

Una renovada confianza

*Decimocuarta Edición
de la Encuesta Anual
Global de CEOs*

*Capítulo Colombia
Primera versión*

Editorial

Frente a la actual crisis del planeta, por los efectos medioambientales, tener mucha confianza es un claro signo de optimismo y apuesta por el futuro.

Esto es lo que se observa en el capítulo Colombia de la 14ª Encuesta Global de CEOs elaborada por PricewaterhouseCoopers - PwC -. El nivel de confianza de los CEOs colombianos en el corto plazo es de los más altos del mundo, con un 92% superior a la media global del 88%, y a la de Latinoamérica que es del 90%.

En la encuesta de CEOs de PwC participaron más de 1.200 altos ejecutivos de 69 países, quienes manifestaron expectativas de crecimiento similares a las que tenían antes de la recesión mundial del período 2008-2009.

Este nivel creciente y renovado de confianza de los CEOs entrevistados, para el caso colombiano, se soporta en que son de los que más cambios han realizado en la estrategia de sus empresas en los últimos años, con un 86% frente a uno 84% de la media global. En la encuesta también se observa que el mayor nivel de confianza se concentra en los mercados emergentes.

Más allá de la renovada confianza en el crecimiento, es evidente que las organizaciones en Colombia enfrentan importantes desafíos para materializar su deseado crecimiento, entre otros, la incertidumbre global, la volatilidad de los mercados y la tasa de cambio, la dinámica constante de la industria y las amenazas competitivas.

Lo que también es evidente es la preparación que los CEOs colombianos han realizado para enfrentar desafíos, habiendo tomado ya medidas para ajustar la administración de riesgos, retención del talento humano necesario, orientación a la innovación de productos para crear valor y diferenciación y mejorar su ventaja competitiva a través del uso de tecnologías de información, con atención a los factores de cambio climático y atentos a asegurarse el suministro de los recursos que se requieren para el crecimiento y aprovechar el momento que la coyuntura económica mundial nos presenta

Deseamos agradecer muy especialmente al grupo de ejecutivos colombianos que han colaborado con la encuesta aportando su opinión y valioso tiempo. Su contribución ha enriquecido la encuesta y seguramente aportará a los lectores nuevas expectativas para sus negocios.

Gustavo F. Dreispiel

Markets Leader

PwC Colombia

gustavo.f.dreispiel@co.pwc.com

Contenido

Participación y metodología de la encuesta	5
Introducción al capítulo Colombia	7
Proyecciones optimistas	9
Cambio de estrategias	11
Amenazas, riesgos globales y cambio climático	19
Siguiente parada, países de economías emergentes	25

Participación y Metodología de la Encuesta

La Decimocuarta Edición de la Encuesta Anual Global de CEOs de PwC se realizó sobre una muestra de 1,226 entrevistas a CEOs de 69 países del mundo.

Por regiones, se realizaron 420 encuestas en Europa Occidental, 257 en Asia Pacífico, 246 en Latinoamérica, 148 en América del Norte, 98 en Europa Oriental, 57 en África y Medio Oriente.

La octava edición del informe regional, derivado del informe global, se basó en los resultados de las encuestas realizadas en Latinoamérica (Argentina, Brasil, México, Inter-Américas, Paraguay, Chile, Colombia (35 entrevistas a profundidad para el Capítulo Colombia), Uruguay, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia. El estudio fue coordinado por la Unidad Internacional de Encuestas de PricewaterhouseCoopers - PwC - con sede en Belfast, Irlanda del Norte, en estrecha cooperación con equipos de socios y directores de proyecto de Latinoamérica.

Todas las encuestas de la región se realizaron telefónicamente y de manera confidencial para respetar el valor de la opinión de los encuestados. Además, PwC entrevistó personalmente a 31 ejecutivos globales con el objeto de profundizar el contexto y analizar fehacientemente los contenidos de las repuestas.

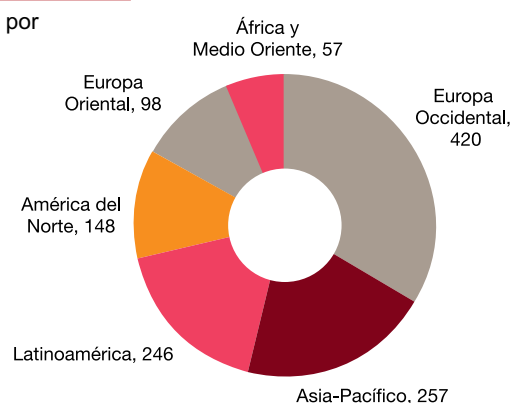
La antigüedad de las empresas encuestadas es de mínimo cinco años, pero la mayoría de las encuestadas llevan más de 40 años en el negocio.

Información de los CEOs entrevistados para el Capítulo Colombia

Por ser esta la primera Edición del Capítulo Colombia de la Encuesta Anual de CEOs de PwC, los expertos de la misma entrevistaron en Colombia a 35 CEOs, pertenecientes a los sectores de productos y servicios industriales y de consumo, en un 69%, servicios financieros, en un 17% y tecnología, información, comunicación y entretenimiento, en un 14%.

Los sectores representados en la Encuesta Global son: bienes de consumo, textiles, aseguradoras de propiedad y accidentes, automotriz, servicios financieros, petróleo y gas, banca, papel, salud, agricultura, biotecnología, informática, electrónica y redes, hotelería y ocio y telecomunicaciones.

Cantidad de encuestas realizadas, por regiones



¿Cómo clasificaría usted la propiedad de su empresa?

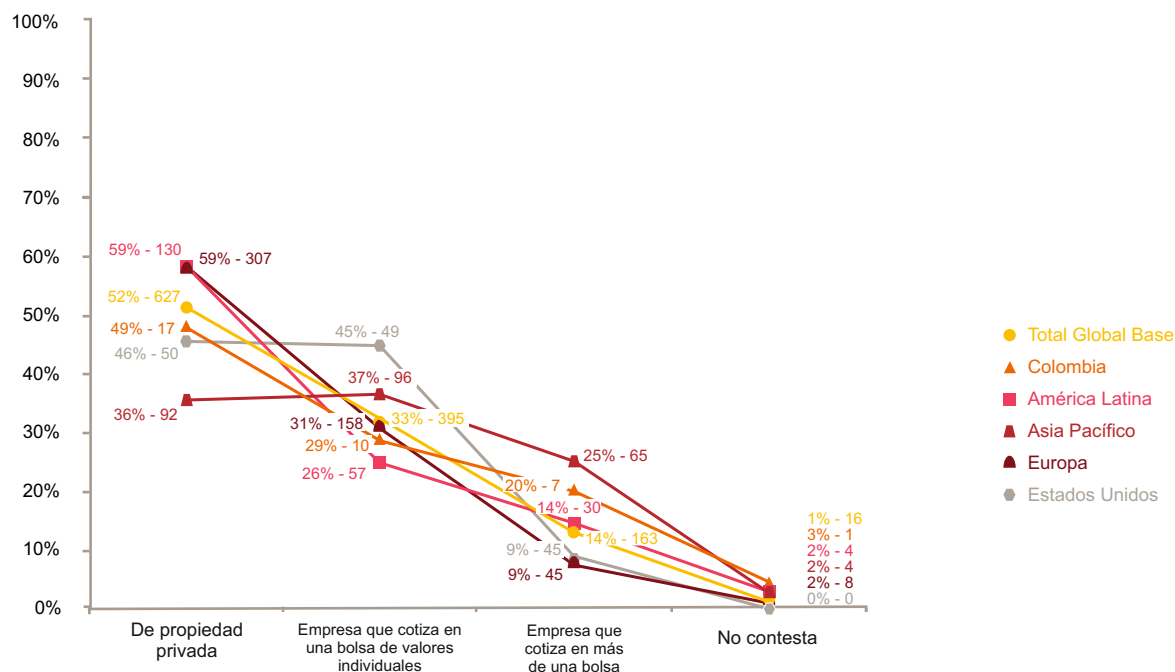


Gráfico 1- Base: todos los encuestados

¿Podría confirmar sus ingresos en el último año fiscal?

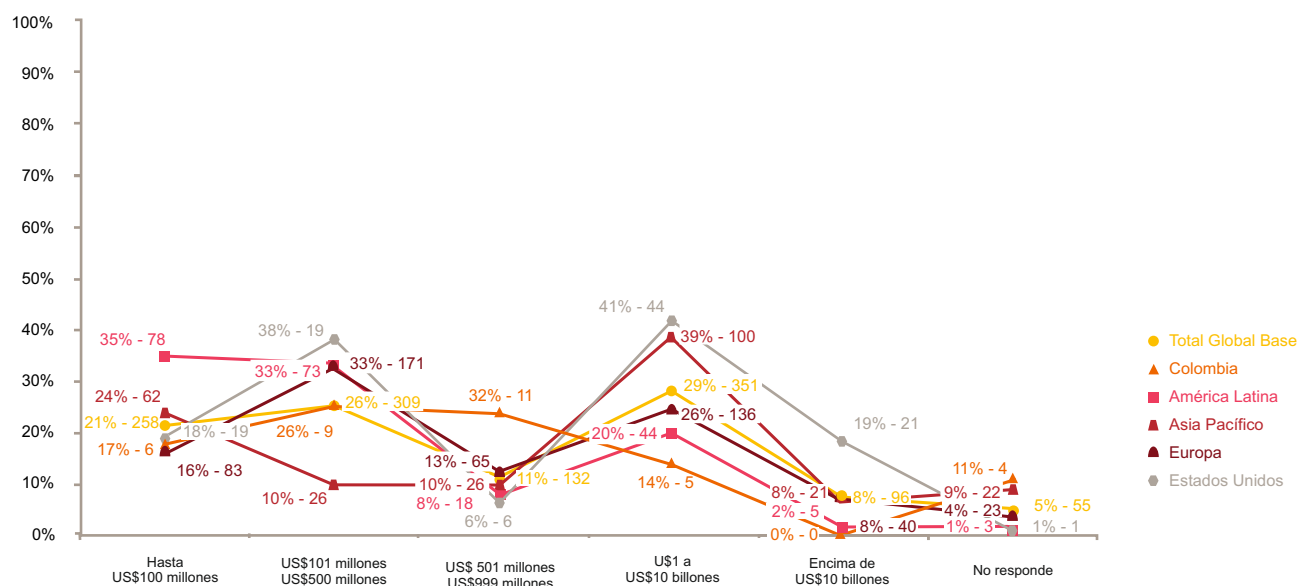


Gráfico 2- Base: Todos los encuestados. Cifras en millones de dólares

De las encuestadas, teniendo en cuenta las de la muestra global y las del Capítulo Colombia (que incluye 35 encuestas a profundidad), el 52% de la base global, el 49% de las colombianas, el 59% de las latinoamericanas, el 36% de Asia Pacífico, el 59% de las europeas y el 46% de las de Estados Unidos, son de propiedad privada. (Ver gráfico 1)

Introducción al Capítulo Colombia

La confianza del mundo ha vuelto a instalarse en las compañías de todo orden en cada rincón del planeta, lo cual no significa que no se tengan claros los riesgos y las amenazas de cada país.

Después de la tempestad de 2008, y a pesar de las permanentes convulsiones que estallan cada día en el mundo, la incertidumbre se volvió una constante tan fuerte que es imposible desconocerla y gracias a que por fin se le dio el estatus que merece, la confianza previa a la crisis volvió, después de ella armada con estrategias, fusiones, alianzas y nuevas modalidades de negocios.

Colombia, que viene de una serie de crisis, se ha convertido en un país fuerte, que aprendió a convivir en momentos de terrorismo, de crisis política, de desastres naturales, de recesión, y a sobrevivir a pesar de ello. Por eso se encuentra a la cabeza de los países optimistas del planeta en la 14ª edición Anual Global de CEOs de PwC, por encima de la media global.

Ante cualquier evento, por traumático que parezca, siguen creciendo las empresas, lo mismo que el país.

Sin embargo, la actual confianza fue el resultado de un proceso que comenzó con un sincero y honesto diagnóstico de la situación, del cual surgieron unas metas y unos objetivos sobre los cuales se diseñaron estrategias tendientes a ampliar el mercado de sus productos, diversificar la oferta de los mismos así como de sus servicios a nivel global, a crear políticas para mejorar el talento humano, así como a fortalecer la imagen del país frente al mundo, y así generar un ambiente atractivo para los inversionistas extranjeros.

Y es que Colombia y América Latina, al contrario de la mayoría de países del mundo, no sufrió directamente con la

misma fuerza de las grandes potencias los efectos del desastre financiero del 2008, entre muchas otras razones por una sencilla: cuando las grandes potencias estaban disfrutando de su gran torta en la fiesta de la abundancia y la euforia económica previa a la crisis, países como Colombia y su región, América Latina, que no fueron invitados a esa fiesta, a la hora de los momentos dolorosos tampoco tuvieron que sufrir la resaca del día después.

Sin embargo, aunque lejano, el impacto llegó debido a que tanto sus mayores compradores como sus mercados objetivos habían caído en la crisis económica más grande del último siglo, lo cual terminó por afectarla, pues en el entorno local la economía nacional sufría una desaceleración industrial, que generó un fuerte bajonazo en el optimismo de sus líderes.

Pero entonces ya estaban en marcha planes de contingencia que surgieron como resultado del trabajo en equipo entre la empresa, el gobierno y la sociedad, anticipándose a otra de las tendencias a que se verá obligada a acogerse la economía global en los próximos meses, tal como se puede ver en la encuesta: una especial atención a las relaciones entre estos tres sectores, pilares de la actual comunidad mundial.

Ante cualquier evento, por traumático que parezca, las empresas siguen creciendo, lo mismo que el país.

Lo cierto es que hay cuatro regiones que le quitan el sueño a los grandes inversionistas, que son las denominadas economías emergentes: Latinoamérica, Asia, África y Europa Oriental.

Se identificaron tres áreas sobre las cuales los empresarios colombianos pueden enfocar o re-direccionar sus estrategias, que son:

- Innovaciones que afectarán a diferentes procesos y áreas de las compañías, muchas veces desarrolladas en colaboración con socios externos, tales como proveedores locales o mercados emergentes.
- Gestión de RR.HH., dirigida hacia la valoración del talento con profesionales altamente calificados.
- Agenda compartida con el Gobierno, priorizando los temas que impactan fundamentalmente en los negocios para que el crecimiento pretendido sea sostenible en el largo plazo.

Proyecciones Optimistas

El 92% de los altos ejecutivos colombianos entrevistados en la 14ª Edición de la Encuesta Anual Global de CEOs, al ser preguntados sobre qué tan confiados estaban sobre las perspectivas de su empresa para el crecimiento de los ingresos en los próximos 12 meses, respondió que realmente se sienten confiados (26% algo confiados y 66% muy confiados).

Esta es la forma en que los empresarios colombianos expresan su opinión de que las medidas recientes tomadas, los cambios en las estrategias de sus compañías, la avanzada hacia mercados extranjeros y demás comportamientos de la economía sí cumplieron su objetivo y que las perspectivas en el corto y el mediano plazo son las mejores, que la prosperidad viene en camino.

Y aunque la de Colombia es una cifra bien interesante, forma parte de la tendencia global, que reporta un cambio drástico en la percepción si se tiene en cuenta que en el año 2009 el 64% de los CEOs globales y el 62% de los latinoamericanos encuestados tenía algún tipo de confianza para los 12 meses siguientes; pero en la actual encuesta, el 88% de los CEOs del mundo y el 90% de los latinoamericanos expresaron abiertamente su confianza.

Se destacan los líderes de Chile, México Perú y Colombia, todos con más del 90% de sus respuestas, seguidos por el 88% de los ejecutivos brasileños encuestados, quienes confían en un crecimiento en el corto plazo. En el caso colombiano, el 66% de los encuestados dijo estar “muy confiado” de que a corto plazo, 12 meses, las perspectivas positivas de su compañía sean de crecimiento, que es un nivel superior al expresado a nivel global, 48%, regional latinoamericano, 54%, empatado con China en su apreciación pero muy superior a Europa con un 42% y a Estados Unidos, con un 45%. (Ver Gráfico 3)

Pero a pesar de estar en la línea que marca la tendencia de confianza en el futuro inmediato, Colombia está muy por encima de la región, Latinoamérica, y de Estados Unidos, de Europa y del

Perspectivas de confianza en el crecimiento de las empresas en próximos 12 meses.

¿Qué tan seguro está sobre las perspectivas de su empresa para el crecimiento de los ingresos en los próximos 12 meses?

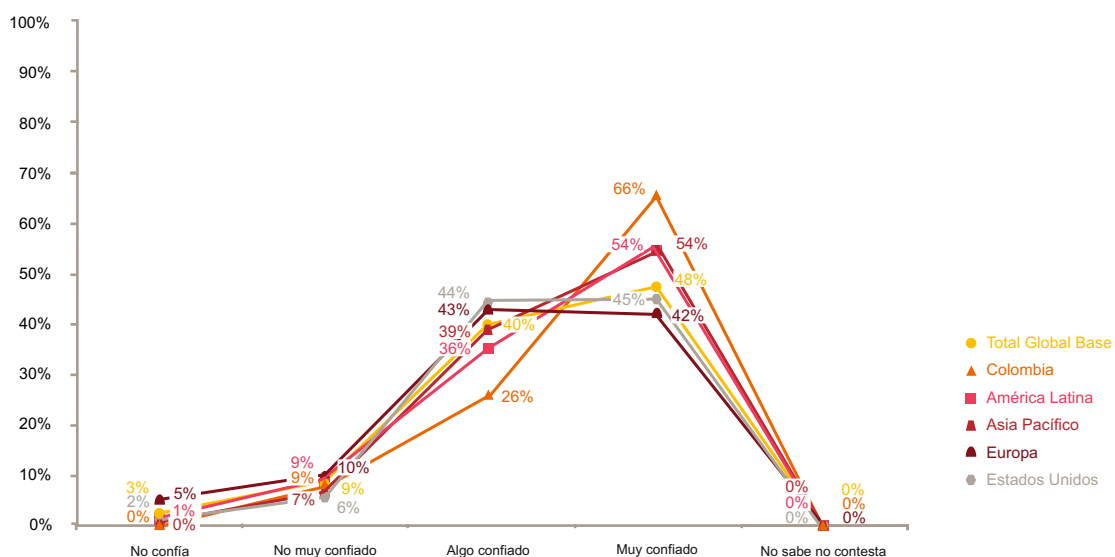


Gráfico 3 - Base: Todos los encuestados

¿Qué tanta confianza tiene en las perspectivas de su empresa para el crecimiento de los ingresos en los próximos 3 años?

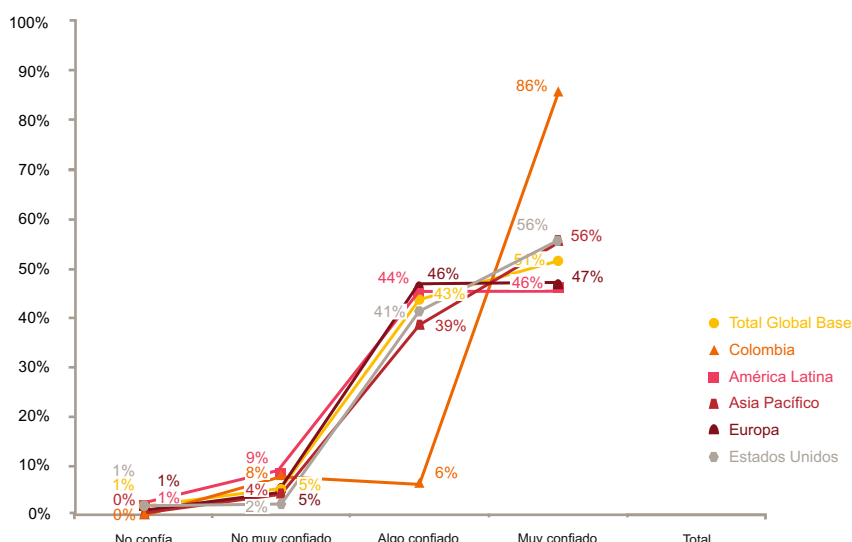


Gráfico 4

mundo. Entonces, más que optimismo ¿podría ser euforia? ¿Qué es aquello que tienen los colombianos que, a diferencia del resto del mundo, les hace estar más seguros de su crecimiento? En cuanto a las perspectivas de crecimiento para los próximos tres años, los altos ejecutivos colombianos expresaron estar confiados en un 92%, así: 6% algo confiados y 86% muy confiados. El rango de quienes tienen mucha confianza está 35 puntos por encima de la base global, 40 puntos más arriba de toda la región, 30 por encima de China y Estados Unidos y 29 más que los europeos.

Ese optimismo reafirmado contrasta con los datos referentes a los levemente confiados, que para el caso colombiano es tan sólo de un 6%, frente a un 43% a nivel global, un 44% de América Latina, un 39% de Asia Pacífico, 46% de los CEOs europeos y un 41% de los altos ejecutivos estadounidenses que contestaron la encuesta.

Informaciones de la oficina que lidera las exportaciones en Colombia, Proexport, señalan que la solvencia del sector financiero está 6,5 puntos por encima del Acuerdo de Basilea y la cobertura de la Cartera Morosa se ha incrementado 5 veces en la última década. Las reservas internacionales

han aumentado significativamente: 55 por ciento desde octubre de 2006. La inversión extranjera directa en Colombia pasó de US\$2.436 millones en el año 2000 a US\$9.483 millones en 2010.

Colombia tiene la tercera menor participación de deuda externa con respecto al PIB de América Latina.

Actualmente, los hogares colombianos tienen una mayor deuda de consumo que deuda hipotecaria.

Colombia ha garantizado su financiación externa a través de instituciones multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, Banco Mundial, BM, y la Corporación Andina de Fomento, CAF; ha negociado tratados de comercio e inversión a fin de lograr expansión de los mercados y atraer inversionistas. La seriedad de las autoridades monetarias y del gobierno y sus resultados, reflejados tanto en lo macroeconómico como en temas de seguridad, han permitido contar con una mejor “venta” del país, gracias a dichas señales de robustez y sanidad del manejo global de la economía colombiana.

Tales resultados lo convierten en un país más atractivo para el inversionista extranjero, quien es, en general adverso al riesgo.

El PIB de Colombia desde el año 2000 presentó un crecimiento constante y mayor frente al comportamiento de la tasa de crecimiento del PIB promedio de América Latina hasta el año 2007 y en la crisis mundial del 2009 Colombia fue de los pocos países del mundo que tuvo una cifra positiva de crecimiento del PIB.

Además, en los últimos años se ha observado una importante reducción de la deuda pública.

Cambio de Estrategias

El hecho de poder ver el cambio en las estrategias de las compañías en los dos últimos años es uno de los aportes más valiosos de la 14ª Encuesta Anual Global de CEOs de PwC y su primera versión colombiana. Es, además, uno de los indicadores más ilustrativos de los efectos de la post crisis y tiene diversas lecturas, tanto a nivel internacional como regional y local.

Conocer los cambios en las estrategias arroja la luz necesaria para saber hacia dónde se dirige la economía global, permite observar el ajedrez completo, los nuevos escenarios y anticipa los siguientes movimientos, al tiempo que favorece, precisamente, hacer nuevos ajustes a las estrategias de cada uno. El 33% de los CEOs a nivel global dijeron que sus estrategias “cambiaron de manera fundamental” en los dos últimos años, es decir, en la post crisis, el 26% en China, el 32% en Europa, el 36% en Estados Unidos y el 49% en Colombia. Este último fue, pues, el país que mayores cambios fundamentales tuvo en su estrategia, dándole así una señal muy clara al mundo de tener la intención de generar los re- direccionamientos necesarios a fin de acoplarse al nuevo escenario mundial.

Otro panorama es el de los “cambios leves en la estrategia de sus empresas”. Aquí la relación se invierte y es China

en la que mayores CEOs revelan haber hecho estos cambios, el 63%, frente al 51% de los europeos, el 44% de los estadounidenses, el 42% de los latinoamericanos y, en una proporción más baja, un 37%, los colombianos.

Pero si sumamos los cambios leves con los fundamentales veremos una visión más clara de la acción que tomaron los CEOs del mundo frente a la crisis: cambio de sus estrategias. A nivel global, los más reformadores fueron los asiáticos, seguidos de los colombianos. La media mundial fue del 84%, los de Colombia en un 86%, superior incluso a los de América Latina, que marcó un 83%, empatado con Europa, tres puntos porcentuales por debajo de Asia Pacífico, que afirmó haber promovido cambios estratégicos en sus grandes compañías en un 89%. Estados Unidos, en cambio, se situó por debajo de todos sus colegas, con un no despreciable 80%.

(Ver Gráfico 5)

¿Hasta qué punto la estrategia de su empresa ha cambiado en los dos últimos años?

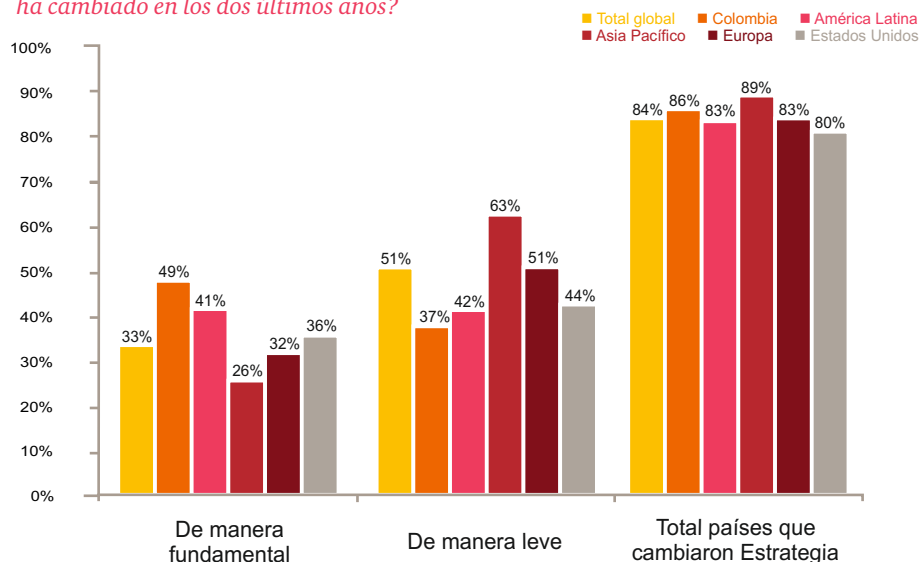


Gráfico 5

¿Cuales de los siguientes 8 factores pueden estar cambiando en su negocio y han influido significativamente en la necesidad de cambiar su estrategia?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Incertidumbre en las previsiones de crecimiento económico	64%	60%	55%	69%	61%	76%
Demanda de los clientes	62%	63%	65%	55%	64%	63%
Dinámica de la industria	59%	80%	68%	50%	58%	63%
Estructura de capital / Desapalancamiento	22%	17%	20%	13%	23%	33%
Actitud hacia el riesgo	41%	33%	45%	44%	37%	39%
Regulación	34%	30%	39%	29%	29%	47%
Expectativas de los accionistas	36%	53%	48%	31%	31%	34%
Amenazas competitivas	49%	57%	50%	47%	45%	55%
No sabe/no responde	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 6

Los CEOs del mundo aprendieron una primera gran lección: perder el miedo al cambio y generar cambios en sus estrategias tantas veces sean necesario, con flexibilidad.

Al mirar las respuestas de los CEOs a la encuesta sobre cuáles son los factores que están cambiando en su negocio y han influido significativamente en la necesidad de cambiar su estrategia, se hallan nuevos elementos para el análisis. (Ver Gráfico 6)

A nivel global, definitivamente es la incertidumbre, en un 64%, lo que más preocupa a los CEOs y que los mueve a cambiar sus estrategias, siendo Estados Unidos el que más énfasis da a este factor, un 76%, Asia un 69%, Europa un 61%, mientras América Latina está más abajo en éste como el factor más importante y le da un 55% de importancia relativa.

Para los CEOs colombianos, la dinámica cambiante de la industria es el factor primordial que más les desvela, con un 80%, seguido por la demanda de los clientes, con un 63%, la incertidumbre en las previsiones de crecimiento económico, con un 60%, las amenazas competitivas, las expectativas de los accionistas y las actitudes hacia el riesgo, en orden decreciente.

Prevención de Riesgos

Frente a esta problemática, la encuesta lleva a los CEOs a cuestionarse sobre la forma como están tomando medidas adicionales para mejorar la gestión de los riesgos que acompañan a su cambio de estrategia. El 72% de los CEOs mundiales sostiene que han mejorado la jerarquía del tema de riesgos en su administración. Los altos ejecutivos colombianos consultados han ido más allá, pues el 83% formalmente ha

incorporado los escenarios de riesgo en la planificación estratégica, pero sólo un 50% ha designado responsabilidad ejecutiva al tema y apenas un 40% ha aumentado la autoridad del poder del ejecutivo de gestión de riesgos.

Tras el 11 de septiembre es fácil entender que esa gestión es superada por sus pares de los Estados Unidos, donde el 56% de los CEOs encuestados designaron formalmente responsabilidad ejecutiva de gestión de riesgos, mientras que en Europa lo hizo un 45%, en Asia un 35% y en América Latina un 43%. No es, pues, la prevención del riesgo una de las mayores prioridades de los empresarios a nivel global y quizás es esa una de las fallas en el manejo de sus estrategias, ya que los riesgos se han multiplicado significativamente en los últimos años. (Ver Gráfico 6A)

¿Que pasos adicionales esta tomando para mejorar el manejo de los riesgos que acompañan el cambio de estrategia ?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Destinar más atención en las reuniones de la junta para el manejo de riesgos	58%	50%	57%	62%	54%	68%
Mayor atención de los gerentes senior al manejo de riesgos	72%	73%	74%	74%	66%	86%
Incorporar formalmente escenarios de riesgo en el planteamiento estratégico	67%	83%	70%	66%	63%	82%
Asignar formalmente responsabilidad ejecutiva al manejo de riesgos	45%	50%	43%	35%	45%	56%
Revaluar la estructura de capital	31%	30%	30%	26%	28%	51%
Incrementar la autoridad para el manejo ejecutivo de riesgos	29%	40%	45%	20%	28%	28%
Incrementar el número de empleados a cargo del gerente de riesgos	20%	23%	22%	18%	17%	24%
Ajustar los incentivos de desempeño para reducir el riesgo	36%	30%	36%	27%	35%	54%
Realizar más ejercicios de preparación para la crisis	40%	37%	56%	27%	40%	34%

Gráfico 6A

Innovación y nuevos mercados, las tácticas

Las estrategias de crecimiento son, sin lugar a duda un tema clave. Colombia, con un 20%, y Asia Pacífico, con un 21%, son los países que lideran la lista de los países conquistadores con la estrategia de abrir nuevos mercados; le siguen los europeos, con un 17 %, América Latina, con un 14%, y Estados Unidos, con un 12%.

Para los colombianos es más importante el desarrollo de nuevos productos o servicios, con un 23%, y abrir nuevos mercados, realizar fusiones y adquisiciones y crear nuevas empresas conjuntas y/o alianzas estratégicas, con un 20% cada una.

A diferencia de sus colegas de América Latina, que en un 33% expresó estar trabajando en un aumento de participación en los mercados existentes, sólo el 17% de los colombianos estuvo de acuerdo con esta estrategia. En este sentido, al nivel global el 29% de los altos directivos le dan importancia, mientras los asiáticos lo hacen en un 24% y los europeos en un 29%.

En el desarrollo de nuevos productos o servicios, Colombia se encuentra comparativamente más abajo que los demás directivos en su percepción, con un 23% frente a un 29% global, un 30% de América Latina, un 29% de

Europa y un 33% de Estados Unidos. **(Ver Gráfico 6B).**

Caso valioso en la región es el de los chilenos, que en un 42% expresaron preferencia por el desarrollo de nuevos productos y servicios como la principal oportunidad de crecimiento para sus organizaciones en sintonía con México y Brasil, 34% y 28%, respectivamente. Argentina arrojó un indicador del 30%.

Perú escogió en un 40%, como estrategia preferida, el incremento en la participación de mercados existentes, y las innovaciones en productos, en un 30%.

¿Cuál de estos factores ve como la principal oportunidad para hacer crecer su negocio en los próximos 12 meses?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Nuevos mercados	17%	20%	14%	21%	17%	12%
Desarrollo de nuevos productos o servicios	29%	23%	30%	29%	29%	33%
Aumento de participación en los mercados existentes	29%	17%	33%	24%	29%	30%
Fusiones y adquisiciones	14%	20%	11%	14%	15%	14%
Nuevas empresas conjuntas y/o alianzas estratégicas	10%	20%	12%	11%	8%	10%
No sabe /no responde	1%	0%	0%	2%	2%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 6B

Porcentajes similares de las mismas proporciones dejan ver que los líderes mundiales, incluidos los colombianos, consideran que la innovación en nuevos productos lleva a importantes oportunidades de nuevos ingresos.

Existe una reciente toma de consciencia de que ya es hora de aferrarse a la fuente del conocimiento para salir de los diversos problemas, hacer crecer la economía y ubicarse en un nuevo rango de crecimiento en el contexto global. La mayoría de presidentes de compañías a nivel global, el 77%, el 83% de los colombianos, el 81% de sus pares de América Latina, el 91% de los asiáticos, el 74% de los europeos y el 73% de los norteamericanos, tienen muy claro que la innovación genera valor agregado, mayores ingresos y, en consecuencia, crecimiento económico. No en vano los asiáticos son quienes manejan mayores niveles de consciencia en ese sentido y se encuentran a la cabeza de las naciones más promisorias para los próximos años. (Gráfico 7)

¿En qué medida está de acuerdo... Nuestras innovaciones se llevan al nivel de eficiencia operativa que proporciona una ventaja competitiva?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
De acuerdo	52%	60%	50%	63%	50%	50%
Muy de acuerdo	27%	23%	31%	29%	24%	23%
Suma total	77%	83%	81%	91%	74%	73%

Gráfico 7

No obstante el anterior análisis, en el gráfico 7A se aprecia que las empresas de todo el mundo aumentaron su compromiso para generar innovaciones y salvaguardar la propiedad intelectual, así: a nivel global en un 67%; Colombia, en un 69%; América Latina, en un 72%; Asia Pacífico, en un 67%; Europa en un 64%, y Estados Unidos, en un 72%.

De cualquier manera, la mayoría de los países prefiere desarrollar nuevos productos e investigaciones, pero en el país de origen de la compañía.

¿Cuál es el plan de su empresa para aumentar el compromiso en los próximos tres años con la generación de innovación?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
RESUMEN - Algunos / aumentos significativos	67%	69%	72%	67%	64%	72%

Gráfico 7A

¿Ha hecho su empresa cambios en su estrategia para incorporar el uso de dispositivos móviles y medios de comunicación social para conocer las necesidades de sus clientes?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
RESUMEN - Algunos / Cambios / Cambios significativos en la estrategia	77%	88%	81%	74%	76%	88%

Gráfico 7B

Orientados a la innovación se observa una importante cantidad de empresas que han realizado cambios en su estrategia para conocer las necesidades de sus clientes, en un 77% a nivel global, 88% en Colombia y Estados Unidos, 81% en América Latina, 76% en Europa y 74% en Asia.

Otro de los aspectos relevantes en las organizaciones encuestadas han sido las decisiones para reducir costos y ser más eficientes en su funcionamiento, el 84% de los encuestados a nivel global y el 79% de los latinoamericanos han implementando alguna medida de reducción de costos durante el último año. En el ámbito regional, el 92% de los entrevistados colombianos y chilenos, el 88% de los brasileños y el 77% de los mexicanos lo hicieron en los últimos doce meses.

Para los próximos 12 meses el 64% de los CEOs del ámbito global y el 62% del regional, anunciaron que implementarán medidas de reducción de costos. Uno de los elementos clave para reducir costos ha sido invertir en tecnologías de la información; así lo reconoció el 69% de los CEOs mundiales, el 77% de los colombianos, el 76% de los latinoamericanos, el 78% de los asiáticos, el 62% de los europeos y el 60% de los norteamericanos.

Además, en el ámbito de la innovación es importante ver la cantidad de líderes dispuestos a hacer cambios para introducir innovación a su empresa a todos los niveles y con todos sus grupos influyentes. El 84% de los colombianos están dispuestos a permitir que los proveedores se involucren en los procesos de innovación de sus productos, una cifra muy superior a la media global y a la de la región, así como las de Asia, Europa y Estados Unidos, todas cercanas al rango del 60%. **(Ver Gráfico 7C)**

¿En qué medida va a cambiar su estrategia en los próximos tres años en respuesta a un cambio en involucrar a los proveedores en la innovación de productos?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
RESUMEN - Algunos / aumentos significativos	62%	84%	64%	68%	59%	64%

Gráfico 7C

Fusiones y Adquisiciones

Una de las estrategias que define el significado de globalización, sin duda, es la de comprar, fusionarse y adquirir compañías en diversos puntos del planeta logrando así expandir su alcance, creciendo y extendiéndose territorialmente con una cantidad de ventajas, que van desde entrar a otros mercados hasta tomar el conocimiento de sus trabajadores, así como su talento y experiencia. Esta estrategia ha sido utilizada en

forma tan extensiva, que muchos de los mercados internacionales de bienes y servicios presentan ya un elevado nivel de consolidación y concentración, al grado que en algunas geografías las nuevas fusiones representan transacciones gigantescas, con implicaciones geoeconómicas y geopolíticas cada vez más complejas. Por esa razón, el tema de las fusiones se ha constituido ya en un reto importante para los gobiernos y sus políticas públicas y ha generado fuertes

cuestionamientos de parte de reconocidos especialistas. En el comparativo global, se tiene planeado, para los próximos 12 meses, completar una fusión o adquisición en un 34% a nivel global, 31% para Colombia, 30% para la región, 26% para Asia, 34% para Europa y 49% para Estados Unidos. **(Ver Gráfico 7D)**

¿Cual de las siguientes iniciativas de reorganización tiene previsto en los próximos 12 meses?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Completar una fusión o adquisición internacional	34%	31%	30%	26%	34%	49%

Gráfico 7D

Inflación y volatilidad

Colombia es uno de los países económicamente más estables, gracias a la estructura de sus autoridades monetarias y al hecho de que dos de los pilares de su solidez, las tasas de interés y la inflación, se han mantenido en una línea prudente, sin grandes sorpresas, por lo que, para los altos ejecutivos de este país, ese no es un tema que los atormente.

Las cifras lo dejan ver, pues de todos los países, Colombia es, después de Estados Unidos, el menos preocupado por el tema. A la pregunta ¿qué tan preocupado está por la inflación? frente a la opción “no nos preocupa”, los CEOs contestaron con un optimista 40%, frente a un 30% mundial, un 23% latinoamericano, un 12% de Asia Pacífico, un 38% de Europa y un 47% de Estados Unidos. (Ver Gráfico 8)

¿Qué tan preocupado está, en todo caso, sobre... La inflación?

	Base Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
No nos preocupa	30%	40%	23%	12%	38%	47%
No muy preocupado	39%	37%	38%	37%	42%	37%
Algo preocupado	22%	17%	22%	36%	17%	14%
Extremadamente preocupado	14%	6%	17%	13%	13%	14%
No sabe no responde	8%	0%	0%	2%	4%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 8

Sobre el crecimiento económico volátil, los altos ejecutivos locales se sienten, en un 40% preocupados, menos, en todo caso, que sus pares en Estados Unidos, a quienes les afecta este hecho en un 75%, a los europeos en un 69% a los CEOs de Asia Pacífico con un 88%, pero se acerca un poco más a los niveles de preocupación de los latinoamericanos con un 52% para un promedio global del 72%. (Ver Gráfico 9)

¿Qué tan preocupado está sobre el crecimiento económico volátil?

	Base Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
No nos preocupa	5%	17%	13%	2%	4%	2%
No muy preocupado	24%	40%	35%	9%	27%	23%
Algo preocupado	43%	31%	39%	40%	43%	49%
Extremadamente preocupado	29%	9%	13%	48%	26%	26%
Subtotal- Algo/Extremadamente preocupado	72%	40%	52%	88%	69%	75%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 9

Por su parte, los líderes latinoamericanos se han mostrado muy preocupados por una economía incierta o volátil, como es el caso de los mexicanos o por la volatilidad del tipo de cambio, como el 67% de los colombianos, preocupación compartida por el 72% de los CEOs a nivel global.

La volatilidad de la economía tiene que ver con el precio del dólar en un contexto donde juegan un papel preponderante las tasas de interés y el comportamiento de las bolsas de valores. La caída del dólar es un

fenómeno que se viene presentando en los últimos años a nivel global, pero en Colombia, particularmente, el precio ha caído y el peso se ha fortalecido de manera importante lo cual afecta negativamente a los exportadores de bienes y/o servicios.

Las bolsas de valores, por su parte tuvieron crecimientos importantes en los últimos años.

En cuanto a la falta de estabilidad en los mercados de capital, las opiniones de los CEOs están divididas: a nivel

global el 52% tiene niveles de preocupación al respecto, el 40% de los colombianos, el 47% de los latinoamericanos, el 66% de los asiáticos, el 52 % de los europeos y el 32 % de los estadounidenses.

(Ver Gráfico 10)

¿Qué tan preocupado se encuentra respecto a la falta de estabilidad de los mercados de capital?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
No nos preocupa	14%	14%	15%	5%	14%	26%
No muy preocupado	33%	43%	37%	27%	34%	42%
Algo preocupado	37%	34%	36%	45%	36%	25%
Extremadamente preocupado	15%	6%	11%	21%	16%	7%
Subtotal - Algo/Extremadamente preocupado	52%	40%	47%	66%	52%	32%
No sabe/no responde	1%	3%	0%	2%	0%	0%

Gráfico 10

El exceso de regulación es otro de los grandes obstáculos que los líderes del mundo ven para el desarrollo de sus negocios. **(Ver Gráfico 11)**

El 46% de los CEOs colombianos expresaron su inconformidad con la misma, preocupación que comparten en mayor grado sus pares de todo el mundo, con un 60%, y los mismos latinoamericanos, con un 64%, los estadounidenses, con un 68%, los asiáticos con un 70% y los europeos con un 50%.

¿Qué tan preocupado está, en todo caso, sobre... El exceso de regulación?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
No nos preocupa	12%	14%	10%	6%	16%	14%
No muy preocupado	28%	31%	25%	22%	34%	18%
Algo preocupado	33%	23%	35%	43%	29%	20%
Extremadamente preocupado	27%	23%	29%	27%	21%	48%
Subtotal - Algo/Extremadamente preocupado	60%	46%	64%	70%	50%	68%
No sabe/no responde	0%	3%	0%	2%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 11

Amenazas, Riesgos Globales y Cambio Climático

Amenazas

Colombia y Asia Pacífico son las dos regiones que, a nivel global, se sienten más amenazados por el ingreso de nuevos competidores, con un 52% y un 35%, respectivamente.

Estos valores son menores para sus pares de América Latina con un 20%, Asia, con un 35%, Estados Unidos, con un 13%, Europa, con un 20%, y el promedio global con un 24%.

Otro de los riesgos planteados por los CEOs es la no disponibilidad de recursos humanos con las competencias clave. Para los líderes colombianos esto puntuó con un 24%, siendo la tasa global del 38% y el más representativo para los asiáticos con el 52%.

Otra amenaza es el permanente cambio en el comportamiento de los consumidores, lo cual para los colombianos, significó un 24%, inferior que la preocupación global, del 30%

y que la de los Estados Unidos, con un 35%, que la de la región latinoamericana del 30%, y muy inferior a la manifestada por Asia, del 38%.
(Ver Gráfico 12)

Con respecto a la amenaza de incapacidad de financiar el crecimiento, ha arrojado valores similares para la mayoría de las geografías (21% global, Colombia y América Latina). Pero la segunda más importante amenaza para los CEOs en Colombia ha sido la insuficiencia de infraestructura básica, con un valor del 39%, muy superior a las restantes regiones, y a la media global del 16%.

La falta de infraestructura es uno de los obstáculos más difíciles de superar e indicadores de un bajo desarrollo en las naciones, el cual requiere de una acción conjunta de toda la sociedad afectada. Siendo esta preocupación

¿Cuáles de los siguientes amenazas de negocio representan los riesgos más significativos que deberá enfrentar en los próximos 12 meses?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Nuevos competidores	24%	52%	20%	35%	20%	13%
Disponibilidad de las competencias clave	38%	24%	28%	52%	37%	18%
Costos de energía	21%	12%	21%	24%	23%	10%
Seguridad de la cadena de suministro	21%	15%	21%	23%	19%	19%
Cambios en el comportamiento de los consumidores	30%	24%	30%	38%	30%	35%
Incapacidad para financiar el crecimiento	21%	21%	21%	22%	22%	15%
Insuficiencia de infraestructura básica	16%	39%	16%	23%	8%	8%
Aumento de presión fiscal	27%	21%	27%	26%	21%	34%
No sabe/no responde	4%	6%	4%	4%	4%	9%

Gráfico 12

universal. En el caso específico colombiano el atraso en la mayoría de obras de infraestructura a lo largo del territorio nacional, debido a diversos factores, deja al descubierto un elemento de desventaja competitiva evidente.

¿Qué tanto le preocupa la inadecuada infraestructura básica?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
No nos preocupa	31%	20%	17%	10%	45%	44%
No muy preocupado	32%	17%	29%	32%	33%	35%
Algo preocupado	26%	37%	33%	42%	17%	16%
Extremadamente preocupado	11%	23%	21%	14%	5%	5%
Subtotal - Algo/Extremadamente preocupado	37%	60%	54%	56%	22%	21%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 13

A nivel latinoamericano el 66% de los argentinos, el 70% de los peruanos y el 58% de los mexicanos demostraron intranquilidad por la inadecuada infraestructura básica.

Ya planteado en términos específicos del nivel de preocupación, que representa la inadecuada infraestructura básica, para el desarrollo de los negocios, el 60% de los CEOs de Colombia le asignaron un nivel de importancia al tema, muy superior a la media global del 37%, e inclusive por encima del valor de Latinoamérica del 54%. (Ver Gráfico 13)

Riesgos Globales

Acerca del impacto de los riesgos globales sobre las perspectivas de crecimiento de las compañías colombianas en los próximos tres años, el terrorismo, con un 49%, el cambio climático y la inestabilidad política, con el 46%, los desastres naturales con un 43%, ocupan los primeros lugares.

Con indicadores muy cercanos, la inestabilidad política es la principal amenaza a nivel global y latinoamericano, 58% y 76% respectivamente, mientras que para Europa es de un 56%, para Asia Pacífico un 59% y para Estados Unidos 39%.

En cuanto al terrorismo, Colombia está más preocupada, con 49%, que el nivel global, con 25%, el regional, con 31%, que Asia, con 23%, Europa, con 21%, y Estados Unidos, con 27%.

(Ver Gráfico 14)

En el cambio climático tampoco hay coincidencia con su nivel de preocupación, fijado en un 46%, para Colombia, pues la media global es de 27%, la de América Latina es de 36%; los líderes de Asia Pacífico vieron el cambio climático como una amenaza en un 35%, los europeos en un 20% y Estados Unidos en un 17%.

Estas encuestas se tomaron antes de los eventos que sacudieron a Japón y cuyos efectos en los CEOs del mundo se verán en la encuesta, que se divulgará en 2012. Los japoneses le dieron al mundo un ejemplo de gran magnitud, comenzando por la muestra tangible de que los daños ocasionados por efectos naturales no respetan grandes potencias, riqueza, ni conocimiento.

¿Cuales de los riesgos globales, tienen mayor impacto potencial sobre las perspectivas de su crecimiento en los próximos tres años?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Cambio climático	27%	46%	36%	35%	20%	17%
Terrorismo	25%	49%	31%	23%	21%	27%
Pandemias y otras crisis de salud	22%	23%	19%	23%	18%	27%
Pérdida de la biodiversidad	6%	0%	12%	5%	2%	6%
Desastres naturales	25%	43%	33%	31%	18%	31%
Escasez de recursos naturales	34%	29%	28%	44%	33%	25%
Inestabilidad política	58%	46%	76%	59%	56%	39%
No sabe no responde	10%	6%	2%	6%	14%	17%

Gráfico 14

Cambio Climático

Cuando los más destacados expertos auguraban el auge de la fuerza china en la economía como algo que sucedería en 50 años, el dragón despertó más temprano y el mundo se quedó sin poder reaccionar.

Cuando se hablaba de una serie de ataques terroristas casi en simultánea, se pensaba que era algo de ciencia ficción o mensajes apocalípticos cifrados, hasta que las torres gemelas cayeron.

Pero frente a los efectos devastadores del cambio climático, ocurridos por el exceso de emisiones de gas carbónico, que ocasionan un recalentamiento de la atmósfera, los más pragmáticos les han dado poca importancia como amenazas para el desarrollo de los

negocios de cada uno. Eso, hasta el tsunami, terremoto y desastre del Japón y hasta el invierno complejo de la historia que tiene en jaque la economía de países como Colombia, pero que también ha afectado varias zonas en Estados Unidos.

En la Encuesta Anual Global de CEOs de PwC al preguntárseles si ellos creen que los gobiernos y la sociedad de negocios serán eficaces para mitigar amenazas globales como el terrorismo, el calentamiento global y las crisis financieras, el 54% a nivel global responde que sí, el 59% de los latinoamericanos opina lo mismo, así así como el 63% de los colombianos, el 71% de Asia Pacífico, el 46% de los europeos y tan solo un 45% de los altos ejecutivos de Estados Unidos.

(Ver Gráfico 15)

¿Qué tanto está de acuerdo con... el gobierno y la sociedad de negocios sera más efectivo mitigando los principales riesgos mundiales, el cambio climático, el terrorismo y las crisis financieras?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Muy en desacuerdo	4%	6%	3%	0%	4%	8%
En desacuerdo	18%	11%	15%	11%	22%	26%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23%	20%	23%	16%	27%	19%
De acuerdo	44%	34%	45%	54%	40%	37%
Muy de acuerdo	10%	29%	14%	17%	6%	8%
No sabe/no responde	1%	0%	0%	2%	1%	1%
Subtotal - De acuerdo/Muy de acuerdo	54%	63%	59%	71%	46%	45%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 15

Transparencia de la información financiera

Para el tema de las crisis financieras, un primer concepto que los CEOs expresan es estar dispuestos a ser transparentes al informar sus resultados. Anuncian que en su mayoría están de acuerdo en que las empresas mundiales sean más transparentes al informar sus resultados financieros y obligaciones fiscales, en un 64% de todos los encuestados, un 77% de los latinoamericanos, un 60% de los colombianos, un 75% de los asiáticos, un 53% de los europeos y un 66% de los estadounidenses. (Ver Gráfico 16)

¿Qué tan de acuerdo está en que la empresa será más transparente al informar sus resultados financieros y obligaciones fiscales?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Muy en desacuerdo	4%	0%	2%	2%	7%	4%
En desacuerdo	14%	11%	10%	6%	21%	11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17%	26%	10%	15%	19%	19%
De acuerdo	48%	37%	46%	60%	42%	52%
Muy de acuerdo	16%	23%	31%	15%	11%	14%
No sabe/no responde	1%	3%	0%	2%	1%	1%
Subtotal - De acuerdo/Muy de acuerdo	64%	60%	77%	75%	53%	66%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 16

Perfil del Consumidor 2011

Los antiguos comerciantes tenían una frase según la cual “el cliente siempre tiene la razón”. Y la verdad es que la post crisis dejó a millones de consumidores mirando el precio del producto antes que sus cualidades. Esto será algo difícil de erradicar y que los empresarios tendrán que tener en cuenta. Hacia el futuro el desempleo, el subempleo y la incertidumbre crearon un nuevo consumidor siglo XXI: el austero, ahorrador y vigilante del precio.

El 70% de los CEOs del mundo anunció que cambiará su estrategia para los próximos tres años, impulsado principalmente por consideraciones de precio. Coinciden con ellos el 66% de los latinoamericanos y el 75% de los colombianos, 69% los europeos, 66% los estadounidenses, así como el 76% de los asiáticos. (Ver Gráfico 17)

Es evidente la importancia que se asigna al tema en todas las geografías.

¿En los próximos tres años, en cuánto cambiará su estrategia originada en que los consumidores se localizarán más en el precio ?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Subtotal - No/cambios menores de estrategia	29%	25%	33%	24%	29%	34%
Subtotal - Algunos/cambios significativos en la estrategia	70%	75%	66%	76%	69%	66%

Gráfico 17

Prioridades del Gobierno

Preguntados los CEOs sobre cuáles deben ser las prioridades del Gobierno el factor con mayor impacto ha sido “ mejorar la infraestructura del país” con un 51% a nivel global, 77% a nivel Colombia, 72% en la región Latinoamérica. El segundo factor de mayor importancia ha sido “ reducir la pobreza y la desigualdad”, con un 57% y 58% en Colombia y la región Latinoamericana respectivamente, que llamativamente no presenta una importancia tan alta en las demás regiones. (Ver Gráfico 18)

¿Cuáles deben ser las prioridades del Gobierno?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Crear y fomentar una mano de obra calificada	47%	34%	38%	32%	56%	56%
Garantizar la estabilidad del sector financiero y acceso al capital económico	45%	11%	36%	34%	53%	47%
Generar innovaciones y proteger la propiedad intelectual	28%	11%	18%	33%	30%	37%
Proteger los recursos naturales que son críticos para las empresas	20%	26%	15%	26%	21%	18%
Hacer frente a los riesgos del cambio climático	14%	14%	9%	18%	15%	12%
Mejorar la infraestructura del país	51%	77%	72%	49%	40%	56%
Proteger la biodiversidad y los ecosistemas	9%	20%	11%	14%	6%	7%
Mantener la salud de los trabajadores	19%	14%	22%	18%	18%	22%
Reducir la pobreza y la desigualdad	32%	57%	58%	32%	25%	12%
Proteger los intereses de los consumidores	10%	3%	10%	11%	11%	8%
No sabe/no responde	2%	6%	0%	5%	2%	3%

Gráfico 18

En Colombia, y en la mayoría de las regiones, el tercer factor definido como prioridad del Gobierno es crear y fomentar mano de obra calificada.

Siguiente Parada, Países de Economías Emergentes

Es una realidad de aquí y de ahora: la carrera de la post-crisis arrancó, llevando en la delantera a China, India y Brasil, a unas velocidades de crecimiento económico anual con tasas de entre 8 y 10%, dejando rezagados a los agotados y golpeados dueños de las grandes economías norteamericanas y europeas que, tras la crisis financiera e inmobiliaria de 2008, apenas se mueven a una velocidad de 2 y 3% de crecimiento anual.

El avance significativo de las denominadas economías emergentes por ahora es imparable y es por eso que todas las economías del planeta, incluyéndose ellos mismos, quieren invertir, comprar, desarrollarse, apoyar programas de responsabilidad social en los territorios de la “esperanza”.

Obviamente, los líderes del mundo conocen el poderío de las grandes e históricas economías norteamericanas y europeas, por lo cual las incluyen entre aquellos con quienes quieren hacer negocios en los próximos tres años, pero todos asumen que los nuevos actores mundiales que moverán los motores de la economía global son China, India y Brasil.

En contraste con los altos porcentajes de empresarios que desean mantener o crecer sus negocios en Asia, los que ya tienen negocios en Norteamérica desean en menor porcentaje crecer allí. Los CEOs del mundo, líderes

internacionales por excelencia, sea cual sea su país de origen, pertenecen a un grupo que mira con visión el lugar donde florecerá el negocio y tienen claro que la próxima estación a donde llevarán sus inversiones y desarrollarán las operaciones de su negocio será en los países de economías emergentes.

La mayoría (58%) de los CEOs encuestados por la 14ª Edición de la Encuesta Anual Global de CEOs PwC, dijo que “los mercados emergentes son más importantes para el futuro de mi empresa que los mercados desarrollados”. El 73% de los latinoamericanos, el 73% de los asiáticos, el 49% de los europeos, el 71% de los colombianos y el 36% de los estadounidenses compartió la misma apreciación.

(Ver Gráfico 19)

Los mercados emergentes son más importantes para el futuro de mi empresa que los mercados desarrollados...

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Muy en desacuerdo	11%	6%	2%	5%	15%	26%
En desacuerdo	16%	3%	8%	8%	20%	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13%	17%	16%	13%	14%	10%
De acuerdo	33%	31%	38%	47%	29%	18%
Muy de acuerdo	25%	40%	35%	26%	20%	18%
No sabe no responde	1%	3%	1%	1%	2%	0%
Subtotal - Desacuerdo/Muy de acuerdo	58%	71%	73%	73%	49%	36%

Gráfico 19

Dentro de los mercado emergentes, los augurios para América Latina son los mejores. El 84% de los líderes mundiales que tienen negocios en el continente anuncia que estos aumentarán en los próximos 12 meses. El interés en invertir en América Latina es de un 80% de los asiáticos, un 85% de los europeos, un 78% de los estadounidenses, un 86% de los mismos latinoamericanos y un 85% de los colombianos.
(Ver Gráfico 20)

En los próximos 12 meses, ¿usted espera que sus negocios en América Latina disminuyan, crezcan o permanezcan iguales?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Disminuya	2%	3%	1%	8%	1%	0%
Permanezca igual	12%	9%	13%	8%	11%	20%
Aumenten	84%	85%	86%	80%	85%	78%
No sabe/no responde	1%	3%	0%	4%	3%	2%

Gráfico 20

Nuevas marcas Mundiales

Los líderes globales prevén que en la próxima década las nuevas marcas mundiales provendrán de los mercados emergentes. Así lo piensa el 47% de los líderes a nivel global, el 51% de los colombianos, el 45% de los latinoamericanos, el 58% de los asiáticos, el 44% de los europeos y el 34% de los estadounidenses. (Ver Gráfico 21)

¿Qué tan de acuerdo está en que ... Las principales marcas mundiales en la próxima década provendrá de los mercados emergentes?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Muy en desacuerdo	5%	0%	4%	2%	6%	13%
En desacuerdo	24%	20%	26%	18%	25%	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22%	26%	25%	19%	23%	17%
De acuerdo	35%	37%	32%	44%	34%	31%
Muy de acuerdo	12%	14%	13%	14%	10%	3%
No sabe no responde	1%	3%	0%	3%	2%	1%
Subtotal - De acuerdo/Muy de acuerdo	47%	51%	45%	58%	44%	34%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 21

Intención de expansión de los empresarios colombianos



Gráfico 22

Siendo Colombia un país que pertenece a una de las regiones de economías emergentes, se observa que los empresarios del país han pensado en comenzar por la región para la ampliación de sus negocios, por lo que piensan extenderse y fortalecerse en América Latina, muy especialmente en Brasil, con un 51% de preferencia, luego en Perú con un 40%, México, con un 26%, Chile, con un 20%, Ecuador, con un 17%, Venezuela, con un 14% y China, con un 11%.

(Ver Gráfico 22)

Libre comercio

En el libre comercio internacional y los flujos de capital, las opiniones están muy divididas. El 49% está de acuerdo con respecto a que el mundo será más abierto al libre comercio, el 66%, de los colombianos, el 58% de los latinoamericanos, el 57% de los asiáticos, el 44% de los europeos y el 40% de los ejecutivos de Estados Unidos.

(Ver Gráfico 23)

¿El mundo será más abierto al libre comercio internacional y/o los flujos de capital?

	Total Global	Colombia	América Latina	Asia Pacífico	Europa	Estados Unidos
Muy en desacuerdo	4%	3%	2%	3%	5%	6%
En desacuerdo	26%	23%	21%	19%	29%	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20%	9%	19%	20%	21%	20%
De acuerdo	37%	37%	38%	42%	36%	33%
Muy de acuerdo	12%	29%	20%	15%	8%	7%
No sabe/no responde	1%	0%	0%	1%	1%	1%
Subtotal - De acuerdo/Muy de acuerdo	49%	66%	58%	57%	44%	40%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 23

¿Cuáles son las principales razones por las cuales Colombia resulta atractiva al mundo?

	Total Global	América Latina	Europa	Estados Unidos
Los proveedores son competitivos en términos de costos	20%	13%	33%	0%
Los proveedores desarrollan productos y servicios de alta calidad	15%	13%	0%	60%
El país tiene un perfil bajo en riesgo	10%	13%	0%	0%
La logística y comunicaciones de y hacia el país son un avance	15%	20%	0%	0%
Tenemos fuerte relacionamiento ya existente con proveedores del país	10%	7%	33%	20%
El talento humano gerencial es altamente calificado	15%	20%	33%	20%

Gráfico 24

El 92% de los altos ejecutivos colombianos entrevistados en la 14ª Edición de la Encuesta Anual Global de CEOs, al ser preguntados sobre qué tan confiados estaban sobre las perspectivas de su empresa para el crecimiento de los ingresos en los próximos 12 meses, respondió que se sienten realmente confiados (26% algo confiados y 66% muy confiados).

El 33% de los CEOs a nivel global dijeron que sus estrategias “cambiaron de manera fundamental” en los dos últimos años, es decir, en la post crisis, igual que el 26% en Asia Pacífico, el 32% en Europa, el 36% en Estados Unidos y el 49% en Colombia.

La mayoría de los CEOs encuestados por la 14ª Edición de la Encuesta Anual Global de CEOs PwC, un 58%, dijo que “los mercados emergentes son más importantes para el futuro de mi empresa que los mercados desarrollados”. El 63% de los latinoamericanos compartió la misma apreciación, así como el 73% de los asiáticos, el 49% de los europeos, el 71% de los colombianos y 36% de los estadounidenses.

