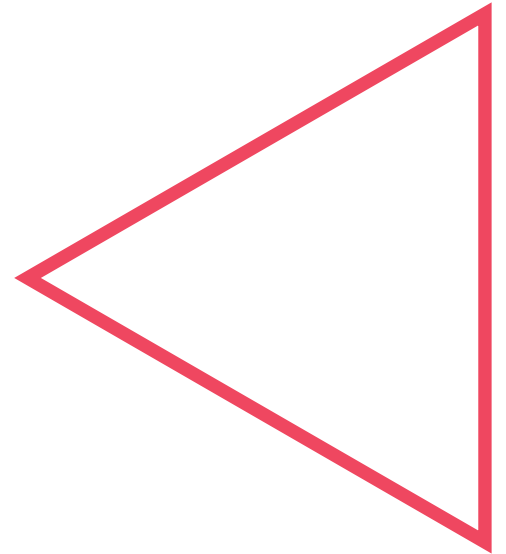
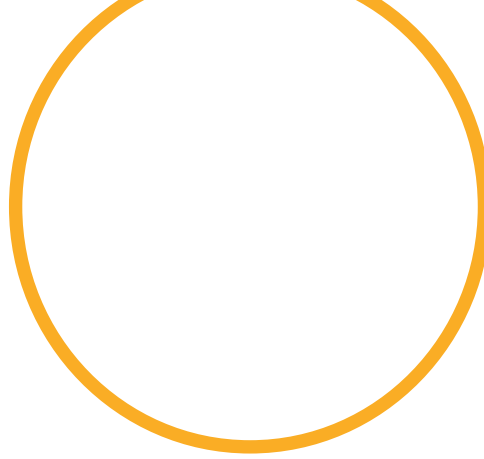
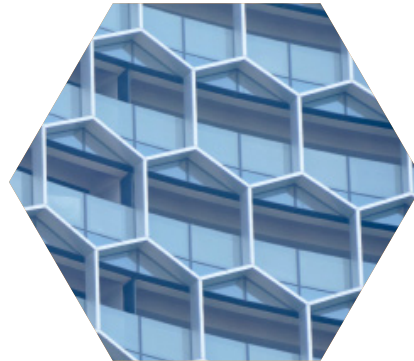


25.ª Encuesta Mundial Anual a CEOs

Reinventando lo que realmente importa

www.pwc.com.uy/ceosurvey



Reinventando lo que realmente importa

Luego de casi dos años de pandemia, la economía mundial ha logrado salir de las profundidades en las que se encontraba a mediados del 2020, con proyecciones extraordinarias de crecimiento. Los 4.446 CEOs de 89 países y regiones que participaron de la 25° Encuesta Mundial Anual de PwC a CEOs se muestran optimistas sobre la sostenida capacidad de recuperación económica.

El informe recoge las opiniones de directores ejecutivos de todo el mundo sobre el contexto financiero y social, el medioambiente, así como sus perspectivas y principales amenazas para el crecimiento, y presenta también cuáles deberían ser las prioridades para los CEOs.

A pesar de ese optimismo, la incertidumbre y tensión se mantienen y hacen más importante la claridad en la visión de los CEOs para lidiar con la presión generada por la pandemia del COVID-19 y las condiciones del mercado como la creciente inflación, las interrupciones

en la cadena de suministro y el fenómeno del “Great Resignation” que está impactando fuertemente en los diferentes mercados laborales del mundo.

A continuación, resumimos las visiones de los líderes globales y detallamos lo que 60 ejecutivos de empresas uruguayas tienen para decir.



Reinventando lo que realmente importa

Optimismo generalizado

Los directores ejecutivos de organizaciones de todo el mundo se mantienen optimistas sobre sus perspectivas económicas a corto plazo: el 77% de los CEOs a nivel global cree que el crecimiento económico mundial mejorará, la proporción más alta en los últimos 10 años.

Los CEOs uruguayos son los más optimistas de la región (y sobresalen a nivel mundial), con un 95% de ellos confiados en cuanto al crecimiento de la economía local y global. Esto representa un aumento de 27 puntos en relación a nuestra encuesta anterior.

Sus pares de la región ven diferente las posibilidades de alza del PBI: Argentina 46% y Brasil 54%, y creen que empeorará 34% y 36% respectivamente.

Optimistas, casi la mitad de los CEOs uruguayos (48%) también proyectan altos niveles de confianza en sus propias perspectivas de crecimiento de ingresos de sus organizaciones durante los próximos 12 meses. A nivel mundial esta confianza alcanza al 56%.

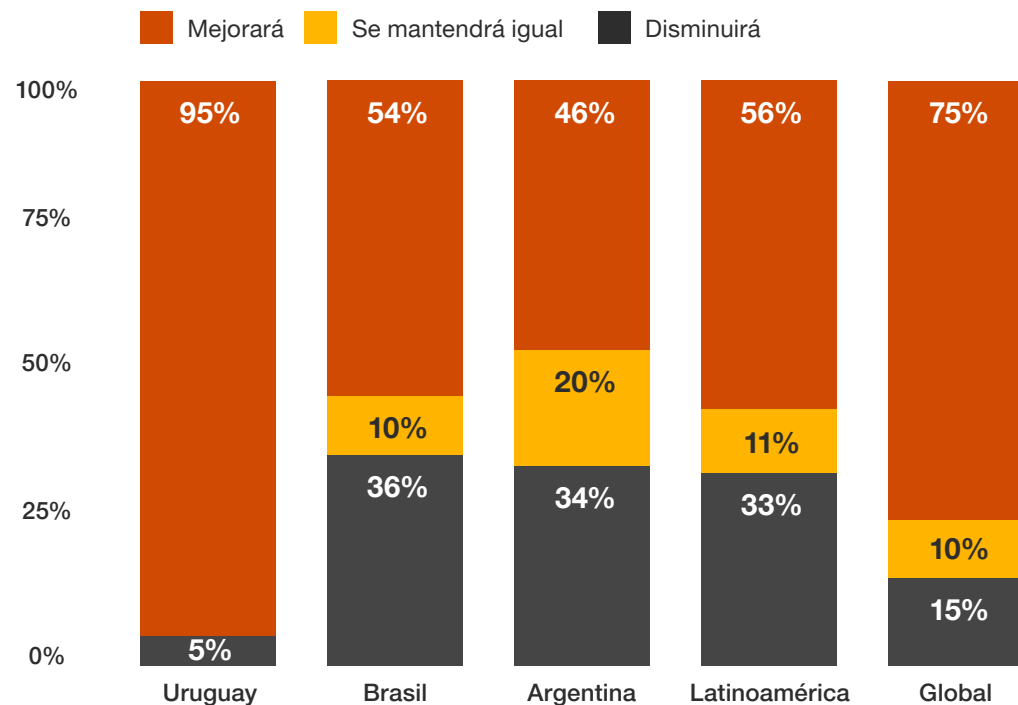


Fig. 1

Los CEOs uruguayos son los más optimistas de la región (y sobresalen a nivel mundial) acerca del crecimiento de la economía local.

Pregunta

¿Cómo cree que cambiará el crecimiento económico en su país (PBI), si es que cambiará, durante los próximos 12 meses?



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



“Al igual que el año pasado, este 2022 se muestra como otro año clave para la recuperación económica global, en gran medida consecuencia del éxito en el rediseño de las estrategias de negocio, la resiliencia y la adaptación a las nuevas formas de trabajo que los CEOs han impulsado en sus organizaciones.”

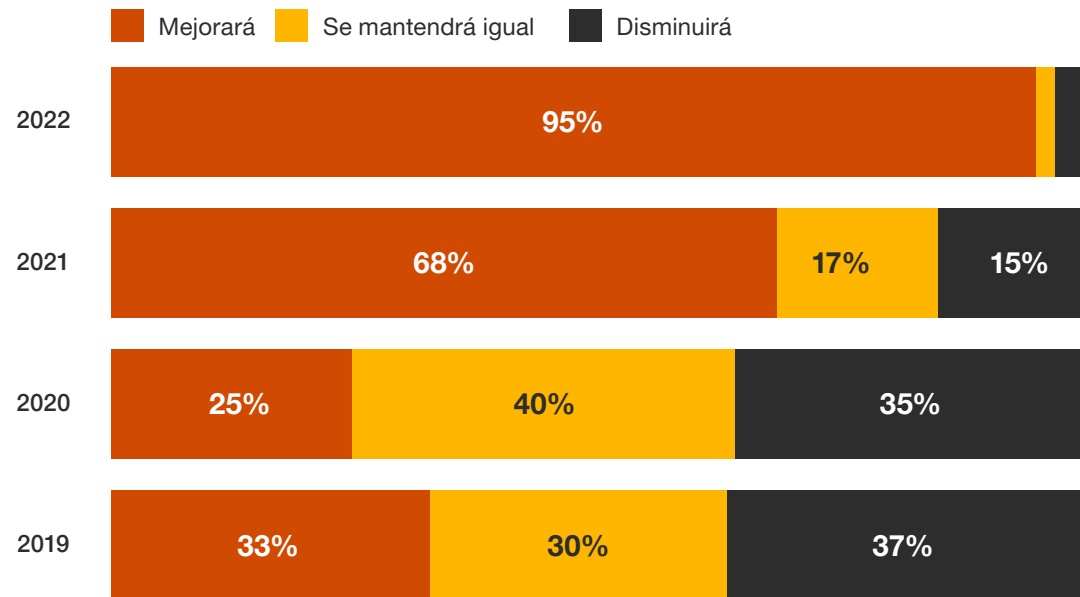
Omar Cabral — Socio principal y líder de Auditoría, PwC Uruguay

Fig. 2

El 95% de los directores ejecutivos de nuestro país confía en que la economía a nivel mundial crecerá en el próximo año.

Pregunta

¿Cómo cree que cambiará el crecimiento económico mundial (PBI), si es que cambiará, durante los próximos 12 meses?



Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay (60)

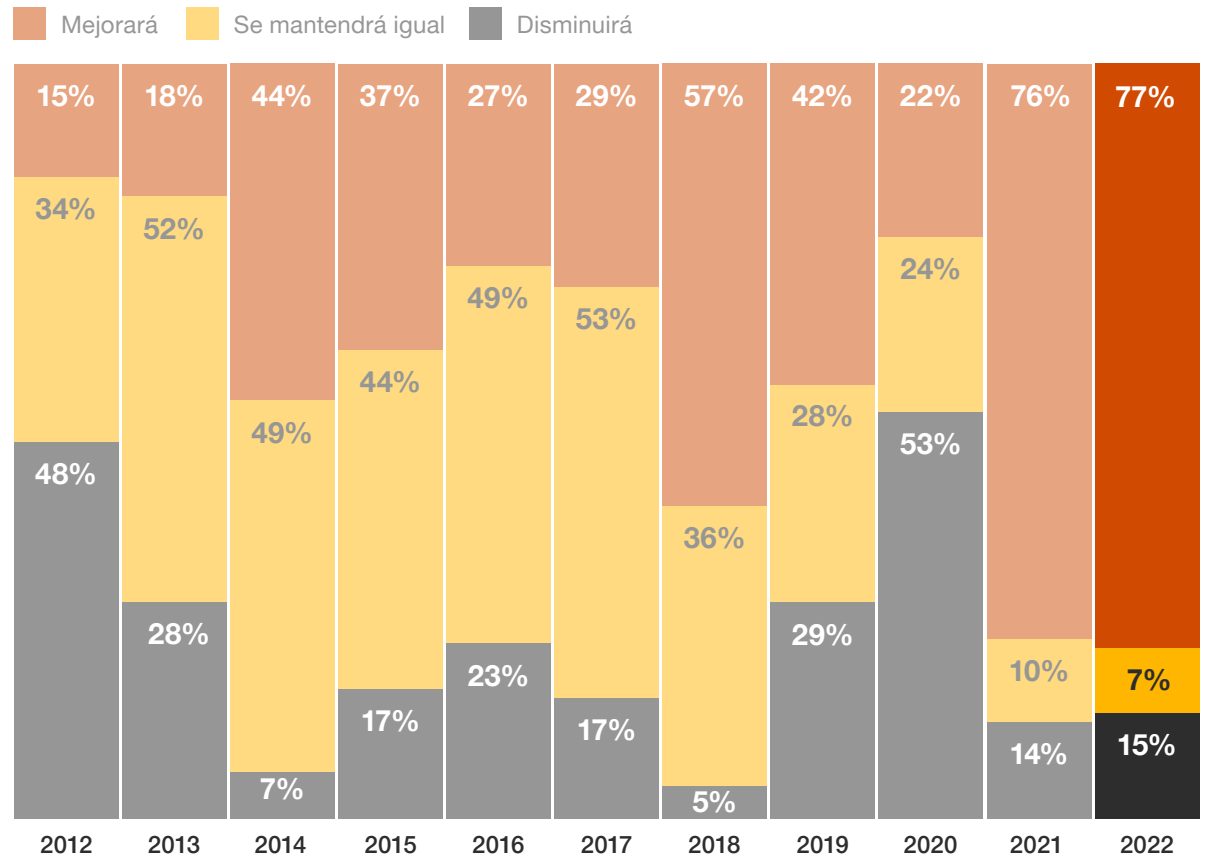
Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 3

El 77% de los CEOs a nivel global cree que el crecimiento económico mundial mejorará, la proporción más alta desde 2012.

Pregunta

¿Cómo cree que cambiará el crecimiento económico mundial (PBI), si es que cambiará, durante los próximos 12 meses?



Notas: De 2012 a 2014, los encuestados fueron preguntados, "¿Cree que la economía mundial mejorará, permanecerá igual o desmejorará durante los próximos 12 meses?"
Base: Todos los encuestados: (4446)
Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



48%

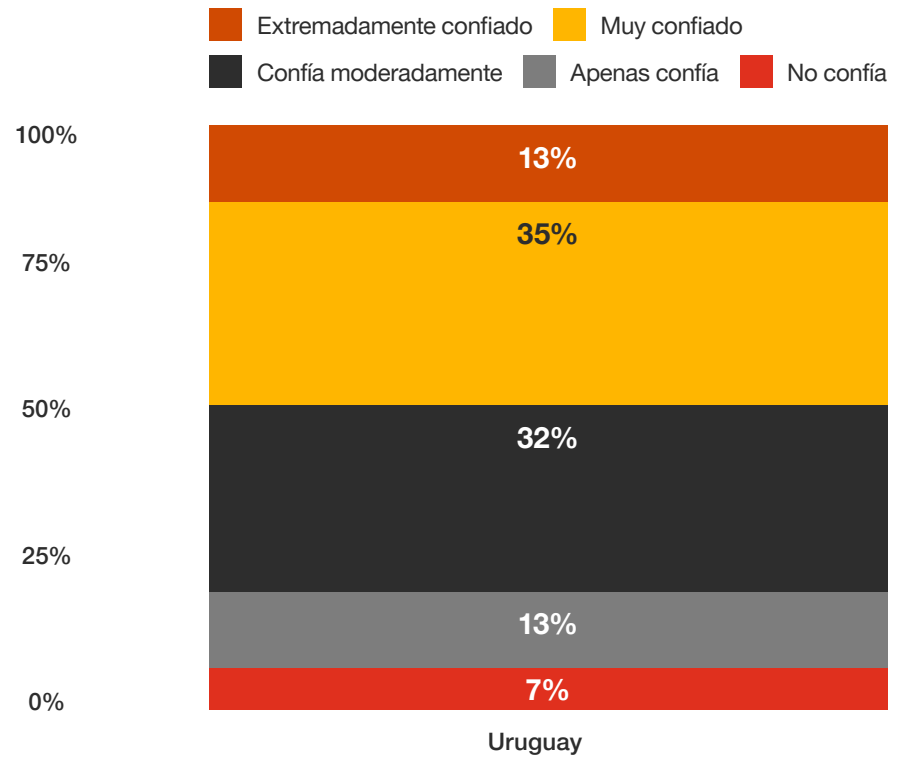
con gran confianza en el crecimiento de los ingresos de sus organizaciones en el próximo año.

Fig. 4

Casi la mitad de los CEOs uruguayos están muy confiados en el crecimiento de los ingresos de sus organizaciones en el próximo año.

Pregunta

¿Qué tan seguro está de las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa durante los próximos 12 meses?



Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay (60)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

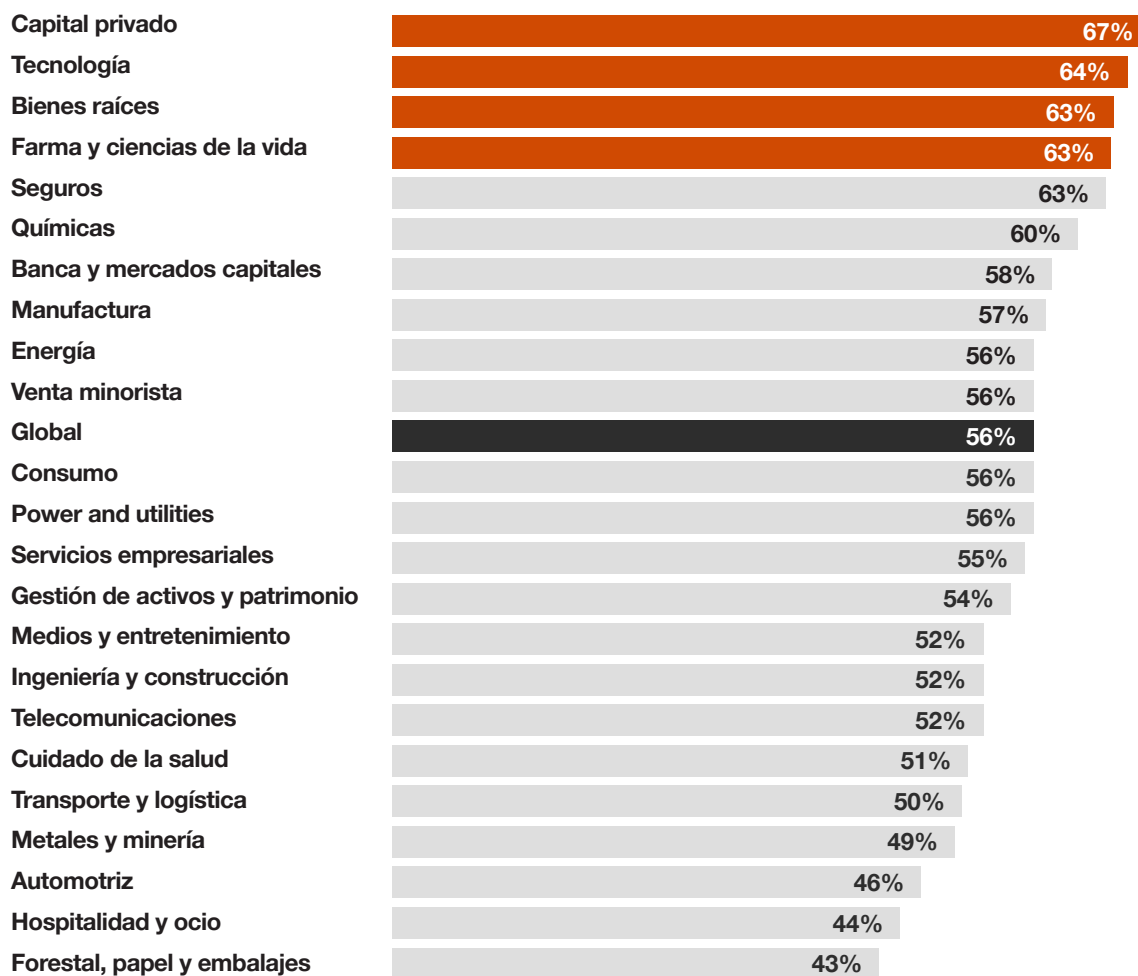
A nivel mundial, los CEOs de capital privado son los que muestran una mayor confianza en el crecimiento de los ingresos durante los próximos 12 meses.

Pregunta

¿Qué tan seguro está de las perspectivas de crecimiento de los ingresos de su empresa durante los próximos 12 meses?

(Mostrando solo respuestas “muy confiado” y ‘extremadamente confiado”).

Fig. 5



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



Reinventando lo que realmente importa

Amenazas a los ingresos

Las principales preocupaciones de los CEOs se centran en las posibles disrupciones en los ingresos en el corto plazo.

La volatilidad macroeconómica es la principal amenaza identificada por los CEOs uruguayos (57%), seguida de los riesgos sanitarios (53%) y los riesgos cibernéticos (42%). A nivel regional la volatilidad macroeconómica se impone como la principal amenaza para los CEOs locales, con un 82% en Argentina y un 70% en Brasil.

A nivel mundial, los CEOs están más preocupados por los riesgos cibernéticos (49%) y por la situación sanitaria global (48%), en tanto la pandemia persiste. Ello sin descuidar su atención sobre la volatilidad macroeconómica, incluidas las fluctuaciones en el PBI, el desempleo y la inflación.

El centro de la preocupación de los CEOs está en cómo cada una de estas amenazas podría influir en la marcha de los negocios y en la generación de ingresos.

“Si bien la volatilidad macroeconómica es la principal amenaza identificada por los CEOs uruguayos, para los CEOs de Argentina y Brasil esta amenaza es aún más significativa.”

Oscar Conti — Socio de Auditoría y de Clients & Markets, PwC Uruguay



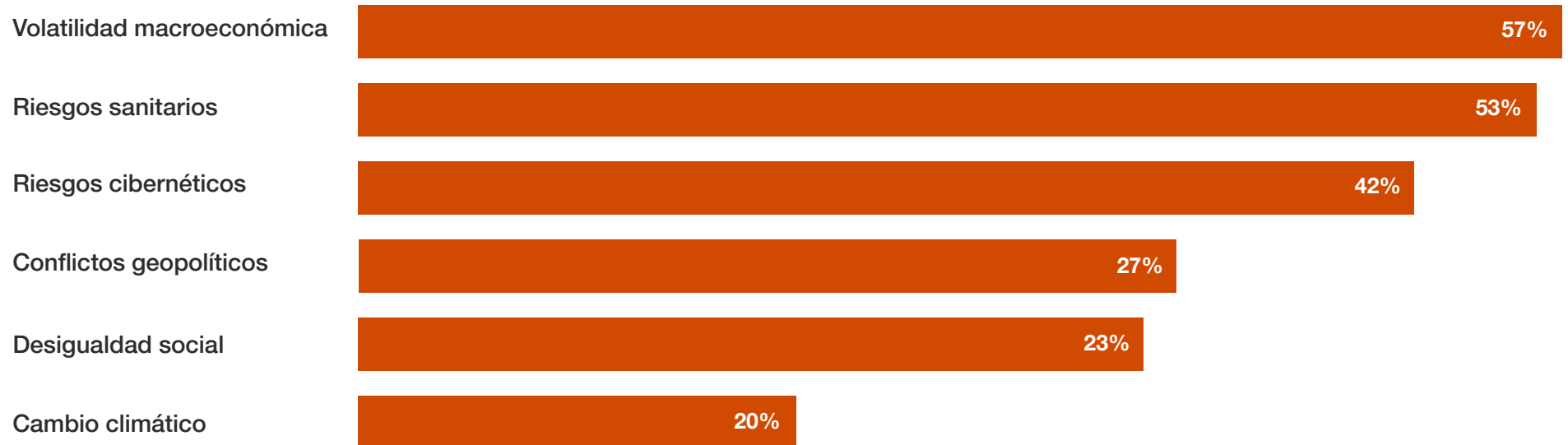
Fig. 6

Los CEOs de nuestro país ven a la volatilidad macroeconómica como la principal amenaza para el próximo año.

Pregunta

¿Qué tan preocupado está por las siguientes amenazas globales que pueden afectar negativamente a su empresa durante los próximos 12 meses?

(Mostrando solo respuestas de "muy preocupado" y "extremadamente preocupado").



Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay: (60)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

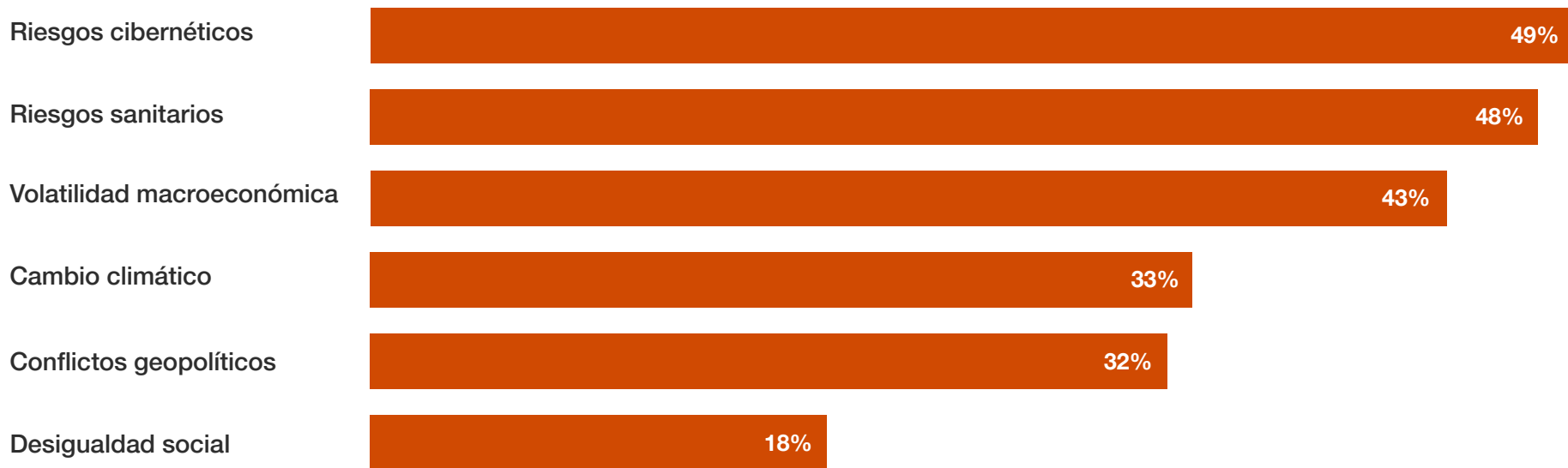
Fig. 7

Los CEOs a nivel mundial clasifican los riesgos cibernéticos como la principal amenaza para el crecimiento, seguidos de cerca por los riesgos sanitarios.

Pregunta

¿Qué tan preocupado está por las siguientes amenazas globales que pueden afectar negativamente a su empresa durante los próximos 12 meses?

(Mostrando solo respuestas de "muy preocupado" y "extremadamente preocupado").



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 8

La preocupación por los riesgos cibernéticos es impulsada en el mundo principalmente por los CEOs de servicios financieros.

Pregunta

¿Qué tan preocupado está por las siguientes amenazas globales que pueden afectar negativamente a su empresa durante los próximos 12 meses?

(Mostrando solo respuestas de “muy preocupado” y “extremadamente preocupado”).

	Riesgos cibernéticos	Riesgos sanitarios	Volatilidad macroeconómica	Cambio climático	Conflictos geopolíticos	Desigualdad social
Gestión de activos y patrimonio	54%	40%	45%	32%	31%	19%
Capital privado	54%	42%	35%	25%	39%	16%
Banca y mercados de capitales	67%	49%	46%	37%	34%	24%
Seguros	64%	54%	40%	42%	32%	24%
Bienes raíces	42%	49%	54%	34%	25%	22%
Telecomunicaciones	58%	42%	50%	26%	36%	12%
Medios y entretenimiento	45%	53%	42%	24%	23%	14%
Tecnología	48%	38%	37%	23%	29%	16%
Venta minorista	51%	48%	44%	37%	30%	21%
Consumo	39%	48%	51%	39%	34%	23%
Transporte y logística	46%	50%	56%	33%	35%	25%
Forestal, papel y embalajes	50%	50%	53%	47%	38%	18%
Hospitalidad y ocio	41%	75%	43%	33%	37%	19%
Automotriz	42%	46%	50%	37%	39%	19%
Manufactura	40%	44%	46%	33%	32%	13%
Ingeniería y construcción	41%	37%	45%	33%	28%	16%
Servicios empresariales	50%	48%	48%	30%	31%	23%
Cuidado de la salud	58%	67%	42%	30%	22%	29%
Farma y ciencias de la vida	45%	41%	48%	22%	30%	23%
Energía	47%	44%	41%	59%	30%	21%
Metales y minería	46%	51%	47%	46%	42%	20%
Power and utilities	52%	39%	39%	52%	27%	17%
Químicas	38%	40%	45%	44%	35%	15%
Global	49%	48%	43%	33%	32%	18%

Notas:

Base: Todos los encuestados; (4446)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 9

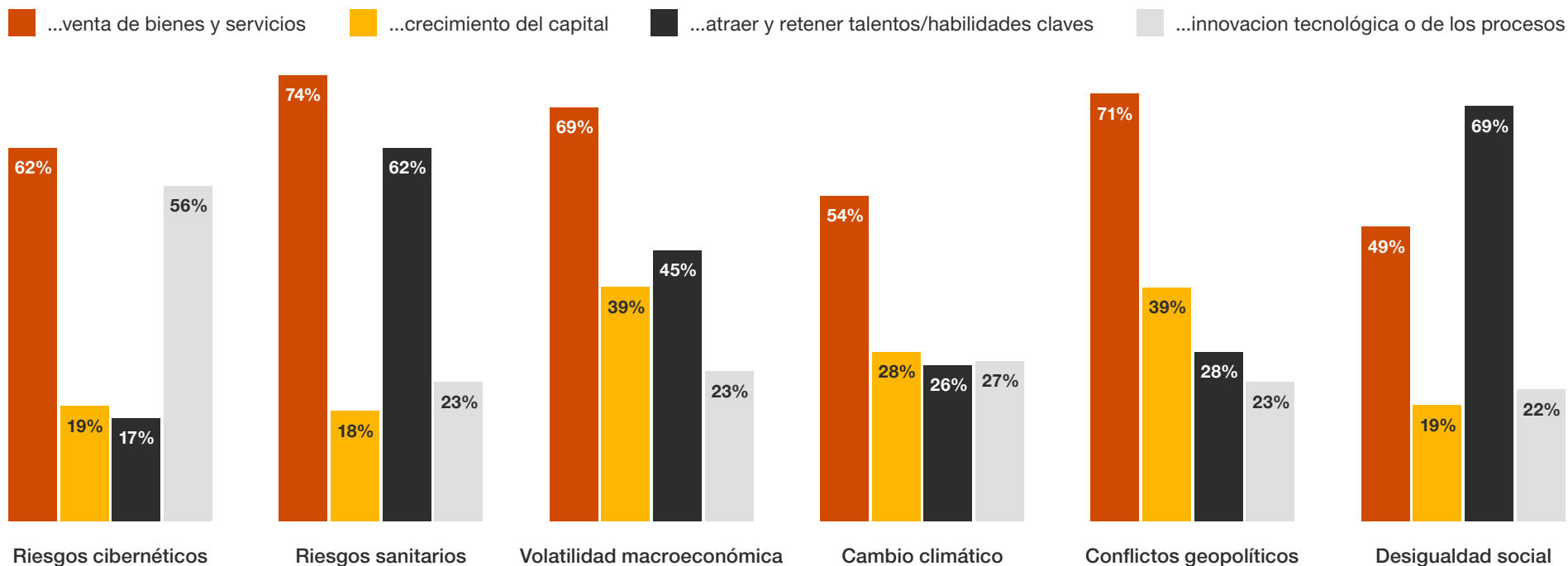
Independientemente de la amenaza, lo que más preocupa a los CEOs a nivel global es el impacto en los ingresos a corto plazo.

Pregunta

¿Cómo anticipa que su empresa podría verse afectada por esta amenaza durante los próximos 12 meses?

(Mostrando solo respuestas de CEOs que estaban "muy preocupados" o "extremadamente preocupados" por cada amenaza).

Podría afectar nuestra capacidad para...



Notas:

No se muestran respuestas para "Podría inhibir nuestra capacidad para desarrollar productos/servicios"

Base: Todos los que respondieron "muy preocupados" o "extremadamente preocupados" en P3:

(Riesgos cibernéticos=2189, Riesgos de salud=2144, Volatilidad macroeconómica=1919, Cambio climático=1488, Conflicto geopolítico=1426, Desigualdad social=794)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Reinventando lo que realmente importa

¿Qué resultados importan?

Pese al creciente interés en ESG (Environmental, Social and Governance), la estrategia sigue estando impulsada principalmente por métricas de negocio. **Los CEOs uruguayos están en línea con sus pares del mundo: cuidan las métricas de satisfacción del cliente (62%), los objetivos de automatización o digitalización (50%) y los indicadores de compromiso de los empleados (25%).** Estos indicadores son cuidados especialmente para sostener la estrategia a largo plazo de sus compañías en nuestro país.

A su vez, dentro de sus planes de bonificación, las organizaciones uruguayas incluyen principalmente a las métricas de satisfacción de clientes (37%), indicadores del compromiso de los empleados (22%) y objetivos de automatización o digitalización (20%).

En la región, dentro de la estrategia corporativa de largo plazo, aparece significativamente la inclusión de índices de representación de género tanto en Argentina (50%) y Brasil (42%). En Uruguay, la igualdad de género en el personal o la diversidad racial y étnica es el tema con menor presencia en quienes respondieron esta encuesta (17%).



Fig. 10

A pesar del creciente interés en ESG, a nivel mundial la estrategia sigue estando impulsada principalmente por métricas de negocio.

Pregunta

¿Se incluyen los siguientes resultados no financieros en la:

- a) estrategia corporativa a largo plazo de su empresa?
- b) bonificación anual personal o plan de incentivos a largo plazo?

Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Resultados empresariales

Métricas de satisfacción del cliente

71%

39%

Métricas de compromiso de los empleados

62%

36%

Objetivos de digitalización y automatización

54%

23%

Resultados sociales/ medioambientales

Ratios de representación de género

38%

11%

Objetivos de emisión de gases de efecto invernadero

37%

13%

Ratios de representación de razas y etnias

23%

8%

En 2020, solo 24 empresas en el FTSE 100 y apenas 20 en el S&P 500 usaban objetivos climáticos para calcular la bonificación anual a CEOs e incentivos a largo plazo. - ISS ESG

■ Estrategia corporativa a largo plazo de la empresa

■ Bono anual personal o plan de incentivos a largo plazo



China avanza a pie firme

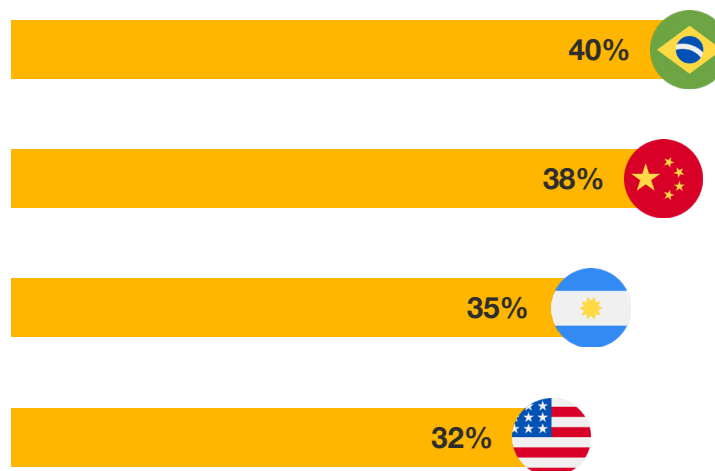
Una vez más, Brasil es el país más atractivo para que las empresas uruguayas se desarrollen internacionalmente. La nota se la lleva China, que ingresó al podio en la edición anterior, y ya se posiciona segundo (creció 6 puntos). Argentina y Estados Unidos crecen 2 puntos y se mantienen entre los 4 primeros.

Fig. 11

Principales países para el crecimiento de organizaciones uruguayas.

Pregunta

¿Qué tres países/territorios, excluyendo el país/territorio en el que se encuentra, considera más importante para la perspectiva de crecimiento general de su organización durante los próximos 12 meses?



Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay: (60)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



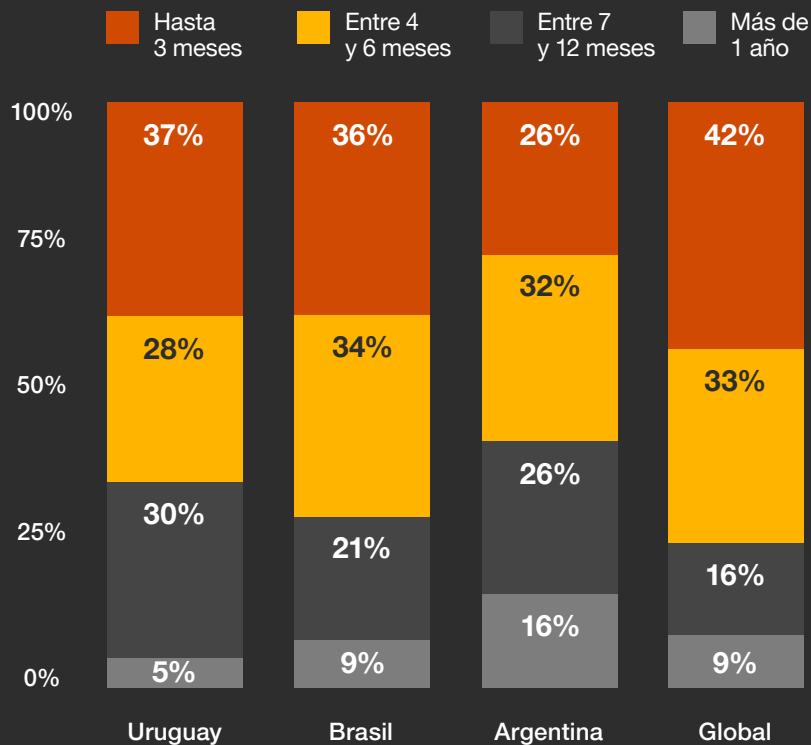
Fig. 12

Las empresas uruguayas se encuentran entre las más ágiles de la región para aprobar proyectos y destinar recursos, aunque aún por debajo del promedio mundial.

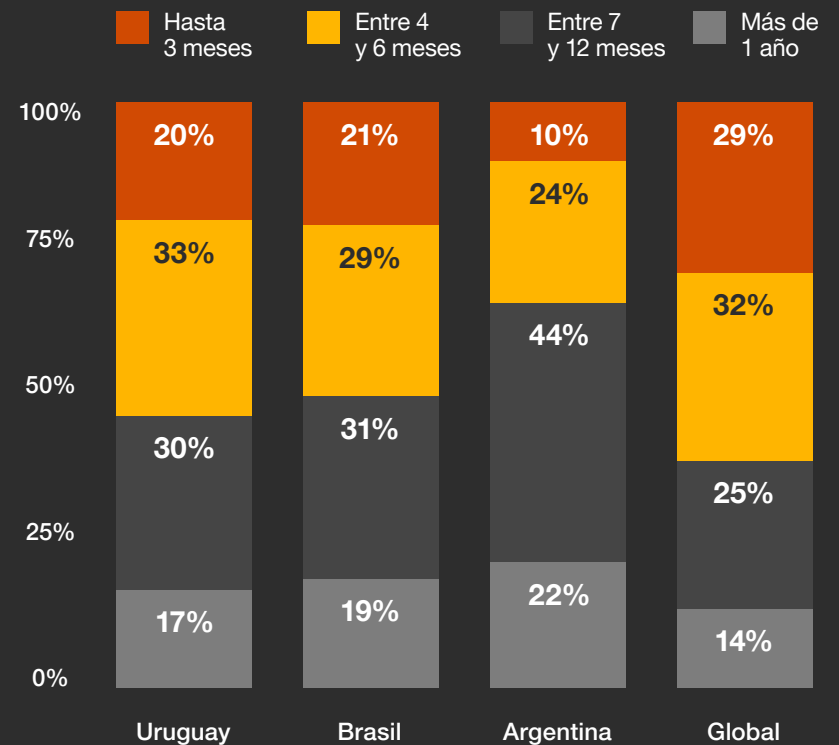
Pregunta

¿Por lo general, cuánto tiempo le lleva a su empresa aprobar iniciativas importantes una vez que una idea es propuesta? ¿Y a destinar recursos significativos a nuevas iniciativas importantes?

Aprobación de iniciativas



Destino de recursos



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



Fig. 13

Casi dos tercios de los directorios de las empresas uruguayas afirmaron que revisan periódicamente su estrategia fiscal.

Pregunta

Pensando en los impuestos que paga su empresa, ¿en qué medida está de acuerdo/en desacuerdo con “El directorio de mi empresa revisa periódicamente su estrategia fiscal”?

Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay: (60)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

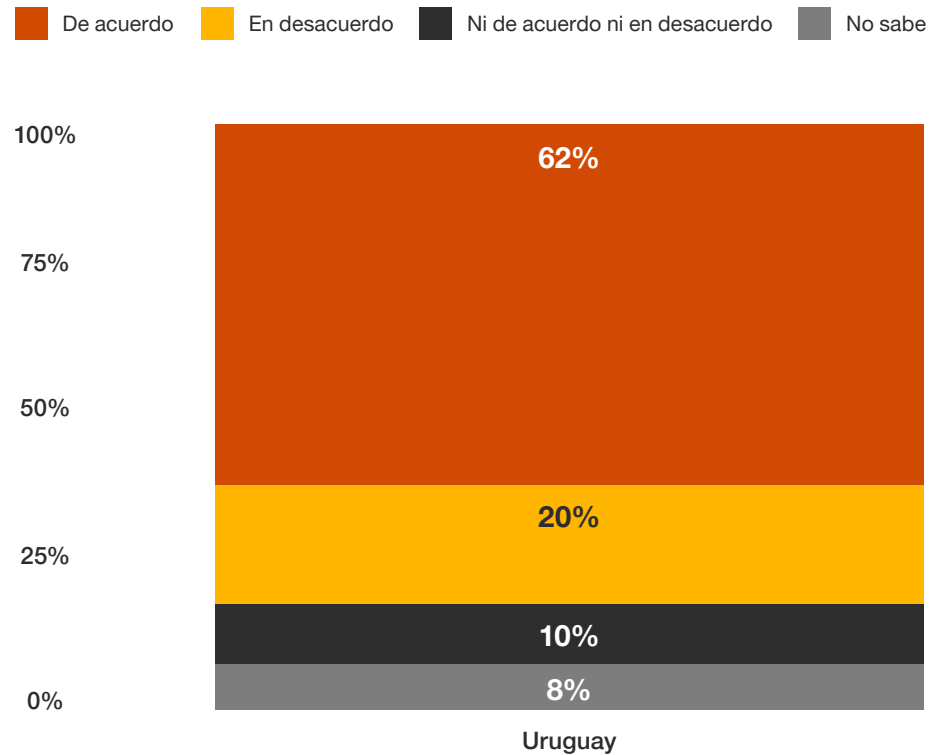


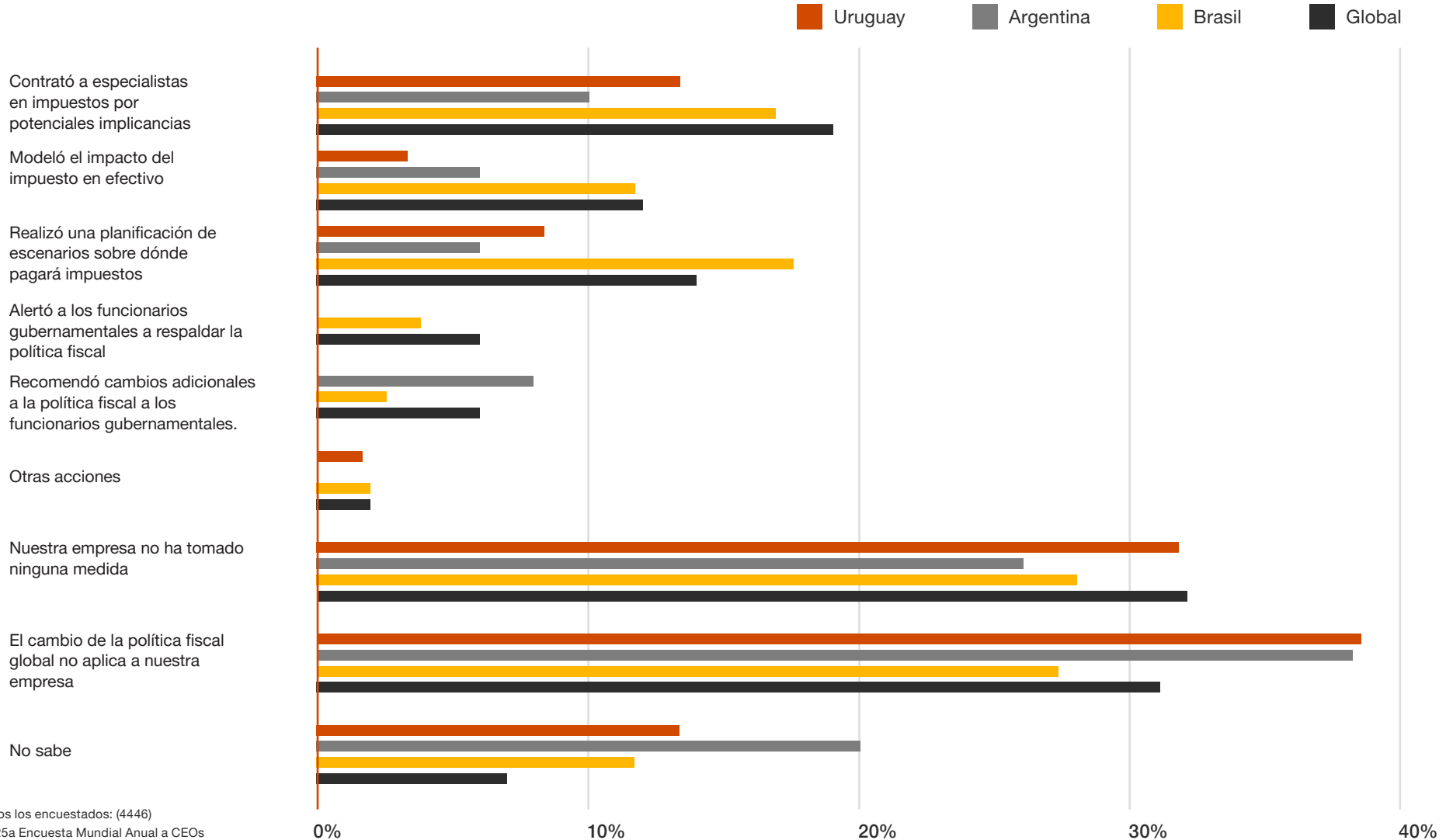


Fig. 14

El posible impuesto global de un 15% comienza a ser analizado por las empresas.

Pregunta

¿Qué medidas ha tomado su empresa -si las ha tomado- para prepararse para un posible cambio en la política fiscal global que haría que todos los países se comprometieran a una tasa impositiva corporativa efectiva de al menos un 15%?



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs



Reinventando lo que realmente importa

Los caminos hacia el Net Zero

Solo el 22% de nuestros encuestados a nivel mundial se han comprometido con el Net Zero de emisiones. Casi dos tercios de las empresas con ingresos de US\$ 25 billones o más han asumido un compromiso Net Zero, en comparación con el 10% de las empresas con ingresos inferiores a US\$ 100 millones.

Entre los directores ejecutivos uruguayos, solamente un 13% respondió que pertenece a una organización que ha realizado un compromiso Net Zero, mientras que un 22% de las organizaciones se encuentra desarrollando uno.

Entre quienes afirman no haber desarrollado un compromiso Net Zero o de carbono neutral en Uruguay (50%), casi la mitad justifica que esto se debe a que su empresa genera pocas emisiones, que hay falta de conciencia al respecto en la industria y a la incapacidad para medir las emisiones.

Sin embargo, **tanto Argentina como Brasil duplican a Uruguay en la cantidad de organizaciones que han realizado un compromiso Net Zero.** Entre aquellos que se encuentran en vías de implementar uno, vemos una mayor paridad: un 29% de los encuestados brasileños y un 22% para Argentina y Uruguay. Además, en ambos países un 34% afirma no haber realizado un compromiso Net Zero o carbono neutral frente a el 50% de Uruguay.

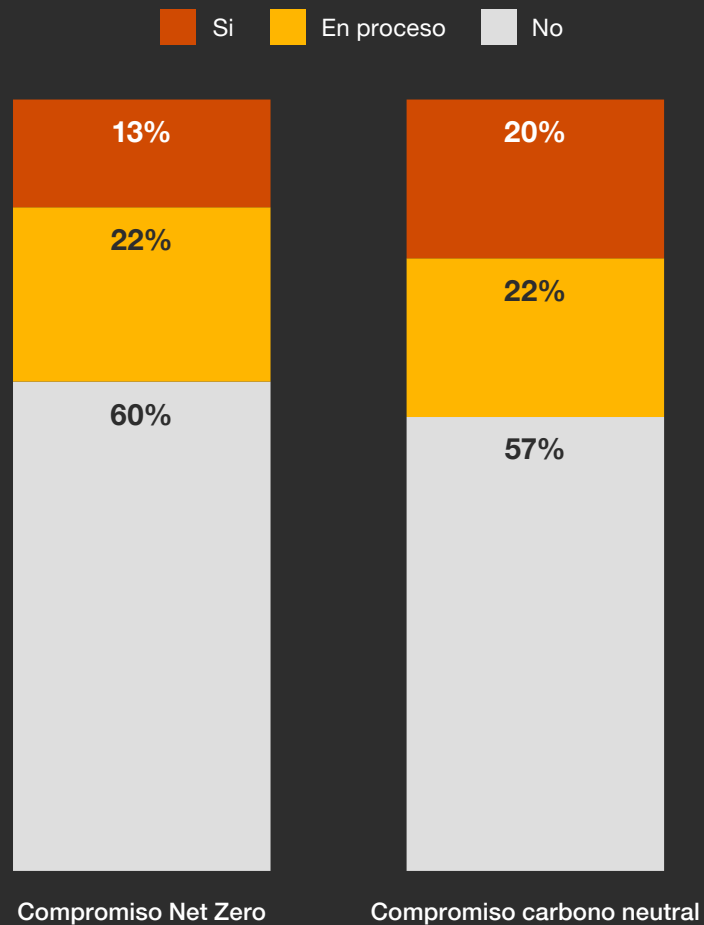


Fig. 15

Solo 1 de cada 8 empresas uruguayas ya han asumido compromisos Net Zero, mientras que la mitad no ha asumido aún ningún compromiso.

Pregunta

¿Su empresa ha asumido un compromiso Net Zero o un compromiso de carbono neutral?



Notas:

Base: Todos los encuestados de Uruguay (60)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Lo que sabemos acerca de las empresas que han asumido compromisos Net Zero:

Demografía:

- I. **Tamaño y propiedad:** es más probable que sean empresas grandes (por ingresos) y que cotizan en bolsa.
 - Casi dos tercios de las que tienen ingresos de US\$ 25 billones o más han realizado un compromiso Net Zero, en comparación con el 10% de las empresas con ingresos menores a US\$ 100 millones.
- II. **Región:** es más probable que sea de Europa Occidental y Asia-Pacífico, menos probable de América del Norte y Medio Oriente.
- III. **Sector:** es más probable que provenga de sectores intensivos en carbono (ej., energía, servicios públicos).

Alineación científica:

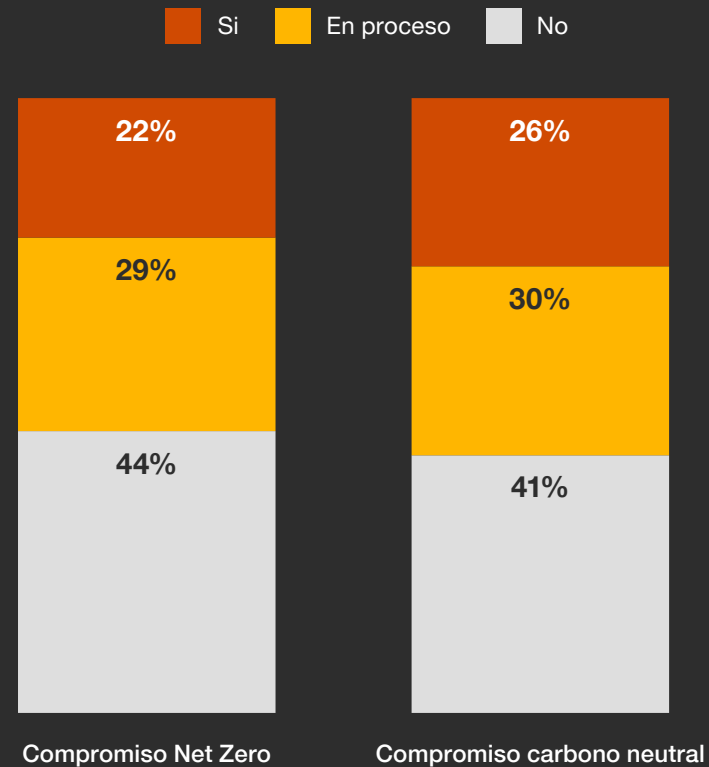
De las empresas que han hecho compromisos Net Zero, el 61% de los compromisos están alineados con la ciencia.

Fig. 16

El 22% de las empresas a nivel mundial han asumido compromisos Net Zero; más de un tercio no ha asumido ningún compromiso.

Pregunta

¿Su empresa ha asumido un compromiso Net Zero o un compromiso de carbono neutral?



Notas:

Base: Todos los encuestados: (4446)

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 17

El factor de influencia principal detrás de los compromisos Net Zero en el mundo es mitigar los riesgos del cambio climático.

Pregunta

¿Cuán influyentes son los siguientes factores detrás del compromiso Net Zero que está desarrollando su empresa?

(Mostrando solo respuestas 'muy influyentes' y 'extremadamente influyentes').



Notas:

Base: Aquellos cuyas empresas han hecho o están trabajando para hacer un compromiso de Net Zero (2267)

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 18

Las empresas que no se comprometen aducen emisiones bajas e incapacidad para medir.

Pregunta

¿Cuán ciertas son las siguientes declaraciones respecto a por qué su empresa no ha asumido un compromiso de carbono neutral o cero?

(Mostrando solo respuestas 'muy precisas' y 'extremadamente precisas').

Notas:

Base: Aquellos cuyas empresas no han hecho un compromiso Net Zero o de carbono neutro (1591)

GEI = Gases de Efecto Invernadero

Fuentes: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

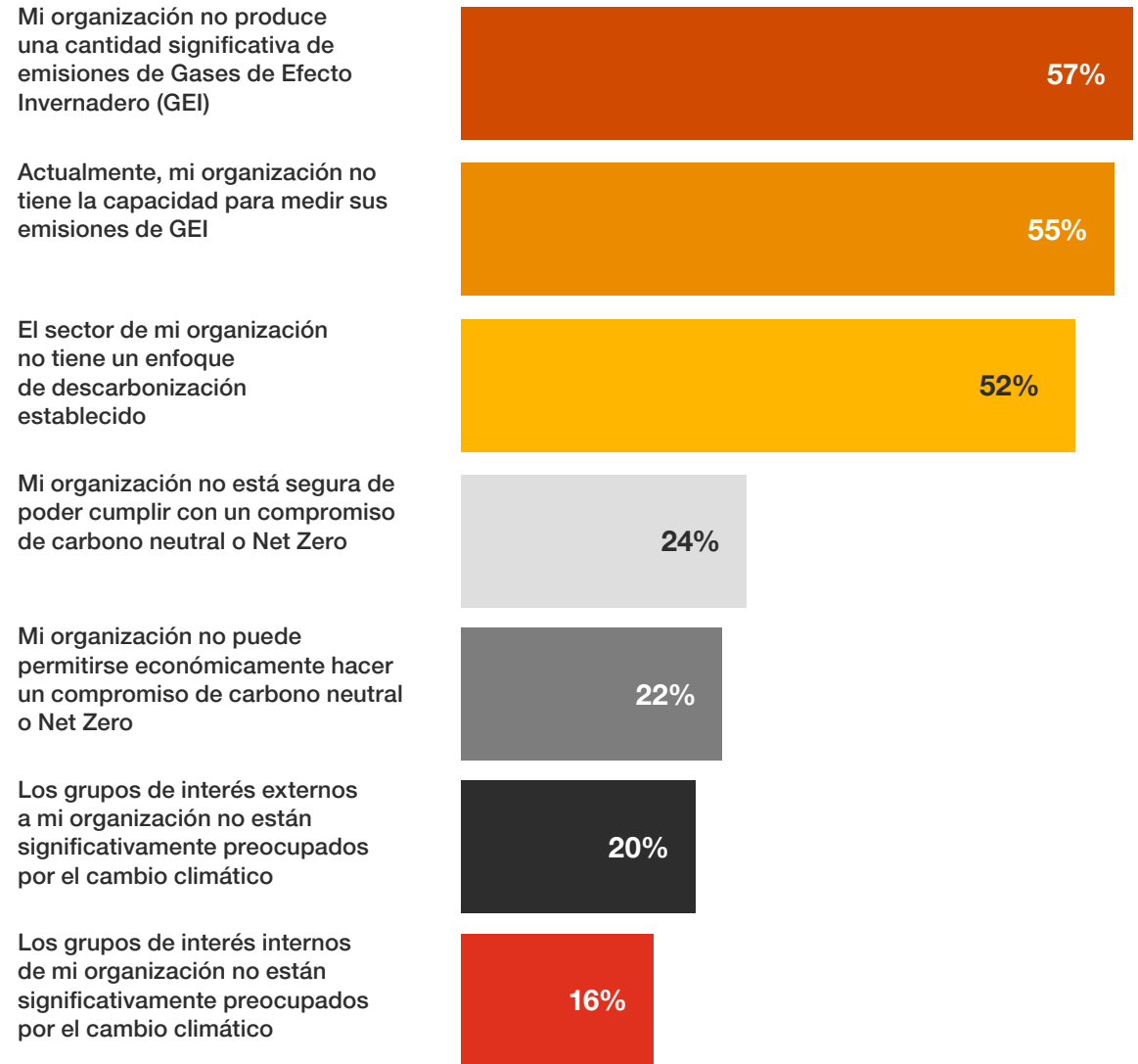


Fig. 19

A nivel mundial, los CEOs del rubro minería y automotriz son los que menos confían en poder cumplir con un compromiso Net Zero.

Pregunta

¿Cuán precisas son las siguientes afirmaciones con respecto a por qué su empresa no ha asumido un compromiso de carbono neutral o Net Zero?

(Mostrando solo respuestas 'muy precisas' y 'extremadamente precisas').

	Mi empresa no produce una cantidad significativa de emisiones de GEI	Mi empresa actualmente no tiene las capacidades para medir sus emisiones de GEI	El sector de mi empresa no tiene un enfoque de descarbonización establecido	Mi empresa no confía en poder cumplir con un compromiso de carbono neutral o neto cero	Mi empresa no puede permitirse financieramente hacer un compromiso de carbono neutral o neto cero	Las partes interesadas externas de mi empresa no están significativamente preocupadas por el cambio climático	Las partes interesadas internas de mi empresa no están significativamente preocupadas por el cambio climático
Gestión de activos y patrimonio	67%	47%	54%	19%	13%	13%	7%
Banca y mercados de capitales	65%	52%	51%	20%	15%	16%	13%
Seguros	71%	49%	45%	14%	15%	18%	18%
Bienes raíces	46%	61%	51%	34%	27%	20%	12%
Medios y entretenimiento	67%	55%	60%	15%	22%	16%	12%
Tecnología	74%	61%	50%	14%	19%	19%	16%
Venta minorista	52%	59%	52%	27%	22%	26%	19%
Consumo	46%	49%	58%	27%	31%	22%	18%
Transporte y logística	43%	34%	31%	22%	22%	12%	10%
Automotriz	51%	49%	51%	39%	27%	24%	17%
Manufactura	43%	51%	53%	25%	24%	21%	13%
Ingeniería y construcción	42%	50%	51%	30%	24%	20%	14%
Servicios empresariales	72%	56%	54%	22%	23%	18%	15%
Cuidado de la salud	67%	64%	67%	22%	25%	31%	22%
Farma y ciencias de la vida	64%	81%	57%	19%	31%	29%	24%
Energía	40%	25%	30%	30%	35%	33%	23%
Metales y minería	41%	25%	44%	44%	28%	13%	6%
Global	57%	55%	52%	24%	22%	20%	16%

Notas:

Base: Aquellos cuyas empresas no han hecho un compromiso Net Zero o de carbono neutro (1591)

GEI = Gases de Efecto Invernadero

No se muestran cifras para capital privado; telecomunicaciones; forestal, papel & embalajes; hospitalidad & ocio; y power & utilities debido a datos de base pequeños.

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Fig. 20

A nivel global, las empresas con compromisos serios de descarbonización suelen incorporar estos objetivos en su estrategia.

Hemos categorizado a las empresas en cuatro grupos con respecto a su compromiso de descarbonización.

Grupo de compromiso de descarbonización	Compromiso de descarbonización asumido o en proceso	¿Alineado con la ciencia?
1	Net Zero	Sí
2	Net Zero	No
3	Carbono neutral	N/A
4	Ninguna	N/A

Notas:

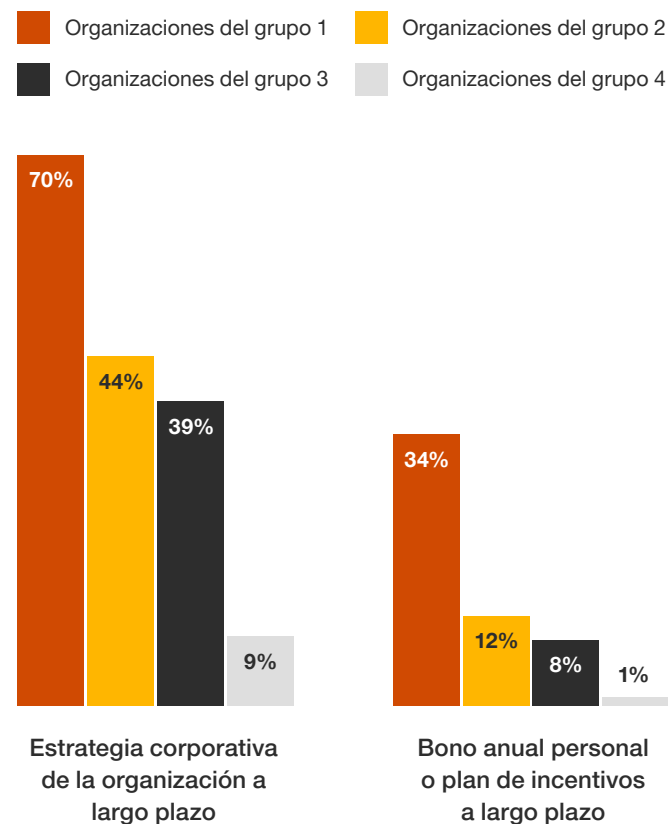
Base: Aquellos que seleccionaron las emisiones de gases de efecto invernadero como un objetivo dentro de la estrategia corporativa a largo plazo en sus empresas y/o en la bonificación anual personal o plan de incentivos a largo plazo:
 Empresas del Grupo 1 = compromiso Net Zero alineado con la ciencia; Empresas del Grupo 2 = compromiso Net Zero no alineado con la ciencia; Empresas del Grupo 3 = compromiso de carbono neutro; Empresas del Grupo 4 = no compromiso de Net Zero o carbono neutro.

Fuente: 25a Encuesta Mundial Anual a CEOs

Pregunta

¿Se incluyen los objetivos de emisión de gases de efecto invernadero en la:

- a) estrategia corporativa a largo plazo de su empresa?
- b) bonificación anual personal o plan de incentivos a largo plazo?



Prioridades para los CEOs: Reinventando lo que realmente importa

Redefinir la conversación

El entusiasmo por ESG no hará que desaparezcan las demandas financieras inmediatas. De hecho, en un mundo en el que el tiempo, la atención y los recursos corporativos son escasos, buscar un equilibrio de manera realista podría ser la única forma de atraer a los inversores y crear una agenda estratégica realista, en lugar de una lista de deseos.

Repensar los incentivos

La fuerte asociación entre incentivos, compromisos Net Zero y otros resultados no financieros sugiere que es hora de que los directorios y los equipos gerenciales analicen detenidamente el ajuste entre las prioridades que quieren impulsar, los sistemas de gestión del desempeño que tienen implementados y cómo reportan su progreso.

Recalibrar habilidades

Los resultados de nuestra encuesta apuntan a priorizar el desarrollo de capacidades relacionadas con la ciberseguridad, la generación de confianza y la medición y gestión de la descarbonización. Cuando los líderes se esfuerzan por reinventar el lugar que ocupan sus organizaciones en el mundo y manejan una gama cada vez más amplia de prioridades contrapuestas, la mentalidad de crecimiento, empatía y disposición para aceptar el debate y la discrepancia se tornan más importantes que nunca.

Reimaginar la colaboración

El abordaje de los desafíos más urgentes de la sociedad no se hará de forma individual. Gracias al Barómetro de Confianza pre-Glasgow de Edelman, se ha descubierto que ninguna institución es de confiar en lo que respecta a la acción contra el cambio climático. No obstante, juntas pueden crear un impulso poderoso, mediante normas que obliguen a las empresas a tomar medidas sustanciales y veloces, y a las ONGs a implementar nuevas políticas gubernamentales.

Reevaluar la sucesión

El liderazgo necesario para dominar la falta de equilibrio actual se presenta en distintas formas y tamaños. En ocasiones implica contrataciones externas y líderes emergentes de diversos grupos de talentos para complementar las habilidades y redefinir la conversación. La planificación de la sucesión es un área donde los líderes y directores pueden desafiarse a sí mismos de inmediato para comenzar a crear el futuro al que aspiran.

Contacto

Oscar Conti

Socio de Clientes y Mercados
de PwC Uruguay
oscar.conti@pwc.com

Sobre PwC

En PwC, nuestro propósito es construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 156 países, con más de 295.000 personas comprometidas con brindar servicios de calidad relacionados con auditoría, consultoría de negocios, asesoramiento tributario, legal y contable. Conocé más y contanos qué es lo más importante para vos en www.pwc.com.uy

MONTEVIDEO

Cerrito 461, piso 1
11000 Montevideo, Uruguay
T: (+598) 2916 04 63

WTC FREE ZONE

Dr. Luis Bonavita 1294, piso 1, of. 106
11600 Montevideo, Uruguay
T: (+598) 2626 23 06

ZONAMERICA BUSINESS

& TECHNOLOGY PARK

Ruta 8, km 17.500, Edificio M1, of. D
91600 Montevideo, Uruguay
T: (+598) 2518 28 28

PUNTA DEL ESTE

Avda. Italia esq. Julio Herrera y Reissig
Pda. 4, Office Punta, of. 205
Punta del Este, Uruguay
T: (+598) 4248 4425

25.^a Encuesta Mundial Anual a CEOs

www.pwc.com.uy/ceosurvey



© 2005 - 2022 PwC. PwC. Todos los derechos reservados. "PwC" refiere a la red de firmas miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL), cada una de las cuales es una entidad legal separada y no actúa como agente de PwCIL o de cualquier otra firma miembro. PwCIL no provee ningún servicio a clientes. PwCIL no es responsable por los actos u omisiones de ninguna de sus firmas miembro, así como tampoco controla el ejercicio profesional o la vincula en forma alguna. Ninguna firma miembro es responsable o enjuiciable por los actos u omisiones de ninguna de las otras firmas miembro, así como tampoco puede controlar el ejercicio profesional de otra firma miembro o vincular en alguna forma a otra firma miembro o PwC IL.

