

Servicios

Audidores en medio de la emergencia

El impacto de la pandemia impulsó la demanda de asesoramiento para las big four y los grandes jugadores del segmento de consultoría.

Transformación digital e incorporación de tecnología para automatizar procesos, algunos de los servicios que crecen. Cómo ven 2021.

El año que cambió las reglas. Esa frase podría resumir la percepción de las empresas sobre lo que fue 2020. Y en ese mar de turbulencias, las Big Four y los grandes estudios de consultoría lograron controlar el timón para no perder el rumbo o para encontrar uno nuevo.

Las oportunidades vinieron de la mano de la incorporación de tecnología, del asesoramiento en medio de los cambios de la política cambiaria, fiscal y regulatoria y de la tercerización y exportación de servicios.

Las firmas, que desarrollaban su actividad desde sus oficinas o en las de sus clientes, mutaron rápidamente al teletrabajo, para el que –aseguran– ya se venían preparando. La diversificación también les permitió compensar la

caída de la demanda de algunos clientes más afectados por la pandemia.

Fuera de su negocio tradicional de auditoría y asesoramiento impositivo, PwC ve aumentar su actividad en un 20 por ciento a 25 por ciento anual en un área que comenzó a desarrollar hace una década: la de exportación de servicios. Hoy realiza para el exterior prestaciones tan variadas como auditoría, traducción, diseño gráfico y seguridad informática. Y sigue ampliando su oferta: “Nuestros procesos de inversión generalmente están asociados a talentos, a desarrollo de nuevas habilidades para determinados servicios”, explica Santiago Mignone, socio a cargo de PwC.

Para Mignone, la celeridad en la adaptación tecnológica marcará el rit-

mo de expansión en la compañía, que hoy cuenta con 3453 empleados. “El crecimiento vendrá por el lado de la inteligencia artificial, del Big Data y de la gestión de datos en general, así como de los nuevos negocios asociados a la experiencia digital”, apunta.

Tras un 2020 en el que se impuso el trabajo a distancia, Mignone cree que la gestión de los recursos humanos combinará los modelos presencial y remoto. “Estamos trabajando en una lógica que saque lo mejor de ambos: con la presencia física para la construcción de valor y de confianza y la virtualidad para ganar eficiencia, reducir costos y sumar velocidad de respuesta al cliente”, describe.

En un año signado por cambios regulatorios, el socio a cargo de PwC destaca como positivo que el Gobierno haya eliminado las retenciones a las prestaciones al exterior –que eran del 5 por ciento– en la reglamentación de la ley de Economía del Conocimiento, pero no lo considera suficiente. “Esperamos que igual tratamiento pueda dispensarse para cualquier exportación de servicios, y no solo las incluidas en esa ley, dado que ello sería beneficioso para la generación de divisas y empleo en el sector”, declara.

Integración

KPMG encaró desde 2019 la integración regional con el fin de unir estrategias comerciales y optimizar los equipos para las nuevas demandas del mercado, y este proceso no se frenó con la pandemia. En ese marco, este año –aseguran en la firma– fue positivo y destacan, por caso, que se desarrolló y consolidó el servicio “digital enablement”, que comprende la evaluación de la experiencia de los clientes de quienes los contratan, data & analytics y automatización inteligente. “Es algo que tiene mucha repercusión hoy porque ha cambiado el método en que muchas compañías están llegando a sus clientes”, afirma Néstor García, presidente y CEO de KPMG Argentina. La prestación comprende desde establecer si una página web es amigable, hasta chequear la garantía de un producto, evaluando –en el medio– si es sencillo pagarlo. “Permite analizar la madurez actual del negocio de una



“El crecimiento vendrá por el lado de la inteligencia artificial, del Big Data y de la gestión de datos en general, así como de los nuevos negocios asociados a la experiencia digital”.

Santiago Mignone, PwC

“Digital enablement es algo que tiene mucha repercusión hoy porque ha cambiado el método en que muchas compañías están llegando a sus clientes”.

Néstor García, KPMG

compañía y ayuda a pensar, definir e implementar nuevas prácticas”, define.

Otro de sus servicios que crece es el de Forensic, cuyo plantel de profesionales muestra una gran diversidad: abogados, ingenieros, contadores y hasta médicos forman parte de él. “Lo que también se demandó más que otros años fue la tercerización de actividades como contabilidad, *payroll*, impuestos, así como la robótica, aplicada a acelerar tareas rutinarias”, cuenta García.

Solo se avizora una inquietud en la empresa: la ley de Teletrabajo deja todavía incógnitas. La firma –integrada por 1250 personas– espera que la norma sea una herramienta para generar empleo, pero considera que, para que eso ocurra, algunos aspectos que podrían impactar negativamente deben ser resueltos a través de la reglamentación. Entre ellos, el relacionado con el derecho a la desconexión (límites horarios para la comunicación con el personal) y la reversión a la modalidad presencial.

Norberto Nacuzzi, *Country Managing Partner* de EY Argentina –que emplea a más de 3500 personas–, también plantea preocupación por ese marco regulatorio. “Al tener que adaptar nuestro modelo al *home office* como forma excluyente de trabajar, con el objetivo de cuidar a nuestra gente, miramos especialmente esa normativa”, señala.

Apunta además que, si bien no hubo grandes cambios en la regulación de las

consultoras, sí se registraron muchos que afectan a sus clientes. “Y requirieron de parte de las empresas una adaptación constante”, asegura.

Nacuzzi precisa que las áreas vinculadas a la transformación digital han liderado –y cree que lo seguirán haciendo– la demanda de nuevos profesionales por parte de las *big four*. En relación con el crecimiento fuera de lo que era su *core business*, aclara: “La nuestra ya dejó de ser la tradicional firma de auditoría e impuestos con algo de consultoría y está camino a ser una compañía multidisciplinaria”. “Además de nuestros servicios históricamente tradicionales, nos queremos posicionar como líderes en la transformación digital, en consultoría integral de riesgos, en gerenciamiento tributario, pero también legal, y en asesoría en estrategia y finanzas”, describe. “Es decir, un acompañamiento amplio en la profunda transformación que, sin dudas, se viene”, completa.

Para el ejecutivo, el país sigue siendo “un gran generador de recursos altamente calificados”. Pero anticipa: “Si no le podemos dar a nuestros jóvenes profesionales un buen presente y alguna proyección de futuro, será muy difícil retenerlos”. Y asevera que eso “depende del sector privado y del público en forma conjunta”.

Para Deloitte, la pandemia dejó en claro que “aquellos que más habían invertido y avanzado en su transfor-

mación digital fueron quienes mejor respuesta pudieron dar”. Para la compañía, la fórmula para afrontar una situación inédita como la que se vivió en 2020 incluye entender el impacto de la crisis y determinar dónde está cada organización, visualizar el futuro y, finalmente, transformarse aceleradamente.

En cuanto a su actividad, su área de práctica legal, que venía desarrollándose previamente, se consolidó, en buena medida por los cambios coyunturales como las reformas fiscales o las reorganizaciones para reducir costos. “Distintos temas hicieron que los servicios legales crecieran”, remarca María Inés Del Gener, CEO de Deloitte del Marketplace Cono Sur. Para algunos servicios, la firma capitalizó saberes propios de la Argentina: “Producto de la crisis global, se ha fortalecido el área de Reestructuración, para atender no sólo casos argentinos, sino también –aprovechando la *expertise* de las sucesivas crisis locales– brindar nuestro *know how* para atender casos de la región”.

Para 2021, la ejecutiva anticipa una demanda sostenida de servicios asociados a la robótica, la cual –reconoce– entraña desafíos. “Es un cambio muy grande e involucra a distintas áreas, no sólo a la de tecnología. Por eso, nosotros trabajamos siempre con equipos multidisciplinarios”, afirma. Y explica que pueden acompañar al cliente en todo el proceso a la hora de integrarla:



“Para este año esperamos recuperar nuestras tarifas. Nuestra expectativa es crecer 10 por ciento por encima de la inflación, estimada en 45 por ciento”.

Sergio Crivelli, BDO Argentina



“Producto de la crisis se fortaleció el área de Reestructuración, para atender no solo casos locales sino también dar *know how* a la región”.

María Inés Del Gener, Deloitte



“La nuestra ya dejó de ser la tradicional firma de auditoría e impuestos con algo de consultoría y está camino a ser una compañía multidisciplinaria”.

Norberto Nacuzzi, EY

Cuando toman la decisión; luego, en la búsqueda del mejor modelo y, posteriormente, en la transición y el cambio”.

La ciberseguridad también cobró especial relevancia para Deloitte en 2020. “Va de la mano de un cambio generalizado”, sintetiza Del Gener.

Respecto de los cambios normativos, la directiva lamenta que la ley de Economía del Conocimiento no fuera, en su versión final, tan beneficiosa como el proyecto que se aprobó en 2019. Y en relación con la reciente eliminación de las retenciones del 5 por ciento para la exportación de servicios, opina: “Es un beneficio para quienes encuadren en ley de industria del conocimiento y para encuadrar hay que cumplir una serie de requisitos, no es automático”.

Second tier

La franja de las “second tier” exhibe algunas similitudes con la de las Big Four. “La pandemia generó una demanda vinculada con un desborde de normas de parte de los organismos estatales. Llámese ‘moratoria’, ‘ATP’, ‘Bienes Personales’ y, ahora, ‘Impuesto a las Grandes Fortunas’”, coincide por ejemplo César Litvin, CEO del estudio Lisicki, Litvin & Asociados. La firma tuvo en 2020 una facturación de \$ 685 millones, contra los \$ 482 millones de 2019, y para este año prevé unos \$ 1200 millones. El incremento en los ingresos se debe, en palabras de Litvin, a dos factores: inflación y nuevos servicios.

El directivo pone en perspectiva el impacto de la pandemia: “A las crisis hay que saber interpretarlas”, dice. “Aplicamos una frase, que no inventé, pero que incorporé: ‘Ante la crisis, lo mejor es seguir creciendo’”.

En la empresa, Impuestos representa el 60 por ciento de la actividad; seguida en un 30 por ciento por Auditoría y en un 10 por ciento por servicios específicos, como compliance, control de proveedores, consultoría y valuaciones de empresas, entre otros. Actualmente, está invirtiendo en inteligencia artificial y robótica, con el fin de desarrollar las tareas repetitivas u operativamente demandantes. “Una carga de una declaración jurada puede llevar todo un

de trabajo y el *software* lo hace en 18 minutos”, ilustra.

Litvin anticipa que hay dos áreas que buscará potenciar en 2021: la de Derecho Cambiario y Aduanero y la de asesoramiento tributario cambiario y aduanero en recursos naturales y energía.

BDO Argentina incrementó su personal en 2020 y espera seguir creciendo en el que año que comienza. “Finalizamos 2019 con una dotación de 630 personas y en diciembre llegamos a 680”, dice al respecto Sergio Crivelli, socio director de la firma, cuya facturación se incrementó en un 30 por ciento. “Si logramos un crecimiento en términos reales, a fines de 2021 estimamos contar con una dotación de 750 personas”, completa.

“Para 2021 esperamos poder recuperar nuestras tarifas. Nuestra expectativa es crecer un 10 por ciento por encima de la inflación proyectada, que según las primeras estimaciones será de 45 por ciento”, revela. Los servicios de la compañía se dividen en un 30 por ciento en servicios de Auditoría y Aseguramiento; 35 por ciento, en *outsourcing* contable, impositivo, *payroll* y procesos; 20 por ciento en consultoría (finanzas corporativas, seguridad, riesgo y *compliance*, fraude e investigaciones y *change management*) y 15 por ciento en asesoramiento tributario.

El mayor crecimiento –precisa Crivelli– se verifica en el área de *outsourcing*. “Hoy las empresas ya no solo tercerizan servicios, sino que cada vez más tercerizan procesos”, amplía.

La pandemia tuvo un doble efecto en la firma. “El principal fue el incremento de la incertidumbre sobre la evolución de la economía. Eso frenó algunos proyectos de consultoría e hizo más complicado mantener el nivel de nuestras tarifas”, reconoce. Pero matiza: “No obstante, nuestra actividad se incrementó en aquellos servicios relacionados con la seguridad informática y los procesos de transformación digital como consecuencia de la necesidad de adaptarse al trabajo remoto”.

Un resumen similar brinda Arnaldo Hasenclever, *Managing Partner* de Grant Thornton Argentina. “Todas las áreas se fortalecieron gracias a la resi-

liencia con la que afrontamos los desafíos impuestos por la coyuntura global”, señala y asegura que la pandemia no tuvo mayores efectos en su actividad. “Seguimos con nuestras operaciones habituales”, asevera.

Los ingresos de la firma, que tiene 400 empleados, corresponden en un 30 por ciento a auditoría; igual porcentaje a *outsourcing*, y 20 por ciento cada una en consultoría e impuestos. En el total, la exportación de servicios explica el 15 por ciento de sus ingresos.

Como sus competidoras, Grant Thornton registró un aumento en la demanda de servicios para eficientizar procesos, producto de la necesidad de ahorros que generó la crisis. Las modificaciones del entorno normativo también le generaron nuevas oportunidades. Para este año, Hasenclever anticipa una expansión en el área de IT, pero reconoce un desafío: “Es muy difícil encontrar recursos humanos calificados y más aún en esta nueva normalidad”.

En SMS - San Martín, Suárez & Asociados, el contexto de crisis y sus normas también implicaron un aumento de la demanda de servicios. “Se incrementaron las consultas por reclamos referidas a normativa de emergencia, en especial las referidas al programa ATP –señala el socio del departamento de Auditoría Andrés Riportella. También realizamos presentaciones por pedidos de prórroga ante requerimientos del fisco que por razones de fuerza mayor no podían ser cumplidas a tiempo”.

Desde hace un año, SMS sumó una práctica profesional focalizada en pymes y la pandemia empujó un crecimiento de las consultas en ese nicho, cuenta el socio. “Además, vimos un incremento de los clientes relacionados con la industria *fintech*”, agrega.

Para este año, la firma piensa ampliar su oferta de productos de transformación digital y lanzará su escuela de negocios para reforzar las prácticas de capacitación, adelanta Riportella. “Las áreas relacionadas a digital, sustentabilidad y pymes prestaron mayor cantidad de servicios respecto de años anteriores”, resume. <AP> *Alejandra Beresovsky*