

eso, en agosto de 2020 adquirieron Inter-Cultura, una firma especializada en *design thinking* y mejora en la experiencia de clientes y usuarios. Los profesionales de la compañía se incorporaron a su división de consultoría y conformaron EY Design Studio. “Los servicios relacionados con la digitalización es donde pusimos un foco diferencial, no solo en la atención a los clientes directamen-

“En los últimos 10 años venimos creciendo a tasas del 10 por ciento en gente, pero en 2022 no lo esperamos. No porque haya falta de demanda de nuestros servicios sino para privilegiar la tarifa y no tanto el crecimiento”

Sergio Crivelli, BDO

te por ser servicios demandados, sino también en cubrir sus necesidades, mejorando nuestra propia respuesta interna, nuestros procesos internos y nuestro propio *approach* de trabajo”, comenta Norberto Nacuzzi, Country Managing Partner de la filial local.

Esa nueva dinámica trajo consigo la necesidad de crear un nuevo portfolio de ofertas para las empresas. “Podríamos mencionar la reconversión de los modelos de negocios, la prevención de riesgos informáticos, consultoría en logística, y la gestión de las numerosas regulaciones que surgieron durante la pandemia, incluyendo los temas impositivos, entre otros”, menciona el ejecutivo. La operación local tiene 3500 empleados, de los cuales más de la mitad pertenecen a un negocio al que apuestan varios *players*: la exportación de servicios.

Sin fronteras

“El *core* es el ciclo completo de servicio y asesoramiento personalizado, pero la exportación es una pata estratégica”, describe Mignone, de PwC. En junio pasado la *big four* anunció una inversión de US\$ 45 millones para la filial local (N.d.R: el desembolso forma parte de una inyección global de US\$ 12.000 millones) principalmente para incorporar recursos calificados en esta área y renovación tecnológica. Desde la



firma aseguran que tienen entre 700 y 1000 posiciones abiertas, en su mayoría para el sector de exportación de servicios.

El complejo de servicios basados en el conocimiento es uno de los de mayor protagonismo con US\$ 5700 millones generados en exportaciones durante el primer semestre de 2021, solo superado por el sector oleaginoso y el cerealero. Un halo de optimismo surgió dentro del sector tras el anuncio en septiembre del año pasado de que a partir de 2022 la exportación de servicios dejaría de pagar retenciones.

Por caso, KPMG comenzó a desarrollar este trabajo en



2021 y para este año espera “explotar” en la pata de impuestos. “También tratamos de exportar servicios de ciberseguridad, agilidad y algunas áreas de *forensic* y *tax technology*”, indica García.

En tanto, EY construyó su centro de servicios compartidos (GDS) en 2011 y desde ese entonces crece a un ritmo de entre 20 y 25 por ciento anual. Hoy

concentra más de 1700 colaboradores de la empresa que brindan soporte a las diversas subsidiarias de la consultora alrededor del mundo y tiene más de 600 posiciones abiertas para el futuro inmediato. Desde hace casi cuatro años esta unidad se escindió de EY Argentina y funciona como una entidad aparte.

Uno de los grandes problemas del desarrollo del sector tiene que ver con la retención de talento. “Siempre hubo un cierto nivel de rotación en las firmas que somos proveedores de gente para distintas empresas, sino que se está dando a nivel empresas que antes no pasaba”, dice García, de KPMG. “Esta actividad sigue siendo dinámica en un contexto difícil –apunta Mignone– sobre todo por la brecha cambiaria que generó una competencia desleal por los recursos y formó un mercado informal de empleo”.

Pero, ¿qué tienen en cuenta las oficinas de otras latitudes para elegir a la Argentina por sobre otros estudios? Según Mignone, de PwC, toman en cuenta cuatro factores: el talento, el económico, el riesgo y el ambiente sociocultural. “Rankeamos bien en tres de los

“Pusimos el foco en los servicios relacionados con la digitalización, no solo en la atención a los clientes sino también en cubrir sus necesidades, mejorando nuestra propia respuesta interna y nuestros procesos”

Norberto Nacuzzi, EY

cuatro. En talento estamos muy bien; en lo económico la sobrevaluación artificial del peso no juega a favor, pero todavía es competitivo; y el riesgo es en el que estamos mal”. Profundiza: “No tiene estabilidad fiscal, después está el tema cambiario y la brecha, las regulaciones laborales. La Argentina tiene un marco laboral muy inestable, por decir algo decoroso”.

Escuchar y contener

El segundo *tier* de empresas de servicios profesionales vivió un 2021 similar al del de las *Big Four*. Varias de ellas tuvieron que lidiar no solo con los tra-



“Aplicar la tecnología a las liquidaciones, por ejemplo, es el camino para evitar errores y aportar mayor dinamismo. La inteligencia artificial es una herramienta valiosa, aunque también se necesita el talento humano”

María Inés del Gener, Deloitte

dicionales clientes corporativos, sino también con personas individuales que se acercaron en búsqueda de asesoramiento. En especial, uno de los puntos más calientes se dio luego de la sanción del llamado “Impuesto a las grandes fortunas” en diciembre de 2020.

“Hay una diferencia abismal en la relación. Con las empresas el trato es profesional porque sabés que del otro lado está alguien que entiende de lo que hablás. Con las personas humanas tenés que darle una contención emocional. En algunos casos tuvimos que acompañarlos a litigar en la Justicia. Otros demandaban asesoramiento porque tomaron la decisión de mudar su residencia fiscal”, detalla Sergio Crivelli, CEO de BDO en la Argentina.

En 2021 la compañía exhibió un alza del 60 por ciento en sus ingresos e incrementó en un 15 por ciento su plantilla y así alcanzó los 800 colaboradores. No obstante, este año espera un crecimiento más moderado en su fuerza laboral. “En los últimos 10 años venimos creciendo a tasas del 10 por ciento en gente, pero en 2022 no lo esperamos. No porque haya falta de demanda de nuestros servicios sino para privilegiar la tarifa y no tanto el crecimiento”, plantea. El año pasado sumó más

de 300 profesionales y ahora tiene 100 búsquedas abiertas.

Sobre esto ahonda: “El gran desafío va a ser poder dar respuesta al incremento de costos trasladándolo, en parte, a nuestras tarifas. Le vas a pedir un aumento del 50 por ciento y les va a parecer una locura, pero solo estás queriendo mantener el poder adquisitivo de tus honorarios”.

Para Fernando Tezanos Pinto, presidente de Auren, el principal cambio vino del lado de la relación con los clientes. “Hoy nos exigen que les demos un servicio y al año siguiente se lo mejoremos. Te piden una propuesta que achi-que procesos, les dé más información y reduzca costos”, especifica. El año pasado la consultora facturó \$ 560 millones, un 25 por ciento más que en 2022, y para 2022 prevé un crecimiento del 30 por ciento (\$ 760 millones).

La bonanza generada por el apetito corporativo por sus servicios también les permitió a las firmas del sector explorar nuevos segmentos y países. En mayo pasado, SMS Latinoamérica rubricó un acuerdo de cooperación con el estudio egipcio Haggag & Partners para favorecer el flujo de inversiones. “Las modificaciones en regulaciones cambiarías y de comercio exterior cam-

biaron las cadenas de suministro de nuestros clientes, lo cual nos obligó a incrementar la planificación, la automatización de procesos, la incorporación de nuevas tecnologías y el consecuente entrenamiento de los equipos de nuestros clientes”, esboza su presidente Pablo San Martín. Del mismo modo, Lisicki Litvin & Asociados creó mesas de trabajo multidisciplinarias y transversales a toda su organización, a su vez creó los departamentos de crip-

to y *fintech*, y relanzó el de agronegocios. La mitad de sus ingresos se los lleva el área de Impuestos, mientras que Auditoría y PyMES representan un 29 por ciento de su facturación, detalla su CEO, César Litvin.

Bayton, que cuenta con un plantel de casi 3000 colaboradores, notó un impulso en los movimientos de ejecutivos del mundo corporativo. “Triplicamos lo realizado en 2020 en mandos gerenciales, directores, CEO y CFO”, resalta Claudia Sadowyk, gerente de Negocios y Servicios de la empresa. La tercerización de servicios fue otro de los puntos que se destacó en la firma más que nada en cuestiones relacionadas con la pandemia, como el servicio de control de temperatura y PCR.

El negocio cambió desde el punto de vista tecnológico, pero el corte se mantiene intacto. Las empresas siguen necesitando auditar balances y liquidar impuestos. Pero la dinámica sí se modificó. Los grandes jugadores apuestan por la innovación de punta y exhibir sus certificaciones internacionales, en tanto los demás apelan a la customización y brindar un servicio 360 con mayor escucha. “Nos exigen que cumplamos y que mejoremos –advierte Tezanos Pinto– y si no le damos eso no nos contratan de nuevo. Cualquiera que no esté preparado para esto no tiene futuro”. <AP>