

Desafíos y tendencias 2024 para las empresas en Latinoamérica

Segundo estudio latinoamericano sobre los retos que enfrentan las compañías en la región y las principales tendencias que marcarán a las industrias durante los próximos años.





Las empresas de Latinoamérica están saliendo de un periodo de importantes desbalances macroeconómicos y entrando a una etapa de normalización. Pese a que la inflación ha comenzado a ceder –con más o menos velocidad en los diferentes países de la región–, el dinamismo de los mercados sigue siendo débil y las compañías deben encontrar formas de mantener el crecimiento.

En este contexto nos preguntamos: ¿cuáles son los principales desafíos que las compañías esperan enfrentar en el corto y mediano plazo?, ¿qué aspectos de sus operaciones representan mayores retos para sus ejecutivos?, ¿cuáles son las tendencias y tecnologías que marcarán el rumbo de los sectores industriales en los próximos años?

Para tener una visión más completa de la realidad de las compañías de la región, llevamos a cabo la segunda edición de la encuesta *Desafíos y tendencias para las empresas en Latinoamérica*, en la que participaron 1379 directores y ejecutivos de primera línea de organizaciones establecidas en 11 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela).

En esta ocasión, pedimos a los participantes que profundizaran en sus retos internos para entender mejor cuáles son los aspectos más desafiantes que sus organizaciones deben abordar. El estudio cubre los siguientes aspectos:

- ▶ Los principales desafíos internos de las compañías y qué está detrás de ellos.
- ▶ Los principales desafíos externos.
- ▶ Las tendencias que marcarán a las industrias durante los próximos años.
- ▶ Las tecnologías más importantes para las industrias.
- ▶ La situación actual de la empresa.

1. Los 10 principales desafíos internos de las compañías

Los retos más relevantes que deben abordar las empresas internamente.



El contexto en que se han movido las empresas de la región es mixto. Mientras una gran parte de los países ha visto un crecimiento bajo, algunos han demostrado una cierta resiliencia y han logrado resultados más positivos. En tanto, a nivel internacional la inflación ha sido una preocupación importante, así como las tasas de interés más restrictivas que impusieron los países para luchar contra este fenómeno.

A medida que el dinamismo de muchas economías se ralentiza, las compañías buscan lograr un *crecimiento de participación de mercado*, aspecto que identifican como el principal desafío para este año. Con ese objetivo en la mira, los encuestados afirman que su principal foco será *identificar oportunidades, priorizar y definir una estrategia*. Adicionalmente, los ejecutivos encuestados afirman que *mejorar la comercialización y gestión de canales* y el *desarrollo de nuevos productos y servicios* son temas relevantes para seguir expandiéndose.

Por otra parte, pese a que ha comenzado a ceder, el escenario inflacionario ha impulsado que las compañías vean a las *mejoras operacionales, productividad y reducción de costos* como su segunda prioridad, aspecto que subió un puesto en relación con el informe del año pasado. En este punto, los ejecutivos muestran preocupación por el *control de costos, la optimización de recursos y la gestión de proveedores*. Asimismo, buscan maneras de *mejorar la productividad, eficiencia y eficacia del personal*, así como *optimizar y estandarizar los procesos*.

En tercer lugar, y subiendo un puesto con relación al año previo, las empresas identificaron a la *estrategia y transformación del negocio* como una prioridad, dados los cambios impulsados por la disrupción acelerada de los últimos años. En este punto, los ejecutivos señalan que *equilibrar la visión de largo plazo con la situación y las necesidades actuales de la empresa, ajustar o implementar un nuevo modelo de negocio*, así como *contar con el liderazgo, talento y habilidades adecuadas*, son los principales retos para avanzar en la transformación del negocio.

En un contexto de menor dinamismo económico, el foco puesto en la *tecnología y transformación digital* cae tres puestos respecto del año anterior y se sitúa en el cuarto lugar. En este aspecto, los principales desafíos son la *implementación e integración de sistemas y tecnología*, así como la *promoción de una cultura digital, formación de habilidades y gestión del cambio*, y la *mejora de la eficiencia operativa y automatización y digitalización de procesos*.

En el quinto puesto de los principales desafíos para los ejecutivos latinoamericanos encuestados se encuentra la *liquidez, gestión financiera y el control interno*. En un año en que las empresas han tenido que enfrentar restricciones de créditos y tasas altas, este ámbito subió dos puntos respecto del 2023. Los participantes encuentran que *gestionar y anticipar el flujo de efectivo y acceder a créditos con tasas de interés convenientes* son los principales retos en este campo.

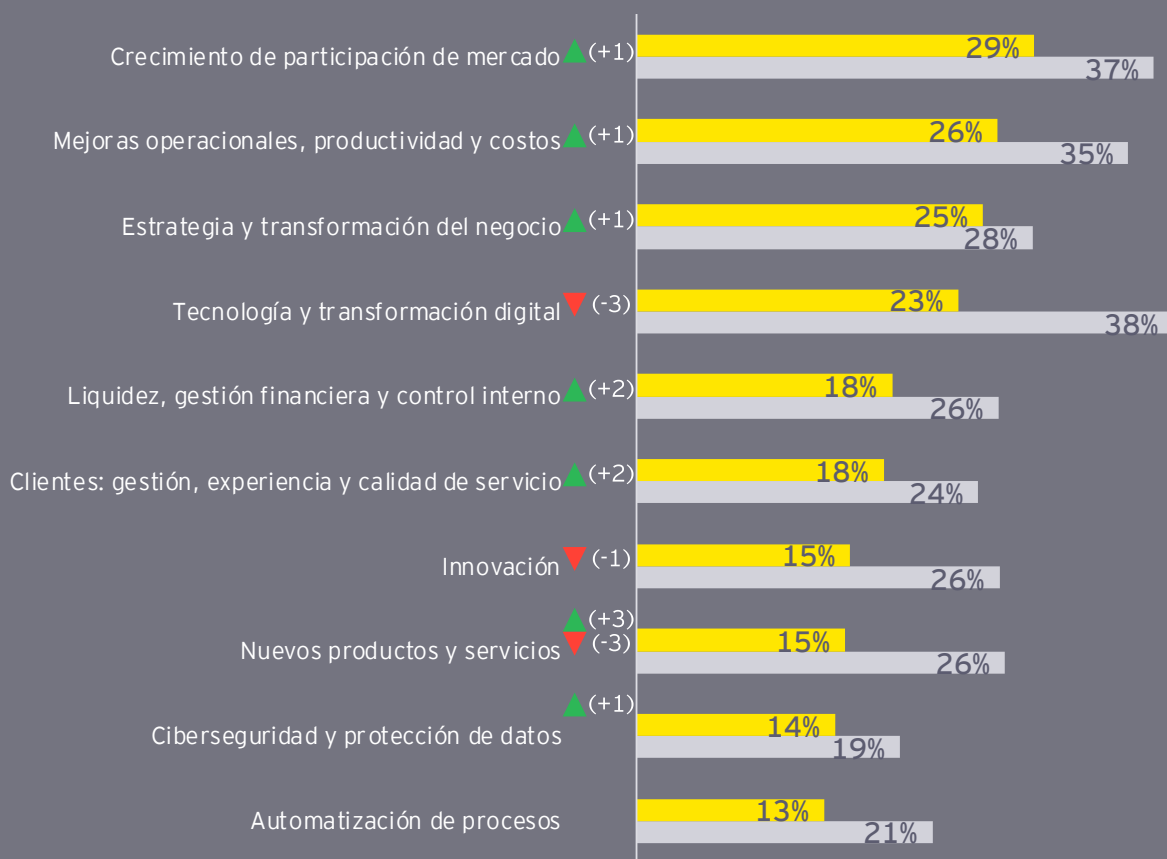
Completando los 10 principales desafíos internos, en el puesto seis se ubica *clientes: gestión, experiencia y calidad de servicio*, dos lugares arriba respecto de los resultados del año previo. La *innovación* (séptimo puesto) y los *nuevos productos y servicios* (octavo puesto) retroceden uno y tres lugares respectivamente, en relación con los resultados del 2023.

Finalmente, ingresan a la lista de los 10 principales desafíos la *ciberseguridad y protección de datos* y la *automatización de procesos*, ubicándose en el noveno y décimo lugar.

Los 10 principales desafíos internos de las empresas en Latinoamérica

¿Cuáles son los principales desafíos internos que enfrentará su empresa en los próximos 3 años?

Nota: A los encuestados se les pidió que seleccionaran máximo 3 de un total de 23 opciones.



- ▶ Las barras en color amarillo corresponden al 2024 y las grises al 2023.
- ▶ Las flechas en color rojo indican un descenso con respecto a 2023.
- ▶ Las flechas en color verde indican un ascenso con respecto a 2023.
- ▶ El número entre paréntesis indica la diferencia de posición entre 2023 y 2024.

2. Desafíos externos de las compañías

Lo que está en el foco de las empresas latinoamericanas dentro del contexto internacional y local.

Las empresas consultadas sitúan a la economía local y a la incertidumbre política local como los dos principales retos en un año de ajuste económico en el que muchos de los países de la región han atravesado –o están por hacerlo– procesos electorales importantes.

El tercer aspecto en la lista de los 10 principales desafíos externos son los riesgos propios del sector, reflejando las diferentes circunstancias y dinámicas que enfrentan las empresas en los distintos sectores a nivel local e internacional.

Los cambios en la demanda, preferencias y comportamientos de los clientes y consumidores se posicionan en el cuarto puesto, demostrando cómo estos procesos continúan acelerándose y obligan a las compañías a adaptarse para seguir siendo relevantes.

En tanto, la entrada de nuevos competidores y sustitutos tanto locales como globales es el quinto desafío externo de las compañías en Latinoamérica, las cuales deben crecer en un mercado cada vez más competitivo.

En el escenario actual, las organizaciones enfrentan un panorama económico y geopolítico global en constante cambio. De hecho, el escenario económico global se ubica como el sexto reto externo para los encuestados, y la incertidumbre y/o cambios geopolíticos como el noveno.

En el séptimo y octavo lugar las empresas identificaron a los cambios regulatorios y a las reformas tributarias como principales desafíos externos, en tanto las organizaciones deben sortear la incertidumbre que generan los anuncios de modificaciones legales y adaptarse a ellos una vez que se hayan promulgado.

Finalmente, en el puesto 10 se encuentran las disrupciones y amenazas asociadas a la tecnología, dando cuenta de cómo el desarrollo tecnológico presenta tanto una oportunidad como un desafío, respecto del cual las empresas latinoamericanas deben tomar acciones para no tornarse obsoletas y lograr ventajas competitivas.

Los 10 principales desafíos externos de las empresas en Latinoamérica

¿Cuáles son los principales desafíos externos que enfrentará su empresa en los próximos 3 años?

Nota: A los encuestados se les pidió que seleccionaran máximo 3 de un total de 17 opciones.



3. Las principales tendencias que marcarán a las industrias

La tecnología se posiciona como la habilitadora de las grandes tendencias y como una de las principales respuestas a los desafíos de las empresas.

Las compañías latinoamericanas consideran que las tendencias tecnológicas son las que más las impactarán durante los próximos años. Es así como la *ciberseguridad y protección de datos* lidera la lista. Este aspecto toma cada vez más relevancia en los mercados latinoamericanos a medida que los ataques se vuelven más sofisticados. Existen más superficies digitales que proteger y los requerimientos regulatorios, tanto locales como internacionales, avanzan ineludiblemente.

El *foco en la innovación*, si bien cayó del primer al segundo lugar, y los *datos como activo transversal a toda la organización*, que subió al cuarto al puesto, dan cuenta de la necesidad de las compañías de buscar nuevas herramientas y formas de hacer las cosas para tomar mejores decisiones e identificar oportunidades que les permitan seguir creciendo.

En tanto, la *productividad impulsada por la tecnología*, ubicada como la tercera tendencia más relevante, se condice con la necesidad de las compañías de mejorar sus operaciones, productividad y reducir sus costos, uno de los mayores desafíos de las organizaciones a nivel interno.

Si bien la *digitalización e industria 4.0* (sexto lugar) y la *disrupción de la inteligencia artificial en nuevos ámbitos* (séptimo lugar) retrocedieron dos y una posición, respectivamente, su posicionamiento sigue siendo alto –considerando que los encuestados podían elegir hasta 22 alternativas– y muestra la importancia de las nuevas tecnologías para las empresas de la región.

El *trabajo remoto o híbrido*, en el puesto ocho, continúa como una de las principales tendencias para las compañías a cuatro años de que la emergencia sanitaria del COVID-19 impulsara nuevas maneras de trabajar.

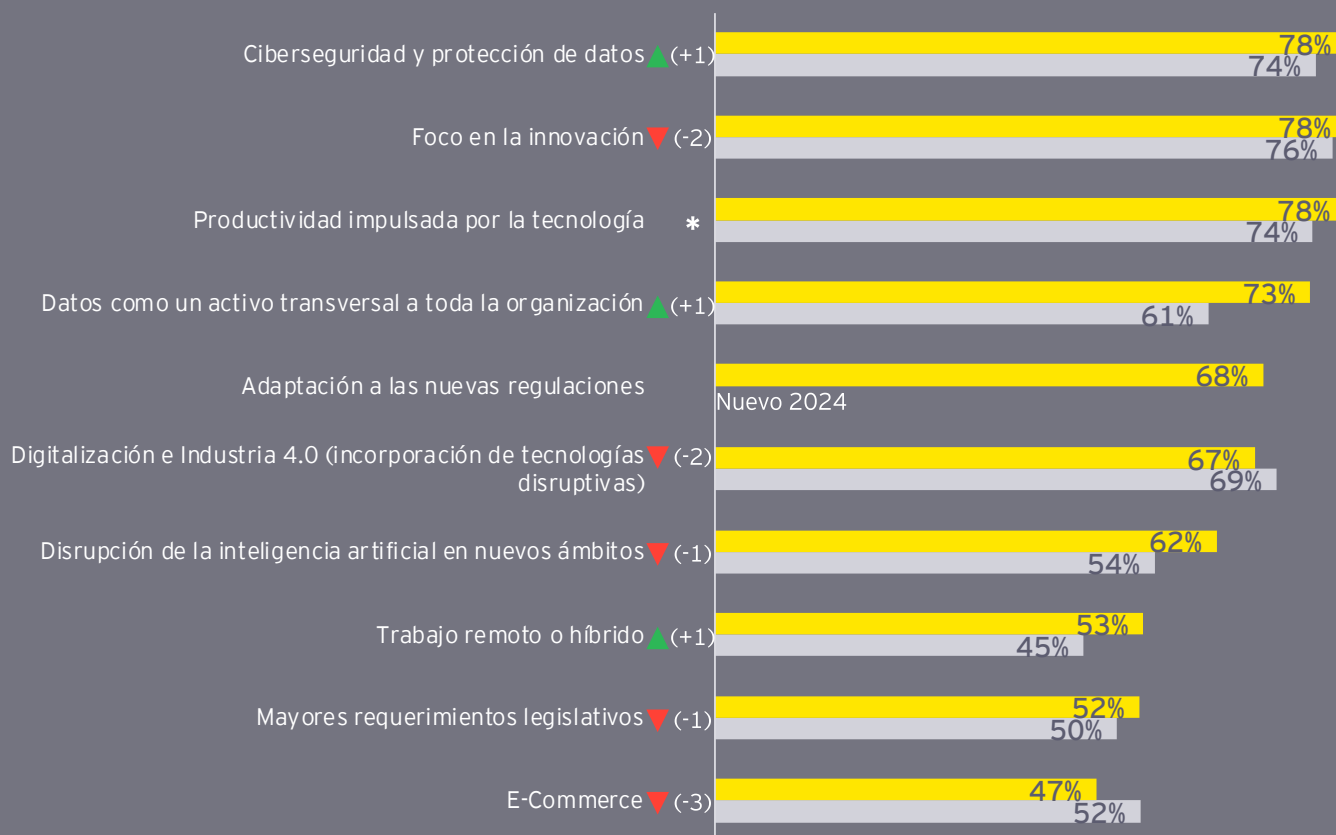
Por otro lado, la *adaptación a las nuevas regulaciones* (quinto lugar) y el *aumento de mayores requerimientos legislativos* (noveno lugar) son dos de los pocos *aspectos no tecnológicos* que los encuestados ubicaron entre las 10 tendencias más importantes para los próximos años, reflejando el impacto que los temas normativos tienen para las compañías.

Completa la lista el *e-commerce*, que tiene la mayor caída respecto del año anterior, reflejando que para muchas empresas este ya es parte de sus operaciones regulares.

Las 10 principales tendencias que marcarán a las industrias en Latinoamérica

¿Cuán importantes considera usted que serán las siguientes tendencias globales para su industria en los próximos 3 años?

Nota: Se muestran las 10 alternativas más seleccionadas de un total de 22 opciones. Suma de las respuestas "extremadamente importante" y "muy importante".



- ▶ Las barras en color amarillo corresponden al 2024 y las grises al 2023.
- ▶ Las flechas en color rojo indican un descenso con respecto a 2023.
- ▶ Las flechas en color verde indican un ascenso con respecto a 2023.
- ▶ El número y los signos entre paréntesis indican la diferencia de posición entre 2023 y 2024.

4. ¿En qué tecnologías están pensando en invertir las empresas latinoamericanas?

Este año, las compañías siguen apostando por las mismas grandes tecnologías que en el 2023. En ese sentido, el *ranking* de las 10 tecnologías que los participantes consideran importantes o muy importantes para sus industrias en los próximos tres años mantiene el orden casi en su totalidad.

Las dos primeras posiciones las ocupan *Analytics* y *Big Data*, tecnologías que han estado en el mercado durante un tiempo considerable, dado que permiten a las compañías obtener información precisa para la toma de decisiones estratégicas. La nube acompaña a estas dos tecnologías en el *top 3*, elegida por la capacidad de almacenamiento y la flexibilidad que proporciona a las empresas, elementos cruciales para los próximos años.

La *inteligencia artificial* (IA) se mantiene en el cuarto lugar, mostrando las oportunidades actuales y futuras que esta tecnología ofrece y que muchas empresas aún están explorando. De hecho, la *inteligencia artificial generativa*, es una de las pocas que se mueven en el listado, pasando del noveno puesto al octavo. En tanto, los *asistentes virtuales* cayeron un lugar del octavo al noveno, pese a que muchos de estos utilizan IA.

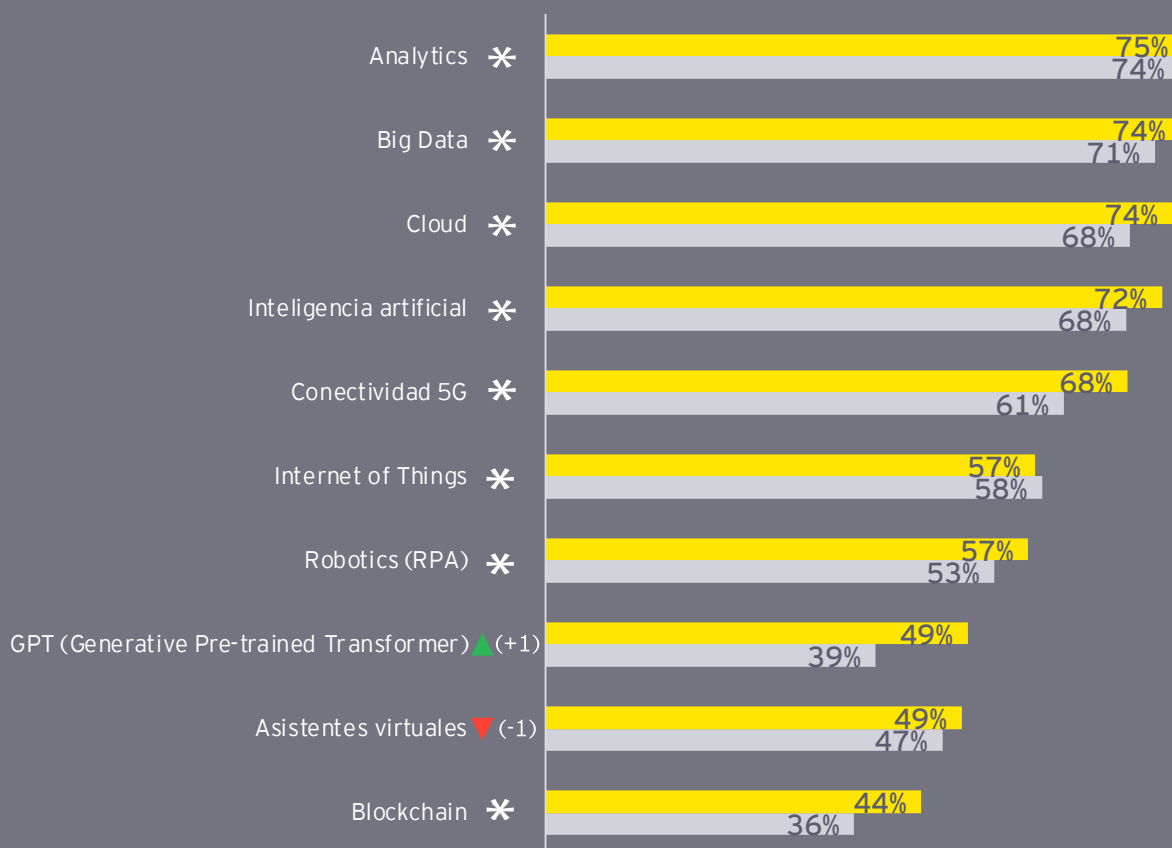
La *conectividad 5G* se sitúa como la quinta tecnología más relevante, ya que es clave para mejorar la conectividad e impulsar muchas de las nuevas tecnologías, aunque se está introduciendo a la región de manera progresiva y no sin dificultades.

Finalmente, *Internet of Things* (sexto lugar), *Robotics* (RPA) (séptimo lugar) y *Blockchain* (décimo lugar) mantuvieron su posición en el *ranking* de las tecnologías más importantes para las compañías latinoamericanas durante los próximos años.

Las 10 tecnologías más importantes para las industrias en Latinoamérica

¿Cuán importantes considera usted que serán las siguientes tecnologías disruptivas para su industria en los próximos 3 años?

Nota: Se muestran las 10 alternativas más seleccionadas de un total de 16 opciones. Suma de las respuestas "extremadamente importante" y "muy importante".



- ▶ Las barras en color amarillo corresponden al 2024 y las grises al 2023.
- ▶ Las flechas en color rojo indican un descenso con respecto a 2023.
- ▶ Las flechas en color verde indican un ascenso con respecto a 2023.
- ▶ El número y los signos entre paréntesis indican la diferencia de posición entre 2023 y 2024.

5. ¿Cuál es la situación actual de las empresas en Latinoamérica?

Las compañías de la región son resilientes y se sienten preparadas para abordar lo que se viene.



Las compañías latinoamericanas siguen mostrando su resiliencia tras varios años de incertidumbre política y desafíos económicos. La situación actual con la que se identifican ha cambiado poco respecto de 2023. Un tercio afirma encontrarse acelerando su crecimiento y aprovechando nuevas oportunidades, levemente mejor que la proporción alcanzada en 2023.

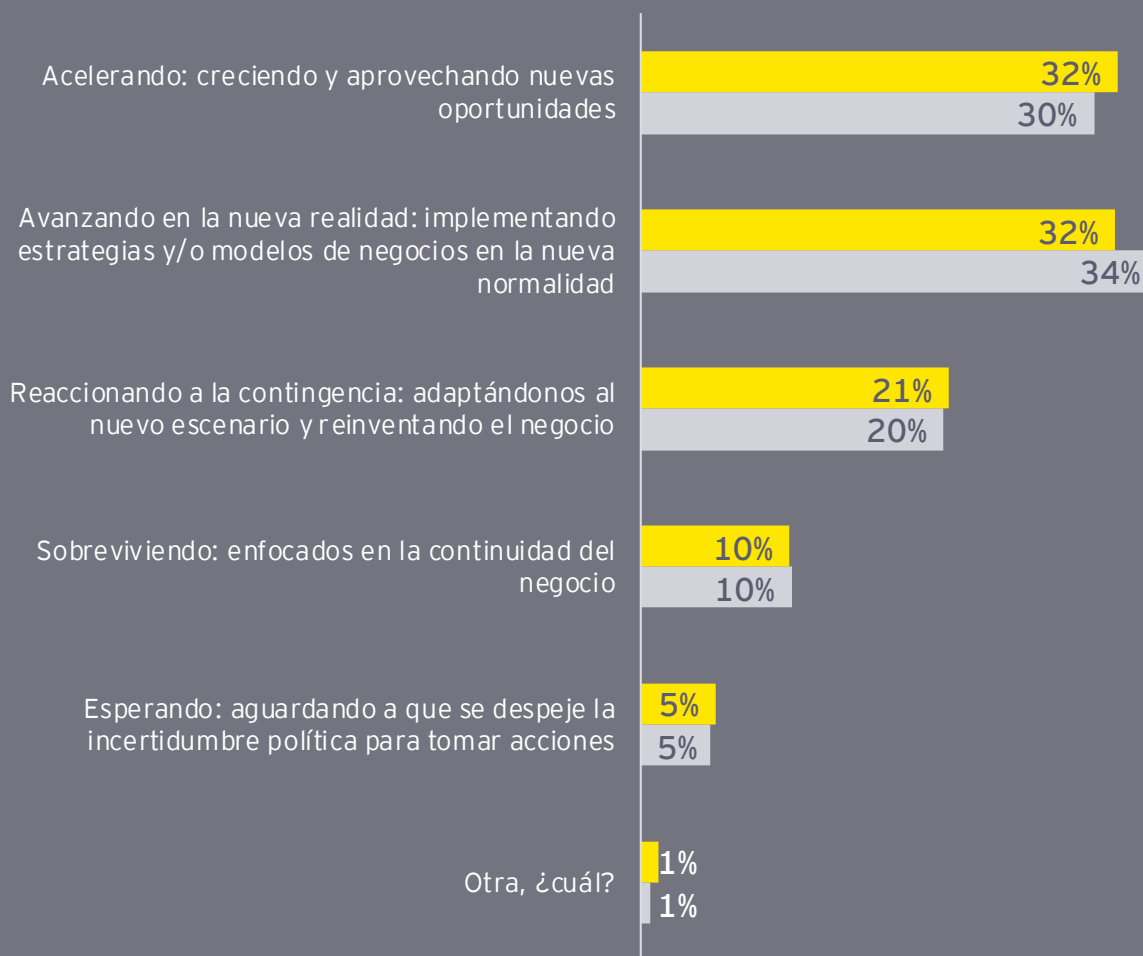
La misma cifra (32%) afirma estar avanzando en la nueva realidad, implementando estrategias y nuevos modelos de negocio. En tanto, un 21% comenta que está reaccionando a la contingencia, el mismo porcentaje que el año pasado.

Solo un 10% afirma estar sobreviviendo y enfocándose en la continuidad del negocio. Por último, un número limitado de empresas (5%) ha decidido esperar a que se despeje la incertidumbre para tomar acciones.

Esta mirada más bien positiva de los encuestados demuestra que tras años de desafíos y desbalances, tanto por factores internos como externos, las compañías han desarrollado nuevas habilidades que les han permitido adaptarse y ser más resilientes, y aquellas que aún no lo han logrado están en camino de mejorar.

Situación actual de las empresas en Latinoamérica

¿Cuál de las siguientes afirmaciones refleja de mejor manera la situación actual de su empresa?



► Las barras en color amarillo corresponden al 2024 y las grises al 2023.

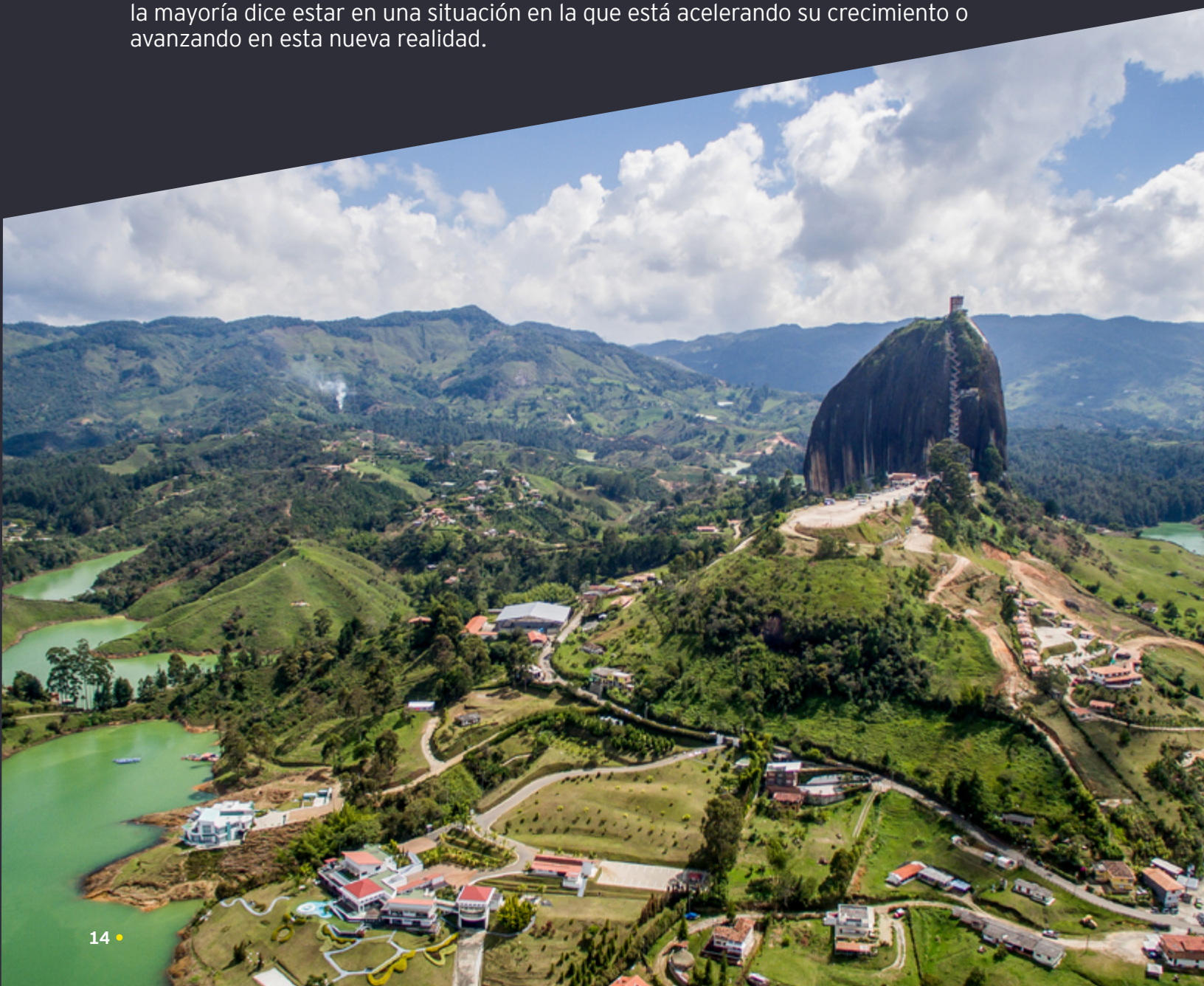
Conclusión

La segunda edición de la encuesta *Desafíos y tendencias para las empresas en Latinoamérica* refleja los aspectos que los ejecutivos de la región consideran que deben abordar para prosperar. Aumentar su participación de mercado, mejorar sus operaciones y productividad, y reducir sus costos son sus principales retos internos.

La identificación de oportunidades, priorización y definición de una estrategia para ganar participación de mercado y seguir creciendo es otro aspecto clave para las compañías que están buscando caminos para navegar en un escenario de preocupación por el ambiente económico y político, especialmente a nivel local.

Además, luego de varios años de precios elevados y bajo dinamismo, las empresas están buscando mejorar la productividad, reducir costos y optimizar sus operaciones. Para ello, encuentran en la tecnología y las herramientas –como analítica de datos, nube e inteligencia artificial– los habilitadores para lograr estos objetivos.

Pese a los desafíos de negocio, las compañías latinoamericanas son resilientes y la mayoría dice estar en una situación en la que está acelerando su crecimiento o avanzando en esta nueva realidad.



Resultados por países participantes



Argentina

Las empresas en Argentina están enfocadas primero en las *mejoras operacionales, productividad y reducción de costos*, lo que se mantiene respecto del año pasado. Con igual prioridad están centrándose en la *estrategia y la transformación del negocio*, un desafío que en 2023 se encontraba 10 puestos más abajo. Como tercer reto, los ejecutivos argentinos identifican al *crecimiento de participación de mercado*, aspecto que sube cuatro lugares respecto del año anterior.



Brasil

Las compañías en Brasil siguen considerando que las *mejoras operacionales, productividad y reducción de costos* son los desafíos internos más importantes que deben enfrentar. Tras este aspecto se encuentra el *crecimiento de participación de mercado* y, empatados en el tercer lugar, están la *tecnología y transformación digital* y *nuevos productos y servicios*.



Chile

Las empresas en Chile consideran que las *mejoras operacionales, productividad y reducción de costos* son su principal desafío interno, que sube un lugar respecto del año previo, al igual que *crecimiento de participación de mercado*, considerado el segundo reto más relevante. Ambos aspectos desplazan a la *tecnología y la transformación digital*, que cae al tercer puesto en esta medición.



Colombia

En Colombia, los ejecutivos tienen nuevamente como primer desafío interno el *crecimiento de participación de mercado*. Como segundo foco, ubican a la *estrategia y la transformación del negocio*, un ámbito que sube cuatro lugares en relación con el año anterior. En tanto, dos aspectos, la *adaptación a las nuevas regulaciones* y la *liquidez, gestión financiera y control interno*, se posicionan en el tercer puesto.



Ecuador

Este 2024, las empresas en Ecuador se están enfocando en la *estrategia y transformación del negocio*, aspecto que subió cinco lugares en relación con el año previo. Tras este desafío, otros tres obtienen el mismo porcentaje de respuestas, ubicándose en segundo lugar: *ciberseguridad y protección de datos*, *innovación y tecnología* y *transformación digital*. Los dos últimos ya se encontraban en el segundo y tercer lugar, respectivamente, en la edición anterior de la encuesta.

Resultados por países participantes



México

Los ejecutivos mexicanos consideran que el principal desafío que deben abordar de manera interna es la *tecnología y transformación digital*, un aspecto que subió tres puestos respecto del estudio anterior. Al igual que el año pasado, el *crecimiento de la participación de mercado* ocupa el segundo lugar, en tanto, las *mejoras operacionales, productividad y costos* cae tres escaños y se ubica en el tercero.



Paraguay

En Paraguay, el foco está puesto en *tecnología y transformación digital*, al igual que en 2023. Le sigue como segundo desafío interno las *mejoras operacionales, productividad y reducción de costos*, que el año anterior compartía el primer puesto. *Nuevos productos y servicios* se ubican en el tercer lugar, un aspecto que sube del quinto al tercer lugar con respecto a la edición anterior.



Perú

Al igual que en 2023, Perú pone como primer desafío las *mejoras operacionales, productividad y costos*. En segundo lugar, los ejecutivos peruanos señalan el lograr *crecimiento en participación de mercado*, aspecto que sube un puesto en relación con la encuesta anterior. La *estrategia y transformación del negocio* sube cuatro lugares y se posiciona como el tercero de los principales aspectos que deben enfrentar las empresas de ese país.



Uruguay

Para las compañías en Uruguay, las prioridades casi no han cambiado respecto de 2003. En el primer puesto se ubican tanto el *crecimiento de la participación de mercado* como la *estrategia y la transformación del negocio*. Este el último aspecto se encontraba en el segundo lugar el año pasado. Tras estos, los ejecutivos identifican a las *mejoras operacionales, productividad y costos* como uno de los tres desafíos más importantes.



Venezuela

Los ejecutivos venezolanos ven como principal desafío interno el *crecimiento de participación de mercado*, que sube un lugar respecto del año pasado. También en el primero puesto y al igual que en 2023, identifican a la *liquidez, gestión financiera y el control interno*. Las *mejoras operacionales, productividad y costos* cierra los tres retos más importantes, subiendo siete lugares en comparación con la edición anterior.

Resumen

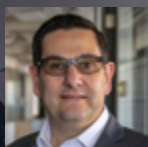
Las compañías en Latinoamérica están enfrentando un año de transición y normalización luego de los desbalances macroeconómicos de los años anteriores. En un entorno de políticas monetarias y fiscales restrictivas, las compañías identifican como sus principales desafíos internos lograr un crecimiento de participación de mercado, mejorar sus operaciones, aumentar su productividad y reducir costos. A nivel externo, los mayores retos que deben enfrentar son los derivados del escenario económico y la incertidumbre política, ambos a nivel de sus mercados locales. No obstante, las empresas de la región dan cuenta de su resiliencia, sienten que están en situación de avanzar e incluso de acelerar su crecimiento y consideran que las tendencias relacionadas con la tecnología serán las más importantes para sus sectores en los años que vienen.



Contactos



Manuel Solano
Socio Director Regional, EY Latinoamérica
manuel.solano@mx.ey.com



Eduardo Valente
Socio Líder de Mercados, EY Latinoamérica
eduardo.valente@cl.ey.com

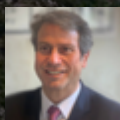
Líderes de Mercados



Fernando Paci
fernando.paci@ar.ey.com
Argentina



Víctor Soulé
victor.soule@mx.ey.com
México



Victor Guelman
victor.guelman@br.ey.com
Brasil



Luis Ayala
luis.ayala@py.ey.com
Paraguay



Cristián Lefevre
cristian.lefevre@cl.ey.com
Chile



Fernando Núñez
fernando.nunez@pe.ey.com
Perú



Edgar Sánchez
edgar.sanchez@co.ey.com
Colombia



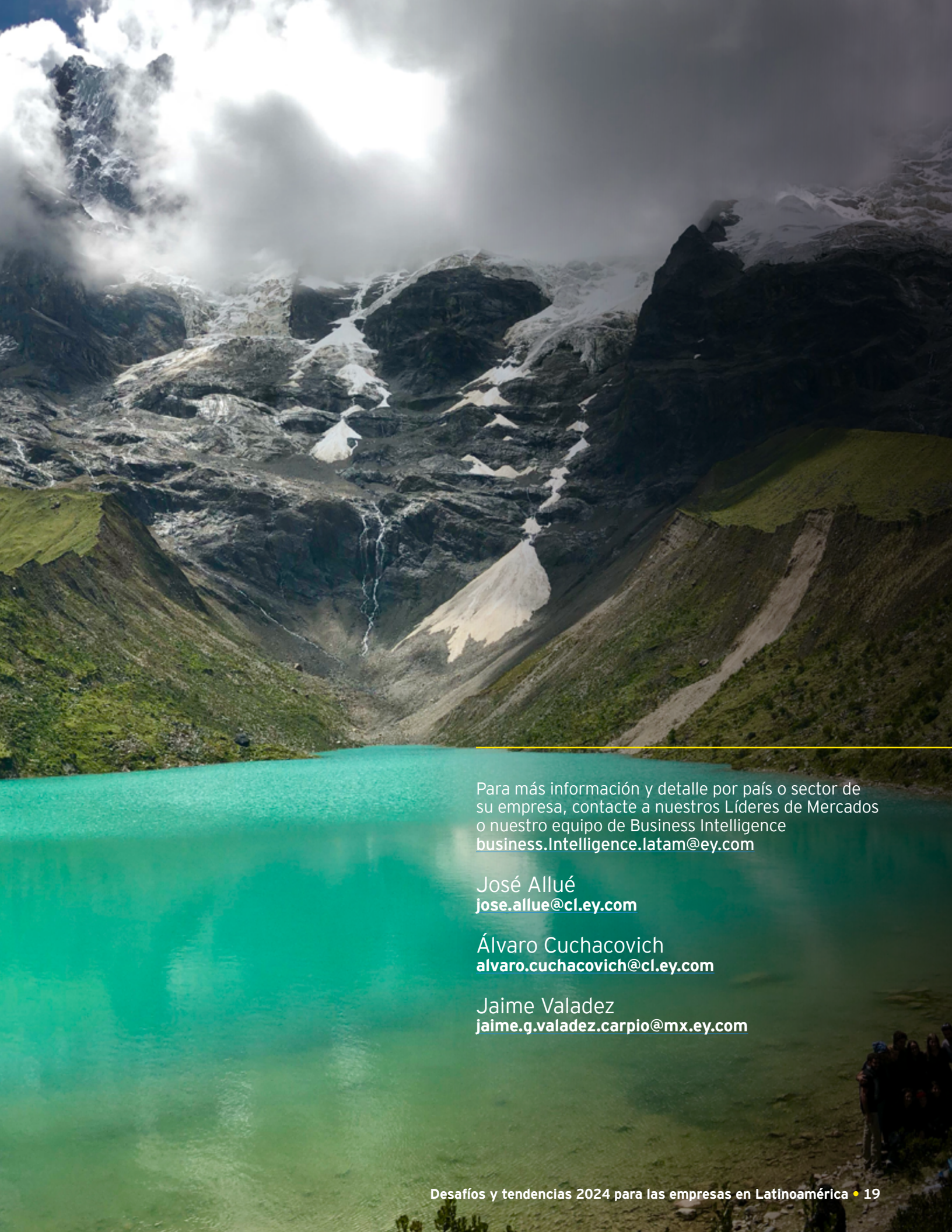
Alejandro Barboni
alejandro.barboni@uy.ey.com
Uruguay



Javier Salazar
javier.salazar@ec.ey.com
Ecuador



Alberto Afiuni
alberto.afiuni@ve.ey.com
Venezuela



Para más información y detalle por país o sector de su empresa, contacte a nuestros Líderes de Mercados o nuestro equipo de Business Intelligence business.Intelligence.latam@ey.com

José Allué
jose.allue@cl.ey.com

Álvaro Cuchacovich
alvaro.cuchacovich@cl.ey.com

Jaime Valadez
jaime.g.valadez.carpio@mx.ey.com

EY | Building a better working world

EY exists to build a better working world, helping to create long-term value for clients, people and society and build trust in the capital markets.

Enabled by data and technology, diverse EY teams in over 150 countries provide trust through assurance and help clients grow, transform and operate.

Working across assurance, consulting, law, strategy, tax and transactions, EY teams ask better questions to find new answers for the complex issues facing our world today.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. EY member firms do not practice law where prohibited by local laws. For more information about our organization, please visit ey.com.

© 2024 Mancera S.C.
All Rights Reserved.

ED None

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, legal or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

ey.com