

Inicio > DESTACADA

Encuesta: así está el ánimo y las expectativas de los empresarios argentinos

El informe de Negocios Internacionales (IBR) de Grant Thornton aborda la evolución de la expectativa y analiza el ánimo de los empresarios de la región y de Argentina, para el primer semestre. Los resultados y lo que ven hacia adelante.

●a● POR PUNTO A PUNTO — 9 horas atrás en DESTACADA, NEGOCIOS 0

[Share on Facebook](#)[Share on Twitter](#)[WhatsApp](#) [Email](#)

El optimismo entre los líderes del mercado 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.

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.

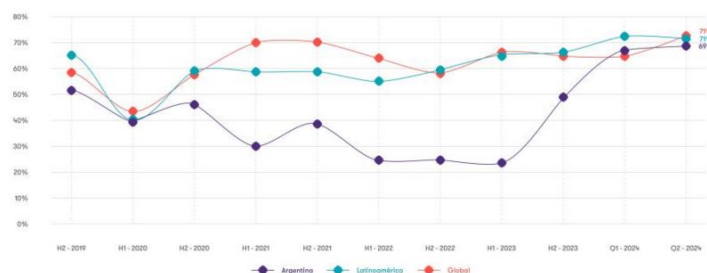
El porcentaje de empresas que vislumbran una crecida en el empleo aumentó 6 puntos porcentuales (35%) y el índice de suba de la rentabilidad se mantiene en el 33%.

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.

Optimismo

Porcentaje de optimismo sobre las perspectivas de sus economías en los próximos 12 meses.



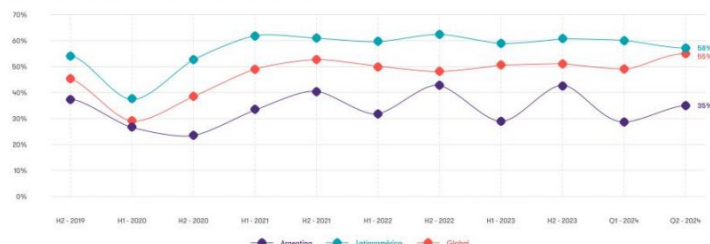
El índice de Optimismo en Argentina subió 2 puntos hasta alcanzar el 69%.

El índice de Optimismo global subió 5 puntos a 71% y en la región de América Latina bajó 1 punto al 71%.

	2019 S2	2020 S1	2020 S2	2021 S1	2021 S2	2022 S1	2022 S2	2023 S1	2023 S2	2024 T1	2024 T2	Tend.
Argentina	52%	41%	47%	30%	39%	25%	25%	24%	48%	67%	69%	↑
América Latina	65%	40%	59%	59%	59%	55%	60%	65%	66%	72%	71%	↓
Global	59%	44%	58%	70%	71%	64%	59%	67%	65%	66%	71%	↑
Muestra ARG	75	79	77	76	77	76	80	75	75	76	75	

Empleo

Expectativa de un aumento en el empleo en los próximos 12 meses.



El índice de expectativa de aumento de Empleo creció en Argentina del 29% al 35%.

En América Latina el índice descendió a un 58% y a nivel global, subió al 55%.

	2019 S2	2020 S1	2020 S2	2021 S1	2021 S2	2022 S1	2022 S2	2023 S1	2023 S2	2024 T1	2024 T2	Tend.
Argentina	37%	27%	23%	33%	40%	32%	43%	29%	43%	29%	35%	↑
América Latina	54%	37%	53%	62%	61%	59%	62%	58%	61%	60%	58%	↓
Global	45%	29%	38%	49%	53%	50%	48%	50%	51%	49%	55%	↑
Muestra ARG	75	79	77	76	77	76	80	75	75	76	75	

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."

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 **68%** 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).

Etiquetas: [Ánimo](#) [Encuesta](#) [expectativas](#)

 [Compartir](#) 30

 [Tuitear](#) 19

 [Enviar](#)





Punto a Punto
El medio de los negocios





[INICIO](#) / [CÓRDOBA](#) / [NEGOCIOS](#) / [STARTUPS](#) / [PAP LAB](#) / [ECONOMÍA](#) / [POLÍTICA](#) / [PERFIL CÓRDOBA](#) / [DOSSIER](#) / [LA EMPRESA EN LOS GENES](#) / [REVISTA PUNTO A PUNTO](#) / [REVISTA OCIO](#) / [PUNTO A PUNTO MENDOZA](#) / [QUIENES SOMOS](#)

SUSCRIBITE