

Casos

La puerta de entrada a la Revolución 4.0

El área de consultoría ligada a la transformación digital empuja la facturación de las Big Four, que compensaron con nuevos servicios la caída de la economía. Impuestos, reestructuraciones y consultas 2020.

Dos grandes devaluaciones, una elección presidencial y un gobierno que acaba de empezar su gestión. Esto, sumado a una economía que terminó el año demasiado endeble, fue el balance de un 2019 que, como si estas complicaciones no fueran pocas, también incluye a la transformación digital avanzando y cambiando los negocios a un ritmo inédito en la historia. En este contexto, las *Big Four* y las empresas de consultoría sacaron tajada de una demanda sostenida.

"Para nosotros fue un muy buen año, productivo, fundamentalmente, de que tuvimos mucho trabajo en el área de transformación digital, ayudando a clientes de diferente sectores e industrias. Ellos tienen que pensar su negocio teniendo en cuenta la disrupción de las tecnologías emergentes", asegura Nor-

berto Montero, socio a cargo del área de Consultoría de PwC, quien señala que otra área de crecimiento de la firma fueron los *financial services*, pues el surgimiento de las *fbtech* está dándole un nuevo movimiento al sector.

PwC está en crecimiento, reorientando sus servicios hacia el negocio de la transformación digital. "En 2018 dimos respuesta a este cambio de estrategia que se necesitaba y por eso hemos decidido sostener las inversiones en capacitación y atracción de talentos. Creemos que 2020 será un año que se va a mover más allá de la coyuntura, porque el área de cambio de modelos de negocios está en auge. Hoy hay que saber sobre manejo y arquitectura de datos, *corporate finance* y más", aclara Santiago Mignone, socio a cargo de PwC. En los últimos dos años, la firma

creció por encima de la inflación en facturación, dicen los socios. "Venimos trabajando fuertemente en nuevos servicios para cubrir todo el proceso de la transformación digital, desde la estrategia hasta la implementación. Vendemos soluciones integrales, estamos con nuestros clientes para repensar el modelo de negocio y llevarlos a la productividad. La transformación digital no es futuro, es presente", describe Montero.

En una situación similar se encuentra KPMG. Néstor García, socio director Ejecutivo de la consultora, no duda en afirmar que "a pesar de las limitaciones de un año electoral y con crisis económica, para KPMG Argentina fue un buen año. Hemos crecido en nuestras tres principales áreas de negocios: auditoría, impuestos y legales, y consultoría. Y esperamos seguir haciéndolo en 2020, en todo lo relacionado a las áreas de servicios relacionados con la tecnología y a través de la transformación digital de los modelos de negocios, y modelos operativos (robótica, ciberseguridad, inteligencia artificial, seguridad informática, experiencia del cliente). Además, en nuestras áreas de Forensic, International Tax y Asesoramiento Impositivo corporativo local, legales y tercerización de funciones (BPO), entre otras".

Incluso, García se anima a hacer un análisis de cómo la transformación digital viene impactando en el sector: "El negocio de las *Big Four* fue variando en las últimas décadas. Antes el eje natu-



Sergio Crivelli, socio director de BDO. Eduardo Coduri, CEO de EY. Arnaldo Hasenclever, CEO de Grant Thornton.

La puerta de entrada a la Revolución 4.0

17/01/2020

Argentina - Apertura [Revista] Gral

Tier:1 Circulación: 7475 Audiencia 44850

 P. 50  1020 cm²  13396 cc  181.509,00 Peso Argentino  Marysol Antón

Ref.: 211864509



Maria Inés Del Gener, CEO de Deloitte; Néstor García, socio director de KPMG; Santiago Mignone, socio a cargo de PwC.

ral era el de auditoría e impuestos y hoy es en asesoría de negocios, tecnología, *management*, M&A, obras de infraestructura públicas. Tenemos que darles soluciones concretas a las necesidades de los clientes que también van buscando nuevas oportunidades. Ser sus socios de confianza, no importa el lugar en donde estén. Y esto es un cambio cultural profundo, es tener otra mirada para elaborar estrategias para los nuevos negocios”.

Por esto, según el socio de KPMG, el servicio de Advisory va creciendo todos los años tanto en el mundo como en el mercado local: “Aproximadamente, hoy representa el 50 por ciento de nuestra facturación en el país. Mucho de ese crecimiento está siendo impulsado por la tecnología, por los servicios digitales que la firma desarrolla y pone en práctica para sus clientes. Además, la consultoría tiene una variedad amplia de servicios y prestaciones que se ofrecen independientemente de la situación económica que se pueda atravesar, ya que hay servicios muy relacionados a tiempos de ajuste, como por ejemplo optimizar costos y mejorar estrategias comerciales. Y para tiempos de crecimiento se necesitan los servicios de asesoramiento en M&A, fusiones y planes de inversión, que son clave en una etapa de expansión y mayor competitividad”. En consecuencia, la compañía acaba de poner en marcha

especialidades y capacidades de *Data & Analytics*, *Intelligent Automation* y *Customer Experience*.

Crecer en las dificultades

Al analizar 2019, Maria Inés Del Gener, CEO de Deloitte del Marketplace Cono Sur, señala, inevitablemente, que para sus clientes fue un año marcado por la incertidumbre y la inestabilidad: “Esta situación generó un escenario limitado en el desarrollo de nuevos negocios e inversiones a mediano y largo plazo. Pese a ello, hemos continuado colaborando con ellos en la transformación y digitalización de sus procesos para lograr mejoras en la competitividad en el mediano y largo plazo”.

En este escenario, la facturación de Deloitte creció por encima de la inflación, asegura. “Si bien un contexto macroeconómico más favorable hubiera permitido tasas de crecimiento aún mayores, hemos crecido en la incorporación y formación de consultores especializados en transformación digital y nuevas tecnologías. La inversión en entrenamiento en este último año tuvo un incremento significativo respecto de ejercicios anteriores y planeamos continuar aumentando nuestra inversión en este rubro, apalancados en nuestra red propia de expertos y en alianzas con nuevos socios”, describe Del Gener.

Para Deloitte, en 2019, el negocio de consultoría significó una factura-

anual superior al 10 por ciento y una proporción de más del 50 por ciento de la facturación total de la firma. “Para 2023 apuntamos a duplicar el tamaño de nuestra práctica de consultoría. En la Argentina, actualmente el negocio de área representa aproximadamente un 40 por ciento de la facturación total. Apuntamos a crecer agresivamente”, cuenta la CEO.

Según Eduardo Coduri, CEO de EY Argentina, “los servicios más demandados fueron temas fiscales y regulatorios, ajuste por inflación contable e impositivo y temas relacionados con la transformación digital, automatización e inteligencia artificial, entre otros”. Y añade: “Nosotros tenemos una oficina en Córdoba desde donde también atendemos la zona centro del país y, básicamente, hay un crecimiento de clientes locales emergentes, sobre todo emprendedores en distintas industrias. Además, exportamos servicios tanto tradicionales como a través de nuestro centro de servicios compartidos que atiende a otras oficinas de EY en el mundo”.

La *Big Four* cuenta con 2600 empleados, incluido el *share service*, y tomó más de 800 colaboradores en 2019. Este volumen le permite a su número uno definir cómo es la transición del modelo. “El negocio de auditoría sigue siendo el mayor en volumen, pero la tendencia es que los servicios de transacciones, consultoría e impuestos tengan cada

La puerta de entrada a la Revolución 4.0

Argentina - Apertura [Revista] Gral

 P. 50  1020 cm²  13396 cc  181.509,00 Peso Argentino  Marysol Antón

17/01/2020

Tier:1 Circulación: 7475 Audiencia 44850

Ref.: 211864509

su área de Digital Enablement, liderada por Álvaro Casalins, que incluye las

ción de casi US\$ 14.000 millones a nivel global, con una tasa de crecimiento

vez mayor incidencia en la facturación total. Está claro que la firma del futuro

será de servicios multidisciplinares y no de auditoría con algunas soluciones especiales", define Coduri.

Año de inflexión

Sin dudas, los expertos coinciden en que 2020 tendrá un contexto difícil. "Muchas empresas están pensando en una reestructuración de deuda y ya estamos trabajando en eso; es un proceso complicado, difícil, en el que acompañamos y orientamos", explica Montero.

La última devaluación dejó a las *Big Four* en una posición competitiva para exportar servicios al exterior, sobre todo a la región. "La industria de servicios (incluyendo los de consultoría) representa una importante oportunidad de crecimiento, generación de empleo y de divisas. Sin embargo, la Argentina, a diferencia de otros países de la región, no ha desarrollado incentivos fiscales y no fiscales para estimular la exportación de servicios. Esta es una cuenta pendiente que esperamos que este nuevo gobierno implemente en forma adecuada", advierte Del Gener. Al cierre de esta nota, la reglamentación de la Ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva fijó retenciones del 5 por ciento a la exportación de servicios hasta el 31 de diciembre de 2021.

"La demanda de profesionales capacitados para asesorar en un entorno de avances tecnológicos constantes está superando a la oferta laboral. Podemos asegurar que existe pleno empleo en este sector. Por lo tanto, si aumentan las exportaciones de servicios provocará un encarecimiento de los recursos disponibles e inevitablemente se incrementarán los precios internos", se adelanta Sergio Crivelli, socio director general de BDO Argentina.

Desde PwC destacan la reglamentación de la Ley de Economía del Conocimiento, "una de las pocas políticas de Estado que tenemos que, además, es un área generadora de empleos de calidad y divisas. Creemos que se continuará durante este nuevo gobierno", aclara Mignone.

"Es una muy buena ley que atiende la demanda de sectores que buscan incrementar su participación en el entran-

mado productivo nacional como, por ejemplo, la producción de *software* y de servicios informáticos, como también de otras actividades relacionadas a la ciencia y a la tecnología. En la actual situación por la que atraviesa el país, este sector puede ser uno de los pilares de desarrollo porque está relacionado a la economía de la cuarta revolución industrial impulsada por la tecnología y, además, porque la Argentina tiene la mayor plataforma de investigación y desarrollo de la región", suma García.

Otro tema que los consultores resaltan como una política de Estado que debería continuar e intensificarse es la conectividad en todo el territorio nacional. "De lo contrario, será difícil ser eficiente", advierte Mignone.

"Creemos que 2020 se va a mover más allá de la coyuntura, porque el área de cambios de modelos de negocios está en auge".

Santiago Mignone, PwC.

En cuanto a las industrias que más asesoramiento necesitarán para entrar a la revolución 4.0, Arnaldo Hasenclever, CEO de Grant Thornton, señala que "seguramente los sectores energético, agroindustria y turismo serán demandantes, tanto para su crecimiento como para lograr su inserción en mercados internacionales. Además, nuestra intención es prestarle soporte a las PyMEs cuyo mercado sea el interno y de consumo masivo".

Ampliando la mirada, desde BDO, Crivelli asegura: "Todas las actividades van a enfrentar el desafío de tener que convertirse o asumir el riesgo de desaparecer. Nosotros mismos lo enfrentamos. Si pensamos que podemos ofrecer servicios profesionales tal como lo hemos hecho hasta hoy, seguramente estaremos en problemas. Las estructuras piramidales y el tipo de profesionales que empleamos en el pasado están cambiando con rapidez. Hoy se trabaja con esquemas colaborativos, equipos móviles e interdisciplinarios. En nuestro caso, tenemos como ventaja adicional poder

contar con colaboradores de otros países que nos aporten conocimientos y experiencias complementarias a las nuestras. La posibilidad del trabajo remoto ayuda a estas formas de trabajo sin incrementar los costos en forma significativa".

Sector público

Los desafíos que la transformación digital plantea no solo impactan en el sector privado, sino también en el estatal. "Todo el año seguimos trabajando en la esfera pública en temas como eficiencia y reingeniería de procesos. También en ciberseguridad, un aspecto que hoy no se puede perder de vista. Desde PwC tenemos la mejor predisposición para seguir trabajando con el Estado, tanto a nivel provincial como nación. Tenemos que ver si los proyectos en los que estamos comprometidos continúan o no, y también conocer los nuevos que empezarán. Si se nos requiere, ahí estaremos", agrega Mignone. "Seguimos pensando que el Estado necesita hacer un *catch up* importante en tecnología y estamos preparados para acompañarlos. Consideramos que todo lo que tenga que ver con la modernización, la transparencia y la eficiencia del Estado debería seguir, porque con esto se pueden bajar los costos, lo que redundará en una mejoría para todos", complementa Montero.

Desde Deloitte, Del Gener coincide con sus colegas. "En general, hay un retraso significativo en materia de inversión en toda la economía. Si el país retoma la senda del crecimiento, el potencial es enorme. Hay mucho camino por recorrer para producir las transformaciones que exigen la era digital y nuevos valores socialmente adoptados como la sustentabilidad y la transparencia. Por ejemplo, el sector público necesita una profunda modernización, la industria financiera tradicional enfrenta enormes desafíos y debe transformarse para sobrevivir, el sector del consumo masivo debe dar respuesta a un consumidor cambiante y cada vez más exigente. Pero la materialización de todo este potencial dependerá de cómo evolucione la economía", resume la CEO. <AP> Marysol Antón

La puerta de entrada a la Revolución 4.0

Argentina - Apertura [Revista] Gral

 P. 50  1020 cm²  13396 cc  181.509,00 Peso Argentino  Marysol Antón

17/01/2020

Tier:1 Circulación: 7475 Audiencia 44850

Ref.: 211864509

Casos

El área de consultoría ligada a la transformación digital empuja la facturación de las Big Four, que compensaron con nuevos servicios la caída de la economía. Impuestos, reestructuraciones y consultas 2020.

Dos grandes devaluaciones, una elección presidencial y un gobierno que acaba de empezar su gestión. Esto, sumado a una economía que terminó el año demasiado endeble, fue el balance de un 2019 que, como si estas complicaciones no fueran pocas, también incluye a la transformación digital avanzando y cambiando los negocios a un ritmo inédito en la historia. En este contexto, las Big Four y las empresas de consultoría sacaron tajada de una demanda sostenida.

Para nosotros fue un muy buen año, producto, fundamentalmente, de que tuvimos mucho trabajo en el área de transformación digital, ayudando a clientes de diferente sectores e industrias. Ellos tienen que pensar su negocio teniendo en cuenta la disrupción de las tecnologías emergentes, asegura Norberto Montero, socio a cargo del área de Consultoría de PwC, quien señala que otra área de crecimiento de la firma fueron los financial services, pues el surgimiento de las fintech está dándole un nuevo movimiento al sector.

PwC está en crecimiento, reorientando sus servicios hacia el negocio de la transformación digital. En 2018 dimos respuesta a este cambio de estrategia que se necesitaba y por eso hemos decidido sostener las inversiones en capacitación y atracción de talentos. Creemos que 2020 será un año que se va a mover más allá de la coyuntura, porque el área de cambio de modelos de negocios está en auge. Hoy hay que saber sobre manejo y arquitectura de datos, corporate finance y más, aclara Santiago Mignone, socio a cargo de PwC. En los últimos dos años, la firma creció por encima de la inflación en facturación, dicen los socios. Venimos trabajando fuertemente en nuevos servicios para cubrir todo el proceso de la transformación digital, desde la estrategia hasta la implementación. Vendemos soluciones integrales, estamos con nuestros clientes para repensar el modelo de negocio y llevarlos a la productividad. La transformación digital no es futuro, es presente, describe Montero.

En una situación similar se encuentra KPMG. Néstor García, socio director Ejecutivo de la consultora, no duda en afirmar que a pesar de las limitaciones de un año electoral y con crisis económica, para KPMG Argentina fue un buen año. Hemos crecido en nuestras tres principales áreas de negocios: auditoría, impuestos y legales, y consultoría. Y esperamos seguir haciéndolo en 2020, en todo lo relacionado a las áreas de servicios relacionados con la tecnología y a través de la transformación digital de los modelos de negocios, y modelos operativos (robótica, ciberseguridad, inteligencia artificial, seguridad informática, experiencia del cliente). Además, en nuestras áreas de Forensic, International Tax y Asesoramiento Impositivo corporativo local, legales y tercerización de funciones (BPO), entre otras.

Incluso, García se anima a hacer un análisis de cómo la transformación digital viene impactando en el sector: El negocio de las Big Four fue variando en las últimas décadas. Antes el eje natural era el de auditoría e impuestos y hoy es en asesoría de negocios, tecnología, management, M&A, obras de infraestructura públicas. Tenemos que darles soluciones concretas a las necesidades de los clientes que también van buscando nuevas oportunidades. Ser sus socios de confianza, no importa el lugar en donde estén. Y esto es un cambio cultural profundo, es tener otra mirada para elaborar estrategias para los nuevos negocios.

Por esto, según el socio de KPMG, el servicio de Advisory va creciendo todos los años tanto en el mundo como en el mercado local: Aproximadamente, hoy representa el 50 por ciento de nuestra facturación en el país. Mucho de ese crecimiento está siendo impulsado por la tecnología, por los servicios digitales que la firma desarrolla y pone en práctica para sus clientes. Además, la consultoría tiene una variedad amplia de servicios y prestaciones que se ofrecen independientemente de la situación económica que se pueda atravesar, ya que hay servicios muy relacionados a tiempos de ajuste, como por ejemplo optimizar costos y mejorar estrategias comerciales. Y para tiempos de crecimiento se necesitan los servicios de asesoramiento en M&A, fusiones y planes de inversión, que son clave en una etapa de expansión y mayor competitividad. En consecuencia, la compañía acaba de poner en marcha su área de Digital Enablement, liderada por Alvaro Casalins, que incluye las especialidades y capacidades de Data & Analytics, Intelligent Automation y Customer Experience. Crecer en las dificultades Al analizar 2019, María Inés Del Gener, CEO de Deloitte del Marketplace Cono Sur, señala, inevitablemente, que para sus clientes fue un año marcado por la incertidumbre y la inestabilidad: Esta situación generó un escenario limitado en el desarrollo de nuevos negocios e inversiones a mediano y largo plazo. Pese a ello, hemos continuado colaborando con ellos en la transformación y digitalización de sus procesos para lograr mejoras en la competitividad en el mediano y largo plazo.

En este escenario, la facturación de Deloitte creció por encima de la inflación, asegura. Si bien un contexto macroeconómico más favorable hubiera permitido tasas de crecimiento aún mayores, hemos crecido en la incorporación y formación de consultores especializados en transformación digital y nuevas tecnologías. La inversión en entrenamiento en este último año tuvo un incremento significativo respecto de ejercicios anteriores y planeamos continuar aumentando nuestra inversión en este rubro, apalancados en nuestra red propia de expertos y en alianzas con nuevos socios, describe Del Gener.

Para Deloitte, en 2019, el negocio de consultoría significó una facturación de casi US\$ 14.000 millones a nivel global, con una tasa de crecimiento anual superior al 10 por ciento y una proporción de más del 50 por ciento de la facturación total de la firma. Para 2023 apuntamos a duplicar el tamaño de nuestra práctica de consultoría. En la Argentina, actualmente el negocio de área representa aproximadamente un 40 por ciento de la facturación total. Apuntamos a crecer agresivamente, cuenta la CEO.

Según Eduardo Coduri, CEO de EY Argentina, los servicios más demandados fueron temas fiscales y regulatorios, ajuste por inflación contable e impositivo y temas relacionados con la transformación digital, automatización e inteligencia artificial, entre otros. Y añade: Nosotros tenemos una oficina en Córdoba desde donde también atendemos la zona centro del país y, básicamente, hay un crecimiento de clientes locales emergentes, sobre todo emprendedores en distintas industrias. Además, exportamos servicios tanto tradicionales como a través de nuestro centro de servicios compartidos que atiende a otras oficinas de EY en el mundo.

La BigFour cuenta con 2600 empleados, incluido el share service, y tomó más de 800 colaboradores en 2019. Este volumen le permite a

su número uno definir cómo es la transición del modelo. `El negocio de auditoría sigue siendo el mayor en volumen, pero la tendencia es que los servicios de transacciones, consultoría e impuestos tengan cada vez mayor incidencia en la facturación total. Está claro que la firma del futuro será de servicios multidisciplinarios y no de auditoría con algunas soluciones especiales`, define Coduri. Año de inflexión Sin dudas, los expertos coinciden en que 2020 tendrá un contexto difícil. `Muchas empresas están pensando en una reestructuración de deuda y ya estamos trabajando en eso; es un proceso complicado, difícil, en el que acompañamos y orientamos`, explica Montero.

La última devaluación dejó a las Big Four en una posición competitiva para exportar servicios al exterior, sobre todo a la región. `La industria de servicios (incluyendo los de consultoría) representa una importante oportunidad de crecimiento, generación de empleo y de divisas. Sin embargo, la Argentina, a diferencia de otros países de la región, no ha desarrollado incentivos fiscales y no fiscales para estimular la exportación de servicios. Esta es una cuenta pendiente que esperamos que este nuevo gobierno implemente en forma adecuada`, advierte Del Gener. Al cierre de esta nota, la reglamentación de la Ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva fijó retenciones del 5 por ciento a la exportación de servicios hasta el 31 de diciembre de 2021.

`La demanda de profesionales capacitados para asesorar en un entorno de avances tecnológicos constantes está superando a la oferta laboral. Podemos asegurar que existe pleno empleo en este sector. Por lo tanto, si aumentan las exportaciones de servicios provocará un encarecimiento de los recursos disponibles e inevitablemente se incrementarán los precios internos`, se adelanta Sergio Crivelli, socio director general de BDO Argentina.

Desde PwC destacan la reglamentación de la Ley de Economía del Conocimiento, `una de las pocas políticas de Estado que tenemos que, además, es un área generadora de empleos de calidad y divisas. Creemos que se continuará durante este nuevo gobierno`, aclara Mignone.

`Es una muy buena ley que atiende la demanda de sectores que buscan incrementar su participación en el entramado productivo nacional como, por ejemplo, la producción de software y de servicios informáticos, como también de otras actividades relacionadas a la ciencia y a la tecnología. En la actual situación por la que atraviesa el país, este sector puede ser uno de los pilares de desarrollo porque está relacionado a la economía de la cuarta revolución industrial impulsada por la tecnología y, además, porque la Argentina tiene la mayor plataforma de investigación y desarrollo de la región`, suma García.

Otro tema que los consultores resaltan como una política de Estado que debería continuar e intensificarse es la conectividad en todo el territorio nacional. `De lo contrario, será difícil ser eficiente`, advierte Mignone.

En cuanto a las industrias que más asesoramiento necesitarán para entrar a la revolución 4.0, Arnaldo Hasenclever, CEO de Grant Thornton, señala que `seguramente los sectores energético, agroindustria y turismo serán demandantes, tanto para su crecimiento como para lograr su inserción en mercados internacionales. Además, nuestra intención es prestarle soporte a las PyMEs cuyo mercado sea el interno y de consumo masivo`.

Ampliando la mirada, desde BDO, Crivelli asegura: `Todas las actividades van a enfrentar el desafío de tener que convertirse o asumir el riesgo de desaparecer. Nosotros mismos lo enfrentamos. Si pensamos que podemos ofrecer servicios profesionales tal como lo hemos hecho hasta hoy, seguramente estaremos en problemas. Las estructuras piramidales y el tipo de profesionales que empleamos en el pasado están cambiando con rapidez. Hoy se trabaja con esquemas colaborativos, equipos móviles e interdisciplinarios. En nuestro caso, tenemos como ventaja adicional poder contar con colaboradores de otros países que nos aporten conocimientos y experiencias complementarias a las nuestras. La posibilidad del trabajo remoto ayuda a estas formas de trabajo sin incrementar los costos en forma significativa`. Sector público Los desafíos que la transformación digital plantea no solo impactan en el sector privado, sino también en el estatal. `Todo el año seguimos trabajando en la esfera pública en temas como eficiencia y reingeniería de procesos. También en ciberseguridad, un aspecto que hoy no se puede perder de vista. Desde PwC tenemos la mejor predisposición para seguir trabajando con el Estado, tanto a nivel provincial como nación. Tenemos que ver si los proyectos en los que estamos comprometidos continúan o no, y también conocer los nuevos que empezarán. Si se nos requiere, ahí estaremos`, agrega Mignone. `Seguimos pensando que el Estado necesita hacer un catch up importante en tecnología y estamos preparados para acompañarlos. Consideramos que todo lo que tenga que ver con la modernización, la transparencia y la eficiencia del Estado debería seguir, porque con esto se pueden bajar los costos, lo que redundará en una mejoría para todos`, complementa Montero.

Desde Deloitte, Del Gener coincide con sus colegas. `En general, hay un retraso significativo en materia de inversión en toda la economía. Si el país retoma la senda del crecimiento, el potencial es enorme. Hay mucho camino por recorrer para producir las transformaciones que exigen la era digital y nuevos valores socialmente adoptados como la sustentabilidad y la transparencia. Por ejemplo, el sector público necesita una profunda modernización, la industria financiera tradicional enfrenta enormes desafíos y debe transformarse para sobrevivir, el sector del consumo masivo debe dar respuesta a un consumidor cambiante y cada vez más exigente. Pero la materialización de todo este potencial dependerá de cómo evolucione la economía`, resume la CEO. Marysol Antón

`Creemos que 2020 se va a mover más allá de la coyuntura, porque el área de cambios de modelos de negocios está en auge`. Santiago Mignone, PwC.

Sergio Crivelli, socio director de BDO. Eduardo Coduri, CEO de EY. Arnaldo Hasenclever, CEO de Grant Thornton

María Inés Del Gener, CEO de Deloitte. Néstor García, socio director de KPMG. Santiago Mignone, socio a cargo de PwC.