|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| cid:image006.png@01D19A43.92A22040 | | | |
|  |  | |  |
|  | Informe “La Economía Mundial en 2017: más allá de la incertidumbre”.  SÓLO 2 DE CADA 10 EMPRESAS en el mundo TIENEN PREVISTO AUMENTAR SALaRIOS POR ENCIMA DE LAS TASAS DE INFLACIÓN \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | |  |
| http://www.inkamarketing.es/grantthorton/vacio.png |  | | http://www.inkamarketing.es/grantthorton/vacio.png |
|  | * A pesar del aumento de rentabilidad empresarial esperada, los beneficios y salarios continuarán dispares durante este año   ***Madrid, 17 de abril de 2017***  Tan sólo un 20% de empresas en el mundo tiene previsto aumentar los salarios de sus trabajadores por encima de las tasas de inflación, según los datos del último informe de Grant Thornton [“**La economía mundial en 2017: más allá de la incertidumbre”**,](http://www.grantthornton.es/archivos/la-economia-mundial-en-2017_mas-alla-de-la-incertidumbre.pdf) que recoge la opinión de 2.600 altos ejecutivos a escala global. Aunque la mitad de las empresas encuestadas en este nuevo estudio afirman que obtendrán mayores niveles de ingresos y cuatro de diez esperan una mayor rentabilidad en 2017, sólo de 2 de cada 10 prevén subir sueldos. Este dato ha aumentado moderadamente desde mediados de 2015, pero no avanza al ritmo al que las empresas prevén que crezcan sus beneficios.  Numerosos analistas apuntan al creciente malestar entre los trabajadores por la disparidad entre los beneficios empresariales y los salarios como un factor del resultado del referéndum sobre la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea. Ante las nuevas citas con las urnas previstas para este año en Francia y Alemania, **el descontento con la desigualdad de ingresos podría desencadenar nuevos reveses políticos**, en particular, en países donde los niveles de desempleo ya son elevados.  “Las empresas deben ser precavidas ante la percepción de que los salarios ajustados por inflación que pagan a sus trabajadores no aumentan en consonancia con la productividad. Aparte de la agitación política que esta percepción puede ocasionar, las empresas deben asumir el daño que puede imprimir en su reputación que sus trabajadores no se sientan adecuadamente retribuidos”, comenta **Álvaro Sanmartín, Chief Economist de Grant Thornton y Asesor del Fondo Alinea Global**.  **A mayores rentabilidades, mayores expectativas**  Estas disonancias en los salarios de los trabajadores se producen en un momento en el que los líderes empresariales de todo el mundo se muestran más positivos ante la marcha de sus negocios en los próximos trimestres. Esta nueva mentalidad es especialmente visible en las empresas de los principales bloques económicos, incluidos EE.U.U y China, según recoge el análisis por zonas geográficas del nuevo informe.  En España, los agentes sociales están intentando rediseñar un política de rentas para que las compañías que puedan permitírselo eleven sus salarios y, de este modo, aumente la capacidad adquisitiva de sus empleados. “Ofrecer niveles salariales adecuados y orientados a la productividad es un ejemplo de cómo las empresas pueden mejorar su reputación. Desde el punto de vista comercial, las empresas podrían además enfrentarse a la posibilidad de perder talento si la competencia logra atraer a los trabajadores cualificados ofreciéndoles salarios o participaciones en beneficios más altos. A medida que aumente en todo el mundo el optimismo y las expectativas de ingresos y rentabilidad, también avanzarán las expectativas de los trabajadores de percibir aumentos salariales que reflejen no sólo el aumento de precios sino también el crecimiento esperado de la productividad”, concluye **Álvaro Sanmartín, Chief Economist de Grant Thornton y Asesor del Fondo Alinea Global**.    **Características del estudio**  Este informe es parte del International Business Report (IBR), estudio que Grant Thornton realiza desde 1992 para conocer las tendencias, percepciones, decisiones y expectativas de las empresas de cara al corto y medio plazo. Los 37 países incluidos en el estudio representan más del 80% de la economía mundial. Por esto, a lo largo de sus 22 años, el IBR ha demostrado ser un barómetro que permite prever los cambios y tendencias de la economía mundial y los mercados locales a medio plazo.   * Universo: Empresas de todos los sectores económicos, de tamaño medio-grande (en el caso de España entre 100 y 500 empleados). * Muestra: Más de 10.000 entrevistas anuales a la alta dirección: Presidente, CEO, Director General, u otro alto directivo. 400 de ellas en España. * Trabajo de campo: Entrevistas telefónicas trimestrales realizadas en España por Análisis e Investigación y coordinadas mundialmente por Millward Brown.   Para la elaboración de este estudio del IBR se entrevistó a 2.600altos directivos en 36 países durante segundo y tercer trimestre de 2016 (200 en España).    **Acerca de Grant Thornton**  Grant Thornton es una firma de servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y financiero. Pertenecemos a una de las organizaciones mundiales líderes en servicios profesionales, con más de 47.000 profesionales presentes en más de 130 países. En España contamos con un equipo de más de 900 profesionales multidisciplinar, transversal, con experiencia y visión empresarial, que da servicio a más de 3.500 clientes en 9 oficinas repartidas por el territorio nacional: Madrid, Barcelona, Bilbao, Castellón, Málaga, Murcia, Pamplona, Valencia y Zaragoza. | |  |
|  |  | |  |
|  |  | |  |
|  |  | |  |
|  | DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN GRANT THORNTON  **Policarpo Aroca Oviedo Gerente de Comunicación** José Abascal, 56 | 28003 Madrid | España **T** +34 91 399 32 90 **M** +34 650 71 31 21 | |  |
|  | [Comunicacion@es.gt.com](mailto:Comunicacion@es.gt.com) **Accede a nuestra Sala de Prensa** | [cid:image007.png@01D19A43.92A22040](http://www.grantthornton.es/prensa.html) |  |
|  |  |  |  |
|  |  | |  |
|  |  | |  |
|  |  | |  |