

Se recupera el optimismo empresarial

Mejoran las expectativas frente a los últimos años.

19/09/2024 - 16:09 - **Industria**
Autor: **Flaviana Lippo**

El optimismo entre los líderes del mercado medio se ha recuperado a niveles anteriores a la pandemia. Alcanzando la cifra récord del 71%, los consultados -a nivel mundial- se demuestran entusiastas sobre los próximos 12 meses (+6 puntos respecto al trimestre anterior), según detalla el último Informe de Negocios Internacionales (IBI) de Grant Thornton.

Datos de la encuesta global sobre empresas del sector medio muestran que, a pesar del incierto panorama económico actual, **la mejora de las condiciones macroeconómicas globales parece estar impulsada por una economía estadounidense fuerte y una inflación mundial en gran medida bajo control.** Así, el 65% de los encuestados esperan un incremento en la rentabilidad (+4 pp) durante los próximos 12 meses, y el 50% espera aumentar sus precios de venta (+3 puntos) en el mismo período.

Cabe destacar que, las expectativas de incremento de las ganancias están en línea con quienes esperan un aumento de los ingresos (64%), lo que sugiere que **las perspectivas de crecimiento están impulsadas por volumen y el margen, y no sólo por la eficiencia de costos.**

Al comparar las tendencias locales, con respecto a las variaciones en los índices regionales y globales, se notan amplias diferencias. Sin embargo, el nivel de optimismo en Argentina también aumentó, aunque en menor medida que el promedio global (del 67% en el primer trimestre al 69% en el segundo). El porcentaje de empresas que reportaron una caída en el empleo aumentó 6 puntos porcentuales (35%) y el índice de suba de la rentabilidad se mantiene en el 33%.

El ánimo empresarial también se vio influenciado por aspectos que tomaron más relevancia en los últimos años y hoy impactan en los índices relacionados con las proyecciones de inversión. Estas son las relacionadas con: (+3-30% (+11 pp) así como a nivel de marca (+13 pp - 35%); las iniciativas sostenibles (27%); los plazos de entrega y costos de envío; y respaldos de mercancías (41%); la disponibilidad de materias primas y otros insumos para la producción (28%).

Los resultados del informe indican que las proyecciones de los empresarios argentinos se alinean con la percepción global, en alza, respecto a las proyecciones del mercado. Cabe resaltar que, en relación con las limitaciones para el crecimiento, los temas vinculados a riesgos por ciberseguridad, así como aquellos temas relacionados con el acceso de recursos humanos se presentan como los temas a "superar", comenta Fernando Fucini, Managing Partner de Grant Thornton e Internacional Business Centre Directa.

Y agregó: **"Estamos convencidos de que, las empresas con enfoque internacional deben ser resilientes para garantizar un crecimiento y desarrollo continuo.** En este sentido, las organizaciones del mercado medio cuentan con una ventaja única sobre sus competidoras más grandes, el ser mucho más flexibles a la hora de reaccionar ante el cambio. Los resultados del IBI muestran que los líderes de este sector de la economía planean, modo de la actual incertidumbre global, adoptar a partir de plantear un enfoque diferencial en la evolución de las cadenas de suministro y los partners comerciales."

Algunas de las expectativas para los próximos 12 meses presentan bajas respecto a los valores del período anterior. Es el relacionado con los planes de inversión en habilidades del personal, continúa la tendencia a la baja, siendo considerado sólo por el 15% de los encuestados (+6pp) y respecto a la posibilidad de incorporar nuevos maquinarios se observa un descenso en 23 puntos porcentuales (28%).

En cuanto a las limitaciones que expone la realidad actual del país, resaltan: **la incertidumbre económica (76%), la burocracia (64%), la escasez de financiación (62%), la baja demanda de bienes y/o servicios (56%), la escasa oferta de pedidos (55%) y los costos energéticos (52%), aumentando un 2%, 2%, 2%, 2%, 20% y 9%, en comparación con el primer trimestre 2024.**

En relación a las tres preguntas de conjuntura local, los directivos y altos ejecutivos de Argentina completaron su visión sobre:

¿Cuál es el factor que tiene mayor impacto al momento de tomar decisiones?
El 88% de los profesionales argentinos encuestados ve a la **tasa de inflación como el factor más relevante en este sentido.** Para el 15% las tasas de cambio impactan más significativamente (+2%), así como los índices de aumento salarial requeridos en su industria (8% equivalente a +5pp). Por su parte, varios de los valores de referencia en esta categoría descendieron, respecto del período anterior: el margen propio de beneficio neto (-2%) y las tasas de interés financiero (-3%).

Consultado sobre las estrategias de atracción y retención de talento el 57% de los ejecutivos argentinos afirma ofrecer formación y desarrollo profesional (+12 pp), el 36% ofrece salarios superiores a los del mercado. Por su parte, el 29% se apoya en reconocimientos monetarios relacionados con el desempeño de los colaboradores, el 25% brinda flexibilidad horaria adicional, el 16% ofrece programas de beneficios para empleados, y el 16% se enfoca en brindar mejoras en los programas de salud física y mental.

Por último, en el contexto actual de incertidumbre económica el 40% de los encuestados locales comentó que, **al momento de mantener motivados a sus talentos y recibir un mensaje corporativo con sus clientes, destaca el éxito comercial de la empresa (+11 pp),** mientras que el 20% basa su estrategia de comunicación en la experiencia y el know-how de sus líderes (+4pp). En paralelo, el 12% (+6pp) resalta la estabilidad financiera de la firma en tiempos de incertidumbre (4 puntos porcentuales) y el 28% continúa basando sus mensajes en el valor colectivo de los equipos y el know-how de los colaboradores (+9pp).

TEA | COMUNICACIÓN INTEGRADA

También podría interesarte

Día de la niñez con promos y acciones
Este domingo se celebra el día del niño y las empresas aprovechan una serie de estrategias comerciales.

ChangoMás en campaña con Midacity
La cadena local se apoya en el éxito de la marca del humorista con el foco puesto en las ofertas.

Día crece en el ecommerce
La cadena busca potenciar su presencia digital.

© Copyright 2020 - Trade & Retail

En cuanto a las limitaciones que expone la realidad actual del país, resaltan: **la incertidumbre económica (76%), la burocracia (64%), la escasez de financiación (62%), la baja demanda de bienes y/o servicios (56%), la escasa oferta de pedidos (55%) y los costos energéticos (52%), aumentando un 2%, 2%, 2%, 2%, 20% y 9%, en comparación con el primer trimestre 2024.**

En relación a las tres preguntas de conjuntura local, los directivos y altos ejecutivos de Argentina completaron su visión sobre:

¿Cuál es el factor que tiene mayor impacto al momento de tomar decisiones?
El 88% de los profesionales argentinos encuestados ve a la **tasa de inflación como el factor más relevante en este sentido.** Para el 15% las tasas de cambio impactan más significativamente (+2%), así como los índices de aumento salarial requeridos en su industria (8% equivalente a +5pp). Por su parte, varios de los valores de referencia en esta categoría descendieron, respecto del período anterior: el margen propio de beneficio neto (-2%) y las tasas de interés financiero (-3%).

Consultado sobre las estrategias de atracción y retención de talento el 57% de los ejecutivos argentinos afirma ofrecer formación y desarrollo profesional (+12 pp), el 36% ofrece salarios superiores a los del mercado. Por su parte, el 29% se apoya en reconocimientos monetarios relacionados con el desempeño de los colaboradores, el 25% brinda flexibilidad horaria adicional, el 16% ofrece programas de beneficios para empleados, y el 16% se enfoca en brindar mejoras en los programas de salud física y mental.

Por último, en el contexto actual de incertidumbre económica el 40% de los encuestados locales comentó que, **al momento de mantener motivados a sus talentos y recibir un mensaje corporativo con sus clientes, destaca el éxito comercial de la empresa (+11 pp),** mientras que el 20% basa su estrategia de comunicación en la experiencia y el know-how de sus líderes (+4pp). En paralelo, el 12% (+6pp) resalta la estabilidad financiera de la firma en tiempos de incertidumbre (4 puntos porcentuales) y el 28% continúa basando sus mensajes en el valor colectivo de los equipos y el know-how de los colaboradores (+9pp).

TEA | COMUNICACIÓN INTEGRADA

ES | f | in | X

También podría interesarte

Día de la niñez con promos y acciones
Este domingo se celebra el día del niño y las empresas aprovechan una serie de estrategias comerciales.

ChangoMás en campaña con Midacity
La cadena local se apoya en el éxito de la marca del humorista con el foco puesto en las ofertas.

Día crece en el ecommerce
La cadena busca potenciar su presencia digital.

© Copyright 2020 - Trade & Retail

© Copyright 2020 - Trade & Retail

[...] a pandemia. Alcanzando la cifra récord del 71%, los consultados –a nivel mundial- se demostraron entusiastas sobre los próximos 12 meses (+5 puntos respecto al trimestre anterior), según detalla el último Informe de Negocios Internacionales (IBR) de Grant Thornton. Datos de la encuesta global sobre empresas del sector medios muestran que, a pesar del incierto panorama geopolítico actual, la mejora de las condiciones macroeconómicas globales parece estar impulsada por una economía estadounidense [...]

Mejoran las expectativas frente a los últimos años. El optimismo entre los líderes del mercado medio se ha recuperado a niveles anteriores a la pandemia. Alcanzando la cifra récord del 71%, los consultados –a nivel mundial- se demostraron entusiastas sobre los próximos 12 meses (+5 puntos respecto al trimestre anterior), según detalla el último Informe de Negocios Internacionales (IBR) de Grant Thornton.

Datos de la encuesta global sobre empresas del sector medios muestran que, a pesar del incierto panorama geopolítico actual, la mejora de las condiciones macroeconómicas globales parece estar impulsada por una economía estadounidense fuerte y una inflación mundial en gran medida bajo control. Así, el 66% de los encuestados esperan un incremento en la rentabilidad (+4 pp) durante los próximos 12 meses, y el 55% espera aumentar sus precios de venta (+3 puntos) en el mismo período.

Cabe destacar que, las expectativas de incremento de las ganancias están en línea con quienes esperan ver un aumento de los ingresos (64%), lo que sugiere que las perspectivas de crecimiento están impulsadas por volumen y el margen, y no sólo por la eficiencia de costos. Al comparar las tendencias locales, con respecto a las variaciones en los índices regionales y globales, se notan amplias diferencias. Sin embargo, el nivel de optimismo en Argentina también aumentó, aunque en menor medida que el promedio global: del 67% en el primer trimestre al 69% en el segundo. El porcentaje de empresas que vislumbran una crecida en el empleo aumentó 6 puntos porcentuales (35%) y el índice de suba de la rentabilidad se mantiene en el 33%.

El ánimo empresarial también se vio influenciado por aspectos que tomaron más relevancia en los últimos años y hoy impactan en los índices relacionados con las proyecciones de inversión. Estas son las relacionadas con: I+D 36% (+11 pp) así como a nivel de marca (+13 pp - 35%); las iniciativas sustentables (27%); los plazos de entrega y costos de envío y recepción de mercancías (41%); la disponibilidad de materias primas y otros insumos para la producción (28%).

Los resultados del informe indican que las proyecciones de los empresarios argentinos se alinean con la percepción global, en alza, respecto a las proyecciones del mercado. Cabe resaltar que, en relación con las limitaciones para el crecimiento, los temas vinculados a riesgos por ciberseguridad, así como aquellos temas ambientales y de escasez de recursos naturales se presentan como los ítems a superar”, comenta Fernando Fucci, Managing Partner de Grant Thornton e International Business Centre Director.

Y agrega: “Estamos convencidos de que, las empresas con enfoque internacional deben ser resilientes para garantizar un crecimiento y desarrollo continuos. En este sentido, las organizaciones del mercado medio cuentan con una ventaja única sobre sus competidores más grandes, el ser mucho más flexibles a la hora de reaccionar ante el cambio. Los resultados del IBR muestran que los líderes de éste sector de la economía planean, medio de la actual incertidumbre global, adaptarse a partir de plantear un enfoque diferencial en la evolución de las cadenas de suministro y los patrones comerciales.”

Algunas de las expectativas para los negocios los próximos 12 meses presentaron bajas respecto a los valores del período anterior. En lo relacionado con los planes de inversión en habilidades del personal, continúa la tendencia a la baja, siendo considerada solo por el 19% de los encuestados (-9pp) y respecto a la posibilidad de incorporar nuevas maquinarias se observa un descenso en 23 puntos porcentuales (28%).

En cuanto a las limitaciones que expone la realidad actual del país, resaltan: la incertidumbre económica (76%), la burocracia (64%), la escasez de financiación (63%), la baja demanda de bienes y/o servicios (56%), la escasez futura de pedidos (59%) y los costos energéticos (52%), aumentando un 2%, 5%, 21%, 32%, 29% y 9% en comparación con el primer trimestre 2024.

En relación a las tres preguntas de coyuntura local, los directivos y altos ejecutivos de Argentina compartieron su visión sobre:

¿Cuál es el factor que tiene mayor impacto al momento de tomar decisiones? El de los profesionales argentinos encuestados ve a la tasa de inflación como el factor más relevante en este sentido. Para el 15% las tasas de cambio impactan más significativamente (+3%), así como los índices de aumento salarial requeridos en su industria (8% equivalente a +5pp). Por su parte, varios de los valores de referencia en esta categoría descendieron, respecto del período anterior: el margen propio de beneficio objetivo (-5%) y las tasas de interés financiero (-3%).

Consultados sobre las estrategias de atracción y retención de talento el 57% de los ejecutivos argentinos afirma ofrecer formación y desarrollo profesional (+12 pp), el 36% ofrece salarios superiores a los del mercado. Por su parte, el 29% se apoya en recompensas monetarias relacionadas con el desempeño de los colaboradores, el 25% brinda licencias/tiempo libre adicional, el 19% ofrece programas de beneficios para empleados y, el 16% se enfoca en brindar mejoras en los programas de salud física y mental.

Por último, en el contexto actual de incertidumbre económica el 40% de los encuestados locales comentó que, al momento de mantener motivados a sus talentos y resaltar un mensaje corporativo con sus clientes, destaca el éxito comercial de la empresa (+11 pp), mientras que el 20% basa su estrategia de comunicación en la experiencia y el know-how de sus líderes (+4pp). En paralelo, el 12% (-5pp) resalta la estabilidad financiera de la firma en tiempos de incertidumbre (-6 puntos porcentuales) y el 28% continúa basando sus mensajes en el valor colectivo de los equipos y el know-how de los colaboradores (-9pp).

TAGS | empresarios

optimismo

optimismo empresarial