

Mercados

Creció el optimismo de los empresarios argentinos

ENCUESTA. La realizó la consultora Grant Thornton para su International Business Report. Argentinos optimistas con la apertura de mercados.

Una encuesta realizada a nivel global por la consultora Grant Thornton reveló una recuperación del optimismo entre los empresarios argentinos. Por un lado, el resultado general del sondeo que aporta información para el International Business Report (IBR), --encuesta global de Grant Thornton sobre empresas del mercado medio--, indican que, tanto a nivel global como regional, el 60% los líderes empresariales esperan un aumento en la rentabilidad. Aunque al mismo tiempo, el 65% de los consultados coinciden en una caída en el optimismo.

Sin embargo, en contraposición, cerca del 50% los empresarios argentinos consultados, durante el segundo semestre del 2023, expresaron una confianza plena, duplicando los datos

del semestre anterior (del 24 al 48%).

Este crecimiento en el optimismo es el resultado de las mejoras en los índices de perspectiva de expansión a mercados no domésticos así como el aumento de los negocios e inversiones en activos. Por otro lado, las expectativas de limitaciones que perciben los directivos referidos mostraron descensos, respecto al primer semestre de 2023, con excepción de los índices de incertidumbre económica y aumentos salariales nominales.

Los líderes del mercado medio argentino prevén mejoras en los negocios los próximos 12 meses.

Lidera el sondeo la expectativa de mayor rentabilidad con un 49% (+21 puntos porcentuales). A su vez, se observó un aumento en la inversión en habilidades del personal para los próximos 12 meses, que presentó una variación del 20% hasta el 40%. A su vez, el 43% espera un incremento del empleo (+14 puntos porcentuales). El esperado ingreso a mercados extranjeros aumentó un 25%.

Ante este horizonte, se consultó a directivos y altos ejecutivos de Argentina sobre tres cuestiones de coyuntura en nuestro país:

A la pregunta de ¿cuál es el factor que tiene mayor impacto al momento de tomar decisiones?: Más de la mitad de los profesionales argentinos encuestados (52%) ve a la tasa de inflación como el factor más relevante a la hora de tomar decisiones. Para el 27% las tasas de cambio monetarios son el factor que impacta más significativamente, el 11% mencionó el interés financiero, el 7% los índices de aumento salarial requeridos en su industria y un 4% mencionó el margen

propio de beneficio objetivo.

Sobre las estrategias de atracción y retención de talento, el 44% afirma ofrecer formación y desarrollo profesional, el 41% salarios superiores a los del mercado, el 36% recompensas monetarias relacionadas con el desempeño de los colaboradores, el 23% licencias/tiempo libre adicional, el 21% programas de beneficios para empleados y el 17% tiene como una de sus estrategias la mejora de los programas de salud física y mental.

Por último, en el contexto actual de incertidumbre económica, el 39% de los encuestados tiene como mensaje corporativo más relevante el valor colectivo de los equipos y el know-how de los colaboradores, el 23% resalta la estabilidad financiera de la firma en tiempos de incertidumbre, el 16% comunica la experiencia y el know-how de sus líderes, y el 23% hace hincapié en el éxito comercial de la empresa. En función de estos mensajes se estratifica la comunicación de cada organización.

"Ante el panorama de caída del optimismo empresarial a nivel global y regional, los datos positivos en nuestro país nos llevan a analizar dos cuestiones. Por un lado, la participación en mercados extranjeros se plantea como un desafío importante al que muchas industrias argentinas podrán hacer frente gracias a la competitividad en los costos productivos y la capacidad de sus talentos. Esto, respaldado por la intención de inversión en tecnología e I+D, así como los programas de retención de colaboradores valiosos", comenta Fernando Fucci, Managing Partner y IBC Director de Grant Thornton Argentina.

[...] Mercados

ENCUESTA.. La realizó la consultora Grant Thornton para su International Business Report. Argentinos optimistas con la apertura de mercados.

Una encuesta realizada a nivel global por la consultora Grant Thornton reveló una recuperación del optimismo entre los empresarios argentinos. Por un lado, el resultado general del sondeo que aporta información para el International Business Report (IBR), encuesta global de Grant Thornton sobre empresas del mercado medio-, indican que, ta [...]

Mercados

ENCUESTA.. La realizó la consultora Grant Thornton para su International Business Report. Argentinos optimistas con la apertura de mercados.

Una encuesta realizada a nivel global por la consultora Grant Thornton reveló una recuperación del optimismo entre los empresarios argentinos. Por un lado, el resultado general del sondeo que aporta información para el International Business Report (IBR), encuesta global de Grant Thornton sobre empresas del mercado medio-, indican que, tanto a nivel global como regional, el 60% los líderes empresariales esperan un aumento en la rentabilidad. Aunque al mismo tiempo, el 65% de los consultados coinciden en una caída en el optimismo.

Sin embargo, en contraposición, cerca del 50% los empresarios argentinos consultados, durante el segundo semestre del 2023, expresaron una confianza plena, duplicando los datos del semestre anterior (del 24 al 48%).

Este crecimiento en el optimismo es el resultado de las mejoras en los índices de perspectiva de expansión a mercados no domésticos así como el aumento de los negocios e inversiones en activos. Por otro lado, las expectativas de limitaciones que perciben los directivos referidos mostraron descensos, respecto al primer semestre de 2023, con excepción de los índices de incertidumbre económica y aumentos salariales nominales.

Los líderes del mercado medio argentino prevén mejoras en los negocios los próximos 12 meses.

Lidera el sondeo la expectativa de mayor rentabilidad con un 49% (+21 puntos porcentuales). A su vez, se observó un aumento en la inversión en habilidades del personal para los próximos 12 meses, que presentó una variación del 20% hasta el 40%. A su vez, el 43% espera un incremento del empleo (+14 puntos porcentuales), - El esperado Ingreso a mercados extranjeros aumentó un 25%.

Ante este horizonte, se consultó a directivos y altos ejecutivos de Argentina sobre tres cuestiones de coyuntura en nuestro país:

A la pregunta de ¿cuál es el factor que tiene mayor impacto al momento de tomar decisiones?: Más de la mitad de los profesionales argentinos encuestados (52%) ve a la tasa de inflación como el factor más relevante a la hora de tomar decisiones. Para el 27% las tasas de cambio monetarios son el factor que impacta más significativamente, el 11% mencionó el interés financiero, el 7% los índices de aumento salarial requeridos en su industria y mi 4% mencionó el margen propio de beneficio objetivo.

Sobre las estrategias de atracción y retención de talento, el 44% afirma ofrecer formación y desarrollo profesional, el 41% salarios superiores a los del mercado, el 36% recompensas monetarias relacionadas con el desempeño de los colaboradores, el 23% licencias/tiempo libre adicional, el 21% programas de beneficios para empleados y el 17% tiene como una de sus estrategias la mejora de los programas de salud física y mental.

Por último, en el contexto actual de incertidumbre económica, el 39% de los encuestados tiene como mensaje corporativo más relevante el valor colectivo de los equipos y el knowhow de los colaboradores, el 23% resalta la estabilidad financiera de la firma en tiempos de incertidumbre, el 16% comunica la experiencia y el know-how de sus líderes, y el 23% hace hincapié en el éxito comercial de la empresa. En función de estos mensajes se estratigiza la comunicación de cada organización.

Ante el panorama de caída del optimismo empresarial a nivel global y regional, los datos positivos en nuestro país nos llevan a analizar dos cuestiones. Por un lado, la participación en mercados extranjeros se plantea como un desafío importante al que muchas industrias argentinas podrán hacer frente gracias a la competitividad en los costos productivos y la capacidad de sus talentos. Esto, respaldado por la intención de inversión en tecnología e I+D, así como los programas de retención de colaboradores valiosos, comenta Fernando Fucci, Managing Partner y IBC Director de Grant Thornton Argentina.