



Barómetro C-suite

Latinoamérica, la región más optimista

Los líderes empresariales de América Latina fueron los más optimistas sobre sus perspectivas comerciales, según los resultados regionales del barómetro C-suite Mazars 2020. Al ser encuestados para conocer su opinión sobre el próximo año, y hacia adelante, los líderes C-suite en América Latina también predijeron que la tecnología y los nuevos desarrollos de servicios, mercados y modelos de negocio serán las transformaciones más probables en los próximos 3-5 años, así como la prioridad de la sostenibilidad y la implementación de una orientación general de negocio a “largo plazo”. Vea más resultados clave de la región tomados de nuestro barómetro C-suite, a continuación.

Una perspectiva global muy positiva

Sólo el 17% de los líderes C-suite en América Latina predijeron una caída en los ingresos en 2020 en comparación con 2019, según el [barómetro C-suite de Mazars 2020](#). Además, 91% espera crecer en 2021, lo que convierte a América Latina en la región más optimista de todas, con una cifra muy superior a la media mundial (71%).

Aunque las razones del optimismo son variadas, podría explicarse por la rápida respuesta general de las grandes y medianas empresas a la pandemia, la esperanza del incremento de los programas de vacunación y la aplicación de nuevos modelos de negocio que antes estaban reservados a las economías más avanzadas.

Toda crisis conlleva una oportunidad y, teniendo en cuenta el cambio hacia formas de trabajo más digitales y tecnológicas, existen importantes perspectivas de crecimiento a medida que se abren nuevos servicios, mercados y modelos de negocio.

Aunque las empresas manufactureras se vieron gravemente afectadas en las fases iniciales de la pandemia, en particular el sector automotriz, el cambio hacia el nearshoring también podría traer oportunidades a la región. Sin embargo, hay que moderar el optimismo, ya que los estudios del FMI muestran una contracción de la economía de la región del -7,1% en 2020 y una ligera recuperación prevista para 2021 (4,1%).

Tecnología y nuevos servicios, mercados y modelos son las transformaciones más probables en los próximos 3-5 años

Las empresas de toda América Latina necesitan mejorar sus capacidades tecnológicas e implementarlas en sus modelos de negocio, según la encuesta. Cuando se les preguntó qué transformaciones consideraban más probables en los próximos 3 a 5 años, alrededor del 57% de los líderes de la alta dirección en América Latina respondieron “tecnología” y “nuevos servicios, mercados y modelos de negocio”.

Estas transformaciones ya están en marcha en toda la región, ya que las medidas de la cuarentena han llevado a la gente a trabajar de forma remota y a comprar productos en línea. La forma en que las empresas reaccionen a este nuevo entorno, incluyendo facilitar a los equipos de trabajo para que hagan sus labores desde casa, así como la creación de modelos de negocio que reflejen la “nueva normalidad”, será clave para el crecimiento y el éxito comercial.

Sostenibilidad: prioritaria en la agenda de la alta dirección

Aunque Covid-19 ha estado en el centro de atención y lo seguirá estando hasta que las vacunas avancen en todo el mundo, la sostenibilidad sigue ocupando un lugar destacado en la agenda de los directivos. América Latina es, de hecho, la región donde la mayor proporción de ejecutivos (50%) ve la sostenibilidad como una inversión a largo plazo.

La región todavía tiene que enfrentarse a serios temas en materia de sostenibilidad, y los altos ejecutivos de 2021 y en adelante tendrán que enfrentarse a estos grandes retos. En general, los integrantes del C-suite son conscientes de la importancia de la sostenibilidad en la región -por razones medioambientales, sociales y comerciales-, pero les cuesta crear estrategias de sostenibilidad y ponerlas en práctica. La rendición de cuentas, las nuevas políticas públicas, las regulaciones y un marco común para la elaboración de informes de sostenibilidad son algunos de los principales motores que pueden convertir el sentimiento positivo en acciones concretas.

La orientación de los negocios se mueve hacia el largo plazo

Teniendo en cuenta el impacto sin precedentes de Covid-19, la orientación a largo plazo de las empresas ha aumentado del 45% en los últimos seis meses al 58% en los próximos seis meses*, según el barómetro. Es probable que esta orientación continúe e incluso aumente a medida que las empresas experimenten de primera mano los riesgos inesperados. Nuestro estudio, [Auditoría interna durante la crisis Covid-19](#) descubrió que había una clara necesidad de cambiar los planes de auditoría en respuesta a la pandemia y de reconsiderar los riesgos dado el impacto de la misma.

Teniendo esto en cuenta, no es de extrañar que la orientación a largo plazo esté vinculada a una mayor inversión en I+D y a una menor inversión en la gestión de proveedores, tal y como muestra [el informe del barómetro](#).

América Latina ocupa el tercer lugar en tener mayoría de mujeres como responsables de la toma de decisiones

Aunque en América Latina ha habido una mejora en la equidad de género en las empresas, todavía queda mucho camino por recorrer. Según el barómetro, un 13% de las empresas encuestadas en América Latina tienen una mayoría de mujeres en posiciones de toma de decisiones. Esto sitúa a América Latina en el tercer lugar a nivel mundial, por detrás de Europa Occidental y Estados Unidos.

La pandemia de Covid-19 podría incluso aumentar, y hacer invisibles, algunas de las luchas de la fuerza de trabajo femenina. [Un estudio reciente de la OIT](#) sobre el impacto de Covid-19 y las políticas de género en las empresas reveló que el 68% de las empresas no tienen una política de género publicada y compartida internamente [1]. Las políticas de trabajo remoto impuestas recientemente, podrían ser percibidas como basadas en equidad de género, lo que podría hacer parecer que el trabajo a distancia permite que las mujeres cumplan con su carga de trabajo y, al mismo tiempo, se ocupen del trabajo doméstico y del cuidado de la familia, lo que podría normalizar dicha situación y ser perjudicial para lograr la equidad de género a largo plazo.

[1] Respuestas recogidas en el tercer trimestre de 2020

El barómetro C-suite de Mazars 2020 encuestó a más de 500 líderes empresariales de todo el mundo, incluyendo representantes de 16 sectores en más de 20 países. Puede ver los resultados y el análisis global [aquí](#).