



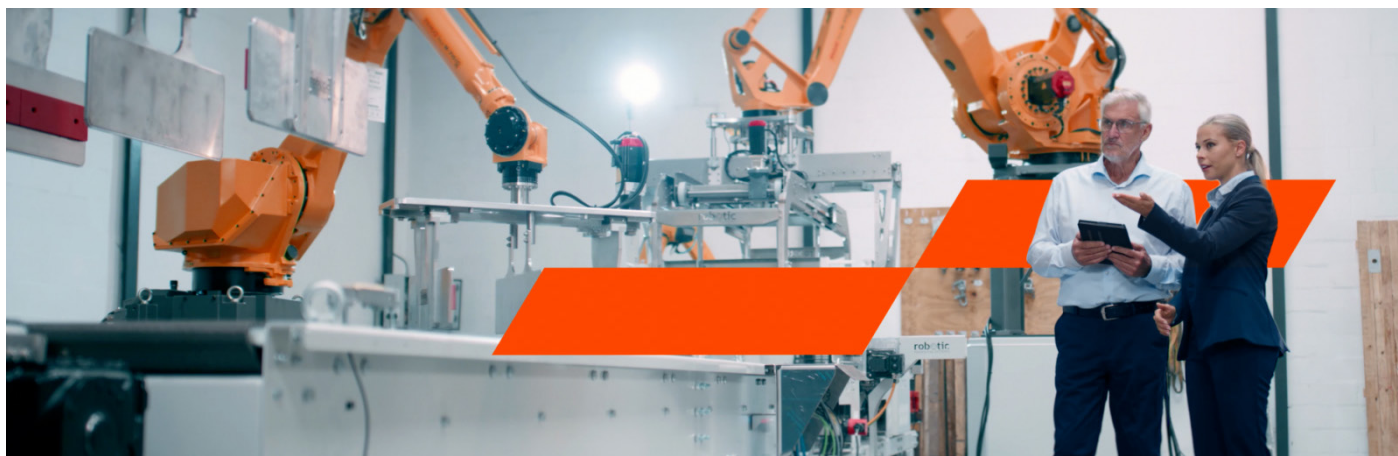
**PwC Venezuela**

# **29 Encuesta Global Anual de CEO de PwC**



# 29 Encuesta Global Anual de CEO de PwC

## Liderar en la incertidumbre en la era de la Inteligencia Artificial (IA)



A pesar de un entorno en el que las amenazas son cada vez mayores, los CEO están reinventando sus empresas valiéndose de la tecnología y buscando oportunidades de crecimiento en nuevos sectores.

Se suele decir que los líderes empresariales de éxito son aquellos que cuentan, al mismo tiempo, con un microscopio y un telescopio para identificar las amenazas a corto plazo y las oportunidades a largo plazo. Esta afirmación es una de las cuestiones principales de la 29 Encuesta Global Anual de CEO de PwC, elaborada a partir de las respuestas de 4.454 directores ejecutivos de empresas en 95 países de todo el mundo.

Los CEO anticipan un 2026 de desafíos. Muestran una confianza sobre el crecimiento de sus ingresos en el corto plazo sensiblemente menor que el año pasado y una mayor preocupación por amenazas relacionadas con la volatilidad macroeconómica, los riesgos cibernéticos y los conflictos geopolíticos, entre otros. Al mismo tiempo, centran sus esfuerzos en la búsqueda de oportunidades para reinventar sus negocios. Los directores ejecutivos siguen invirtiendo en inteligencia artificial, aun cuando los retornos no son significativos, situando la innovación entre sus principales prioridades. Muchos apuestan por entrar en nuevos sectores, mientras reconfiguran las industrias y transforman la economía global.

### Principales conclusiones de la 29 edición

- La mayoría de los CEO (56%) afirma que sus compañías aún no obtienen retornos económicos significativos de sus inversiones en inteligencia artificial. Aunque un 30% dice haber aumentado los ingresos gracias a la IA en los últimos 12 meses y un 26% indica haber reducido costos.
- Los CEO buscan oportunidades de crecimiento fuera de sus sectores naturales de actividad. Más del 40% señala que sus compañías han empezado a competir en nuevos nichos de negocio en los últimos cinco años. Entre quienes planean grandes adquisiciones en los próximos tres años, cuatro de cada diez prevén realizar operaciones en otros sectores o industrias.
- En comparación con el año anterior, cae la confianza de los CEO en las perspectivas de crecimiento de los ingresos a corto plazo. Sólo el 30% se muestra confiado en el crecimiento de su facturación en los próximos 12 meses, frente al 38% de 2026 y al máximo del 56% registrado en 2022.
- Casi un tercio de los CEO (29%) considera que el impacto del aumento de los aranceles reducirá el margen neto de beneficio de sus compañías en los próximos 12 meses. Sin embargo, la mayoría (60%) no espera cambios relevantes. Entre quienes anticipan una presión sobre los márgenes, predomina la expectativa de un descenso moderado.

Gestionar un entorno tan complejo requiere un liderazgo ágil, capaz de moverse con rapidez entre retos, oportunidades y distintos horizontes temporales. Actualmente, los CEO dedican cerca de la mitad de su tiempo (47%) a cuestiones de corto plazo, mientras que sólo el 16% se destina a iniciativas con un horizonte superior a cinco años. Lograr el equilibrio adecuado es clave para construir organizaciones que prosperen tanto en el presente como en el futuro.

## Confianza a la baja, amenazas al alza



En comparación con la encuesta global de CEO del año pasado, los líderes muestran una confianza significativamente menor respecto a las perspectivas de crecimiento de los ingresos de sus compañías en los próximos 12 meses. La confianza en el crecimiento a tres años también ha disminuido, aunque de forma menos acentuada.

### ¿Qué explica esta caída en la confianza?

Aunque los CEO mantienen un optimismo general acerca de las perspectivas de crecimiento de la economía global, son menos confiados sobre la evolución económica local en muchos países, incluido Venezuela. Además, los ciclos sectoriales influyen de manera significativa. Por ejemplo, la menor confianza de los CEO de empresas de seguros en el crecimiento a corto plazo coincide con el fin de un período dorado de rentabilidad para la industria. De la misma manera, los ejecutivos del sector petrolero enfrentan una demanda débil y preocupaciones generalizadas sobre el exceso de oferta.

Más allá de estas dinámicas sectoriales, los CEO globales muestran mayor preocupación por una serie de amenazas a corto plazo, como la volatilidad macroeconómica, los riesgos de ciberseguridad, la disrupción tecnológica y los conflictos geopolíticos; mientras que las

principales amenazas que perciben los CEO en Venezuela son la volatilidad macroeconómica, la inflación, el conflicto geopolítico y el impacto de los aranceles.

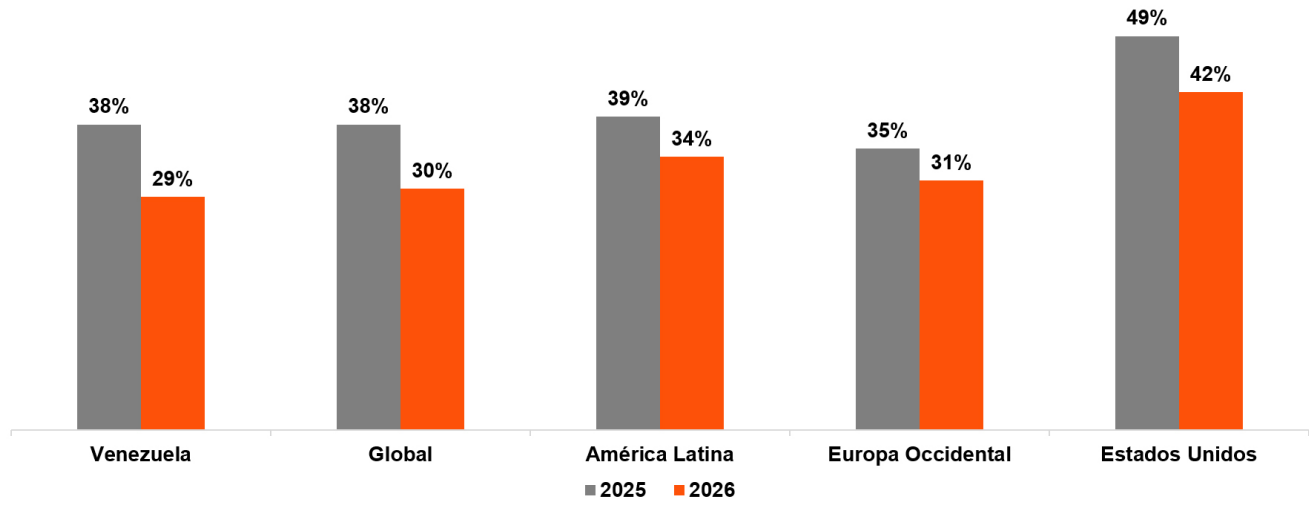
Casi un tercio (31%) afirma que su compañía está muy expuesta al riesgo de pérdidas financieras significativas por ciberamenazas en el próximo año, frente al 24% de la encuesta anterior y al 21% de hace dos años; pero en Venezuela sólo lo afirma un 18% de los CEO. Este tipo de riesgos se sitúa ahora junto con la volatilidad macroeconómica como las principales amenazas identificadas por los CEO. Alrededor del 84% de los CEO globales y un 71% de los CEO venezolanos planean mejorar las prácticas de ciberseguridad a nivel corporativo en respuesta al riesgo geopolítico, lo que subraya la interconexión de las amenazas que enfrentan.

A medida que los gobiernos recalibran la política fiscal para proteger intereses nacionales, aseguran las cadenas de suministro y afrontan déficits presupuestarios, la incertidumbre relacionada con el incremento de los aranceles surge como un nuevo factor. Uno de cada cinco CEO (20%) indica que su compañía está muy expuesta al riesgo de pérdidas financieras significativas por el incremento de los aranceles en los próximos 12 meses. La percepción del riesgo varía según la geografía: 23% en promedio en América Latina, 14% en Europa Occidental, 20% en Colombia y 36% en Venezuela. Entre los CEO estadounidenses, el 22% considera que su compañía está muy expuesta (cerca del promedio global).

Casi un tercio de los CEO (29%) a nivel mundial y casi la mitad de los CEO venezolanos (49%) prevén que el cambio en los aranceles reducirá el margen neto de beneficio de su compañía en el próximo año, frente al 60% que esperan poco o ningún cambio, y el 6% que anticipan una mejora (34% y 13% en el caso de las respuestas de los CEO venezolanos). Entre quienes esperan una reducción de márgenes debido a los aranceles, la mayoría prevé un descenso inferior al 15%.

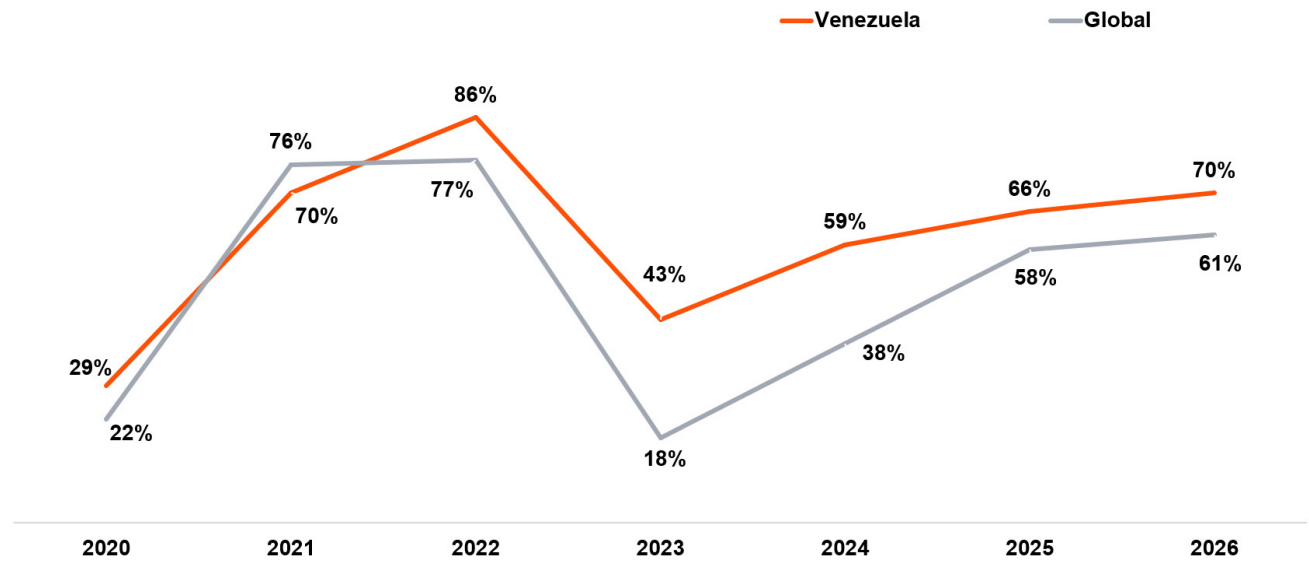
**La confianza de los CEO en el crecimiento a corto plazo de sus empresas ha caído de forma sensible**

P: ¿Qué grado de confianza tiene en las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa en los próximos 12 meses? Sólo se muestra el acumulado de las respuestas de “muy confiado” y “extremadamente confiado”.



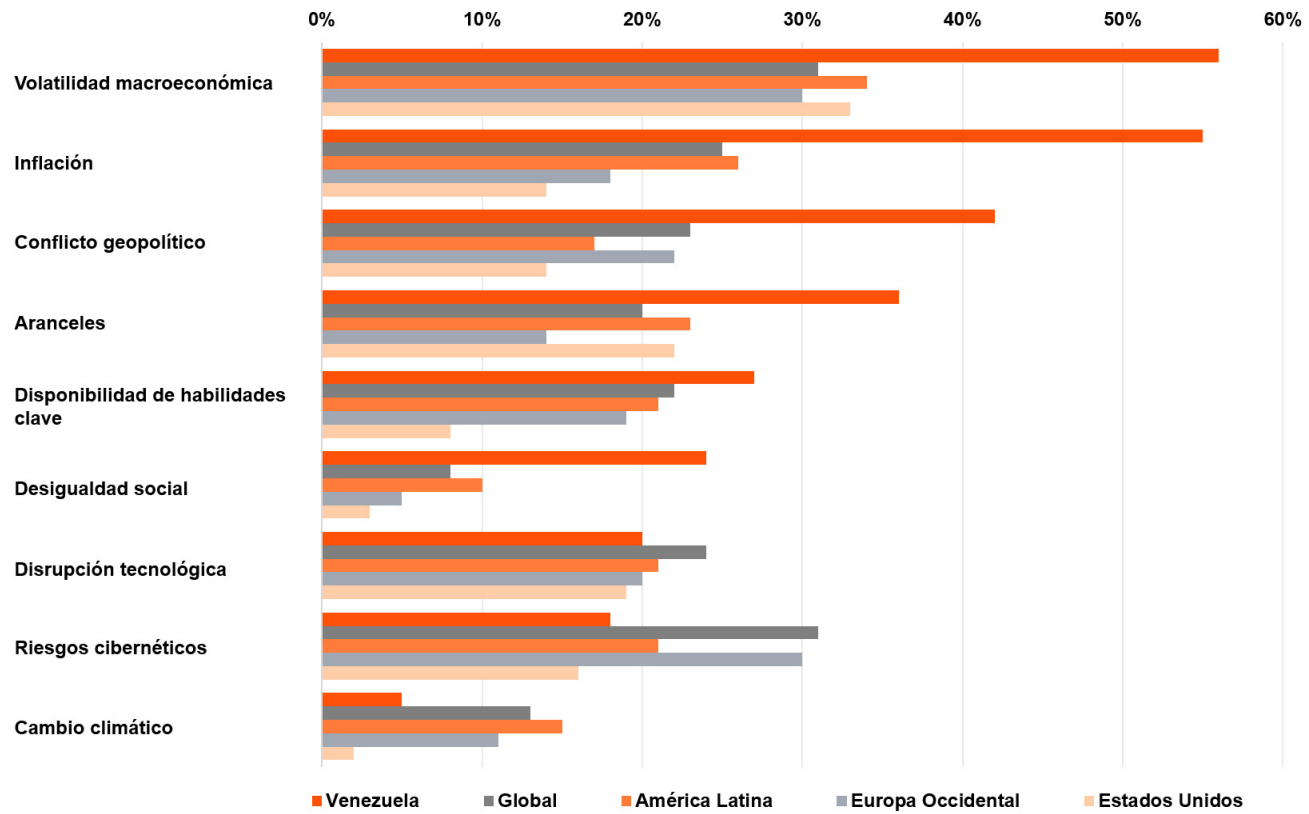
**Los CEO siguen confiando en el crecimiento a corto plazo de la economía global**

P: ¿Cómo cree que se comportará la economía mundial (es decir, el producto interno bruto) en los próximos 12 meses? Se muestra la proporción de CEO que respondieron que la economía mundial crecerá.



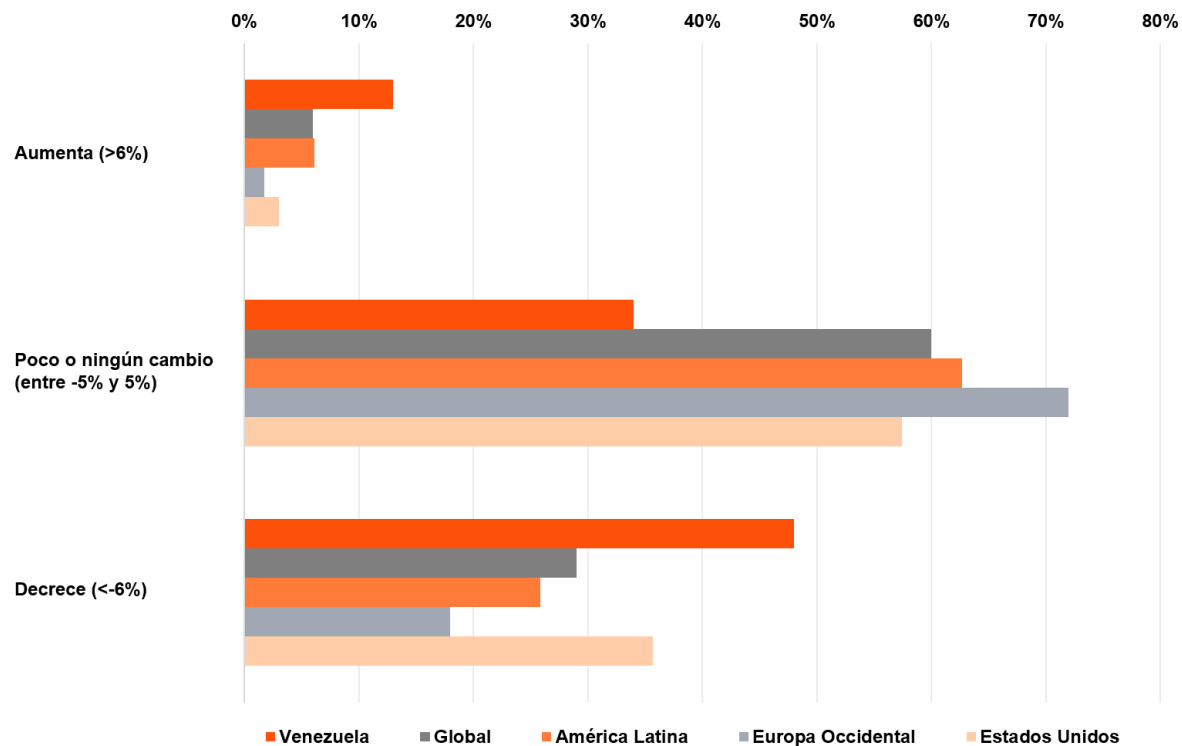
**Los CEO prevén más riesgos por la inestabilidad económica, los ciberataques y la disrupción económica**

P: ¿Qué tan expuesta a las siguientes amenazas cree que su compañía esté en los próximos 12 meses? Se muestran agrupadas las respuestas “muy expuesta” y “extremadamente expuesta”.



**Casi un tercio de los CEO espera que el cambio en los aranceles reducirá sus márgenes de beneficio, aunque la mayoría prevé pocos o ningún impacto**

P: ¿Cómo será el impacto de los aranceles en el margen neto de su compañía para los próximos 12 meses?



En un contexto de menor confianza y mayores amenazas, no sorprende que muchos CEO estén más cautelosos a tomar decisiones de gran envergadura. Un tercio (32%) señala que la incertidumbre geopolítica reduce su probabilidad de realizar nuevas inversiones significativas, parecido al 37% de CEO venezolanos que respondieron lo mismo.

**Siguiente paso: calibrar las preocupaciones.** La incertidumbre siempre ha estado presente. La cuestión clave para los CEO es cómo evitar quedarse paralizados en un mundo donde la acción dinámica genera ventajas. Los datos de la encuesta de este año muestran que las compañías que planifican grandes adquisiciones u otras inversiones importantes, a pesar del entorno incierto, registran un crecimiento más rápido y márgenes de beneficio superiores.

Otro desafío crítico para los líderes es determinar si sus percepciones y planes se basan en información actual y relevante. Como hemos observado en ediciones anteriores de la Encuesta Global de CEO de PwC, las percepciones de amenaza pueden variar notablemente incluso entre países cercanos. Por ejemplo, más de un tercio (34%) de los CEO en Alemania considera que su compañía está muy expuesta a ciberamenazas en el próximo año, frente al 16% de los CEO del Reino Unido, a pesar de que las empresas británicas continúan siendo objetivo de ciberataques frecuentes y de alto perfil. De cara a 2026, los CEO deberían revisar sus suposiciones y calibrarlas, comparándose con las perspectivas de sus pares a nivel internacional.

## Acerca de la 29 Encuesta Global Anual de CEO de PwC

### Capítulo Venezuela

Luis Manuel Freites, Socio Principal de PwC Venezuela, señaló que los ejecutivos venezolanos han participado más de 10 veces en la encuesta global de los CEO de la Firma. La información recopilada a través de la encuesta no sólo enriquece el análisis de PwC sobre el desarrollo de la economía mundial y local, sino que también contribuye a formar un panorama más claro sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los líderes empresariales del mundo entero.

### Acerca de PwC

En PwC, ayudamos a los clientes a construir confianza y reinventarse para que puedan convertir la complejidad en una ventaja competitiva. Somos una red de firmas orientada a la tecnología y empoderada por las personas, con más de 364.000 colaboradores en 136 países. A través de servicios profesionales de auditoría y aseguramiento, impuestos, servicios fiscales, deals y consultoría, ayudamos a construir, acelerar y mantener el impulso de las organizaciones.

### Metodología de la encuesta

Entre el 30 de septiembre y el 10 de noviembre de 2025, encuestamos a 4.454 directores generales de 95 países y territorios. Las cifras globales y regionales de este informe se ponderan proporcionalmente al producto interior bruto nominal de los países, lo que garantiza que las opiniones de los directores generales sean ampliamente representativas de todas las regiones principales. Las cifras a nivel sectorial y nacional se basan en datos no ponderados de la muestra completa de 4.454 directores generales. Si lo solicita, podemos proporcionarle más detalles por región, país y sector.

Entre los directores generales que participaron en la encuesta:

- El 2% dirige organizaciones con ingresos de 25.000 millones de dólares estadounidenses o más.
- El 4% dirige organizaciones con ingresos de entre 10.000 y 25.000 millones de dólares.
- El 22% dirige organizaciones con ingresos de entre 1.000 y 10.000 millones de dólares.
- El 35% dirige organizaciones con ingresos de entre 100 y 1.000 millones de dólares.
- El 30% dirige organizaciones con ingresos de hasta 100 millones de dólares.
- El 60% dirige organizaciones de propiedad privada.

### Técnicas estadísticas avanzadas

Algunos análisis utilizaron técnicas estadísticas avanzadas para buscar relaciones entre las respuestas del cuestionario. Estos análisis fueron más allá de dividir a los directores generales en grupos y comparar las respuestas dentro de esos grupos. En su lugar, empleamos análisis de regresión bayesianos multinivel dentro de un marco de inferencia causal para estimar los efectos marginales contrafactuales.

Los efectos marginales contrafactuales miden la diferencia en los resultados que se produciría si se modificara un nivel específico de una variable, manteniendo todo lo demás constante. Este enfoque permite comprender escenarios hipotéticos del tipo “¿qué pasaría si...?”, así como identificar el efecto causal de una variable sobre otra, considerando la incertidumbre y suponiendo que el modelo causal hipotético es correcto.

Para la mayoría de estos análisis, se ajustaron los efectos de la industria, las características de la empresa y las características del director ejecutivo. Asimismo, las variables de resultado se modelaron en función del proceso de generación de datos, y los predictores ordinales se trataron como efectos monotónicos.



#### Luis Manuel Freites, CSP PwC Venezuela, indicó:

“En momentos tan disruptivos como los actuales, poder acceder a las expectativas de los directores ejecutivos venezolanos e interpretar sus mayores preocupaciones y desafíos permite que colaboremos junto a ellos para encontrar las mejores soluciones”.

**Para más  
información,  
contáctenos**



**Luis Manuel Freites**  
[luis.freites@pwc.com](mailto:luis.freites@pwc.com)  
+58 212 7006683



**Carlos Peralta**  
[carlos.peralta@pwc.com](mailto:carlos.peralta@pwc.com)  
+58 212 7006197



**José Carreira**  
[jose.carreira@pwc.com](mailto:jose.carreira@pwc.com)  
+58 212 7006075



**Lino Calderon**  
[lino.calderon@pwc.com](mailto:lino.calderon@pwc.com)  
+58 212 7006197



**Edgar Montañez**  
[edgar.montanez@pwc.com](mailto:edgar.montanez@pwc.com)  
+58 212 7006854



**Ana Azevedo P.**  
[azevedo.ana@pwc.com](mailto:azevedo.ana@pwc.com)  
+58 212 7006082



**Reinaldo Alvarado**  
[reinaldo.alvarado@pwc.com](mailto:reinaldo.alvarado@pwc.com)  
+58 212 7006738



**Victor J. Morales**  
[victor.j.morales@pwc.com](mailto:victor.j.morales@pwc.com)  
Teléfono: +58 212 700 6067



**Engelbert Mazutiel**  
[engelbert.mazutiel@pwc.com](mailto:engelbert.mazutiel@pwc.com)  
+58 212 7006851



**José Javier García P.**  
[jose.j.garcia@pwc.com](mailto:jose.j.garcia@pwc.com)  
+58 212 700 6083



**Rafael Pacheco**  
[rafael.pacheco@pwc.com](mailto:rafael.pacheco@pwc.com)  
+58 212 7006131



**Elis Enrique Aray O.**  
[elys.aray@pwc.com](mailto:elys.aray@pwc.com)  
+58 212 700 6083



**Verónica Cariello**  
[veronica.cariello@pwc.com](mailto:veronica.cariello@pwc.com)  
+58 212 7006075



**Rodrigo Rodríguez**  
[rodrigo.rodriguez@pwc.com](mailto:rodrigo.rodriguez@pwc.com)  
Teléfono: +58 212 7006398



**Carlos Torres**  
[carlos.torres@pwc.com](mailto:carlos.torres@pwc.com)  
+58 212 7006197



**José Miguel Chirinos**  
[jose.chirinos@pwc.com](mailto:jose.chirinos@pwc.com)  
+58 212 7006246