

Reporte anual

Acompañar la transformación

Las Big Four coinciden en que, pese a la crisis, la actividad mantuvo su crecimiento, tendencia que pronostican seguirá en 2019. La consultoría, el gran impulsor. El impacto de las retenciones a las exportaciones de servicios.

Pese a la crisis económica que sacudió al país en 2018, los líderes de las *Big Four* coinciden en que su actividad mantuvo el crecimiento a lo largo del año y pronostican que seguirá la misma tendencia durante 2019. La incertidumbre que suele provocar un proceso electoral parece no detener los proyectos que el área de consultoría prevé desarrollar este año.

La mayoría de las grandes empresas tiene en sus agendas como prioridad llevar adelante procesos de transformación digital. En este aspecto se están centrando las firmas más importantes en el sector de la consul-

toría y auditoría, para ofrecer servicios y acompañar a sus clientes hacia un futuro incierto. Frente al surgimiento de nuevas problemáticas, la consultoría ofrece herramientas de estrategia e implementación, desde un punto de vista de negocios y tecnología, para llevar al cliente a liderar en el mercado en el que compete.

En EY Argentina, el área de consultoría representa un 60 por ciento de su facturación. El resto corresponde al área de auditoría. "El año pasado vivimos dos etapas —relata Eduardo Coduri, CEO de la compañía. El momento de quiebre fue la corri-

da bancaria de mayo. Previamente, el nivel de actividad era bastante alto porque los servicios de consultoría son muy atractivos en este momento para las empresas. Luego, la oscilación de la divisa provocó que la mitad de los proyectos se detuvieran por la incertidumbre". Para el ejecutivo, la desconfianza que trae un año de elecciones impacta en la toma de decisiones de las empresas, porque "no saben si van a invertir en un gobierno pro mercado o en uno populista". Y agrega: "Además, todo apuntaría a que se vendría un primer semestre complicado en materia de crecimiento del PBI. Por lo tanto, vemos que la actividad va a venir del interior hacia la capital. Es decir, se espera una buena cosecha y un crecimiento importante de la mano de Vaca Muerta. Salvo en los sectores de Agro, *Oil & Gas* y Minería, que vienen creciendo mucho, se observa una meseta. Los niveles de crecimiento de los distintos sectores empresariales, si existen, son muy bajos."

Uno de los principales obstáculos que se presentó para el sector de la consultoría es el impacto de la divisa en relación a la tecnología. "Lo único que no está dolarizado es la mano de obra, pero tarde o temprano tenés que responder a mejorar la compensación porque si no empezás a perder talento", señala Coduri.

Una gran preocupación para el ejecutivo es la recientemente reglamentada ley que establece las retenciones a las exportaciones de servicios. "Esa normativa me parece un error garrafal. Nosotros somos una empresa local que compete con otras locaciones por las inversiones de la firma global. Si la Argentina cobra un impuesto que en otros países no existe, quedamos fuera de juego. Con esta medida castigan a los que entramos dólares al país y a la generación de empleo. Todos los países del mundo incentivan la exportación y acá la quieren gravar", enfatiza.

Por su parte, Santiago Mignone, socio principal de PwC Argentina, y Norberto Montero, socio a cargo de Consultoría de la firma, cuentan que en 2017 iniciaron un proceso de transformación en la práctica de consultoría, que ya venían desarrollando. La intención fue hacer foco en los procesos de transformación digital para acompañar a las empresas en los cambios que está sufriendo el mundo de los negocios. "El 2018



Santiago Mignone, socio principal de PwC Argentina: "El mercado buena va".

Acompañar la transformación

Argentina - Apertura [Revista] Gral

Tier:1 Circulación: 12000 Audiencia 72000

 P. 52  1017 cm²  13879 cc  180.975,14 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 156209149

Acompañar la transformación

Argentina - Apertura [Revista] Gral

P. 52 1017 cm² 13879 cc 180.975,14 Peso Argentino Sin autor

fue un muy buen año. En el área de consultoría superamos el presupuesto que teníamos asignado. Actualmente, seguimos invirtiendo en el proceso de capacitación e incorporamos gente nueva a la organización", asegura Mignone.

Según Montero, la transformación del área se hizo pensando en las necesidades que van a surgir en el futuro. Por ejemplo, se desarrollaron servicios en ciberseguridad, que en la Argentina todavía no están tan maduros, pero con la introducción de las nuevas tecnologías es algo que va a tener mucho impacto.

Otro tema que tiende a crecer es *compliance*. "Considerando el contexto argentino, las empresas son mucho más conscientes de que tienen que ser más estrictas en ciertos procedimientos. La demanda de transparencia es global", explica. Pero, además, avanzan los socios, se va a necesitar soporte en todo lo relacionado con transformación digital: "Las empresas están repensando su modelo de negocio para adaptarlo a un mundo más digital. Las consultoras como la nuestra tienen que preparar a las organizaciones para poder responder a las demandas del mercado en el futuro. Tenemos que ser mucho más amplios en relación a los servicios de tecnología. Antes, estábamos concentrados en las tecnologías tradicionales y ahora estamos atentos a las más emergentes".

Desde hace algunos años, PwC Argentina volvió a trabajar con el Estado, acompañándolo en su proceso de modernización y transformación. "Alrededor del 20 por ciento de nuestro *revenue* de consultoría proviene de servicios brindados al sector público", revela Mignone. En total, el área de Consultoría representa un 15 por ciento de la facturación de PwC. Desde la reestructuración, algunos servicios tradicionales empezaron a depender de otras áreas para focalizarse en la nueva consultoría —en 2017, estos servicios representaban el 6 por ciento del *revenue*. "Cuando salís al mercado se rompe el paradigma de que vendés un producto. Tenés que entender al mercado, a los clientes y a los problemas, y cocrear una solución para dar una respuesta concreta. Nosotros tratamos de prepararnos para tener un enfoque integral. Cuando el mercado tiene que solucionar problemas complejos lo



“Los proyectos en curso van a seguir, pero se están demorando las decisiones de los nuevos. No va a ser un año fácil”.

Sergio Crivelli, socio director General de BDO.

Otro punto al que están muy atentos en PwC es a la exportación de servicios porque, por el efecto de la devaluación del peso, se ganó competitividad. "Entendemos la necesidad de los impuestos a la exportación de servicios, pero de todas formas creo que es un grave error. Queremos creer que será transitorio. Le pone ruido a un proceso de inversión que venía muy bien. El



“Si la Argentina cobra un impuesto que en otros países no existe, quedamos fuera de juego. Es un error garrafal”.

mercado de exportación de servicios es muy finito en relación a la rentabilidad, no es posible trasladar los precios de un impuesto al comprador, porque no te va a comprar más a vos. Como instrumento no es bueno. Vender servicios al exterior es una de las mejores estrategias que puede aplicar la Argentina para crear empleo de calidad y valor", opina Mignone.

En relación a este año, el ejecutivo cree que el gran desafío del Gobierno es reducir la incertidumbre. Sugiere que se deberían concentrar los esfuerzos en el dólar, la inflación y la tasa de interés. "Ese combo complica la segunda mitad del año. Nadie espera que haya crecimiento". Desde la compañía, se están enfocando "mucho" en proyectos de infraestructura. "Armamos un área con un equipo multidisciplinario muy experto preparado para ayudar, asesorar y proveer servicios en proyectos de infraestructura", resalta Mignone. El ejecutivo también proyecta que el crecimiento va a seguir proviniendo del asesoramiento en transformación digital, aunque haya demoras en algunos proyectos. "No visualizo una caída", dice, y añade que uno de los principales desafíos en este aspecto es traer nuevos talentos: "Es muy importante entrenar a la gente para lo que se viene. El desafío es romper el molde. Queremos reinventarnos y buscar gente en lugares donde no nos hubiéramos imaginado".

En crecimiento

La última encuesta global a CIOs, que hace KPMG todos los años en más de 80 países, reveló que la gran mayoría de las empresas aumentó las inversiones en innovación y, específicamente, en el área digital. Además, más de la mitad está invirtiendo en plataformas tecnológicas más ágiles para ayudar a las organizaciones a innovar y adaptarse a los cambios en el mercado.

El ejercicio de KPMG Argentina cerró el pasado septiembre y para Néstor García, socio director Ejecutivo, fue un muy buen año. Mientras que, según el ejecutivo, en Consultoría se superó el presupuesto, otra área con buen desarrollo fue Forensic, que tiene que ver con la prevención, detección e investigación de fraudes; también creció la de transformación digital de modelos de negocios y operativos. A tono con el

Acompañar la transformación

Argentina - Apertura [Revista] Gral

Tier:1 Circulación: 12000 Audiencia 72000

 P. 52  1017 cm²  13879 cc  180.975,14 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 156209149

que busca es valor", resalta Montero.

Eduardo Coduri, CEO de EY Argentina.

sector, la consultoría fue ganando terreno



en la participación de la facturación —ya representa un 30 por ciento—, detrás de Auditoría (40 por ciento). El resto, está relacionada con impuestos y legales. "En estos primeros meses estuvimos por arriba del presupuesto. La segunda parte del año es una incógnita. La transformación digital puede tener mejor o peor ritmo, pero no creo que se detenga", comenta García.

Para el referente de KPMG, es importante trabajar con las universidades para que los perfiles de los colaboradores no queden atrasados. Otro obstáculo se relaciona con la necesidad de que aumente la entrada de nuevos jugadores al país. "Eso sería importante para un mayor crecimiento", resalta.

Para este año que comienza, García comenta que los objetivos de crecimiento de la compañía, más allá de la coyuntura, están en aumentar en horas y facturación. Una posible línea de negocios en la que crecer es en el segmento de medianas empresas, para las cuales el ejecutivo señala que hay servicios que no son tan costosos, como por ejemplo el establecimiento de una línea ética: "Todo lo relacionado con *compliance* empieza a abarcar a todos los niveles del sector privado."

Por su parte, Claudio Giaino, *managing partner* de Deloitte, observa que todo lo relacionado con trabajo en equipo va a tener mucho desarrollo en el mediano plazo. Además, cree que las empresas van a necesitar servicios sobre cómo planificar la carrera del trabajador en el futuro. Y agrega: "Otro gran cambio en relación al talento tiene que

"Las empresas están yendo hacia un futuro contingente, automatizado y de participación colectiva de recursos".

Claudio Giaino, *managing partner* de Deloitte.

tumbadas a trabajar con sus propios empleados. De cara al futuro, cada vez más, se va a interactuar con contratistas y personas independientes. En Deloitte estamos acompañando a nuestros clientes hacia un futuro contingente, de participación colaborativa, automatizado y con asistencia cognitiva, en el cual la fuerza de trabajo se va a potenciar y diversificar cada vez más."

En Deloitte, el área de consultoría, que se conoce como *Advisory*, se divide en tres: Tecnología, Estrategia y Operaciones, y Capital Humano. Además, por fuera, cuenta con un área de consultoría de riesgos. "Advisory, a nivel global, representa tres cuartos de la facturación. En la Argentina es dos tercios, pero va a seguir creciendo", asegura Giaino. Según el ejecutivo, la mayor parte de los clientes de la firma son empresas grandes del extranjero, lo cual es ventajoso porque se exportan servicios en dólares.

Desde adentro

A través de la consultoría de negocios y la de gestión de riesgos, Grant Thornton ayuda a las organizaciones a gestionar los retos operativos, riesgos y oportunidades de un entorno competitivo en rápida evolu-

ción de los ingresos de la firma, ofrece servicios como ayudar a los clientes a cumplir sus obligaciones reglamentarias, comprensión y gestión de riesgos, diseño e implementación de estructuras de gobierno y de cumplimiento, diseño y gestión de programas de cambio, construcción de modelos de operación, comprensión de la cadena de suministro y mejoras en la eficiencia y la rentabilidad.

"El 2018 fue un año bueno por la gran diversidad de trabajo que tuvimos. Llegaron muchos clientes nuevos, incluso del exterior. Fue como vivir en una isla y, la verdad, no puedo explicar bien por qué. Tuvimos mucho trabajo, lo que nos permitió sortear las dificultades del mercado interno. Ya veníamos invirtiendo mucho en tecnología y sistemas, algo que nos ayudó a dar el paso hacia adelante para entrar en otra escala de servicios", cuenta Arnaldo Hasenclever, *managing partner* de Grant Thornton Argentina. Según el ejecutivo, el desafío siempre es tener a los mejores colaboradores: "Hay que desafiar a las generaciones actuales, que son muy dinámicas. Tenemos muchos empleados que hacen intercambios en filiales fuera del país y después vuelven. Eso ayuda a la retención de talentos."

Para Sergio Crivelli, socio director General de BDO Argentina, este año es una gran incógnita: "Los proyectos del área de consultoría que están en curso van a seguir, pero los nuevos están demorando las decisiones. No va a ser un año fácil". En BDO ofrecen servicios a medida en consultoría de negocio, cumplimiento normativo, *corporate finance*, M&A, mejora de procesos, asesoramiento en riesgos, auditoría interna, fraude, profesionalización de empresas y recursos humanos. Esta área representa el 35 por ciento de la facturación de la empresa.

El ejecutivo considera que la competitividad se gana con buenos recursos humanos, con constante capacitación e incorporando tecnología. En relación al talento, asegura que hay, pero es limitado. Ya con miras en los próximos desafíos, Crivelli enfatiza: "Tenemos el deseo de acompañar a las empresas en la transformación digital, pero primero tenemos que hacer esa transformación hacia adentro." <AP>

Acompañar la transformación

Argentina - Apertura [Revista] Gral

 P. 52  1017 cm²  13879 cc  180.975,14 Peso Argentino  Sin autor

17/01/2019

Tier:1 Circulación: 12000 Audiencia 72000

Ref.: 156209149

ver con que las compañías están acos-

ción. Esta área, que representa un 30 por

Florencia Tuchin

Acompañar la transformación

Reporte anual

Las Big Four coinciden en que, pese a la crisis, la actividad mantuvo su crecimiento, tendencia que pronostican seguirá en 2019. La consultoría, el gran impulsor. El impacto de las retenciones a las exportaciones de servicios.

Pese a la crisis económica que sacudió al país en 2018, los líderes de las Big Four coinciden en que su actividad mantuvo el crecimiento a lo largo del año y pronostican que seguirá la misma tendencia durante 2019. La incertidumbre que suele provocar un proceso electoral parece no detener los proyectos que el área de consultoría prevé desarrollar este año.

La mayoría de las grandes empresas tiene en sus agendas como prioridad llevar adelante procesos de transformación digital. En este aspecto se están centrando las firmas más importantes en el sector de la consultoría y auditoría, para ofrecer servicios y acompañar a sus clientes hacia un futuro incierto. Frente al surgimiento de nuevas problemáticas, la consultoría ofrece herramientas de estrategia e implementación, desde un punto de vista de negocios y tecnología, para llevar al cliente a liderar en el mercado en el que compete.

En EY Argentina, el área de consultoría representa un 60 por ciento de su facturación. El resto corresponde al área de auditoría. `El año pasado vivimos dos etapas relata Eduardo Coduri, CEO de la compañía. El momento de quiebre fue la corrida bancaria de mayo. Previamente, el nivel de actividad era bastante alto porque los servicios de consultoría son muy atractivos en este momento para las empresas. Luego, la oscilación de la divisa provocó que la mitad de los proyectos se detuvieran por la incertidumbre` Para el ejecutivo, la desconfianza que trae un año de elecciones impacta en la toma de decisiones de las empresas, porque `no saben si van a invertir en un gobierno pro mercado o en uno populista` Y agrega: `Además, todo apuntaría a que se vendría un primer semestre complicado en materia de crecimiento del PBI. Por lo tanto, vemos que la actividad va a venir del interior hacia la capital. Es decir, se espera una buena cosecha y un crecimiento importante de la mano de Vaca Muerta. Salvo en los sectores de Agro, Oil & Gas y Minería, que vienen creciendo mucho, se observa una meseta. Los niveles de crecimiento de los distintos sectores empresariales, si existen, son muy bajos`.

Uno de los principales obstáculos que se presentó para el sector de la consultoría es el impacto de la divisa en relación a la tecnología. `Lo único que no está dolarizado es la mano de obra, pero tarde o temprano tenés que responder a mejorar la compensación porque si no empezás a perder talento`, señala Coduri.

Una gran preocupación para el ejecutivo es la recientemente reglamentada ley que establece las retenciones a las exportaciones de servicios. `Esa normativa me parece un error garrafal. Nosotros somos una empresa local que compete con otras locaciones por las inversiones de la firma global. Si la Argentina cobra un impuesto que en otros países no existe, quedamos fuera de juego. Con esta medida castigan a los que entramos dólares al país y a la generación de empleo. Todos los países del mundo incentivan la exportación y acá la quieren gravar`, enfatiza.

Por su parte, Santiago Mignone, socio principal de PwC Argentina, y Norberto Montero, socio a cargo de Consultoría de la firma, cuentan que en 2017 iniciaron un proceso de transformación en la práctica de consultoría, que ya venían desarrollando. La intención fue hacer foco en los procesos de transformación digital para acompañar a las empresas en los cambios que está sufriendo el mundo de los negocios. `El 2018 Santiago Mignone, socio principal de PwC Argentina: `El mercado busca valor`. fue un muy buen año. En el área de consultaría superamos el presupuesto que teníamos asignado. Actualmente, seguimos invirtiendo en el proceso de capacitación e incorporamos gente nueva a la organización` asegura Mignone.

Según Montero, la transformación del área se hizo pensando en las necesidades que van a surgir en el futuro. Por ejemplo, se desarrollaron servicios en ciberseguridad, que en la Argentina todavía no están tan maduros, pero con la introducción de las nuevas tecnologías es algo que va a tener mucho impacto.

Otro tema que tiende a crecer es compliance. `Considerando el contexto argentino, las empresas son mucho más conscientes de que tienen que ser más estrictas en ciertos procedimientos. La demanda de transparencia es global` explica. Pero, además, avanza los socios, se va a necesitar soporte en todo lo relacionado con transformación digital: `Las empresas están repensando su modelo de negocio para adaptarlo a un mundo más digital. Las consultoras como la nuestra tienen que preparar a las organizaciones para poder responder a las demandas del mercado en el futuro. Tenemos que ser mucho más amplios en relación a los servicios de tecnología. Antes, estábamos concentrados en las tecnologías tradicionales y ahora estamos atentos a las más emergentes`

Desde hace algunos años, PwC Argentina volvió a trabajar con el Estado, acompañándolo en su proceso de modernización y transformación. `Alrededor del 20 por ciento de nuestro revenue de consultaría proviene de servicios brindados al sector público` revela Mignone. En total, el área de Consultaría representa un 15 por ciento de la facturación de PwC. Desde la reestructuración, algunos servicios tradicionales empezaron a depender de otras áreas para focalizarse en la nueva consultaría -en 2017, estos servicios representaban el 6 por ciento del revenue. `Cuando salís al mercado se rompe el paradigma de que vendés un producto. Tenés que entender al mercado, a los clientes y a los problemas, y cocrear una solución para dar una respuesta concreta. Nosotros tratamos de prepararnos para tener un enfoque integral. Cuando el mercado tiene que solucionar problemas complejos lo que busca es valor` resalta Montero.

Otro punto al que están muy atentos en PwC es a la exportación de servicios porque, por el efecto de la devaluación del peso, se ganó competitividad. `Entendemos la necesidad de los impuestos a la exportación de servicios, pero de todas formas creo que es un grave error. Queremos creer que será transitorio. Le pone ruido a un proceso de inversión que venía muy bien. El mercado de exportación de servicios es muy finito en relación a la rentabilidad, no es posible trasladar los precios de un impuesto al comprador, porque no te va a comprar más a vos. Como instrumento no es bueno. Vender servicios al exterior es una de las mejores estrategias que puede aplicar la Argentina para crear empleo de calidad y valor` opina Mignone.

En relación a este año, el ejecutivo cree que el gran desafío del Gobierno es reducir la incertidumbre. Sugiere que se deberían concentrar los esfuerzos en el dólar, la inflación y la tasa de interés: `Ese combo complica la segunda mitad del año. Nadie espera que haya crecimiento` Desde la compañía, se están enfocando `mucho` en proyectos de infraestructura. `Armamos un área con un equipo multidisciplinario muy experto preparado para ayudar, asesorar y proveer servicios en proyectos de infraestructura`, `resalta Mignone. El ejecutivo también proyecta que el crecimiento va a seguir proviniendo del asesoramiento en transformación digital, aunque haya demoras en algunos proyectos. `No visualizo una caída`, `dice, y añade que uno de los principales desafíos en este aspecto es traer nuevos talentos: `Es muy importante entrenar a la gente para lo que se viene. El desafío es romper el molde. Queremos reinventarnos y buscar gente en lugares donde no nos hubiéramos imaginado`. En crecimiento La última encuesta global a CIOs, que hace KPMG todos los años en más de 80 países, reveló que la gran mayoría de las empresas aumentó las inversiones en innovación y, específicamente, en el área digital. Además, más de la mitad está invirtiendo en plataformas tecnológicas más ágiles para ayudar a las organizaciones a innovar y adaptarse a los cambios en el mercado.

El ejercicio de KPMG Argentina cerró el pasado septiembre y para Néstor García, socio director Ejecutivo, fue un muy buen año. Mientras que, según el ejecutivo, en Consultoría se superó el presupuesto, otra área con buen desarrollo fue Forensic, que tiene que ver con la prevención, detección e investigación de fraudes; también creció la de transformación digital de modelos de negocios y operativos. A tono con el sector, la consultoría fue ganando terreno `Los proyectos en curso van a seguir, pero se están demorando las decisiones de los nuevos. No va a ser un año fácil`. Sergio Crivelli, socio director General de BDO.

`Si la Argentina cobra un impuesto que en otros países no existe, quedamos fuera de juego. Es un error garrafal`. Eduardo Coduri, CEO de EY Argentina. en la participación de la facturación -ya representa un 30 por ciento-, detrás de Auditoría (40 por ciento). El resto, está relacionada con impuestos y legales. `En estos primeros meses estuvimos por arriba del presupuesto. La segunda parte del año es una incógnita. La transformación digital puede tener mejor o peor ritmo, pero no creo que se detenga`, `comenta García.

Para el referente de KPMG, es importante trabajar con las universidades para que los perfiles de los colaboradores no queden atrasados. Otro obstáculo se relaciona con la necesidad de que aumente la entrada de nuevos jugadores al país. `Eso sería importante para un mayor crecimiento`, `resalta.

Para este año que comienza, García comenta que los objetivos de crecimiento de la compañía, más allá de la coyuntura, están en aumentar en horas y facturación. Una posible línea de negocios en la que crecer es en el segmento de medianas empresas, para las cuales el ejecutivo señala que hay servicios que no son tan costosos, como por ejemplo el establecimiento de una línea ética: `Todo lo relacionado con compliance empieza a abarcar a todos los niveles del sector privado`

Por su parte, Claudio Giaimo, managing partner de Deloitte, observa que todo lo relacionado con trabajo en equipo va a tener mucho desarrollo en el mediano plazo. Además, cree que las empresas van a necesitar servicios sobre cómo planificar la carrera del trabajador en el futuro. Y agrega: `Otro gran cambio en relación al talento tiene que ver con que las compañías están acostumbradas a trabajar con sus propios empleados. De cara al futuro, cada vez más, se va a interactuar con contratistas y personas independientes. En Deloitte estamos acompañando a nuestros clientes hacia un futuro contingente, de participación colaborativa, automatizado y con asistencia cognitiva, en el cual la fuerza de trabajo se va a potenciar y diversificar cada vez más`.

En Deloitte, el área de consultora, que se conoce como Advisory, se divide en tres: Tecnología, Estrategia y Operaciones, y Capital Humano. Además, por fuera, cuenta con un área de consultoría de riesgos. `Advisory, a nivel global, representa tres cuartos de la facturación. En la Argentina es dos tercios, pero va a seguir creciendo` asegura Giaimo. Según el ejecutivo, la mayor parte de los clientes de la firma son empresas grandes del extranjero, lo cual es ventajoso porque se exportan servicios en dólares. Desde adentro A través de la consultoría de negocios y la de gestión de riesgos, Grant Thornton ayuda a las organizaciones a gestionar los retos operativos, riesgos y oportunidades de un entorno competitivo en rápida evolución. Esta área, que representa un 30 por ciento de los ingresos de la firma, ofrece servicios como ayudar a los clientes a cumplir sus obligaciones reglamentarias, comprensión y gestión de riesgos, diseño e implementación de estructuras de gobierno y de cumplimiento, diseño y gestión de programas de cambio, construcción de modelos de operación, comprensión de la cadena de suministro y mejoras en la eficiencia y la rentabilidad.

`El 2018 fue un año bueno por la gran diversidad de trabajo que tuvimos. Llegaron muchos clientes nuevos, incluso del exterior. Fue como vivir en una isla y, la verdad, no puedo explicar bien por qué. Tuvimos mucho trabajo, lo que nos permitió sortear las dificultades del mercado interno. Ya veníamos invirtiendo mucho en tecnología y sistemas, algo que nos ayudó a dar el paso hacia adelante para entrar en otra escala de servicios`, `cuenta Arnaldo Hasenclever, managing partner de Grant Thornton Argentina. Según el ejecutivo, el desafío siempre es tener a los mejores colaboradores: `Hay que desafiar a las generaciones actuales, que son muy dinámicas. Tenemos muchos empleados que hacen intercambios en filiales fuera del país y después vuelven. Eso ayuda a la retención de talentos`.

Para Sergio Crivelli, socio director General de BDO Argentina, este año es una gran incógnita: `Los proyectos del área de consultoría que están en curso van a seguir, pero los nuevos están demorando las decisiones. No va a ser un año fácil` En BDO ofrecen servicios a medida en consultoría de negocio, cumplimiento normativo, corporatefinance, M&A, mejora de procesos, asesoramiento en riesgos, auditoría interna, fraude, profesionalización de empresas y recursos humanos. Esta área representa el 35 por ciento de la facturación de la empresa.

El ejecutivo considera que la competitividad se gana con buenos recursos humanos, con constante capacitación e incorporando tecnología. En relación al talento, asegura que hay, pero es limitado. Ya con miras en los próximos desafíos, Crivelli enfatiza: `Tenemos el deseo de acompañar a las empresas en la transformación digital, pero primero tenemos que hacer esa transformación hacia adentro` Florencia Tuchin. `Las empresas están yendo hacia un futuro contingente, automatizado y de participación colectiva de recursos`. Claudio Giaimo, managing partner de Deloitte.