



Barómetro C-suite 2020 de Mazars

Perspectivas de América Latina

Entrevistas con socios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia,
México y Uruguay



Contenido

- 04** Prólogo
- 06** Superar la pandemia y lograr la igualdad de género en Uruguay
- 08** Crecimiento ecológico y empoderamiento económico en Colombia
- 11** Líder y seguidor de tendencias: cómo podría México forjar una economía global más sostenible
- 13** Recuperación económica, sostenibilidad y la búsqueda de la diversidad: la perspectiva de Brasil
- 16** Resiliencia, recursos y regreso al trabajo en Chile
- 19** Optimismo para el futuro pese a una historia de crisis en Argentina
- 22** Metodología

Puede consultar los resultados y análisis globales del barómetro C-suite de Mazars 2020, que incluyen observaciones de dieciséis sectores en más de 20 países, [aquí](#).

Prólogo

Alta dirección en América Latina: cómo cambiar la forma en que funciona el continente para ofrecer un optimismo a futuro

Para quienes tratan de entender la forma en que los líderes empresariales enfrentan las difíciles circunstancias de la actualidad, mientras se preparan para futuros cambios en el funcionamiento del mundo, el barómetro C-suite de Mazars 2020 es un documento de interés.

Según un estudio global encargado en 2020, el barómetro revela las posturas de los líderes de la alta dirección respecto a sus actividades y pronósticos, incluida la forma en que manejan y priorizan las iniciativas a corto y largo plazo.

Más de 500 líderes de la alta dirección de todo el mundo han respondido por lo que podemos ahondar en la forma en que las distintas regiones están reaccionando a la pandemia, cambiando sus modelos de negocio para prepararse para el futuro y tratando de resolver algunos de los mayores problemas económicos, ambientales y sociales de nuestro tiempo.

Crecimiento, transformación y sostenibilidad – perspectiva desde América Latina

América Latina fue una de las seis regiones que estudiamos y el barómetro reveló que es la más optimista en términos de pronóstico empresarial. Tan sólo el 17% de los líderes de la alta dirección de Latinoamérica predijeron una caída del ingreso en 2020 en comparación con 2019 y el 91% espera crecer para 2021, muy por arriba del promedio global de 71%.

Al ser cuestionados respecto a su perspectiva acerca de las transformaciones más probables que van a enfrentar durante los próximos tres a cinco años, los líderes empresariales de Latinoamérica contestaron que serán en tecnología y el desarrollo de nuevos modelos de servicio, mercado y negocio. Al mismo tiempo, la región tuvo la proporción de ejecutivos más alta (50%) al considerar la sostenibilidad como una inversión a largo plazo.

Si bien los líderes del continente reconocen que el crecimiento depende de la evolución de cómo funcionan las empresas, inevitablemente existen áreas rezagadas. Sólo el 13% de los encuestados de Latinoamérica dijo tener una mayoría de mujeres en posiciones de toma de decisiones, lo cual coloca a la región en tercer lugar a nivel global, detrás de Europa occidental y los Estados Unidos.

Entrevistas a socios de seis países

Sin embargo, las cifras solo llegan hasta cierto punto. Es por eso que recientemente entrevistamos a seis socios de Mazars en América Latina, y les pedimos que compartieran la percepción adicional de sus respectivos países, que respondan a los hallazgos de la alta dirección y comenten las futuras oportunidades, así como los obstáculos que todavía están por superar.

Durante sus entrevistas, conocimos la forma en la que las organizaciones en Argentina y Brasil están equilibrando el crecimiento económico con mayores consideraciones sociales; empatando la demanda de recursos naturales con el llamado a una mejor protección ambiental en Chile y Colombia; protegiendo a la gente mientras se gestiona el riesgo en México y buscando alianzas para lograr la igualdad de género en Uruguay.

Estas entrevistas ofrecen una percepción práctica sobre la perspectiva del C-suite y, orientan sobre la forma en que los líderes empresariales se están preparando para abordar los problemas que marcan la agenda de hoy en aras de construir un mañana más justo y próspero.



Antoni Bover

Socio Director de Mazars en España y Sponsor del Grupo Mazars para la región de América Latina



Superar la pandemia y lograr la igualdad de género en Uruguay

Luis Martínez, Socio Director

A Uruguay a menudo se le visualiza como el país que ha tenido un mejor desempeño que sus países vecinos en la lucha contra el Covid-19. ¿Cómo se refleja este relativo éxito en los avances económicos locales? Y ¿qué está haciendo el país para conformar un futuro que sea impulsado por la tecnología y liderado por más mujeres en la dirección?

Los líderes latinoamericanos, incluidos los de Uruguay, fueron abrumadoramente positivos sobre su perspectiva para 2021. ¿Qué explica ese optimismo y cómo ha lidiado Uruguay con la pandemia del Covid-19 desde una perspectiva empresarial?

Luis Martínez: Actualmente, somos afortunados de tener tasas de vacunación muy elevadas, a un nivel similar al de Chile; sin embargo, ha sido una difícil travesía y los efectos de la pandemia todavía están lejos de terminar. A la economía le ha ido bien debido a que no se cerró como en algunos otros países. En gran medida, la vida comercial continuó y las empresas decidieron cómo reestructurarían sus operaciones y qué harían para hacerse eficientes para lidiar con la pandemia.

“La pandemia ha impulsado a las empresas a ser mejores y más rápidas cuando se trata del mundo digital.”

El optimismo, por sí mismo, no se fundamenta necesariamente en la realidad y tenemos una tendencia cultural a ver el lado positivo del país y de la región. Dicho esto, una gran parte de la economía latinoamericana y de la uruguaya se basa en la agricultura y la necesidad global de alimentos es permanente. Otras empresas han buscado formas de ofrecer algo más a través de la tecnología y la pandemia ha impulsado a las empresas a ser mejores y más rápidas cuando se trata del mundo digital. Por ejemplo, las tiendas departamentales aquí han desarrollado masivamente su oferta de comercio electrónico como resultado directo del Covid. Estos avances no están reservados para economías más desarrolladas y los líderes empresariales de Uruguay han demostrado tener resiliencia ante las difíciles circunstancias comerciales.

Nuestro estudio concluyó que la tecnología va a ser una de las principales transformaciones que la alta dirección en Latinoamérica espera ver en los próximos 3 a 5 años. ¿La tecnología ocupa un lugar destacado en la agenda de los líderes empresariales en Uruguay?

LM: La tecnología es fundamental para el éxito empresarial en Uruguay. Teléfonos inteligentes para realizar pagos, comercio electrónico para el retail y software que nos hace más eficientes, todos son temas de interés de los líderes empresariales de hoy.

“Exploraremos todas las opciones para dar mejor soporte a los clientes y a nuestros equipos.”

En Mazars siempre estamos pensando en nuevas formas de impulsar la productividad, ahorrar recursos y ofrecer servicios de mejor calidad utilizando la tecnología. Exploraremos todas las opciones para dar mejor soporte a los clientes y a nuestros equipos. Al introducir nuevos programas de software para nuestros clientes, nos podemos destacar del resto y empoderar a nuestra gente para que haga su mejor esfuerzo. Es por ello que la robótica es un gran punto de atención para nosotros: automatizando lo que sea posible y trabajando con sistemas basados en la nube para dejar de depender de los procesos manuales que nos retrasan. Como país podemos no ser el más avanzado en esto, pero hay un marcado entusiasmo por involucrarnos más con la tecnología, en múltiples formas.

Entre los tomadores de decisiones de las empresas latinoamericanas, sólo el 13% son mujeres. ¿Hay algún avance del que puedan informar en Uruguay?

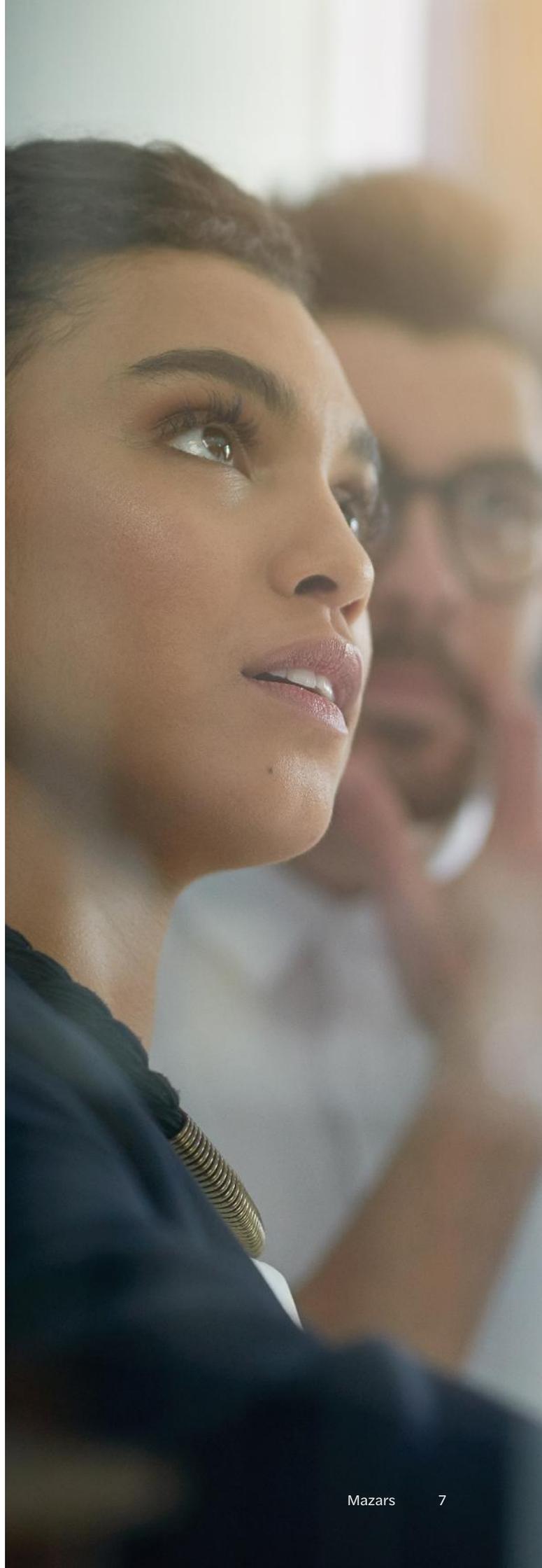
LM: Es un hallazgo desolador y una realidad dañina. Malo para la sociedad y malo para las empresas, se tiene que hacer más para promover la igualdad de género aquí y en el mundo. Como Presidente de la Cámara de Comercio e Industria Franco Uruguaya ayudé a crear un comité de diversidad de género y firmé un acuerdo con [ONU Mujeres](#) para apoyar la igualdad de género. Les hemos pedido a los miembros de la cámara que compartan sus mejores prácticas para que los demás puedan aprender de ellas y desde entonces 14 miembros han firmado los Principios de Empoderamiento de las Mujeres. A través de eso pudimos tener acceso al programa [Ganar-Ganar: la igualdad de género es buen negocio](#), el cual demuestra cómo un mayor número de mujeres líderes conduciría a un mejor desempeño; y en abril de 2021 firmamos un acuerdo con [OMEU](#) (Organización de Mujeres Empresarias de Uruguay) para apoyar el gran esfuerzo que están haciendo al desarrollar empresarias y líderes empresariales mujeres.

“Es un hallazgo desolador y una realidad dañina... se tiene que hacer más para promover la igualdad de género aquí y en el mundo.”

Casi dos tercios del equipo de Mazars en Uruguay son mujeres y nuestro comité ejecutivo se integra de tres mujeres y yo. Ese es el tipo de equilibrio de género en el que estamos trabajando para que se replique en el país. La clave es ofrecer a las mujeres las mismas oportunidades que a los hombres y no contratar, capacitar ni tratar diferente a nadie sólo en función del género.



Luis Martínez
Socio Director,
Mazars en Uruguay



Crecimiento ecológico y empoderamiento económico en Colombia

Carlos Molano, Socio Director

Grandes inversiones en infraestructura, zonas de libre comercio e iniciativas de energía sostenible están impulsando el optimismo empresarial en Colombia, dice Carlos Molano. A continuación, reacciona a los hallazgos del barómetro C-suite y explica por qué Colombia está en vías de ser una economía más sostenible, con equilibrio de género.

Nuestro barómetro encontró que 91% de los líderes empresariales de Latinoamérica son optimistas respecto al 2021: ¿qué cree que explica este positivismo?

Carlos Molano: Esos hallazgos no me sorprenden: estamos en una parte menos desarrollada del mundo y las oportunidades de avance en infraestructura, tecnología, producción y atención médica, así como en otros sectores, son enormes. Antes del Covid-19, nuestro PIB se había mantenido razonablemente estable durante una década y en los últimos dos años Colombia fue reconocida como un país con un muy alto potencial de crecimiento del PIB: estamos esperando un crecimiento aproximado de 3.5% para el 2021, con algunas predicciones de hasta el 6%.

“Estamos esperando un crecimiento aproximado de 3.5% para el 2021, con algunas predicciones de hasta el 6%.”

Dicho esto, todavía hay muchos disturbios en el país. Las recientes protestas contra la potencial reforma fiscal nos recuerdan que el avance comercial tiene que equilibrarse con mayores consideraciones.

Las transformaciones más esperadas de los líderes de la alta dirección en Latinoamérica en los próximos 3 a 5 años se relacionan con la tecnología, los nuevos mercados, servicios y modelos de negocio. ¿Cómo están manejando los líderes empresariales la innovación en la economía para hacerla más atractiva para la inversión nacional y extranjera?

CM: Colombia alberga un tercio de la totalidad de las zonas de libre comercio de Latinoamérica, lo que significa que una empresa puede producir alrededor de un tercio de sus bienes localmente y beneficiarse por la no imposición de aranceles o IVA al exportar a otros lugares, mientras paga una tasa menor del impuesto sobre la renta. Esas zonas son muy atractivas para los negocios en China, golpeadas por la reciente guerra comercial con los Estados Unidos; sin embargo también las empresas europeas desean mudarse a América Latina. Se han identificado unas 600 empresas que tienen la posibilidad de beneficiarse del sistema, con 420 negociaciones en proceso y aproximadamente 50 que ya manifiestan interés. La mayoría de las empresas identificadas son las que exportan hacia los Estados Unidos debido al sólido acuerdo de libre comercio que tenemos.

“Colombia alberga un tercio de la totalidad de las zonas de libre comercio de Latinoamérica.”

Con respecto a los nuevos servicios, estamos entre los diez primeros países del mundo en cuanto a disponibilidad de tierras cultivables. Con una población mundial que alcanzará los 9 mil millones para el 2050, la tierra colombiana será crucial. También hemos observado que mucha de la inversión entrante proviene de los productores de cannabis medicinal originarios de Canadá y de los Estados Unidos, es un área que sólo crecerá y podría, algún día, incluso ser un sustituto viable para nuestra industria petrolera.

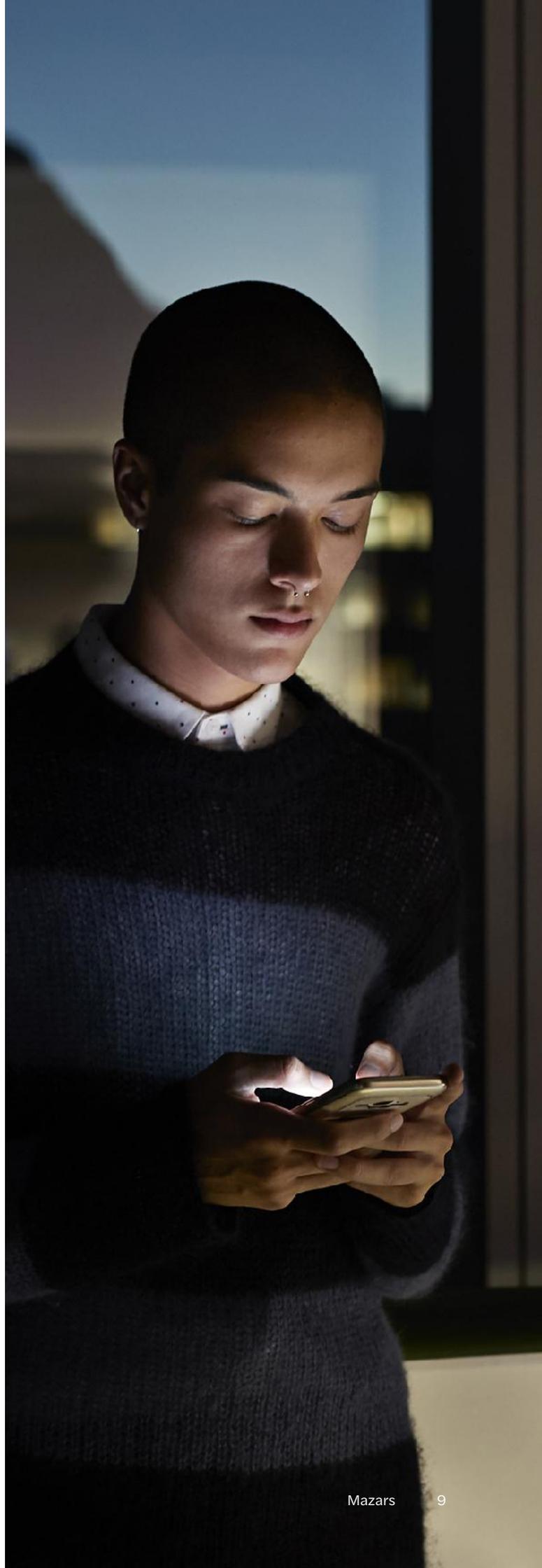
También hay iniciativas de energía e infraestructura respaldadas por el gobierno que tienen como objetivo crear empleos y desarrollar la economía. Los proyectos incluyen carreteras para enlazar a las ciudades más grandes, proveyendo de 5G a todo el país y la primera línea del metro en la capital deberá estar funcionando dentro de cinco o seis años. El panorama de nuestra energía renovable actualmente es del 1%, sin embargo el gobierno ha establecido una ambiciosa meta del 12% para el 2022 y del 50% para el 2030, con mayores inversiones en energía solar y eólica para lograrla.

Con respecto a la innovación, el Foro Económico Mundial ha lanzado una red regional de ciudades inteligentes fuera de Medellín en un intento por compartir el conocimiento del desarrollo equilibrado. Al mismo tiempo, Alibaba formó recientemente alianzas locales para impartir educación en tecnología digital y ventas a empresarios colombianos y, existen planes para [desarrollar una réplica de la incubadora de empresas emergentes Station F de Francia](#).

Latinoamérica es la región en donde la mayor proporción de ejecutivos (50%) ve la sostenibilidad como una inversión a largo plazo. ¿Los líderes empresariales colombianos están tomando en serio la sostenibilidad? ¿Nos puede hablar de los recientes acontecimientos?

CM: Colombia está completamente apegada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y el gobierno ha designado a una comisión dedicada a vigilar el avance. Durante la pandemia, el gobierno subsidió a una gran parte de la población que de otra manera no habría sido beneficiada por la seguridad social. En la medida en que los efectos de la pandemia comiencen a disminuir, es probable que el gobierno siga buscando formas de apoyar financieramente a la población cada mes, al hacerlo, trabaja a favor del principal Objetivo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas: el fin de la pobreza.

Somos uno de los primeros países en Mazars en recibir la certificación [B Corp](#), algo que hicimos para lograr nuestro propio impacto positivo, pero también para descubrir cómo podríamos ayudar a nuestros clientes a ser más sostenibles. Esto es algo que estamos preparando en este momento y estamos ansiosos por poner en marcha un servicio de sostenibilidad para los clientes.





Sólo el 13% de los tomadores de decisiones en Latinoamérica son mujeres. ¿Existe alguna iniciativa en Colombia destinada a aumentar la diversidad de género del personal directivo?

CM: Me enorgullece que Colombia fue uno de los primeros países de Latinoamérica en emitir bonos reservados para el empoderamiento económico de la mujer, incluyendo líneas de crédito especializadas para poner el financiamiento al alcance de las mujeres.

“Colombia fue uno de los primeros países de Latinoamérica en emitir bonos reservados para el empoderamiento económico de la mujer.”

El gobierno ha tomado medidas a futuro muy positivas al hacer que la mujer en puestos de liderazgo forme parte del criterio de puntaje en lo que a la solicitud de contratos públicos se refiere. También existe el compromiso del Consejo Asesor Presidencial de Mujeres Empresarias Colombianas, constituido por 134 mujeres, que representa una plataforma para debatir políticas y soluciones que respaldan a las mujeres empresarias en todo el país. Existe también una iniciativa privada respaldada por el gobierno, el Club del 30%, que exhorta a las empresas a incluir una cuota del 30% de representación femenina en sus consejos.

Por cada dos hombres que perdieron su trabajo durante la pandemia, cuatro mujeres perdieron los suyos y, mientras la tasa de desempleo para los hombres en 2020 fue del 19%, para las mujeres fue del 26%. El Covid-19 hizo obvios algunos de los principales problemas que enfrentamos y ahora es tiempo de que los líderes empresariales de Colombia desempeñen un papel central para solucionarlos.



Carlos Molano
Socio Director,
Mazars en Colombia

Líder y seguidor de tendencias: ¿cómo podría México forjar una economía global más sostenible?

Jorge Santibáñez, Socio

Como el primer país del mundo en emitir bonos soberanos vinculados al desarrollo sostenible, México ha demostrado su capacidad para ir más allá de lo habitual. No obstante, con miles de empresas forzadas a cerrar en 2020, el país necesita forjar una recuperación que equilibre las cuestiones económicas, ambientales y sociales.

Únicamente el 17% de los directivos de alto nivel en Latinoamérica esperaban una caída del ingreso en 2020 en comparación con el 2019, cuando se les encuestó a finales del año pasado. ¿Esa predicción se mantuvo contra la realidad comercial de México?

Jorge Santibáñez: 2020 fue un año difícil para México: el PIB cayó en 8.5%, nuestro peor resultado desde 1930, viéndose forzadas a cerrar unas 10,000 pequeñas empresas y hasta 90,000 restaurantes. Mientras tanto, los sectores del turismo, automotriz y aéreo fueron golpeados por las medidas de confinamiento, la reducción del gasto y las restricciones para viajar. La última vez que el PIB cayó de esa forma fue a raíz de la crisis financiera de 2008 y tardamos de tres a cuatro años para recuperarnos completamente, así que estamos enfrentando una larga y difícil batalla.

Por otra parte, hemos visto crecimiento e innovación de las plataformas de entrega y comercio electrónico, las cuales han respondido a las nuevas condiciones de comercio ampliando sus operaciones y centrándose en trabajar eficientemente en medio del Covid-19. La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) reportó 81% de crecimiento en ecommerce en el 2020 en comparación con el 2019.

Observando los recientes datos sobre el consumo interno, la economía se está recuperando y a medida que el turismo reinicia, debemos esperar que la actividad crezca en la mayoría de los sectores. Sin embargo, sufrimos grandes pérdidas y la recuperación tardará años. La expectativa de crecimiento del PIB es de hasta 5%, influenciada por la recuperación económica mundial y el avance en la vacunación, es optimista, pero no debe ser considerada como inminente.

Un 50% de los encuestados de Latinoamérica considera la sostenibilidad como una prioridad a largo plazo. ¿Esa conclusión sigue siendo cierta específicamente en México?

JS: México está lleno de contrastes: fuimos el primer país en emitir bonos soberanos vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, pero estamos rezagados respecto de las economías más desarrolladas en lo que a otras iniciativas de sostenibilidad se refiere.

“Fuimos el primer país en emitir bonos soberanos vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.”

La sostenibilidad en México es, en general, de mayor interés para las empresas internacionales y para las grandes empresas locales. Muchos de los líderes de la alta dirección de empresas mexicanas suelen considerar no contar con los recursos y el conocimiento para implementar una estrategia de sostenibilidad. A esto, por supuesto, no le ayuda la falta de estándares regulatorios en torno a los informes de sostenibilidad. Sin la obligación de informar de forma consistente y coherente respecto a los factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés) no puede haber avance real.

“Sin la obligación de informar de forma consistente y coherente respecto a los factores ESG no puede haber avance real.”

La sostenibilidad puede estar en el primer lugar de la agenda de los líderes empresariales, pero eso no significa automáticamente que se esté emprendiendo una acción al respecto. Justamente, la alta dirección en México, como en muchas otras partes del mundo, está empezando a ver que la sostenibilidad no sólo es una parte de llevar un negocio, sino que, de hecho, tiene que incorporarse en cada uno de sus aspectos. Reportar sobre la sostenibilidad de forma obligatoria garantizaría que el tema no se quede sólo en la agenda, sino que realmente se lleve al terreno de los hechos.

Los líderes de Latinoamérica fueron optimistas respecto a su proyección hacia el futuro, según el barómetro. ¿Qué les hace ser optimistas respecto a México desde un punto de vista empresarial?

JS: México tiene mucho espacio para crecer. Es un gran mercado que todavía no ha madurado y la visión a largo plazo de los sectores público y privado aquí gira alrededor de cómo aprovechar las oportunidades que están por venir. Las empresas internacionales tienen en la mira a México para futuro crecimiento, sustentado en las proyecciones de que México seguirá escalando las clasificaciones económicas mundiales durante las próximas décadas.

En tanto que Europa y los Estados Unidos parecen ser mercados bastante saturados, América Latina y África siguen teniendo un gran potencial en términos de mercados y consumidores sin explotar. El rápido desarrollo económico de los países asiáticos durante las dos últimas décadas es prueba fehaciente de que los mercados internacionales se están diversificando y las empresas en Europa y los Estados Unidos tendrán que trabajar e invertir a nivel mundial para garantizar su próximo capítulo de crecimiento.

¿Cuál es su consejo para la alta dirección en México?

JS: Siempre es difícil hacer negocios cuando se está en medio de la falta de certezas. Lo que hizo que Covid fuera tan difícil de manejar fueron los muchos niveles de incertidumbre que traía consigo. Al principio pensamos que duraría tres, quizá cuatro meses, pero seguimos enfrentándolo 15 meses después. Y ahora con la vacuna estamos tratando de proteger a nuestra gente al mismo tiempo que estamos reactivando la economía.

Mi consejo es enfocarse en tres principales elementos: la gente, el riesgo y la continuidad. Lo primero que se debe proteger es a la gente; en Mazars procedimos rápidamente a garantizar que nuestros equipos pudieran trabajar con seguridad y confianza desde casa. Lo segundo es el manejo del riesgo: he pasado mucho tiempo aconsejando a los clientes que se enfoquen en reducir los riesgos como una forma de alcanzar sus objetivos. Y en tercer lugar, intentar mantener la continuidad: esto es crucial para seguir siendo competitivo en el mercado, seguir presentes en la mente de sus clientes y proteger sus ventas y su marca pese a la incertidumbre.

“Estamos observando cómo se desarrolla un nuevo mundo a nuestro alrededor y depende de todos nosotros construirlo para lograr los mejores resultados económicos y sociales.”

No ignore lo que se avecina en el futuro. La tecnología y las nuevas formas de trabajar tienen que respaldar la manera en la que están funcionando actualmente y lo que están planeando para el mañana. Hay que entender que los ingresos pueden caer en el corto plazo así que hay que buscar formas de controlar los costos a largo plazo. Estamos observando cómo se desarrolla un nuevo mundo a nuestro alrededor y depende de todos nosotros construirlo para lograr los mejores resultados económicos y sociales. El Covid-19 sacó a relucir la solidaridad humana en todos nosotros: no deberíamos olvidarlo, mientras impulsamos la recuperación económica en México.



Jorge Santibáñez
Socio,
Mazars en México

Recuperación económica, sostenibilidad y la búsqueda de la diversidad: la perspectiva de Brasil

Eduardo Cabrera, Socio Director

Con dimensiones continentales, una población de más de 200 millones de personas y el PIB más alto de Latinoamérica, Brasil está enfrentando peculiaridades económicas, políticas y sociales - especialmente debido al contexto del Covid-19. Eduardo Cabrera analiza el impacto económico del coronavirus y prevé las principales tendencias de sostenibilidad y diversidad que se avecinan.

Sólo el 17% de los encuestados de Latinoamérica predijeron una caída en los ingresos para 2020 en comparación con 2019. ¿Las empresas brasileñas tienen razón de ser optimistas? ¿Las empresas con las que trabaja están esperando un aumento en los ingresos en 2021?

Eduardo Cabrera: El optimismo de Brasil varía de acuerdo al sector. Las agroindustrias seguirán creciendo debido a que la demanda no ha disminuido y los precios están aumentando. Al mismo tiempo, hay una apreciación del tipo de cambio, aumento en los precios y la demanda también sigue creciendo, sin dejar de mencionar las malas cosechas en otros países.

El sector industrial, por otra parte, se ve negativamente afectado. No veo cómo 2021 puede ser un año de optimismo para el sector industrial, sobre todo porque la demanda es baja y hay señales de que el crecimiento del retail también está disminuyendo. Mientras no haya un avance claro en la inmunización de la población brasileña¹ no veo que el sector industrial pueda tener un crecimiento significativo al grado de recuperar las recientes pérdidas.

El sector de servicios también se ha visto gravemente afectado y su recuperación depende de qué tan rápido avance la vacunación. Aunque hay un potencial crecimiento del PIB de más del 3%, esta expectativa no es tan optimista ya que ese crecimiento es en función del año pasado, cuando tuvimos una caída del 4%. Es un crecimiento importante, pero sigue siendo menor al que el país necesita.

El sector de servicios en Brasil fue particularmente afectado, así como el sector industrial y el retail, por la disminución del consumo doméstico. Además de la recuperación de esos sectores debido a la vacunación de la mayoría de la población ¿es posible resaltar alguna tendencia positiva para el futuro?

EC: El apoyo del gobierno es una parte. Cuando hubo la primera iniciativa de transferencia de dinero, en abril del año pasado, hubo un aumento en el consumo. Este estímulo, pagado a millones de brasileños, ascendió a R\$600 (US\$115) para los trabajadores informales y de bajos ingresos. El sector de alimentos al menudeo sintió los efectos positivos del apoyo.

“Muchos comerciantes han buscado la reinversión a través del comercio electrónico.”

Lo que hemos observado en Brasil es que muchos comerciantes han buscado la reinversión a través del comercio electrónico. Es un nicho que ha crecido mucho, pero sigue sin compensar por completo las ventas físicas. El desarrollo del comercio electrónico es una experiencia de aprendizaje que todos van a tener tan pronto como la situación regrese a algún nivel de ‘normalidad’.

1. En este momento la tasa de inmunización de la población brasileña contra el Covid-19 es inferior al 20%.



El 50% de los líderes que respondieron al barómetro de alta dirección ven la sustentabilidad como una meta a largo plazo ¿Cuál es la importancia de la Agenda de ESG en el contexto empresarial brasileño actual?

EC: Los grandes grupos empresariales de Brasil ya están discutiendo sobre las cuestiones de ESG, es un tema que ha estado ganando mucha importancia en los medios nacionales y, en Mazars en Brasil, tenemos un socio especializado en sostenibilidad. Ya hay movimiento en la bolsa de valores, con empresas que destacan por sus prácticas sostenibles. Es un tema que está aquí para quedarse y tarde o temprano, más empresas seguirán el ejemplo en lo que respecta a ESG.

Está claro que el mayor impacto está ligado a las empresas que generan gran parte de la contaminación en Brasil. A ese respecto, no debemos olvidar la ganadería, la agroindustria y al sector industrial. En Brasil el uso de suelo se regula por algunas de las leyes más estrictas del mundo. Pese a lo que se ha informado acerca de la deforestación, los bosques brasileños están bien protegidos. Seguimos sufriendo problemas ambientales, especialmente en el Amazonas, no obstante la situación se encuentra bajo un intenso escrutinio político debido a que los países europeos demandan medidas contra la deforestación en esa región.

Brasil también depende mucho de la legislación europea en materia de ESG. Si Europa decide que, a partir de cierta fecha, tendrá normas más estrictas con relación a las cuestiones de ESG, entonces, aquí las empresas se esforzarán por cumplirlas.

Sólo el 13% de las empresas de Latinoamérica tiene una mayoría de mujeres entre los tomadores de decisiones, según el estudio. ¿Este dato le sorprende? ¿Cómo pueden mejorar las empresas en cuestión de diversidad del liderazgo en Brasil?

“Las empresas en Brasil se están tomando en serio la diversidad, en algunos casos incluso más seriamente que la sostenibilidad ambiental.”

EC: Desde mi perspectiva, las empresas en Brasil se están tomando en serio la diversidad, en algunos casos incluso más seriamente que la sostenibilidad ambiental. Algunas compañías han dicho que no trabajarán con aquellas que no tengan planes de mejorar la diversidad. Aunque el porcentaje en Latinoamérica es del 13% sigue habiendo movimientos de cambio elogiados.

En Mazars en Brasil, el 44% de los gerentes y directivos son mujeres y estamos dedicados a dar soporte a las líderes para convertirse en socias. Depende de las empresas mejorar para que las mujeres alcancen los puestos más altos, pero también es importante que tengamos cambios en la legislación, para corregir cualquier distorsión en el mercado laboral. Es cuestión de tiempo antes de que se logre la igualdad de género y los líderes empresariales deben buscar formas de acelerar el proceso.

“Es cuestión de tiempo antes de que se logre la igualdad de género y los líderes empresariales deben buscar formas de acelerar el proceso.”



Eduardo Cabrera
Socio Director,
Mazars en Brasil



Resiliencia, recursos y regreso al trabajo en Chile

Damien de la Panouse, Socio Director

Rico en recursos naturales y consolidado por una dinámica industria minera y el creciente sector de energía renovable, en Chile los líderes empresariales tienen razón en ser optimistas respecto al futuro, dice Damien de la Panouse. Mientras el país emerge de la pandemia y comienza importantes negociaciones políticas, Damien reacciona a los hallazgos del estudio.

La investigación y el desarrollo surgieron como una importante área de inversión para los líderes de alta dirección en Latinoamérica. ¿Cómo se están acercando los distintos sectores a la investigación y el desarrollo en Chile?

Damien de la Panouse: Los sectores en Chile más comprometidos con la investigación y el desarrollo son las tecnologías de la información, los proveedores de electricidad, gas y agua, los servicios financieros y de seguros, así como los negocios relacionados con la ciencia. Los rezagados incluyen las artes, el entretenimiento, la agricultura, silvicultura, pesca, transporte y almacenamiento.

En comparación con otros países de la OCDE, Chile invierte menos en investigación y desarrollo, 0.36% del PIB va destinado a ella. El 11.5% de las empresas en Chile llevan a cabo algún tipo de investigación y desarrollo, de acuerdo con los datos de 2019 del Ministerio de Economía. Es probable que esta cifra haya disminuido debido a la pandemia del Covid-19 ya que muchas empresas entraron en ‘modo de subsistencia’, agravado por la falta de incentivos, lo que significa que desafortunadamente la investigación y desarrollo ha caído en la agenda empresarial.

Al ver el desglose por tamaño, es más probable que las grandes empresas hayan invertido en investigación y desarrollo, según el Ministerio de Economía. De ellas, el 28% ha respaldado el rubro, en comparación con el 19% de las medianas empresas, el 12% de las pequeñas empresas y el 8.5% de las microempresas.

La sostenibilidad ocupó un lugar importante en la lista de prioridades de los líderes de alta dirección en América Latina. Esta es la región en donde la mayor proporción de ejecutivos (50%) la ve como una inversión a largo plazo. ¿Cuáles son las principales tendencias de sostenibilidad en Chile?

DP: Poseemos un ambiente natural increíblemente diverso: el norte es árido y hogar de una industria minera que consume mucha energía, mientras que el sur tiene grandes extensiones costeras.

Como un país relativamente caluroso con terrenos asequibles, Chile atrae empresas que buscan desarrollar soluciones de energía solar y eólica.

“Chile depende enormemente de los recursos naturales, siendo las industrias minera y la agricultura las que actualmente impulsan su crecimiento económico.”

Chile depende enormemente de los recursos naturales, siendo las industrias minera y la agricultura las que actualmente impulsan su crecimiento económico. Sus sistemas de producción y los productos están tomando en cuenta los aspectos medioambientales y tenemos clientes haciendo importantes inversiones en energía sostenible.

Chile también se está posicionando como líder en la producción de hidrógeno verde. El hidrógeno verde tiene un precio competitivo y jugará un papel esencial en la descarbonización de la industria del cobre, lo cual será fundamental para lograr los objetivos nacionales -y mundiales- de descarbonización.

En cuanto a objetivos más amplios: el gobierno ha comprometido a Chile con la neutralidad y resiliencia del carbón para el 2050. El anteproyecto de Ley Marco de Cambio Climático fue presentado ante el congreso en enero de 2020 y establece un sistema de gobierno para enfrentar el desafío del cambio climático. Asimismo, Chile ha introducido iniciativas como la Hoja de Ruta de Economía Circular, la Estrategia Nacional de Residuos Orgánicos y la Ley de Plásticos de un solo uso.

Los líderes de América Latina son positivos: 91% espera crecer en 2021 –el mayor porcentaje de todas las regiones. ¿Cuáles son algunas de las principales oportunidades de crecimiento para los líderes en Chile? ¿Cuáles son algunos de los retos?

DP: Chile se está desempeñando muy bien en lo que respecta al despliegue de la vacunación y ya que estamos en una sólida posición para salir de la crisis del Covid más rápido que el resto de la región, estamos en vías de beneficiarnos de la inversión extranjera y del turismo. Antes de la pandemia le estaba yendo bien al país y aquí creo que los líderes empresariales esperan ‘cerrar la brecha’, con una expectativa de crecimiento del PIB entre 6-7% para 2021 y entre 3-4% para 2022. A medida que la emergencia sanitaria disminuye y se avanza en el proceso de consolidación fiscal, tiene sentido pensar positivamente.

“A medida que la emergencia sanitaria disminuye y se avanza en el proceso de consolidación fiscal, tiene sentido pensar positivamente.”

Considerando otras áreas de avance: si el proceso de discusión constitucional sigue la trayectoria esperada respecto al gasto, entonces es posible un retorno al sólido consumo interno. También hay mucha inversión en infraestructura pública y en proyectos de minería y energía en todo el país. La principal materia prima de Chile, el cobre, tiene un precio récord elevado (abril 2021), lo que significa una inyección extra de recursos a las finanzas y la ampliación de la ayuda económica para contrarrestar los efectos del Covid.

En términos de desafíos, el gobierno y las empresas tendrán que materializar las expectativas de recuperación económica – es decir, haciendo inversiones fuera de la industria energética. 2021 también es un importante año político para Chile, con elecciones para elegir representantes para redactar la nueva constitución y, más adelante ese año, elecciones presidenciales. Será interesante ver si el Covid funcionó como una pausa a las protestas sociales y regresaremos a un difícil periodo político o si Chile volverá a una relativa calma.



Las transformaciones más probables en los próximos 3-5 años fueron la tecnología y los servicios, el mercado y el modelo de negocios, de acuerdo con los hallazgos del barómetro en América Latina. ¿Podría compartir su perspectiva respecto a los nuevos modelos de negocios que están surgiendo en Chile? ¿Los equipos en Chile están cambiando la forma de trabajar?

DP: La pandemia aceleró la transformación digital en Chile. Las empresas tuvieron que enviar a su gente a casa e implementar el trabajo remoto casi de la noche a la mañana. Antes del Covid esa estructura era muy rara, pero he visto empresas ofreciendo soluciones de trabajo flexibles de ahora en adelante.

Las grandes empresas también están innovando la forma en que trabajan localmente, incluidas las empresas mineras implementando centros de control operativo remotos. Otras empresas han digitalizado la mayoría de sus servicios: las firmas digitales para la seguridad en línea, las estaciones de policía virtuales y la digitalización del servicio de migración son sólo tres ejemplos.

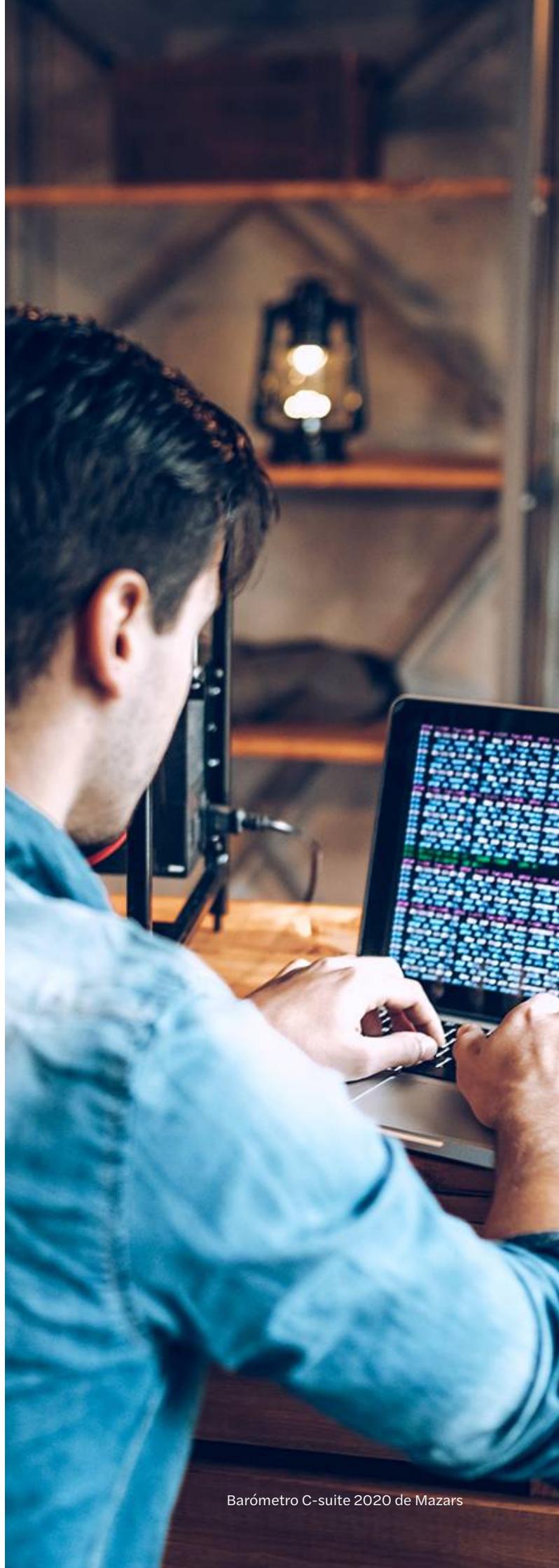
En Chile y en Latinoamérica, en general, la vida diaria gira en torno a las relaciones e interacciones personales. Existe un sólido sentido de comunidad y con frecuencia se traslapa la vida profesional y personal. Después de hablar con mi equipo, tienen un claro entusiasmo por regresar a la oficina y percibir nuevamente el sentido de comunidad. Esto contrasta con los Estados Unidos o Europa occidental, en donde el Covid pudo haber forzado todavía más a los equipos al trabajo remoto.

“Un claro entusiasmo por regresar a la oficina y percibir nuevamente el sentido de comunidad.”

Es posible que estemos presenciando un regreso a la forma en que trabajábamos antes de la pandemia en Chile, en lugar de un hacer un gran cambio hacia nuevos modelos. Pensando en lo que viene, los chilenos saben cómo recuperarse de una crisis y soy optimista, al igual que el 91% de los líderes empresariales de Latinoamérica, respecto al futuro.



Damien de la Panouse
Socio Director,
Mazars en Chile



Optimismo hacia el futuro pese a una historia de crisis en Argentina

Gonzalo Urien, Socio Director

La caída de la actividad económica, la elevada inflación y las devaluaciones de la moneda están haciendo de Argentina un lugar difícil para hacer negocios; sin embargo existen sectores que inspiran optimismo y un historial de lidiar con crisis trae consigo la justificación de un optimismo medido. Gonzalo Urien dice que la fuerza de trabajo calificada, el tipo de cambio favorable y las rutas abiertas por la tecnología en conjunto brindan la esperanza de que Argentina tenga mejores días en el futuro.

Nueve de cada diez líderes empresariales en Latinoamérica esperan que sus empresas crezcan en 2021, según el barómetro C-suite de Mazars. ¿Eso refleja la realidad del mercado en Argentina?

Gonzalo Urien: Argentina está atravesando una crisis económica muy pronunciada pero existen sectores que siguen siendo muy dinámicos y se espera un crecimiento sostenido. Los sectores de consumo masivo, así como los sectores exportadores tradicionales y de valor agregado, representan los motores del crecimiento.

Otra actividad que se sigue expandiendo es la instalación de centros de servicios compartidos de las empresas multinacionales. Argentina es uno de los países más atractivos de la región para las empresas multinacionales que buscan centralizar las actividades operativas de todas sus subsidiarias. Tenemos demanda debido al tipo de cambio así como a nuestro personal calificado y su fluidez en el idioma inglés.

Asimismo, tenemos un fuerte sector agroindustrial: Argentina es uno de los mayores productores de soya, maíz y aceites vegetales. Los precios de esos productos son elevados y eso ofrece cierta comodidad a la economía nacional. Los sectores que trabajan con agroindustrias, como son maquinaria y biotecnología agrícola, también crecen por consiguiente, viendo recientemente en estas últimas una fantástica innovación en las áreas de productos resistentes a la sequía y a las plagas.

¿Qué han enseñado las crisis consecutivas a los líderes empresariales de Argentina?

GU: Lo principal es planear para el mediano y largo plazo. Si está invirtiendo mientras tiene en cuenta sólo los próximos uno o dos años, entonces se está preparando para el fracaso. Las empresas deben planear para los próximos cinco años, o más. El cambio continuo en términos empresariales y en los parámetros legales es la única cosa en la que se puede confiar. Es lo que confiere al Director de Finanzas un papel verdaderamente importante: las empresas internacionales que importan a sus Directores de Finanzas de fuera de la región con frecuencia tienen dificultades en mantener el ritmo del cambio y entender la forma de trabajar en medio de una crisis.

“Argentina es ambiciosa respecto a su futuro económico aunque de igual manera reconoce sus dificultades.”

Argentina es ambiciosa respecto a su futuro económico aunque de igual manera reconoce sus dificultades. Las crisis nos ponen tanto obstáculos como posibilidades: sabemos que nuestro trayecto económico no es sencillo, pero eso no nos impedirá trabajar para mejorar el entorno de negocios.

Las transformaciones más probables para los líderes de Latinoamérica durante los próximos 3-5 años se asocian a la tecnología y al desarrollo de nuevos servicios, mercados y modelos de negocio. ¿Cuenta con algún ejemplo de avance tecnológico en Argentina?

GU: La tecnología está cada vez más al frente y al centro de la economía argentina. Actualmente tenemos cinco unicornios (nuevas empresas de más de USD\$1,000 millones) y están llegando empresas internacionales de tecnología después de la oferta pública inicial debido a nuestra mano de obra y a nuestro interés en ser un país tecnológicamente avanzado.

Argentina se está convirtiendo cada vez más en la sede de organizaciones de investigación por contrato, la mayoría provenientes de los Estados Unidos, que realizan investigación sobre productos farmacéuticos y hemos visto que nuestros clientes invierten cada vez más en investigación y desarrollo tecnológico. En Mazars en Argentina hemos adaptado nuestros servicios de subcontratación para utilizar la automatización robótica de procesos (RPA), planeación de los recursos electrónicos y los servicios en la nube. Esto nos ayuda a trabajar mejor y más estrechamente con los clientes, así como a trasladar a los robots el trabajo repetitivo de escaso valor agregado.

Latinoamérica es la región en donde el mayor porcentaje de ejecutivos ve la sostenibilidad como una inversión a largo plazo. ¿Cómo está trabajando Argentina con la sostenibilidad?

GU: Al igual que otros países del continente, Argentina está buscando formas de hacer más sostenible la industria minera. La nueva legislación exige a las empresas ser más cuidadosas en cuanto al terreno y luchar contra la deforestación. Es un tema no negociable: particularmente las nuevas generaciones no permitirán a las empresas actuar con impunidad cuando se trata de temas ambientales, sociales y de gobierno. Sus decisiones de compra e incluso políticas se basan en ello.

“Particularmente las nuevas generaciones no permitirán a las empresas actuar con impunidad cuando se trata de temas ambientales, sociales y de gobierno.”

Argentina es uno de los primeros cinco países a nivel global en la producción de litio. Extraído de los salares, es un área de actividad económica en crecimiento para nosotros y será un testimonio real de nuestro compromiso con la sostenibilidad para observar cómo trabajan juntas las empresas y el gobierno para garantizar que se explote tan responsablemente como sea posible en el futuro.



Gonzalo Urien
Socio Director,
Mazars en Argentina

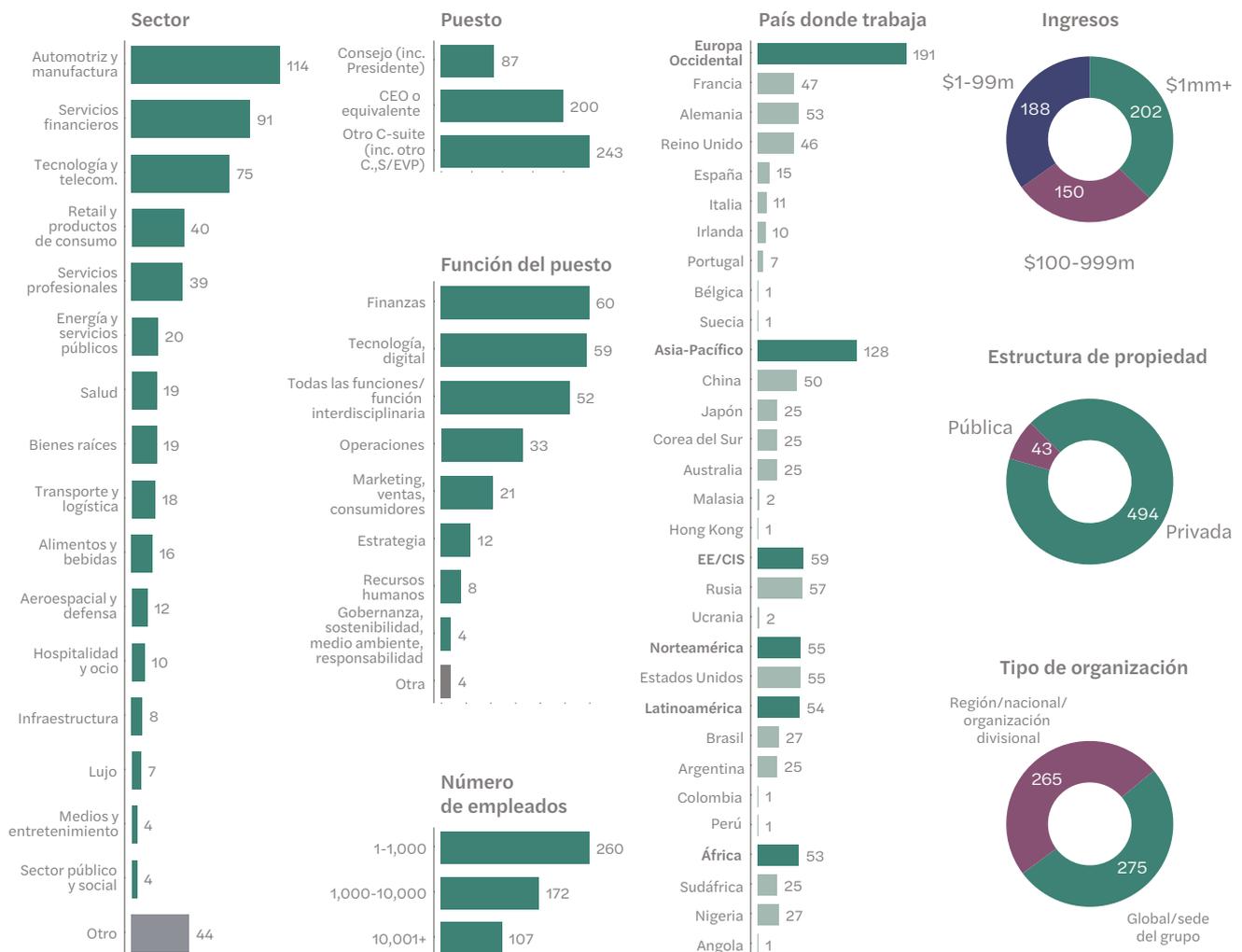


Metodología

El barómetro C-suite de Mazars fue diseñado y realizado por GQR Research, en colaboración con Mazars. La mayor parte de los datos (540 entrevistas) se recopilieron entre el 14 de julio y el 19 de agosto de 2020. Otras 40 respuestas de seguimiento se obtuvieron entre septiembre y noviembre de 2020.

Los participantes fueron encuestados en línea. La muestra total es de N=580, con 511 procedentes de paneles en línea y 69 invitados por correo electrónico directamente por Mazars. El desglose de la muestra principal (n=540) es el siguiente (números de encuestados en bruto):

Puesto		Región		Ingresos anuales		Industria	
CEO o equivalente	200	Latinoamérica	54	\$1m-\$100m	188	Automotriz y manufactura	114
CFO o equivalente	60	África	53	\$100m-\$1mm	150	Servicios financieros	91
CTO o equivalente	59	Asia-Pacífico	128	\$1mm+	202	Tecnología y telecomunicaciones	75
COO o equivalente	33	Europa Occidental	191			Retail y bienes de consumo	40
Otro puesto de alta dirección	188	EE/CIS (Rusia)	59			Otra industria	220



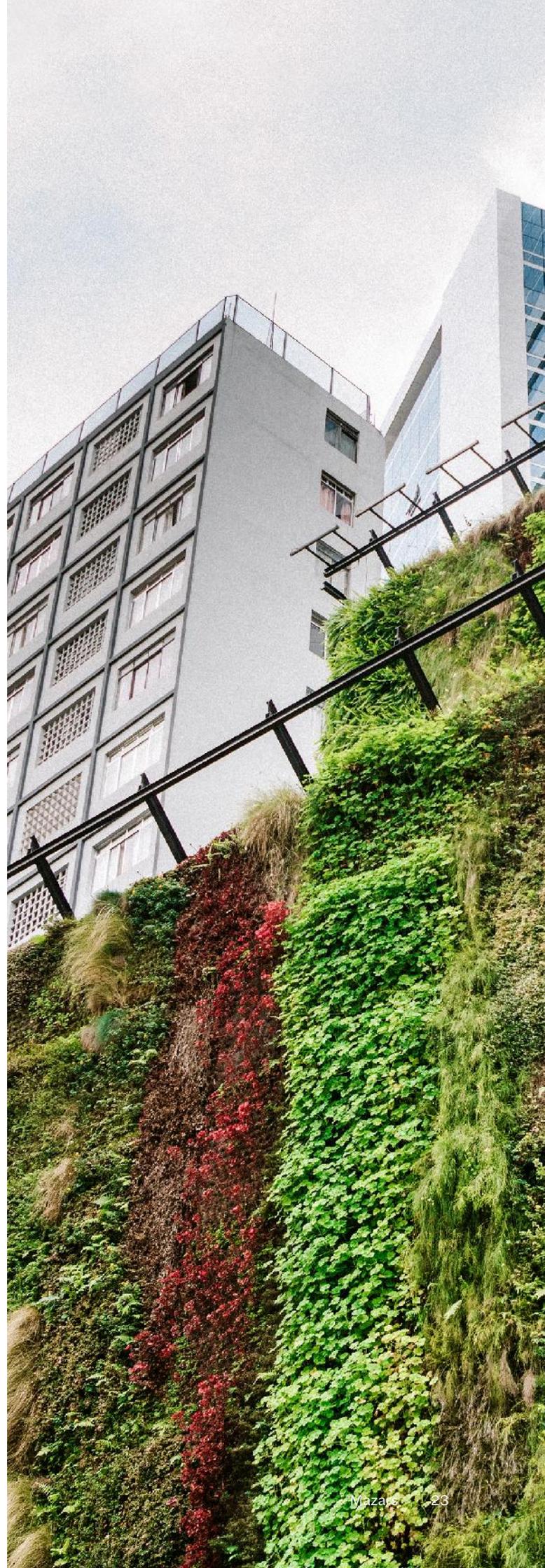
Diseño

El barómetro C-suite 2020 de Mazars fue diseñado para medir las percepciones de los líderes de alta dirección (responsables de una función empresarial o región), en todo el mundo, sobre los siguientes temas:

- Sus perspectivas de negocio para 2020 y 2021
- Su visión del impacto a corto y largo plazo de las diferentes actividades empresariales
- La medida en que su empresa está aumentando o reduciendo la inversión en las diferentes actividades empresariales, y cómo puede cambiar esta perspectiva en un futuro próximo
- Las tendencias que esperan que impacten a su negocio, y lo bien preparados que están para ello
- Las transformaciones que esperan que sufra su negocio en los próximos tres a cinco años

Los datos de 2020 pretenden constituir una pauta a partir de la cual se pueda hacer un seguimiento de estos temas en años futuros.

Las entrevistas con los socios de Latinoamérica se realizaron entre abril y mayo de 2021.



Contactos

Milena Bizzarri

Directora de Marketing y Comunicación
milena.bizzarri@mazars.com.br

Edward Baggaley

Global Campaigns Manager
edward.baggaley@mazars.co.uk

Ushuaia Guadarrama

Gerente de Marketing, Comunicación y
Desarrollo de Negocios
ushuaia.guadarrama@mazars.com.mx

Mazars es una firma integrada internacionalmente, especializada en servicios de auditoría, contabilidad, asesoría, impuestos y legales*. Operando en más de 90 países y territorios en todo el mundo, contamos con la experiencia de más de 42,000 profesionales – 26,000+ en la firma integrada Mazars y 16,000+ a través de Mazars North America Alliance – para ayudar a clientes de todos los tamaños en cada etapa de su desarrollo.

*donde esté permitido por las leyes aplicables del país

www.mazars.com

© Mazars 2021

mazars