*, el 77%).



“El año 2022 en materia económica debería ser un buen año a medida que avanzan los procesos de vacunación, y vamos volviendo a la normalidad. Si bien existen desafíos a resolver con respecto a desequilibrios macroeconómicos estructurales, somos optimistas respecto a varios sectores de la economía que podrán encontrar buenas oportunidades para hacer negocios en un contexto desafiante.”

Alejandro Butti,
CEO y Country Head de Santander,
Argentina



El **crecimiento inorgánico es la estrategia más popular en todo el mundo y también en Sudamérica**, donde el 35% de los CEO afirmó tener la intención de aumentar sus operaciones por medio de alianzas estratégicas (versus el 29% de la muestra de los *Core Countries*). Por otro lado, las fusiones y adquisiciones y las *Joint Ventures*, que resultan estrategias menos populares en la región, fueron el foco del 18% y el 13% respectivamente (versus 24% y 11% de los *Core Countries*, respectivamente). El **crecimiento orgánico, por su parte, será la estrategia adoptada por el 28% de los ejecutivos de la región**, cifra que resultó levemente superior en los *Core Countries* (31%).

Los riesgos relacionados a las tecnologías disruptivas y las cadenas de suministro son considerados los más importantes por la mayoría de los CEO de Sudamérica, desde que el 19% y el 18% de los encuestados, respectivamente, clasificó estos dos elementos como los más significativos para el crecimiento de las empresas en los próximos tres años.



“Trabajar de manera transversal la sostenibilidad, desde la garantía de los Derechos Humanos y la estructura de gobiernos corporativos transparentes, equitativos y eficaces, así como asegurar procesos productivos limpios, reducir las emisiones contaminantes, son acciones que traerán efecto sobre el componente social.”

Monica Contreras,
 Presidente de TGI,
 Colombia





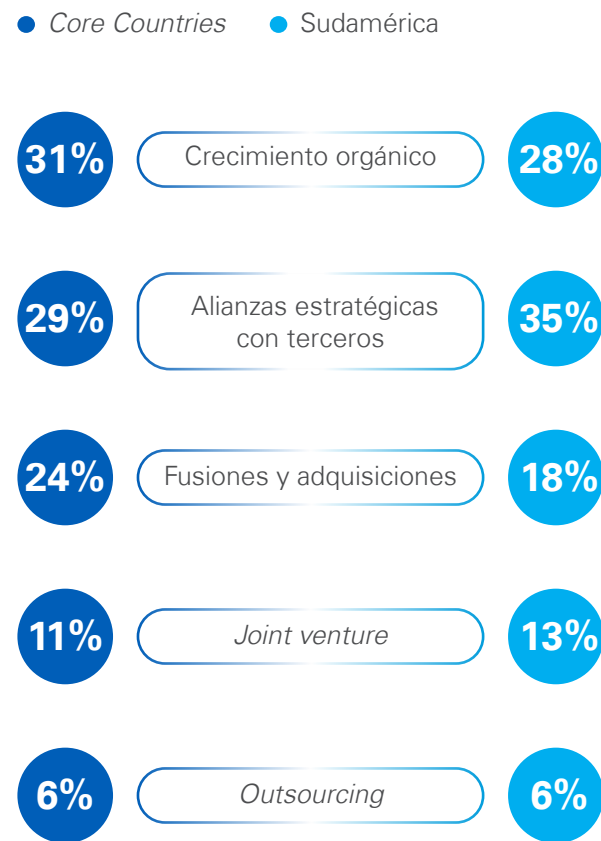
“
 Uno de los mayores retos que la pandemia impuso sobre los negocios en la región fue el de la presión a las cadenas de suministro, dadas las restricciones a la libre movilidad y los múltiples desafíos a la manera tradicional de acceder a los mercados y clientes. Las empresas exitosas en adelante serán las que mejor y más ágil capacidad de adaptación al cambio presenten.”

Juan Carlos Berrú de la Torre,
 Gerente General de Grupo Futuro,
 Ecuador

En la muestra del grupo de los *Core Countries*, donde los riesgos parecen estar mejor distribuidos, estos elementos obtuvieron el 11% (tecnologías disruptivas) y 12% (cadena de suministro) respectivamente.

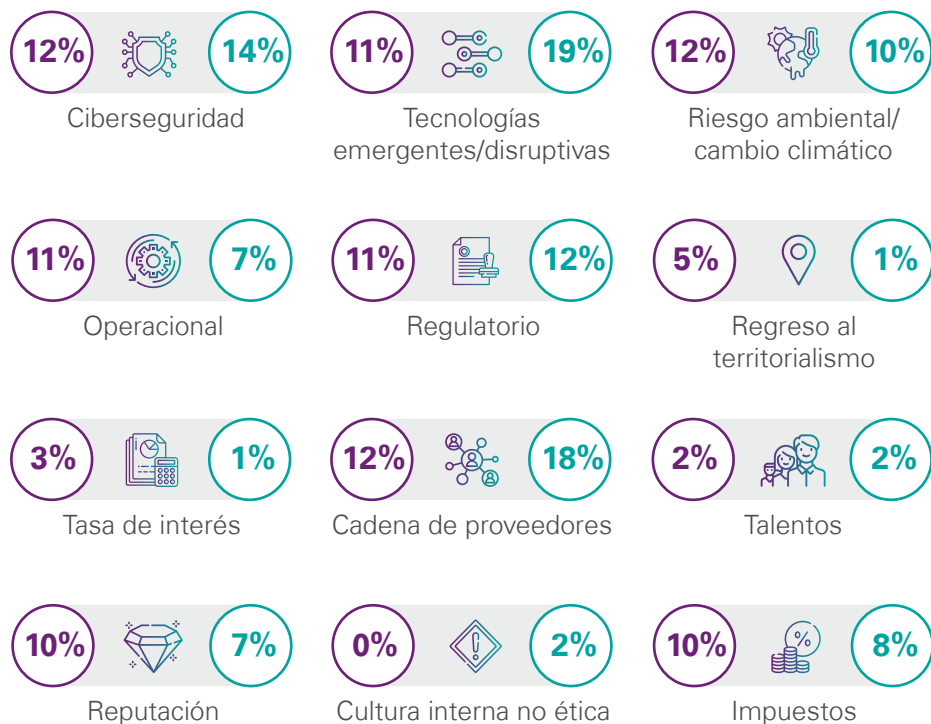
Tanto en América del Sur como en los *Core Countries*, las estrategias elegidas para prevenir este tipo de riesgos fueron la **diversificación de las fuentes de insumos y el monitoreo constante de la cadena**, con el objetivo de anticipar eventuales problemas y hacer que las cadenas sean más resilientes.

¿Cuál de las siguientes estrategias será la más importante para que la organización cumpla con sus expectativas de crecimiento durante los próximos tres años?



¿Cuál es el mayor riesgo para el crecimiento de su empresa durante los próximos tres años?

● Core Countries ● Sudamérica



“Empezamos dLocal desde Uruguay, pero nunca pensamos que podría ser una restricción. Sabíamos que los desafíos de pago locales se extendían mucho más allá de los países vecinos. Nuestras raíces nos obligaron a pensar en grande y actuar globalmente desde el principio. Creamos nuestra plataforma global desde cero para satisfacer las necesidades de nuestros comerciantes globales de rápido crecimiento. A medida que las necesidades de nuestros clientes se expanden y evolucionan, crecemos con ellos.”

Sebastian Kanovich,
CEO de dLocal,
Uruguay



CEO, gobiernos y stakeholders: nuevos pactos mundiales

La pandemia de COVID-19 arrojó luz sobre ciertos aspectos de la dinámica política, social y financiera de las economías que hasta ahora no habían sido tan visibles. El **impacto colectivo de las decisiones individuales marcó el tono de muchas de las discusiones en todo el mundo, junto con las cuestiones de sostenibilidad ambiental y el valor de la cooperación** entre los diferentes agentes para avanzar en esta agenda. Los datos recopilados en esta encuesta sugieren que **estos temas ya están bien difundidos en el mundo de los negocios**. La perspectiva es que **se pueden crear o renovar pactos para fortalecer las estructuras y los flujos productivos globales**.

Los ejecutivos están atentos a la **relación entre el mercado y los gobiernos**. Para el 78% de los CEO de Sudamérica, la presión ejercida por la pandemia sobre las finanzas públicas ha aumentado la urgencia de la cooperación multilateral en el sistema tributario mundial, proporción que entre los CEO de los *Core Countries* fue del 75%. Asimismo, **el 82% de los CEO sudamericanos cree que las grandes empresas disponen de los recursos para ayudar a los gobiernos a encontrar soluciones a los desafíos globales**, en comparación con el 74% de los CEO del grupo *Core Countries*. En este sentido, las expectativas en torno a la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático 2021** (conocida como COP26), programada para realizarse en Escocia en noviembre de 2021, son grandes. En Sudamérica, el 81% de los encuestados afirma que los líderes mundiales que participarán en la reunión deben **transmitir la urgencia de la agenda ambiental**, mientras que en el grupo de los *Core Countries* el 75% opina lo mismo. Estos resultados sugieren que la agenda ambiental se percibe como más urgente en Sudamérica.



“Las economías sudamericanas son altamente dependientes de industrias extractivas, y los commodities logran picos históricos de precio. Adicionalmente, la alta dependencia de industrias extractivas mitiga el impacto de la “rotura” de cadenas de abastecimiento causada por la pandemia. Ello se debe a que estas se encuentran, comparativamente, al inicio de la cadena de abastecimiento.”

Monica Contreras,
Presidente de TGI,
Colombia



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
proposito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

Además, la proporción de ejecutivos que cree que **es necesario un estímulo gubernamental para impulsar las inversiones realizadas por la comunidad empresarial en función del cambio climático** es grande (el 82% en Sudamérica y el 77% en el grupo de los *Core Countries*). Es interesante notar, finalmente, que los **CEO de Sudamérica se encuentran entre los más comprometidos con el tema ambiental: en esta parte del continente, el 45% de los ejecutivos pretende invertir entre el 6% y el 10% de los ingresos de sus empresas en programas que las hagan más sostenibles**, en comparación con el 21% del grupo de los *Core Countries*. Quienes pretenden invertir una porción menor, de hasta el 5% de los ingresos, suman el 44% de la muestra de los *Core Countries* y el 28% de Sudamérica.

Si los CEO esperan un estímulo público para avanzar en la agenda ambiental, se puede decir lo mismo sobre la forma en que la sociedad ve a las empresas. La inclusión de género y raza está en la agenda, y la opinión pública está muy atenta a las **acciones positivas y políticas de responsabilidad social y ambiental de las empresas, con la expectativa de que sean agentes de cambio**. Poco más de la mitad de los CEO sudamericanos (56%), y una mayor proporción en los *Core Countries* (62%), cree que debería aumentar la intensidad con la que las empresas abordan internamente cuestiones como la diversidad, la etnia y el género. Asimismo, saben que, en el futuro, los *stakeholders* y el público lo exigirán cada vez más a los ejecutivos y otros voceros. **La mayoría de los encuestados (82% en Sudamérica y 71% *Core Countries*) cree que los CEO serán considerados los responsables del avance o estancamiento de esta agenda**. Otros datos refuerzan que los ejecutivos están dispuestos a “poner el dedo en la llaga” en temas de interés social: el 70% de los sudamericanos y el 75% del otro grupo despedirían a un colega senior debido a problemas conductuales, y el 80% y el 72% respectivamente **estaría de acuerdo en abandonar una parte rentable del negocio si ésta dañara la reputación de la empresa**.



“La pandemia nos deja un mayor impulso al enfoque en sostenibilidad de los negocios, vista como creación de valor compartido a la sociedad, así como al cuidado del medio ambiente.”

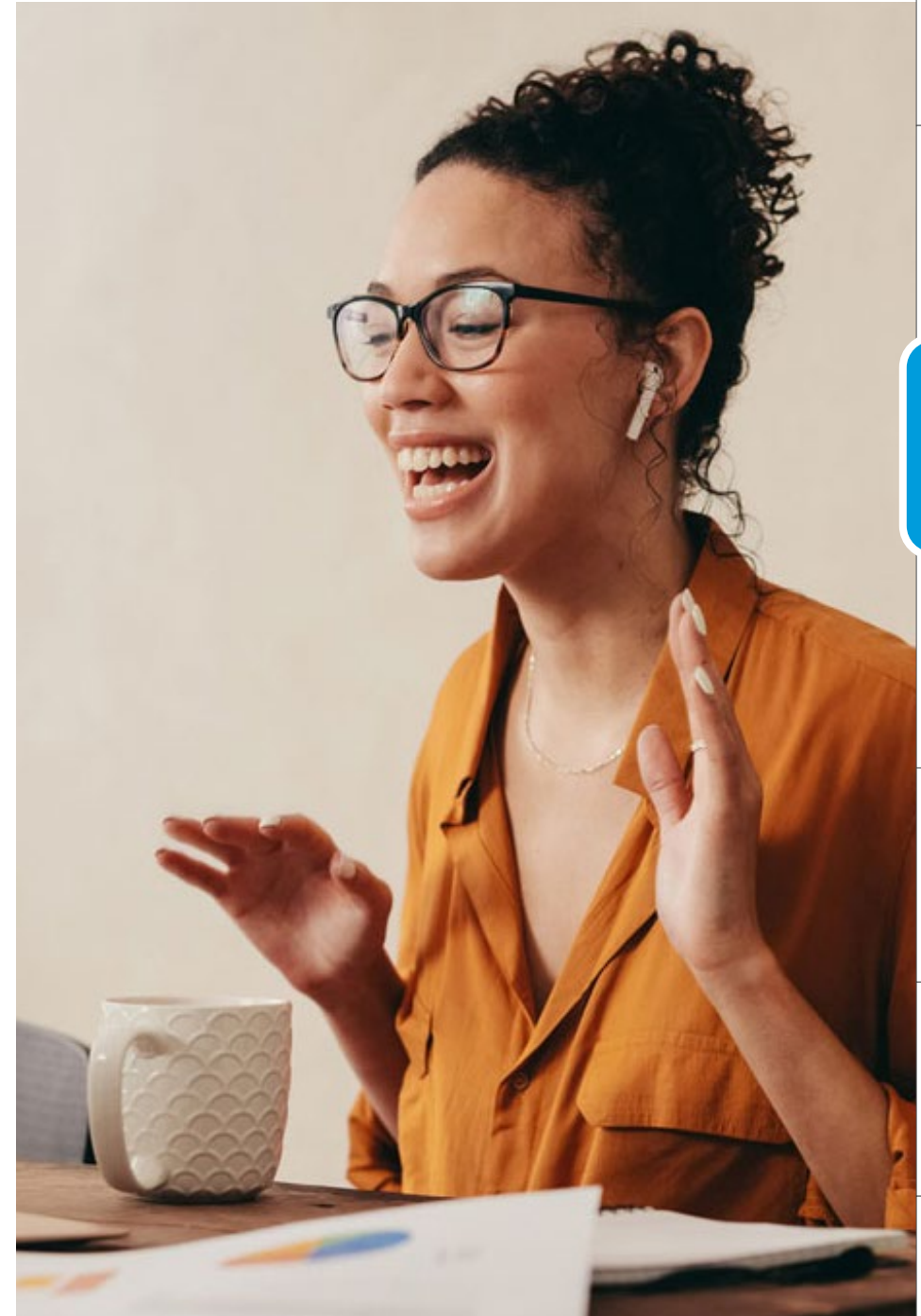
Juan Carlos Berrú de la Torre,
Gerente General de Grupo Futuro,
Ecuador





“
Nuestra empresa se ha comprometido globalmente a ayudar a reconocer los problemas globales. Hemos puesto en el bottom line de nuestros comunicados cuál es la relación de las acciones que estamos divulgando con los Objetivos de Desarrollo Sustentable. Pero es importante recordar que los objetivos cambian de un país a otro, y veo que pocas personas traen discusiones más lúcidas sobre este punto.”

Viviane Mansi,
CEO de Fundación Toyota,
Brasil



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

Futuro del trabajo: propósito y modelo híbrido

Si hace unos años los *millennials* fueron la gran novedad en el mercado laboral, ahora es la siguiente generación, denominada “Z”, la que ha llegado a las empresas. Los CEO creen que **las acciones positivas y los programas de responsabilidad social y ambiental son importantes para atraer y retener a los jóvenes talentos**. Para el 24% de los ejecutivos sudamericanos y el 29% de los pertenecientes a los *Core Countries*, el mayor beneficio de ser una organización diversa e inclusiva es lograr atraer empleados nacidos entre principios de los años 80 y principios de los 2000. Cabe aclarar que, en esta encuesta, la gran mayoría de los encuestados tiene entre 50 y 69 años: el 91% de Sudamérica y el 82% de la muestra de los *Core Countries*. Otros beneficios son la **mejora de los procesos en la toma de decisiones**, que evolucionan a medida que se diversifican los puntos de vista sobre los desafíos y dinámicas de las empresas, y el **impulso de iniciativas innovadoras**.

La idea de que **las empresas deben ser impulsadas por propósitos más amplios** también goza de una buena adhesión por parte de los líderes empresariales.



“ Solo el 20% de los compradores online en los mercados emergentes están realmente bancarizados o tienen una tarjeta de crédito. En dLocal nos aseguramos de que todos, independientemente de su acceso a los servicios bancarios, puedan ser parte de la economía de Internet. Y lo que es más importante, que los usuarios tengan la misma experiencia de usuario, independientemente de si eligen pagar con tarjeta de crédito, efectivo, cuotas o cualquier otro método de pago preferido. ”

Sebastian Kanovich,
CEO de dLocal,
Uruguay



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

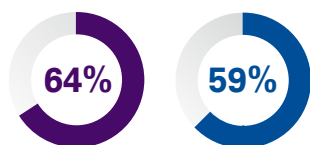
Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

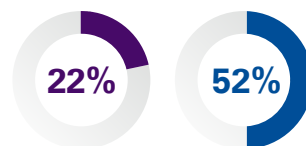
La mayoría de los CEO (68% en Sudamérica y 71% en los *Core Countries*) declara que, **desde que comenzó la crisis de COVID-19, se sienten más conectados con el propósito de sus empresas.** Esta perspectiva no solo debería mejorar la reputación de las organizaciones, sino también ofrecer buenos resultados para los inversionistas y *stakeholders*. También es interesante notar que el 85% de los ejecutivos sudamericanos y el 81% de los CEO de los *Core Countries* afirman que la pandemia hizo que **el énfasis de los programas de ESG (del inglés Environmental, Social and Governance) pasara al componente social.** El universo corporativo manifestó que comenzó a prestar más atención a temas como la salud mental de los empleados, el soporte tecnológico y la sobrecarga de trabajo para las mujeres que, además de cumplir con sus tareas corporativas, debieron hacerse cargo del cuidado del hogar y de la familia a tiempo completo.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor el objetivo general de su organización?

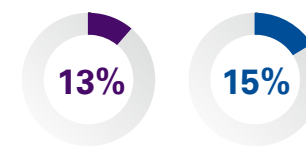
● Core Countries ● Sudamérica



Integrar nuestro propósito a todo lo que hacemos, con el fin de crear valor a largo plazo para todas nuestras partes interesadas, incluidos clientes, empleados, inversionistas y comunidades.



Contribuir a asuntos de interés público y la mejora de la sociedad.



Brindar un retorno económico a nuestros accionistas.

Según algo más de la mitad de los CEO de Sudamérica, el esfuerzo vale la pena: **el 53% afirmó que los programas de ESG mejoran el desempeño financiero de las empresas.** En el grupo de los *Core Countries*, el 40% visualiza el problema de manera neutral y el 37% cree en el impacto financiero positivo.

El modelo de trabajo híbrido, en el que los trabajadores deben dividirse entre la rutina en la oficina y el *home office*, se convirtió en una realidad debido a la pandemia y debería mantenerse hasta cierto punto después de que el COVID-19 deje de ser una amenaza. En esta coyuntura, ¿cómo mantener a los empleados comprometidos, motivados y productivos? Las tácticas más populares entre los CEO sudamericanos son, en primer lugar, el **énfasis en el bienestar y la salud mental de los equipos** y, en segundo lugar, la **capacitación para el desarrollo de habilidades digitales**, con el objetivo de asegurarse que **los empleados estén preparados y orientados hacia el futuro.**



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informativa en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

Seguridad y estrategia informática en foco

La relación entre innovación, tecnología y futuro no es casual. También se abordó la actitud de los CEO con respecto a este universo, donde se evidenció que temas como la **disrupción**, la estrategia informática y la **seguridad de los datos** sigue recibiendo atención. Los procesos disruptivos en tecnología son vistos como una oportunidad por el 82% de los sudamericanos, una tasa que entre los ejecutivos de los *Core Countries* disminuye hasta el 76%. No es de extrañar, por lo tanto, que el 75% y el 72% de los encuestados, respectivamente, afirmen que, en lugar de esperar que los competidores sean agentes de disrupción en sus mercados, ellos mismos pretendan liderar este proceso.

Los **sudamericanos también se consideran mejor preparados para un ataque informático** que el promedio. Aquí, el 78% declaró que sus empresas están bien preparadas para una eventualidad de este tipo, proporción que en el grupo de los *Core Countries* se corresponde con el 58%. El 81% de los CEO sudamericanos y el 75% de los *Core Countries* considera que una estrategia informática sólida es la base de la confianza de los *stakeholders*. La mayoría también está de acuerdo en que **la seguridad de la información es una ventaja competitiva y que la construcción de una cultura de seguridad informática es tan importante como la construcción de controles tecnológicos**. Cuando se les preguntó sobre los riesgos digitales, incluidas las amenazas informáticas, las interrupciones del servicio debido a fallas tecnológicas y el daño a la reputación por problemas en la privacidad de los datos, los ejecutivos afirmaron que los pasos clave para **construir la resiliencia digital de las empresas** durante los próximos tres años serán el **fortalecimiento de la gobernanza en torno a la resiliencia operativa** y su capacidad para recuperarse de un incidente importante (señalado por el 57% de los sudamericanos), el énfasis en la seguridad y la resiliencia de las cadenas de suministro o el ecosistema de proveedores (53%) y el establecimiento de una cultura digital y de riesgo informático sólida (51%). Estas son también las tácticas más apreciadas en el grupo de los ejecutivos de los *Core Countries*.



“ Los patrones de consumo cambiaron y la incertidumbre se apropió de la forma como las empresas tuvieron que preparar la cadena de consumo. Considero que las principales lecciones aprendidas se dieron en torno a la flexibilización requerida en la cadena; la necesidad de adoptar modelos más ágiles; la prioridad de trabajar o enfocarse en el core del negocio y adaptarse a las nuevas demandas que el consumidor generaba. ”

Monica Contreras,
Presidente de TGI,
Colombia



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

En este mismo sentido, los CEO creen que **deben ser rápidos en transferir inversiones hacia oportunidades digitales y descontinuar negocios que enfrentan la obsolescencia tecnológica**. Las nuevas alianzas son consideradas cruciales en la estrategia de transformación digital por el 81% de los encuestados por Sudamérica y por el 70% de los CEO del grupo de los *Core Countries*. **El énfasis en la tecnología también debe manifestarse en la asignación de nuevas inversiones**. De ahí que, para las empresas del 65% de los CEO de Sudamérica y del 60% de los *Core Countries*, lo que se debe priorizar en la inversión con miras al crecimiento es la compra de nuevas tecnologías. Y en segundo lugar, para ambos grupos, está la capacitación y el desarrollo de habilidades de la fuerza laboral.



“
Brasil tiene una TI atrasada y, especialmente en Sudamérica, esto es resultado de la reducción de la rentabilidad. Si la rentabilidad disminuye, se tarda más en adoptar algunas medidas que deberían considerarse predeterminadas.”

Viviane Mansi,
CEO de Fundación Toyota,
Brasil

Con los riesgos digitales en mente, ¿cuáles son los pasos clave que planea seguir para desarrollar la resiliencia digital durante los próximos tres años? (los encuestados podían seleccionar más de una alternativa)

● Core Countries ● Sudamérica

Incorporar un enfoque integral de la ética y la privacidad de los datos.



Desarrollar una infraestructura tecnológica basada en la nube segura y resistente.



Mejorar las habilidades en seguridad informática y otras áreas de riesgo tecnológico.



Establecer una cultura digital y de riesgo cibernético sólida que sea defendida por los líderes senior.



Centrarse en la seguridad y la resiliencia de las cadenas de suministro y el ecosistema de proveedores.



Fortalecer la gobernanza en torno a la resiliencia operativa y su capacidad para recuperarse después de un incidente importante.



Adoptar la automatización para agilizar y optimizar la gestión de riesgos de seguridad y tecnología.



Incorporar principios de seguridad y resiliencia en el diseño de sistemas y servicios futuros.



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
proposito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

Comparativo Sudamericano 2020 contra 2021

Más optimismo y emergencia de agendas

¿En qué medida han cambiado las opiniones y puntos de vista de los CEO sudamericanos en el último año? Para responder a esta pregunta, retomaremos algunos de los principales hallazgos del informe 2020 del CEO Outlook de KPMG y los compararemos con los datos recopilados en el estudio de 2021. En primer lugar, se observa que **este año hay más ejecutivos optimistas**. La proporción de encuestados **que confían en el futuro de sus empresas aumentó del 73% al 87%**. Asimismo, **mientras que en 2020 el 60% hacía una proyección positiva con respecto a la economía de sus países, en 2021 el 88% comparte esta visión optimista**. El anhelo por las fusiones y adquisiciones, como es de esperar, también ha aumentado. **El año pasado, solo el 26% de los CEO declaró que sus empresas estaban dispuestas a realizar este tipo de operaciones**, el 52% veía el tema de manera neutral y el 22% manifestó poco interés en ellas. En 2021, aproximadamente la mitad (51%) permaneció neutral, pero **el rango de encuestados con un alto interés en fusiones y adquisiciones aumentó al 40%**.



“ En Ecuador los indicadores muestran una tendencia positiva en cuanto al crecimiento paulatino de la actividad económica en general. Las ventas del sector privado en los últimos meses superan ampliamente las del mismo período del año pasado, e incluso superan ya las de los mismos meses del año prepandemia 2019, luego del restablecimiento de las cadenas de suministro y pago y las menores restricciones de movilidad. ”

Juan Carlos Berrú de la Torre,
Gerente General de Grupo Futuro,
Ecuador



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
proposito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

El año pasado **ya había señales de una mayor demanda por informes y transparencia de las prácticas de gobernanza ambiental, social y corporativa (ESG)**. En la encuesta, el 72% afirmó que este sería un aspecto clave para impulsar el crecimiento de las organizaciones a largo plazo. El sentido de propósito también ya se había generalizado, con el 72% de los CEO que afirmaba estar dispuesto a defender personalmente el propósito de su organización para retener y atraer empleados. Sin embargo, poco más de la mitad (52%) dijo que tenía problemas para vincular la estrategia de crecimiento de las empresas a un objetivo social más amplio. Con el surgimiento de COVID-19 y el traslado de las inversiones de ESG a sus componentes sociales, ya abordados en este estudio, hay indicios de que ahora **los ejecutivos se sienten más conectados con el lado social de su negocio**. La proporción de los CEO que despediría a un colega senior por su comportamiento aumentó del 67% al 70% de un año a otro. Asimismo, los que estaban dispuestos a abandonar partes del negocio que podrían dañar la reputación de la empresa pasaron del 77% al 80%.

El cambio climático siguió siendo motivo de preocupación y **aumentó la conciencia sobre el papel de las grandes empresas en el abordaje de este y otros problemas que amenazan la vida en todo el mundo**. El año pasado, el 79% de los ejecutivos se sintió presionado para tomar medidas contra este problema. Aún más impresionante es la evolución de la proporción de los CEO que creen que las grandes empresas cuentan con los recursos, tanto financieros como humanos, para ayudar a los gobiernos a encontrar soluciones a los apremiantes desafíos mundiales: **el 82% en 2021, en comparación con el 52% en 2020**.

El **deseo de ser protagonistas de procesos disruptivos también aumentó en el último año**. En 2020, el 67% de los CEO sudamericanos afirmaron que, en lugar de esperar a los competidores, sus organizaciones estaban siendo activamente disruptivas en el sector en el que operaban. Casi una cuarta parte (24%) de los encuestados fueron neutrales al respecto y el 9% no estuvo de acuerdo. En 2021, por otro lado, el 75% afirmó realizar negocios disruptivos y la proporción de neutrales se redujo al 15%. La proporción de los CEO cuya prioridad de inversión de capital será la tecnología se mantuvo en el mismo nivel: 64% en 2020 y 65% en 2021.



“No puede haber crecimiento sostenido en economías que no sean sustentables, que no tengan en cuenta el cuidado del medio ambiente ni la reducción de las desigualdades. En Santander ponemos foco en ambas cuestiones como temas prioritarios de nuestra agenda de trabajo.”

Alejandro Butti,
CEO y Country Head de Santander,
Argentina



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informática en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión

Conclusión

Con cada nueva edición, el informe CEO Outlook de KPMG busca examinar el **ánimo imperante entre los ejecutivos de diferentes países y regiones del planeta**. Procedentes de diferentes coyunturas económicas y políticas y operando en diferentes segmentos, responden a las mismas preguntas, lo que permite **visualizar y comprender continuidades y rupturas en sus percepciones, ansiedades, expectativas y miedos**. Tras años de analizar los factores económicos y tecnológicos de las grandes empresas, **en 2021 agregamos un nuevo aspecto a nuestro cuestionario: las cuestiones sociales y el propósito en los negocios**.

La pandemia de COVID-19 exigió la **flexibilización de la rutina en las empresas** y fue necesario crear nuevas estrategias comerciales con agilidad y determinación para hacer frente a una situación que traía consigo la **retracción de la inversión y mucha incertidumbre sobre el futuro**. El *home office* se masificó como estrategia de emergencia en tiempos de aislamiento social, y hoy se evalúa en qué medida debe mantenerse el trabajo remoto o híbrido después del fin de la pandemia. Una pequeña proporción de los CEO (15% en Sudamérica) afirmó que ya han reducido o reducirán la presencia física de sus empresas, y menos de la mitad (35%) tiene la intención de contratar personas que trabajarán predominantemente de forma remota. La idea de **“un mundo sin oficinas”, por lo tanto, aún no está en el horizonte sudamericano**. A pesar de ello, cambios menos radicales que la eliminación de las oficinas físicas, como **horarios flexibles, equilibrio entre la vida personal y profesional y home office en determinados días de la semana, son señales del futuro del trabajo** que pueden volverse más tangibles a corto plazo.

En algunas empresas, los trabajadores vieron sus salarios reducidos o fueron despedidos. El apoyo psicológico e iniciativas para la **promoción de la salud mental**, provenientes de diferentes espacios de la sociedad, emergieron como una estrategia para enfrentar la crisis. Estos temas se vieron reflejados en las empresas, con un impacto en los **recursos destinados a los componentes sociales de los programas de ESG** y la instalación en la agenda de aspectos como el bienestar de los empleados como corresponsabilidad de las organizaciones, o los efectos que tiene la doble jornada de las trabajadoras que también son madres sobre las políticas internas de igualdad de género.

Este año también fuimos testigos de un proceso de expansión de iniciativas de inclusión (de género y etnia, sobre todo) en las empresas, y las discusiones que generan en la esfera pública. Más que nunca, **la opinión pública dirige una mirada analítica al mundo empresarial y espera que no solo entreguen productos y soluciones, sino que lo hagan de una manera socialmente ética y ambientalmente responsable**. No es de extrañar que el 67% de los CEO encuestados en Sudamérica esté de acuerdo en que, a medida que disminuye la confianza en los gobiernos, el público mire a las marcas como un agente para enfrentar desafíos sociales como la desigualdad de género y el cambio climático. **Las empresas se están volviendo más diversas en términos de representatividad étnica, social y de género, y ya se proyecta una visión de los CEO sobre los beneficios de esta nueva configuración de la fuerza laboral**, que van desde la atracción de talentos jóvenes hasta el fomento de la innovación por medio de la diversidad en los puntos de vista.



América del Sur
y el Mundo

CEO, gobiernos y
stakeholders: nuevos
pactos mundiales

Futuro del trabajo:
propósito y modelo
híbrido

Seguridad y estrategia
informativa en foco

Comparativo
Sudamericano 2020
contra 2021

Conclusión



Charles Krieck
Presidente de KPMG
en Brasil y América del Sur



Jean Paraskevopoulos
Socio Líder de Clientes & Mercados
de KPMG en Brasil y América del Sur

home.kpmg/socialmedia



© 2021 Ostos Velázquez & Asociados, una sociedad venezolana y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Ltd, una entidad privada Inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados. RIF: J-00256910-7.

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.

KPMG es una red global de firmas independientes que brindan servicios profesionales de Auditoría, Impuestos y Asesoría. Operamos en 146 países y territorios y tenemos más de 227.000 personas trabajando en firmas miembro a nivel mundial. Cada firma de KPMG es una entidad legalmente distinta y separada y se describe a sí misma como tal.

KPMG International Limited ("KPMG International") es una entidad inglesa privada limitada por garantía. KPMG International Limited ("KPMG International") y sus entidades no prestan servicios a clientes.

