

MONITOR DE LA INDUSTRIA TI EN URUGUAY: *julio a setiembre de 2021*

observatorio
TI

ANDE
Asociación
Nacional de
Empresarios
URUGUAYOS

cuti
CASA DE URUGUAY DE
TECNOLOGÍA E
INFORMACIÓN



RESUMEN EJECUTIVO

Esta edición del Monitor de la Industria TI, informado por 46 empresas, releva la situación de coyuntura del sector en el trimestre de julio a setiembre de 2021.

- **Ventas.** 57% de las empresas aumentaron sus ventas, mientras que 39% las mantuvieron dentro de lo esperado y 4% las vieron reducidas. Se continúa la tendencia de mediciones anteriores respecto a que la sumatoria de respuestas negativas se redujo sostenidamente. Respecto a cómo estiman las empresas que evolucionarán sus ventas en el trimestre de octubre a diciembre de 2021, se observa cierto optimismo: las respuestas positivas representan un 61% y las negativas descienden a tan solo 7%.
- **Oportunidades de negocio.** La concreción de negocios entre julio y setiembre de 2021 se mantuvo constante para prácticamente la mitad de las empresas que participaron del relevamiento, mientras que para un 44% de las empresas se generó un aumento. 87% de las empresas relevadas han experimentado nuevas oportunidades de negocio en este trimestre de diversa magnitud.
- **Situación del personal de las empresas.** La mitad de las empresas consultadas mencionan tener a más del 80% del personal teletrabajando. Esta proporción es reducida respecto a la medición anterior, lo que indica un progresivo aumento de la presencialidad o modelos híbridos de trabajo. Entre las medidas relevantes tomadas por las empresas para contener y apoyar a los empleados en el proceso de adaptación a las nuevas formas de trabajo se encuentran acciones vinculadas a la flexibilidad, adecuación al teletrabajo y diálogo y acompañamiento.
- **Empleo.** El 54% de las empresas participantes contrató personal durante el trimestre julio-setiembre 2021, mientras un 39% mantuvo su plantilla y 7% desvinculó personal. Las expectativas sobre vinculaciones y desvinculaciones a futuro se presentan positivas. El 57% de las empresas prevé contratar personal y el 41% prevé mantener su plantilla actual, restando solo un 2% que estima que desvinculará personal. Entre las empresas que prevén contratar personal, el 67% busca a Especialistas TI.
- **Profesionales independientes.** 83% de las empresas ha mantenido vigente la totalidad de contratos de servicios profesionales durante el trimestre mientras que un 15% ha mantenido más del 80% de los mismos. Por su parte, solo una empresa señaló haber mantenido únicamente entre el 0 y el 20% de este tipo de contratos. A su vez, 37% de las empresas prevé contratar profesionales en el futuro próximo y 63% prevé mantener el número actual de profesionales contratados.
- **Evaluación general de la coyuntura actual.** Se mantiene un optimismo considerable respecto del desempeño general de la economía uruguaya alcanzando a 72% las empresas que consideran que la situación económica nacional mejorará en el futuro próximo. Asimismo, las evaluaciones pesimistas se situaron en un 11% de las empresas. La amplia mayoría expresó una evaluación muy positiva de su adaptación al contexto de la “nueva normalidad”: 98% de las organizaciones exhibe niveles de satisfacción de 4 y 5 en una escala de 5 puntos.
- **Presencialidad.** Este nuevo módulo de la encuesta permitió conocer que 76% de las empresas consultadas se encuentran en modalidad híbrida y 24% en teletrabajo pleno, no registrándose casos de presencialidad plena. Asimismo, un 80% de las organizaciones prevén la implementación de la modalidad híbrida para el futuro. La mitad de las empresas que participaron del relevamiento realizan el 30% o menos de su actividad de manera presencial, lo que, en conjunto con el resto de los indicadores, permiten una aproximación a la valoración del trabajo remoto.



INTRODUCCIÓN

El Observatorio TI de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (Cuti) ha instalado desde el mes de abril de 2020 la práctica de publicar un *“Monitor de Estado de Situación de la Industria TI en Uruguay”*, como producto continuo a ser actualizado de forma trimestral.

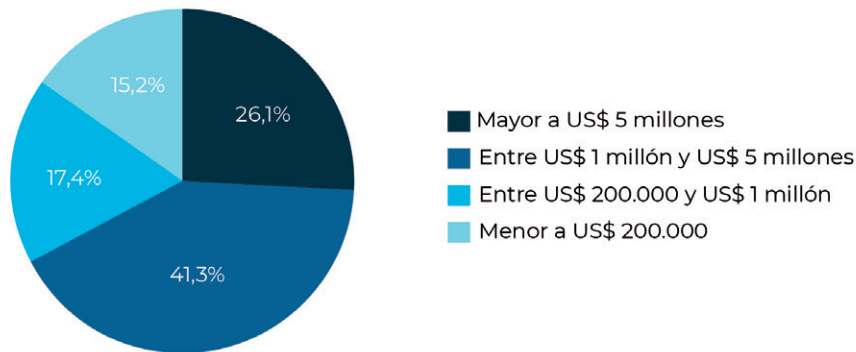
Esta edición releva dimensiones clave sobre la coyuntura que atraviesa el sector, así como los impactos de la situación sanitaria en desarrollo haciendo foco en el trimestre entre julio y setiembre de 2021; considerando la autoevaluación en diferentes aspectos, así como algunas medidas implementadas por las empresas de la industria en este período temporal.

El formulario fue respondido, en modalidad online, por 46 empresas del sector TI de Uruguay -entre los días 9 y 30 de noviembre-, las cuales presentan las características que se describen a continuación.

IDENTIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

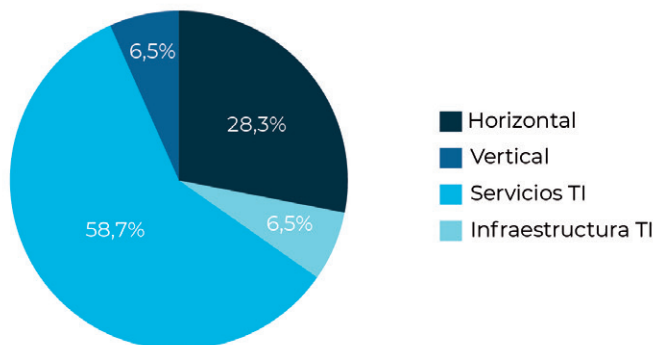
Inicialmente, se realizó una clasificación de las empresas que participaron del relevamiento en función del Nivel de facturación por tramo¹ y segmento principal de negocio².

Gráfico 1. Clasificación de las empresas por niveles de facturación (%)



Como se puede observar, de las empresas participantes una gran proporción (41%) corresponde a un nivel de facturación anual entre uno y cinco millones de dólares. Representan también una proporción importante (26%) aquellas que facturan más de 5 millones y, en menor medida las que facturan entre 200.000 y 1 millón de dólares y menos de 200.000 dólares (17% y 15% respectivamente).

Gráfico 2. Segmento principal de negocio (%)



En relación al segmento principal de negocio, se puede distinguir una mayoría perteneciente al rubro de los servicios TI (59%), seguido por un 28% de empresas dedicadas al segmento horizontal. Finalmente, con igual proporción (7%), se encuentran empresas abocadas a Infraestructura TI y al segmento Vertical.

¹ 1- Mayor a US\$ 5 millones / 2- Entre US\$ 1 millón y US\$ 5 millones / 3- Entre US\$ 200.000 y US\$ 1 millón / 4- Menor a US\$ 200.000

² Horizontal / Vertical / Servicios TI / Infraestructura TI

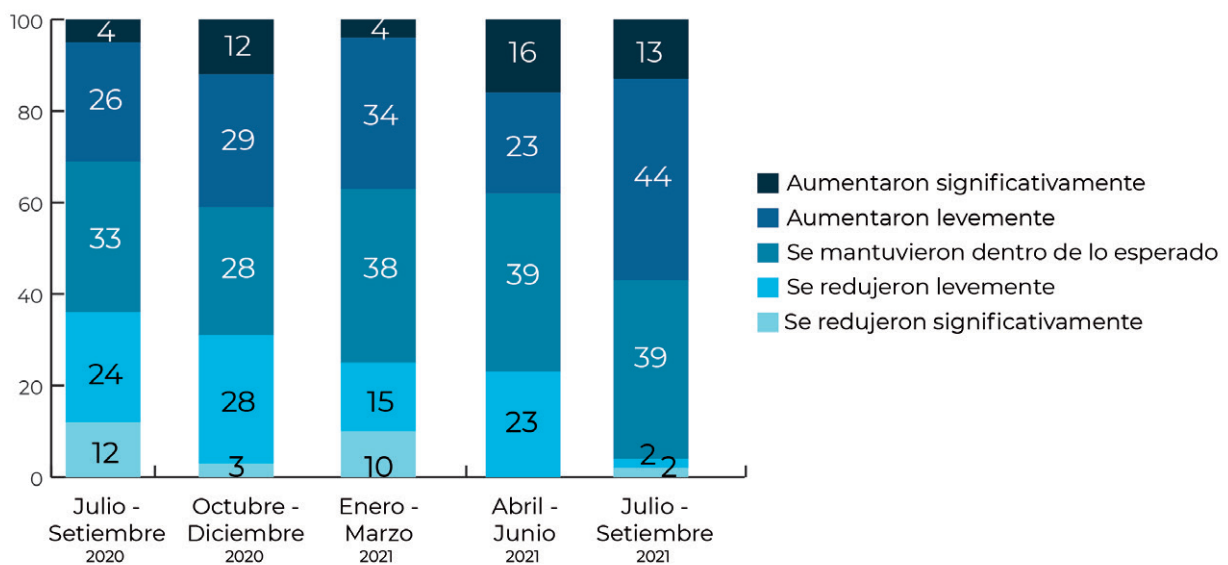
DIMENSIONES DE ANÁLISIS RELEVADAS POR ESTE MONITOR

- A. Evolución y expectativa en materia de ventas
- B. Evolución y expectativas respecto a nuevas oportunidades de negocio
- C. Situación del personal de la empresa
- D. Evolución y expectativas respecto al empleo
- E. Evolución y expectativas de contratación de servicios profesionales
- F. Evaluación general de la coyuntura actual
- G. Presencialidad

PRINCIPALES HALLAZGOS

Dimensión A. Evolución y expectativa en materia de ventas

Gráfico 3. Evolución de las ventas en el trimestre respecto al trimestre anterior (%), por trimestres



En términos generales, las respuestas informan sobre una heterogeneidad de situaciones respecto a las ventas, concentrándose la mayoría entre las categorías Aumentaron levemente y Se mantuvieron dentro de lo esperado. Respecto a mediciones anteriores, se observa un incremento significativo del aumento leve de las ventas (44%) y una disminución también sustantiva de la reducción leve (2%). Asimismo, el aumento significativo de las ventas presenta el segundo valor más elevado desde el período julio-setiembre 2020.

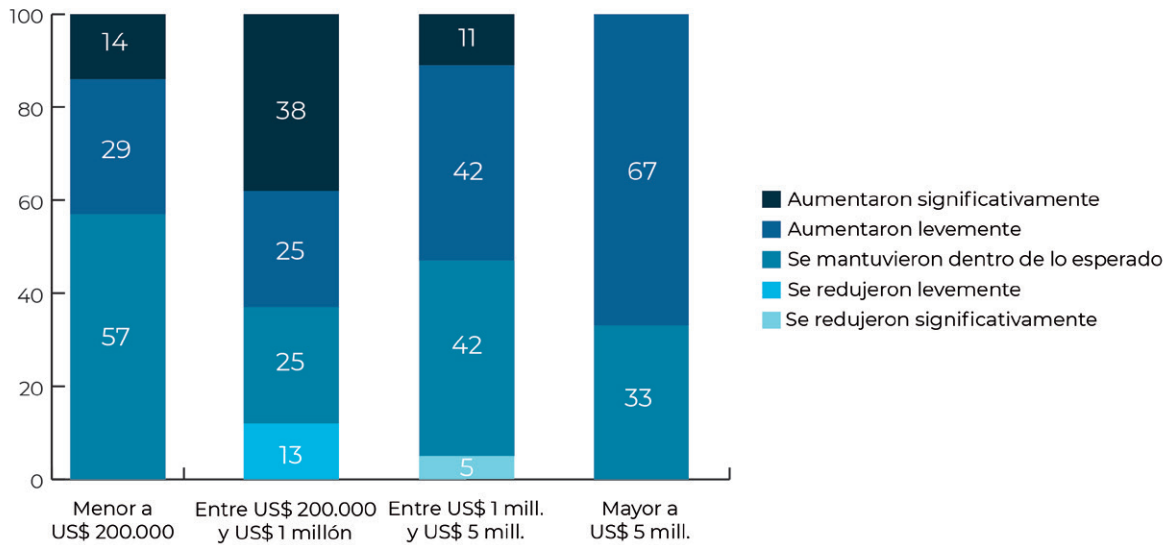
Estos dos comportamientos del período contribuyen a que, mientras el aumento de las ventas³ en mediciones anteriores se encontró entre el 30% y el 41%, en esta medición se situó en un 57% de las empresas participantes. También, aportan a que, mientras en relevamientos anteriores se observó una reducción de las ventas⁴ entre el 23% y el 36%, en este se sitúe en solamente el 4%. Este último punto se constata desde monitores anteriores. En definitiva, un incremento de las empresas con aumento de las ventas y una disminución de empresas con reducción de las mismas indican una situación de mejora respecto a monitores anteriores.

³ Colapsando las categorías Aumentaron significativamente y Aumentaron levemente

⁴ Colapsando las categorías Se redujeron levemente y Se redujeron significativamente



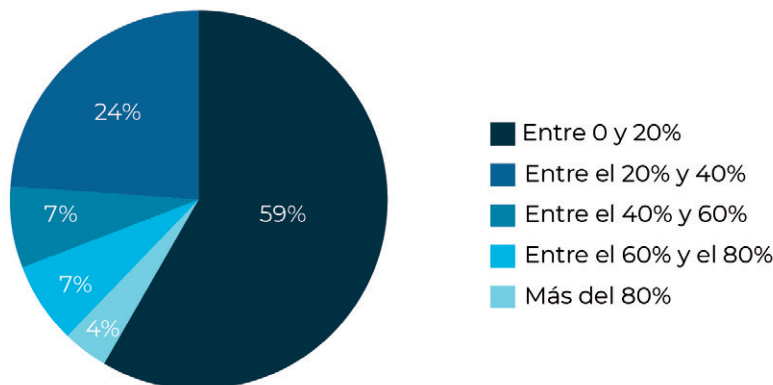
Gráfico 3b. Evolución de ventas en el trimestre según nivel de facturación (%)



Si se analiza la evolución de las ventas según el nivel de facturación de las empresas, se puede constatar que quienes aumentaron en mayor proporción sus ventas han sido aquellas con niveles de facturación mayor a U\$S 5 millones (67% de las empresas dentro de este nivel de facturación señaló haber aumentado levemente las ventas, pero ninguna las aumentó de forma sustantiva) y aquellas entre U\$S 200.000 y U\$S 1 millón (25% de forma leve y 38% de forma significativa).

Por el contrario, las empresas que mostraron en este trimestre una mayor reducción de las ventas han sido aquellas de menor facturación. De esta manera, el 57% de las empresas de facturación anual menor a U\$S 200.000 manifestaron experimentar una reducción leve.

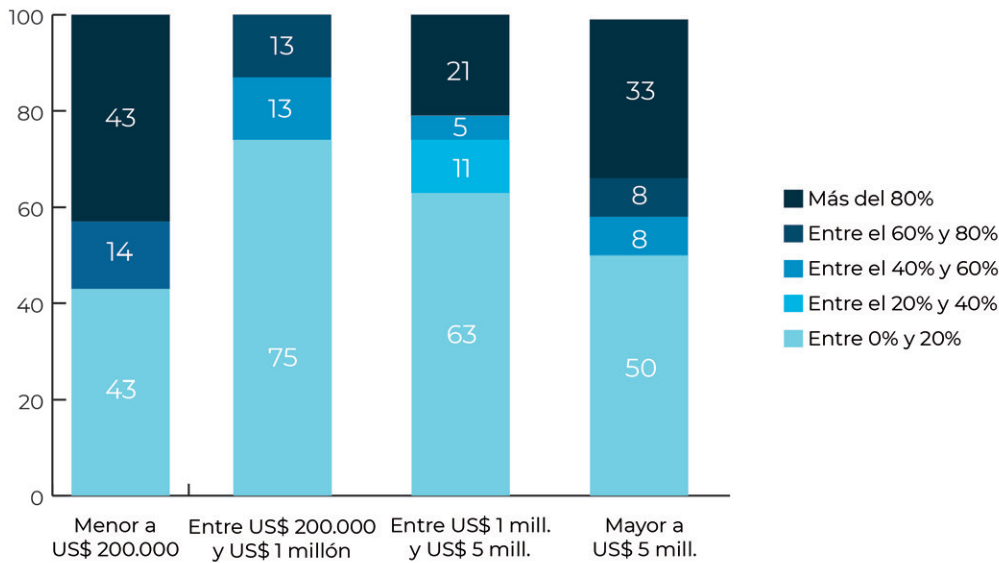
Gráfico 4. Proporción de ventas correspondiente a exportaciones (%)



Aproximadamente una cuarta parte de las empresas mencionó que más del 80% de sus ventas corresponden a ventas al exterior. Sin embargo, más de la mitad de las empresas participantes en esta edición del monitor (59%) manifiestan que las exportaciones representan una proporción más reducida de sus ventas (de 0 a 20% de las mismas).



Gráfico 4a. Proporción de ventas correspondiente a exportaciones, según nivel de facturación (%)

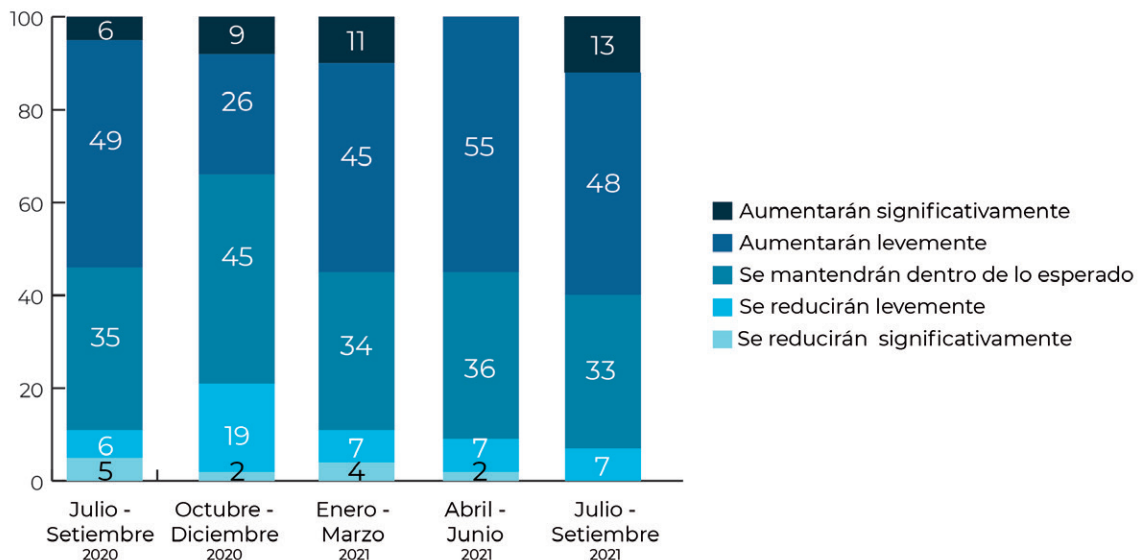


Al segmentar el análisis en función del nivel de facturación se halla que las empresas que manifestaron en mayor medida un fuerte peso de las exportaciones han sido aquellas situadas en los extremos del nivel de facturación. Más de la mitad de las empresas de facturación anual menor a U\$S 200.000 señalaron que más del 60% de sus ventas correspondieron el último trimestre a exportaciones. Seguidamente, indicó lo mismo el 41% de empresas de facturación mayor a U\$S 5 millones.

Por otro lado, las empresas con menor orientación exportadora fueron aquellas de facturación anual intermedia. 75% de las empresas con facturación entre U\$S 200.000 y U\$S 1 millón mencionaron que sus exportaciones representaron entre 0% y 20% de sus ventas totales, así como lo hizo el 63% de aquellas entre U\$S 1 millón y U\$S 5 millones de facturación.

De esta forma, no se identifica una correlación entre el nivel de facturación y el peso de las exportaciones.

Gráfico 5. Expectativa de evolución de ventas en el siguiente trimestre (octubre-diciembre 2021)



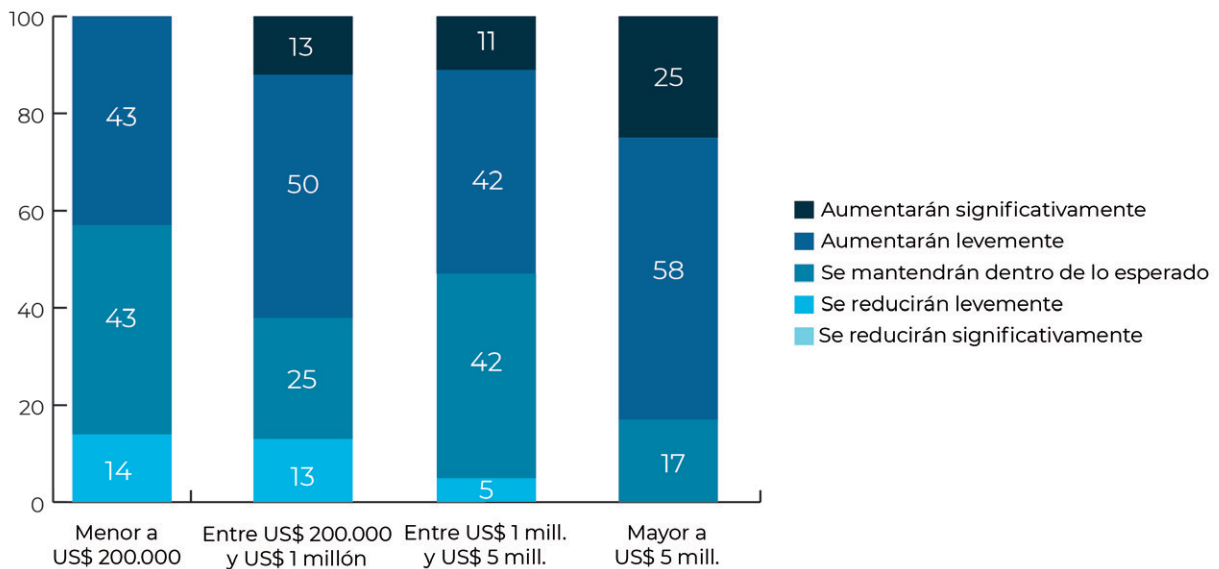


Respecto a la expectativa de evolución de ventas en el siguiente trimestre, las respuestas muestran un optimismo relativo si se observan mediciones anteriores. En este sentido, mientras en anteriores monitores se expresaba una expectativa de aumento de las ventas entre 35% y 56%, en el trimestre julio-setiembre 2021 esta aumentó a 61% (del cual un 13% corresponde a una expectativa de incremento significativo).

Esta evolución positiva de la expectativa a futuro se refuerza con una disminución generalizada de la expectativa de reducción de ventas. Mientras en mediciones anteriores esta variaba entre 9% y 21%, para el trimestre julio-setiembre 2021 se situó en un 7% que corresponde únicamente a estimación de reducción leve de las ventas. En otras palabras, no existieron respuestas que aludieran a una expectativa de reducción significativa.

En síntesis, se puede aseverar que las respuestas positivas aumentaron y las negativas disminuyeron, conformando una expectativa respecto al siguiente trimestre con mayor optimismo, situación que se venía percibiendo desde monitores anteriores.

Gráfico 5a. Expectativa de evolución de ventas en el próximo trimestre (octubre-diciembre 2021), según nivel de facturación (%)

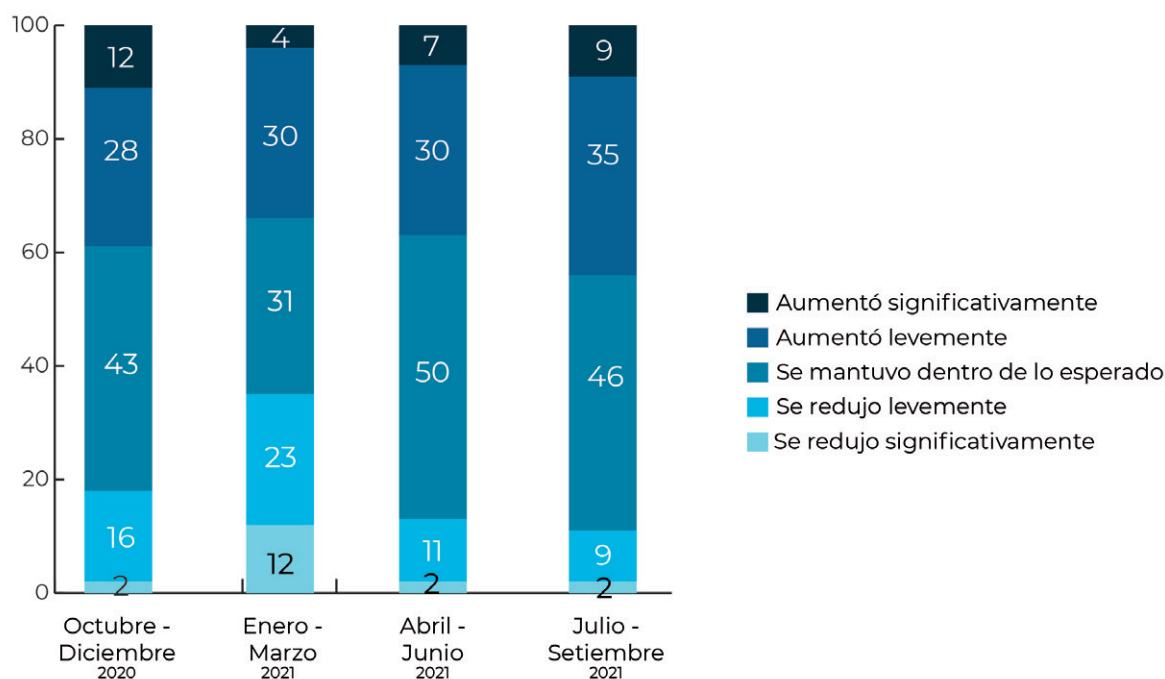


Al evaluar las expectativas de las empresas respecto a las ventas en el próximo trimestre según el nivel de facturación, se puede observar un mayor optimismo en aquellas empresas con mayores niveles de facturación en tanto que el 83% de las empresas que facturan más de 5 millones de dólares, consideran que sus ventas aumentarían en el próximo trimestre (25% estiman que el aumento será significativo).

Sin embargo, si se observa el otro extremo del espectro, se observa un menor optimismo. Solamente 43% de las empresas con facturación menor a U\$S 200.000 estimaron un aumento en las ventas y únicamente de forma leve, es decir, ninguna de ellas estimó un aumento significativo.

Dimensión B. Evolución y expectativas respecto a nuevas oportunidades de negocio

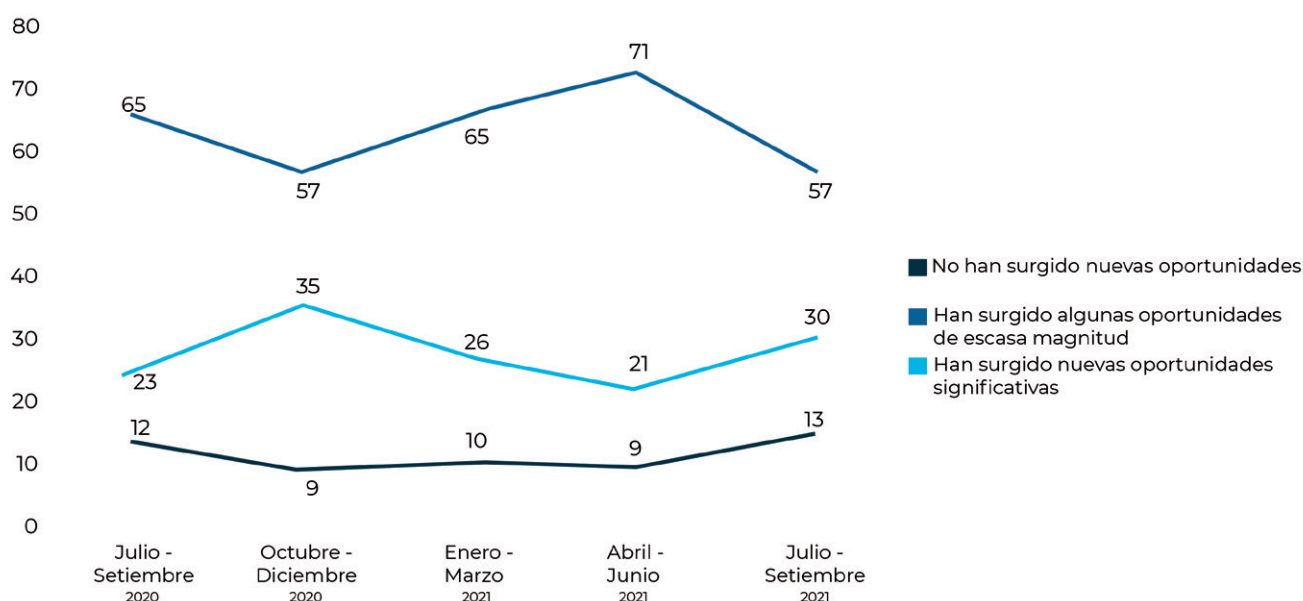
Gráfico 6. Concreción de negocios de julio a setiembre de 2021 respecto al trimestre anterior (%)



Casi la mitad de las empresas que participaron del relevamiento manifiestan que la concreción de negocios en el trimestre estudiado se mantuvo constante, mientras que un 44% manifestó un aumento (35% aumento leve y 9% aumento significativo). En definitiva, la concreción de negocios entre julio y setiembre de 2021 muestra una situación similar respecto a mediciones anteriores con una tendencia a la mejora, considerando que en este trimestre una mayor proporción de empresas señaló un aumento en la concreción de negocios así como también, una menor proporción indicó haberla reducido.

Esta evaluación un tanto más positiva que en períodos anteriores permite identificar una aproximación sobre la situación que transita el sector TI a lo largo de las diferentes etapas de la pandemia por Covid-19. En general, se observa una tendencia positiva en la que la concreción de negocios, lejos de verse afectada, recobra estabilidad.

Gráfico 7. Surgimiento de nuevas oportunidades de negocio. Período de julio 2020 a setiembre 2021, por trimestre



En términos generales, 87% de las empresas participantes experimentaron en este trimestre nuevas oportunidades de negocio de alguna índole, un 5% por debajo de la medición anterior. Sin embargo, atendiendo el tipo de oportunidades generadas en este período, se identifica que si bien disminuyó el porcentaje de empresas que manifiestan nuevas oportunidades, aumentó nueve puntos porcentuales la proporción de empresas que indican el surgimiento de nuevas oportunidades significativas, que constituye un escenario sumamente favorable. De las 46 empresas relevadas, únicamente seis manifestaron que no han surgido nuevas oportunidades de negocio en el trimestre.

A los efectos de evaluar las razones por las que las empresas consideran que han surgido o no nuevas oportunidades de negocio, se realizó la siguiente categorización de respuestas abiertas:

- Reactivación de la economía
- Implementación de estrategias
- Aceleración tecnológica
- Mejor posicionamiento de la empresa en el mercado
- Coyuntura de otros mercados
- No identifica una razón
- Otro

Tanto para el surgimiento como para el no surgimiento de nuevas oportunidades de negocio se registran por parte de las empresas razones tanto de tipo estructurales, como la recuperación económica del sector privado o fluctuaciones de otros mercados así como también razones de tipo particular de cada empresa, como por ejemplo la búsqueda activa de nuevos clientes a través de diversas estrategias implementadas durante el período o motivos vinculados al talento de la organización.

De forma más concreta, se identifica que las empresas que efectivamente manifestaron el surgimiento de nuevas oportunidades de negocio explicaron esta situación en mayor medida a raíz de una reactivación económica. Este dato junto al anterior (mayor concreción de negocios) refuerzan de alguna manera la evolución favorable a lo largo de los diferentes períodos de la pandemia que enfrenta el sector.



Seguidamente, una cuarta parte de las empresas que manifestaron el surgimiento de nuevas oportunidades, indicaron que esto ocurrió posiblemente debido a la implementación de determinadas estrategias. Entre ellas se nombra la captación de nuevos talentos abocados a la comercialización y la búsqueda activa de nuevos clientes.

Gráfico 8a. Razones de surgimiento de nuevas oportunidades. Valores absolutos (codificación de respuestas abiertas). 40 respuestas⁵.



Por otro lado, en torno a las seis empresas que indicaron que no habían surgido en el trimestre julio-setiembre 2021 nuevas oportunidades de negocio, tres de ellas no identifican claramente una razón y el resto señalaron que les afectó la baja del gasto público, la coyuntura de otros mercados así como la falta de capacidad de captar talento. Esta última razón refuerza en contraposición la importancia de incorporar talento en las empresas a los efectos de acompañar los procesos y lograr mejores resultados en la atracción de nuevos negocios.

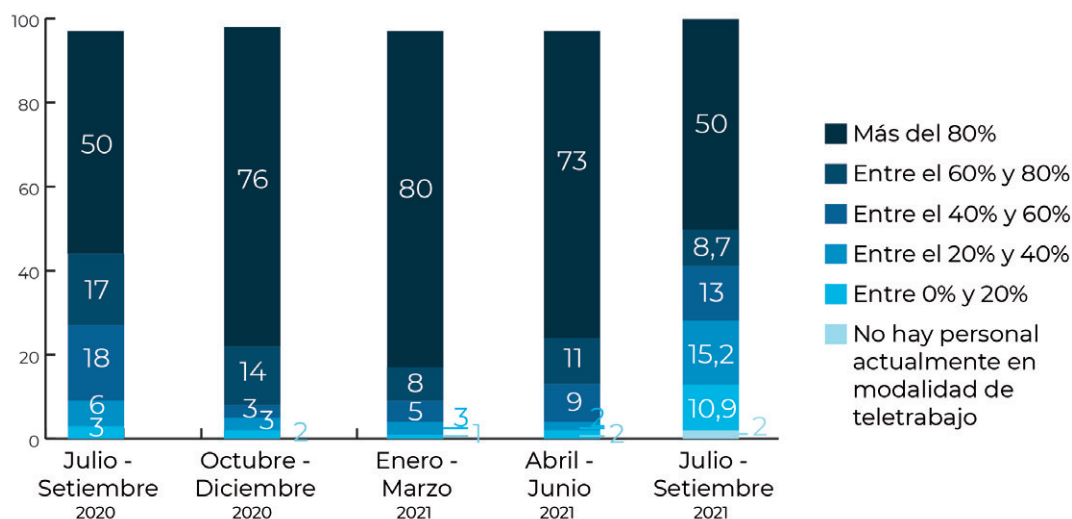
Gráfico 8b. Razones de no surgimiento de nuevas oportunidades. Valores absolutos (codificación de respuestas abiertas). 6 respuestas



⁵ Si bien el total de respuestas positivas ha sido 40, las razones suman un valor más elevado debido a que algunas empresas manifestaron más de una razón de surgimiento de nuevas oportunidades de negocio.

Dimensión C. Situación del personal de la empresa

Gráfico 9. ¿Qué porcentaje del personal de su empresa se encuentra actualmente en modalidad de teletrabajo?⁶



Como resulta esperable dada la mejora en la situación sanitaria, en las últimas mediciones se observa progresivamente un menor peso del teletrabajo. El trimestre julio-setiembre 2021 este indicador presentó una disminución de su peso respecto a mediciones anteriores; no obstante, en la mitad de las empresas consultadas aún persiste una fuerte incidencia de esta modalidad de trabajo. En ellas, más del 80% de su personal se encuentra teletrabajando.

En conjunto con este dato, se identifica un retorno progresivo de la presencialidad en la medida en que cada vez más proporción de empresas concentran menor proporción de personal en esta modalidad. Por el momento, la categoría incorporada en el presente monitor (“No hay personal actualmente en modalidad de teletrabajo”) no aporta proporciones sustantivas, no descartándose un aumento relativo de la misma en futuras mediciones.

A propósito de esta situación, se evaluaron las medidas relevantes tomadas por las empresas para contener y apoyar a los empleados en el proceso de adaptación a las nuevas formas de trabajo a partir de la siguiente categorización de respuestas abiertas. Las medidas mayormente mencionadas guardan relación con lo siguiente:

- Flexibilidad
- Adecuación al teletrabajo
- Diálogo y acompañamiento

De esta manera, se observa que un 28% de las empresas consultadas manifestó tener acciones para la adecuación al teletrabajo. Entre ellas se nombra la provisión de recursos para el óptimo trabajo de los colaboradores y mejorar su experiencia con esta modalidad. Se incluye el mejoramiento de mobiliario, de disponibilidad de equipos y accesorios, así como conectividad y acceso remoto necesario atendiendo especialmente al acceso seguro a la red.

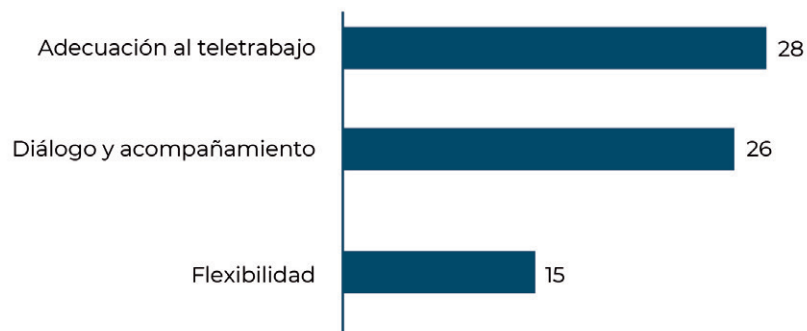
⁶ Respecto a mediciones anteriores se incorpora la categoría “No hay personal actualmente en modalidad de teletrabajo”.



Por otro lado, aproximadamente la cuarta parte hizo énfasis en las estrategias de *diálogo y acompañamiento* que han implementado. Estas comprenden apoyo de gestión humana, reuniones tanto de trabajo como informales, jornadas, y actividades de integración a los efectos de mejorar la comunicación, entre otras.

Seguidamente, la medida de contención y apoyo a los colaboradores más mencionada fue la *flexibilidad*. Esta es entendida, según señalan las empresas, como dar la libertad de elección a sus colaboradores tanto en términos de días y horarios de concurrencia a la oficina contemplando a su vez sus preferencias en diversos aspectos y priorizando la salud colectiva.

Gráfico 10. Medidas de contención y apoyo a los colaboradores de la empresa mayormente mencionadas (%)

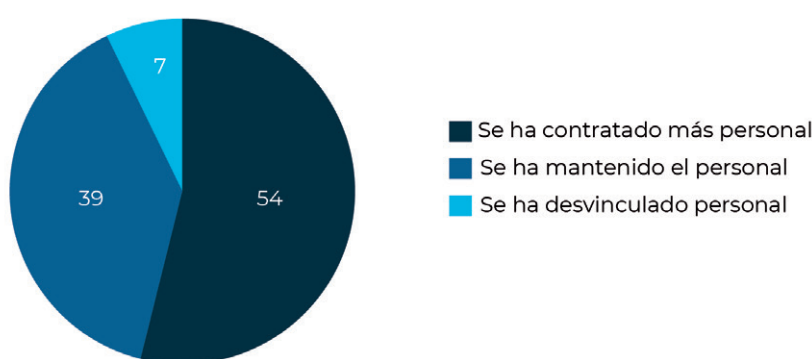


Dimensión D. Evolución y expectativas respecto al empleo

Respecto a la situación y evolución del empleo en el sector, se realizó una serie de preguntas complementarias tanto sobre el trimestre estudiado como de proyección al siguiente trimestre. Sus resultados se presentan a continuación.

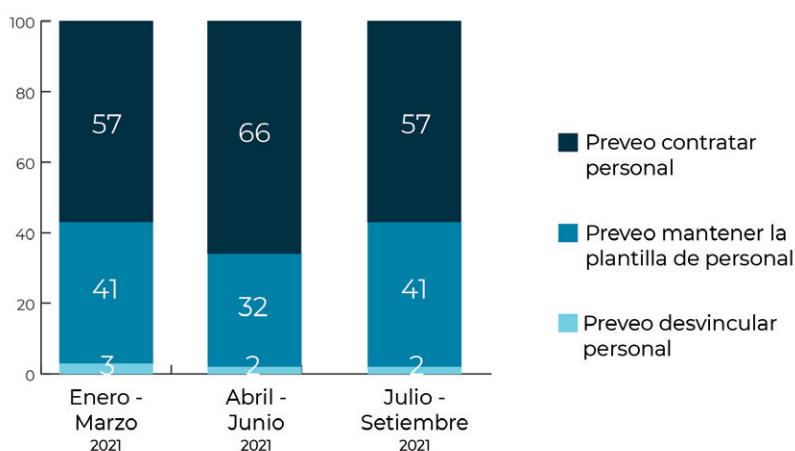
En principio, interesa indagar acerca de la situación respecto al empleo durante el trimestre. Como se puede observar en el siguiente gráfico, más de la mitad de las empresas señalaron haber contratado más personal en este período, un 39% lo ha logrado mantener y solamente el 7% ha desvinculado colaboradores. De esta manera, se puede valorar esta situación como positiva en tanto el saldo contratación-desvinculación se mantiene significativamente positivo.

Gráfico 11. Situación de la empresa respecto al empleo entre julio y setiembre 2021 (%)



En materia de posibles contrataciones o desvinculaciones para el próximo trimestre, las expectativas se presentan optimistas, pero cautelosas en comparación a la medición anterior y similar a la medición enero-marzo. En términos generales, se identifica una proporción sustantiva (57% correspondiente a 26 empresas) que prevé contratar personal y 41% que mantendrá su plantilla. Solamente una empresa manifestó que prevé la desvinculación de personal.

Gráfico 12. Expectativas de contratación/desvinculación para el próximo trimestre (%)



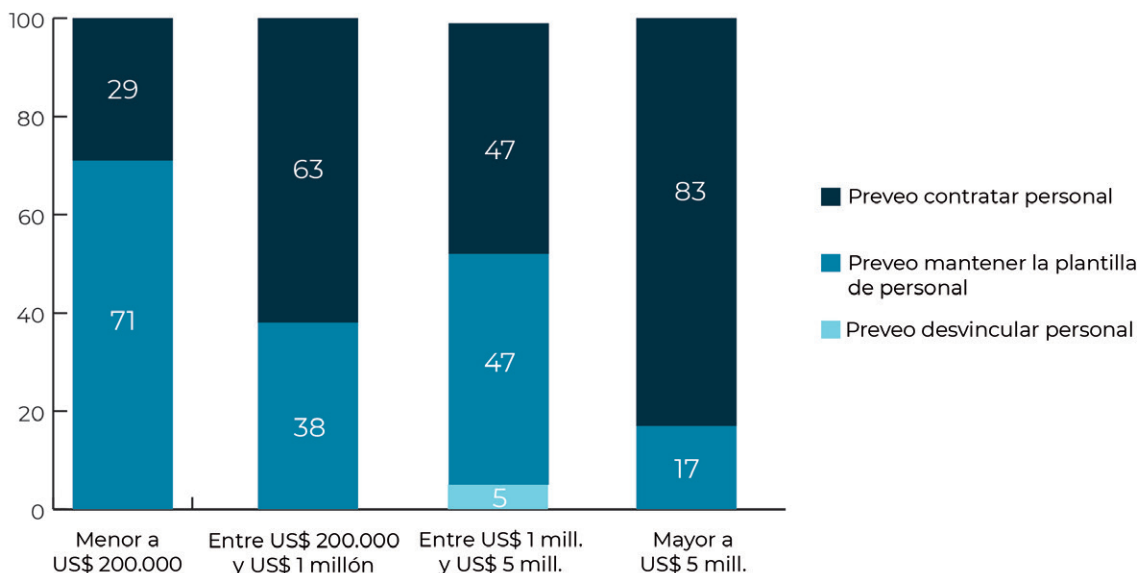


Si se estudian estas expectativas según el nivel de facturación anual de las empresas, como es esperable, se halla que quienes prevén contratar personal en el futuro próximo son aquellas empresas que pertenecen al nivel de facturación 1. Asimismo, son las que declaran en menor medida una previsión de mantenimiento de la plantilla actual.

También, se encuentra que quienes se encuentran menos dispuestas a la contratación son las empresas del nivel de facturación 4 a la vez de ser quienes en mayor medida tienden a mantener el personal. Sin embargo, no se encuentra una relación lineal entre el nivel de facturación y la expectativa de contratación. De hecho, este análisis permitió conocer que la empresa que manifestó expectativas de desvinculación se encuentra en el tramo de facturación 2 (entre U\$S 1 millón y U\$S 5 millones).

Por su parte, el nivel de facturación 3 presenta buenas expectativas concentrando un 63% de empresas con tendencia a la contratación y 38% de mantenimiento de sus colaboradores, sin expectativas de desvinculación.

Gráfico 12a. Expectativa de contratación y desvinculación de nuevos empleados en el futuro próximo según nivel de facturación (%)



Si se analiza cuáles son aquellos perfiles que se prevé contratar en el trimestre octubre-diciembre de 2021 se replica la distribución de la medición anterior. En este sentido, predominan los Especialistas TI; el 67% de las empresas manifestó expectativas de contratación de este perfil. De forma seguida, tanto los Comerciales como Administrativos, asistentes y servicios presentan una expectativa de demanda en el 13% de las empresas consultadas. Por su parte, Especialistas no TI y puestos gerenciales o directivos constituyen puestos que se prevé contratar en el 9% de las empresas y en el 4% se prevé contratar personal para formación.

Se constata una vez más la demanda de Especialistas TI dentro del sector, no obstante, se refuerza la idea de que la industria también es fuente de reclutamiento para una diversidad de formaciones y que requiere de experiencia en diferentes áreas para su desarrollo, como los comerciales, administrativos, asistentes y personal abocado a los servicios.



Gráfico 13. Puestos en los que se prevé contratar personal en el trimestre octubre-diciembre de 2021⁷ (%)



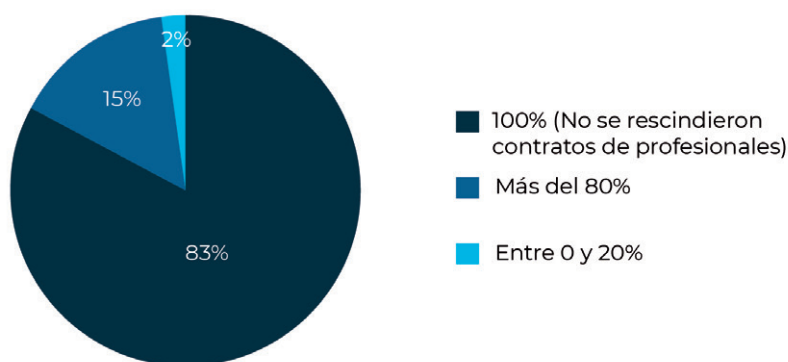
⁷ La sumatoria de todos los porcentajes supera el 100% debido a que el relevamiento permitió marcar todas las opciones que correspondieran

Dimensión E. Evolución y expectativas de contratación de servicios profesionales

En esta sección, se hace foco particularmente en la situación de los profesionales independientes que prestan servicios a las empresas del sector TI.

Al analizar la situación de los profesionales independientes durante el período estudiado se puede observar que una amplia mayoría de las empresas (83%) ha mantenido vigente la totalidad de contratos de servicios profesionales y que un 15% de las empresas que participaron del relevamiento ha mantenido más del 80% de los mismos. Por su parte, solo una empresa señaló haber mantenido únicamente entre el 0 y el 20% de este tipo de contratos sin registrarse casos intermedios.

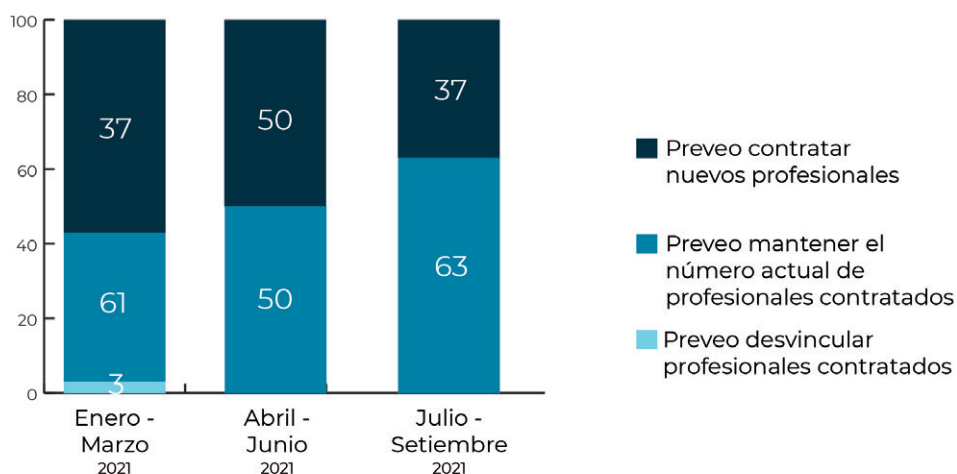
Gráfico 14. Contratos de profesionales vigentes durante el trimestre julio – setiembre 2021 (%)



Al consultar sobre la expectativa de contratación de profesionales independientes en el siguiente trimestre, no se encontraron respuestas negativas, es decir, no se registraron proyecciones de desvinculación de los mismos. Por el contrario, una mayoría de empresas (63%) espera mantener el número de profesionales contratados así como el restante 37% de las empresas prevé la contratación de nuevos profesionales.

Este conjunto de resultados es considerado como positivo teniendo en cuenta que de alguna manera, constituyen indicadores de estabilidad respecto a la presencia de los profesionales en el sector tanto en el trimestre estudiado como en el futuro próximo no habiendo empresas en la actual medición que señalen la intención de desvincular profesionales contratados. No obstante, en términos comparativos respecto a mediciones anteriores, se observa una expectativa de contratación menos optimista.

Gráfico 14a. Expectativa sobre la contratación de profesionales independientes. ¿Cuál es su expectativa respecto a la contratación/desvinculación de profesionales para el próximo trimestre (octubre a diciembre de 2021)? (%)



Dimensión F. Evaluación general de la coyuntura actual

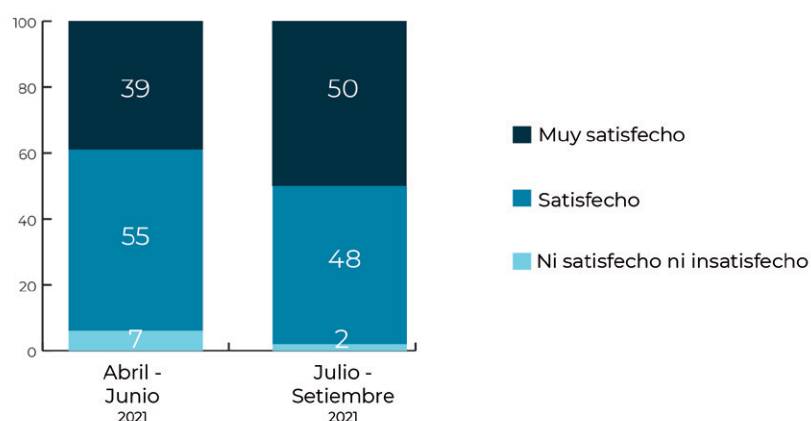
En esta sección del informe, se solicitó a las empresas expresar su valoración general sobre diversos aspectos de la situación actual.

Al consultar sobre el nivel de satisfacción con la adaptación realizada por cada empresa al contexto de nueva normalidad, no se registraron respuestas negativas. Por el contrario, el 98% de las respuestas se distribuyeron entre las categorías Satisfecho (48%) y Muy satisfecho (50%). Solamente una empresa (que representa un peso del 2% restante) indicó encontrarse *Ni satisfecho ni insatisfecho*.

Este dato permite conocer un indicio de éxito de las acciones tomadas por parte de cada empresa dentro del contexto actual, según su propia perspectiva.

A nivel comparativo respecto a la medición anterior, se encuentra un nivel de satisfacción sensiblemente mayor. Toda esta información se puede observar en el siguiente gráfico.

Gráfico 15. Nivel de satisfacción con la adaptación realizada por la empresa al contexto de "nueva normalidad" (%). Período abril-setiembre 2021, por trimestres



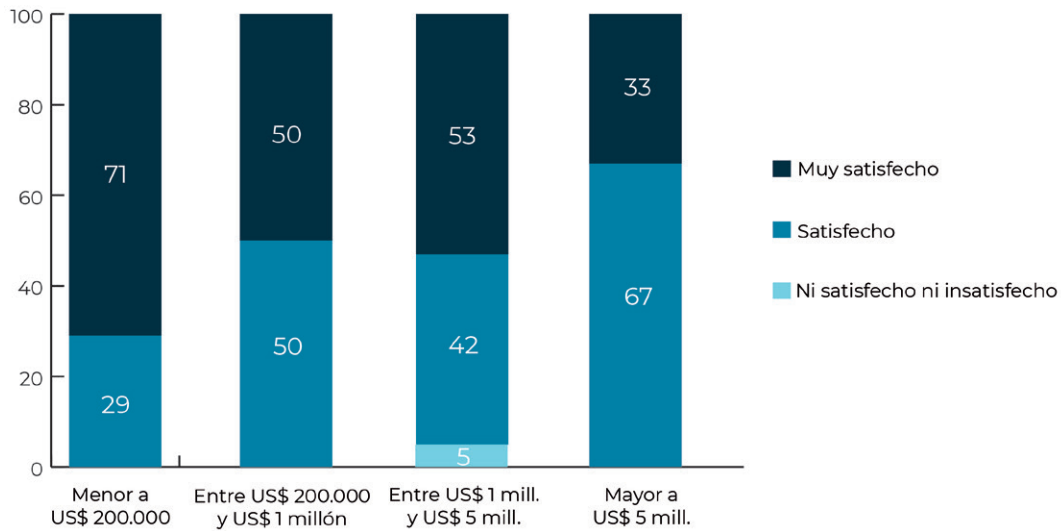
Como se mencionó anteriormente, los datos permiten establecer una autoevaluación sumamente exitosa sobre las acciones tomadas por las empresas dentro del contexto actual a nivel general. En este sentido, al realizar el análisis de forma desagregada, se percibe una alta satisfacción en todos los niveles de facturación, no obstante, se encuentran algunas diferencias.

El nivel 4 (el de menor facturación) presenta los mayores niveles de satisfacción esgrimiendo el 71% de las empresas encontrarse muy satisfechas con su adaptación al nuevo contexto. Seguidamente, el nivel 2 presenta un 57% de empresas muy satisfechas a la vez que es el nivel en el que se encuentra el caso que manifestó menor conformidad (Ni satisfecho ni insatisfecho).

Por su parte, en el nivel de facturación 3 (entre U\$S 200.000 a U\$S 1 millón) se dividen sus empresas entre los mayores niveles de satisfacción (50% Satisfecho y 50% Muy Satisfecho) y, finalmente, el primer nivel (el de mayor facturación) presenta una relación 2 a 1 respecto a ellos (66% Satisfecho y 33% Muy satisfecho) constituyendo el nivel de menor peso en la categoría de mayor satisfacción.



Gráfico 15a. Nivel de satisfacción con la adaptación realizada por la empresa al contexto de "nueva normalidad" (%), según nivel de facturación



Debido a que la situación actual presenta retos que enfrentar de cara a la nueva normalidad, interesó conocer cuáles fueron los principales desafíos identificados en el marco de la coyuntura actual desde la perspectiva de las empresas. Al respecto, si bien se identifica una cierta heterogeneidad en las respuestas, la mayoría de ellas hace alusión a alguna/s de tres grandes dimensiones: **Adquisición de nuevas oportunidades de negocio/Mantenimiento del crecimiento logrado, Contratación/mantenimiento/fidelización/formación de talento y Mantenimiento de la cultura organizacional.**

A nivel cuantitativo, la mención a estas categorías se distribuye de la siguiente forma:

Gráfico 16. Desafíos frente a la coyuntura (%)



Como se puede observar, la contratación de talento, su mantenimiento, fidelización y formación constituyen las principales preocupaciones para las empresas, considerando que 37% de ellas hizo mención a esta dimensión. De forma seguida, la adquisición de nuevas oportunidades de negocio y el mantenimiento del crecimiento logrado representan el segundo desafío más importante siendo mencionado por parte de la cuarta parte de las empresas consultadas.



Asimismo, el mantenimiento de la cultura organizacional de la empresa conforma una gran preocupación, siendo nombrada por el 15% de las empresas y finalmente, aproximadamente una quinta parte esgrime desafíos muy diversos que escapan a las categorías confeccionadas, por ejemplo, el retorno a la presencialidad, la falta de legislación y regulación, la reactivación de la política comercial, entre otros.

Al interior de cada una de estas principales preocupaciones existe una diversidad de aspectos detectados por las empresas. Esto se puede observar a continuación, donde se presenta de forma cualitativa algunos ejemplos de las menciones de las empresas en estos aspectos:

Adquisición de nuevas oportunidades de negocio/Mantenimiento del crecimiento logrado

- Acceso a nuevos clientes
- Adquirir nuevos clientes en un entorno cada vez más competitivo
- Comercializar los servicios habituales e invertir fondos en un nuevo desarrollo
- Competir lealmente para aumentar la cartera de clientes
- Desempeño comercial internacional
- Expandir al exterior las operaciones
- Nuevos negocios de importancia significativa
- Mantener el crecimiento sostenido de los últimos años
- Mantener el nivel de crecimiento de los años anteriores

Contratación/mantenimiento/fidelización/formación de talento

- Conseguir recursos calificados contra la demanda del exterior
- Contratar personal en un mercado con mucha demanda y pleno empleo, sobre todo mandos medios
- Mantener el personal que se encuentra en el exterior
- Falta de recursos humanos calificados
- Fidelización del talento, mantener el atractivo como marca empleadora, conseguir nuevos talentos
- Generar sinergia entre los colaboradores y retener los recursos

Mantenimiento de la cultura organizacional

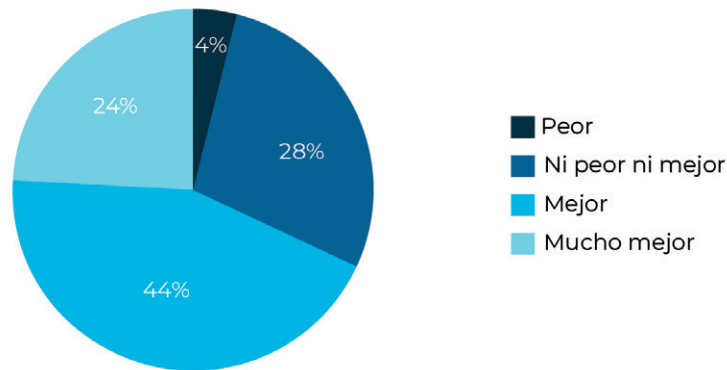
- El principal desafío es mantener cultura de empresa poder generar una cultura de empresa y un sentimiento de pertenencia en la gente
- La pérdida de presencialidad provoca pérdida de cultura.
- Mantener el clima y cultura organizacional
- Mantener la cultura de la empresa
- Mantener la cultura de la empresa en un contexto de trabajo remoto y diferentes lugares físicos



En torno a la valoración comparativa realizada por parte de las empresas sobre su desempeño durante 2021 respecto al año anterior, se identifica una valoración positiva en términos generales. En este sentido, aproximadamente la cuarta parte de las empresas consultadas se refirieron a su desempeño del 2021 como *Mucho mejor* respecto a 2020 y 44% como *Mejor*.

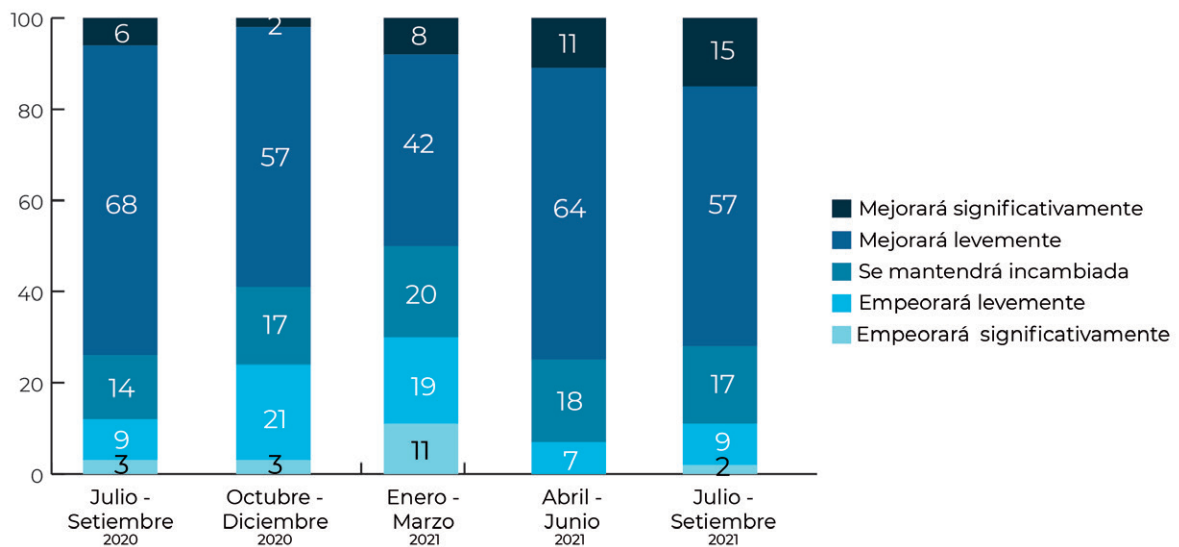
Por otro lado, 28% lo evaluó como *Ni peor ni mejor* mientras el 4% (peso relativo de dos empresas en el total de respuestas) sostuvo que fue *Peor*. En síntesis, las empresas se mostraron relativamente optimistas respecto a la valoración del año en transcurso.

Gráfico 17. Evaluación del desempeño de la empresa en 2021 respecto al año 2020 (%)



Las diferentes ediciones de este estudio han abordado la expectativa en torno a la evolución de la situación económica del país desde la perspectiva de las empresas. En este sentido, la medición del trimestre julio-setiembre 2021 en términos generales puede valorarse de forma positiva dado que 72% de las empresas esperan que la situación mejore, ya sea leve (57%) o significativamente (15%). Estas expectativas de mejora presentan valores similares a la medición anterior a la vez que se muestran más optimistas que otras mediciones anteriores.

Gráfico 18. Expectativa general sobre la evolución de la situación económica del país en el futuro próximo (%) Período julio 2020 - Setiembre 2021, por trimestre



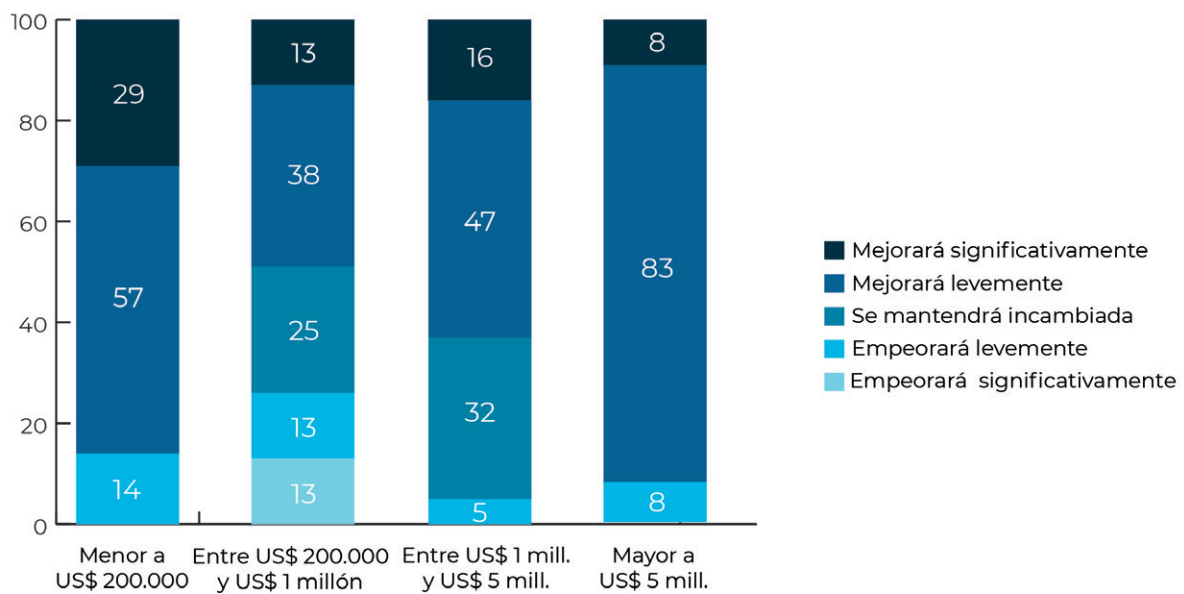


De forma desagregada según el nivel de facturación de las empresas, se denota un fuerte optimismo, principalmente por parte de las empresas pertenecientes al nivel de facturación 1. De estas, el 91% indicó que espera que la situación económica del país mejorará, ya sea leve (83%) o significativamente (8%). Por otro lado, las empresas del nivel de facturación 4 evidenciaron un optimismo en general similar al nivel 1 (86% de las empresas de este nivel sostuvieron esperar una mejora), pero sensiblemente mayor cuando se trata de la expectativa de aumento significativo (29%) constituyendo el nivel que mejores expectativas tiene sobre este tipo de mejora. Cabe destacar que a pesar del optimismo respecto a la mejora significativa en este nivel, también 14% de las empresas pertenecientes a él tiene expectativas de empeoramiento leve.

Por su parte, las empresas del nivel 2 presentan un optimismo relativo, 63% de ellas tienen expectativas de mejora y solo 5% de empeoramiento, mientras que, de aquellas pertenecientes al nivel 3, aproximadamente la mitad argumenta expectativas de mejora y 26% de empeoramiento; la mayor proporción de empeoramiento registrado entre los cuatro niveles y, por tanto, mayor pesimismo.

Una vez más, no se encuentra una relación lineal en función del tramo de facturación.

Gráfico 18a. Expectativa general sobre la situación económica nacional según nivel de facturación (%)



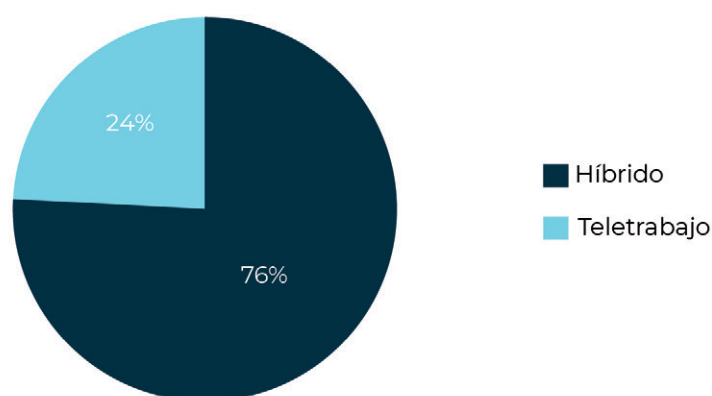
Dimensión G. Presencialidad

Esta sección presenta los resultados de la consulta sobre implementación de la presencialidad en la empresa tanto en la actualidad como la proyección de su implementación futura.

En principio, se indagó acerca de la modalidad de trabajo implementada en las empresas. Al respecto, el panorama muestra una prevalencia de la modalidad híbrida, entendida como aquella en la que se alterna presencialidad y trabajo remoto. Esta modalidad ha sido mencionada por tres cuartas partes de las empresas. Seguidamente, el teletrabajo (entendido como trabajo únicamente remoto) constituye la forma de trabajo presente en la restante proporción (aproximadamente una cuarta parte). Es importante mencionar que si bien el relevamiento de este aspecto incluía una categoría de respuesta que hacía alusión al trabajo completamente presencial, no se registraron menciones a ella.

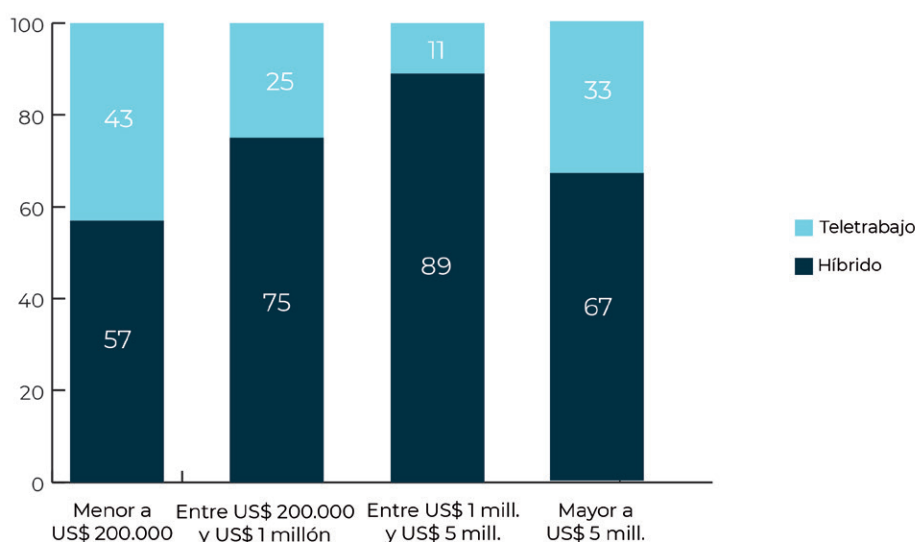
Este dato permite una aproximación a la situación de las empresas respecto a su conformidad con la incorporación del trabajo remoto ya sea éste total o parcial, considerando la mejoría de la situación sanitaria. Asimismo, interesa en futuras mediciones hacer un seguimiento de este indicador y estudiar su evolución a los efectos de identificar tendencias.

Gráfico 19. Modalidad de trabajo (%)



Al analizar según el nivel de facturación, las empresas del nivel 2 (entre U\$S 1 millón y U\$S 5 millones) son quienes mayor peso relativo de la modalidad híbrida presentan (89%) y, las del nivel 4 (menor a U\$S 200.000) quienes mayor proporción poseen de teletrabajo entre los cuatro niveles (43%).

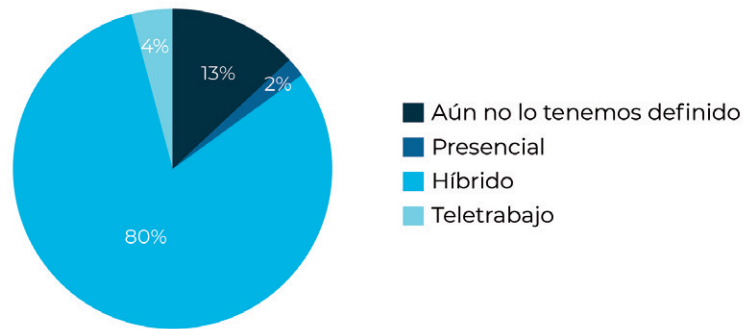
Gráfico 19a. Modalidad de trabajo (%), según nivel de facturación





Sin embargo, la situación cambia levemente al consultar sobre la modalidad de trabajo en una proyección a futuro. De 24% de empresas que se encontraban en el trimestre en modalidad de teletrabajo, se reduce a 4% el peso relativo de quienes proyectan esta modalidad para el futuro en su organización. La proporción que estima continuar con un modelo híbrido se mantiene estable (76% manifestaron encontrarse bajo esta forma de trabajo y un 80% estima implementarla en el futuro) y solamente una empresa (2%) proyecta retornar a la presencialidad plena. El restante 13% aún no lo ha definido.

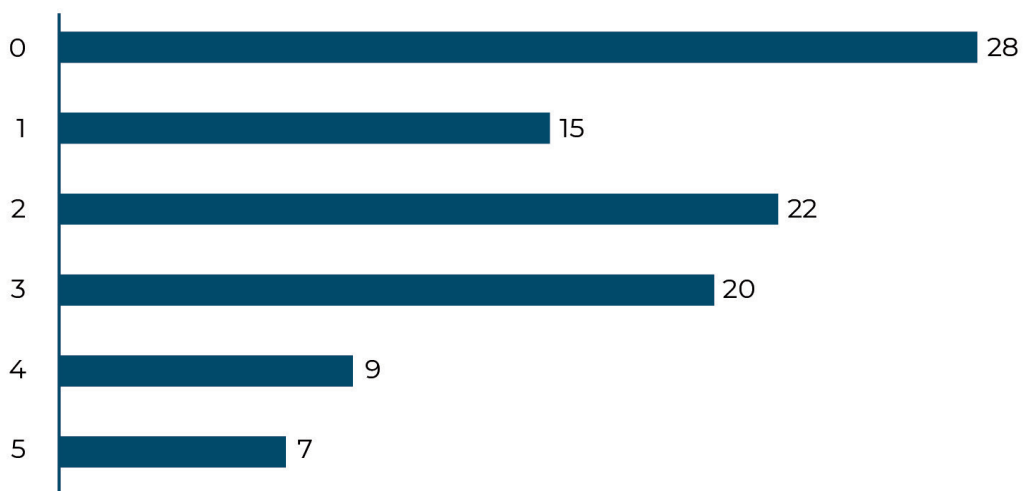
Gráfico 20. Proyección sobre la distribución entre el trabajo remoto y presencial (%)



Complementario al análisis, se consultó acerca de la cantidad de días a la semana en la que, en promedio, se encontraba asistiendo de forma presencial el personal. De esta manera se pudo conocer que en el 28% de las empresas el personal no asiste ningún día, correspondiendo aproximadamente al dato anterior en el cual una cuarta parte de las empresas manifestaron implementar el teletrabajo.

Por otro lado, se identifica un conjunto de empresas que tienen una presencialidad alternada: 15% de las empresas manifestó que su personal asiste una vez a la semana, 22% dos veces a la semana y 20% tres veces. Finalmente, la presencialidad más elevada (4 y 5 días semanales) se encuentra presente de forma más reducida, esto es, en el 9% y 7% de las empresas respectivamente. Este dato indica, al igual que el anterior, una prevalencia del trabajo remoto por sobre el presencial.

Gráfico 21. Cantidad de días a la semana de asistencia presencial a la empresa (%)



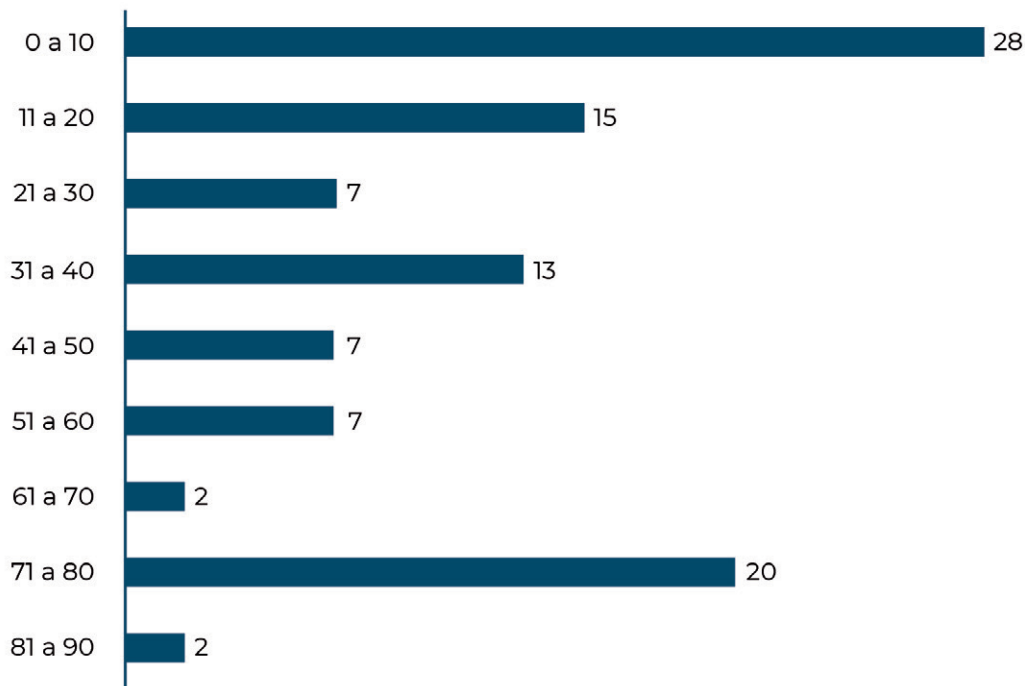


Adicionalmente, se solicitó a las empresas una estimación sobre la proporción de la actividad laboral realizada de forma presencial. Al respecto, se halló que existe una distribución heterogénea entre las empresas. Mientras un 28% de ellas realizan bajo esta modalidad únicamente hasta el 10% de su actividad laboral, una quinta parte realizan el 80% de actividad de forma presencial.

Si bien no existe una tendencia clara al respecto, la mediana para este indicador se ubica en el 30% de las actividades, en otras palabras, la mitad de las empresas que participaron del relevamiento realizan el 30% o menos de su actividad de esta manera. Asimismo, una proporción mayor, el 70% de ellas, realiza la mitad de su actividad o menos de esta forma. Esto permite observar una mayor concentración de los casos en la primera mitad de la distribución, dato que condice con los anteriores y por tanto refuerza el entendido de que las empresas se encuentran optando en gran medida por el trabajo remoto.

Es importante mencionar que, una vez más, no se registraron casos en los que se indicara trabajo presencial pleno.

Gráfico 22. Porcentaje de la actividad de la empresa realizada de forma presencial

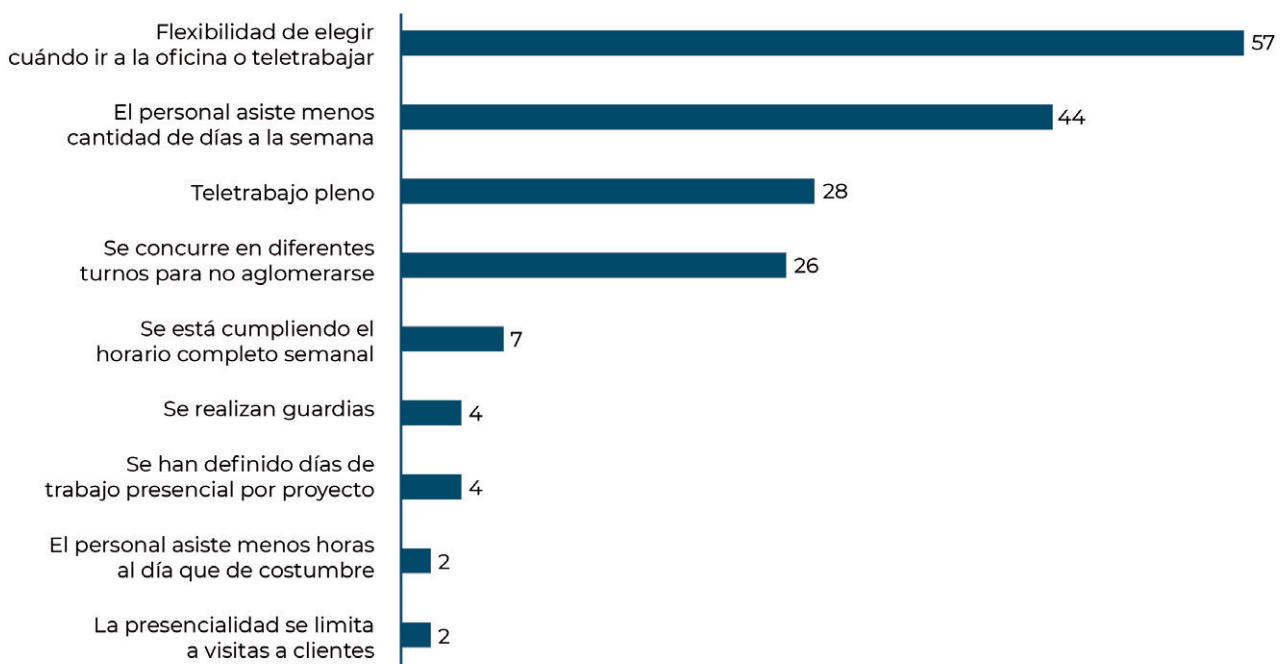




En torno a las estrategias desarrolladas para llevar a cabo la presencialidad en la empresa, en más de la mitad de las empresas (57%) se esgrime que los colaboradores tienen la flexibilidad de elegir cuándo ir a la oficina o cuándo teletrabajar. En concordancia con el dato presentado anteriormente, se aduce en una proporción considerable de las empresas participantes (44%) que el personal asiste menos cantidad de días a la semana que de costumbre, pero no necesariamente menos horas al día (solamente en una empresa se manifestó esta estrategia).

También son mencionadas con frecuencia la implementación del teletrabajo pleno (28%) y que los colaboradores concurren en diferentes turnos para no aglomerarse (26%). En este sentido, se puede observar que las organizaciones se encuentran en una situación en la que alternan presencialidad con teletrabajo (con mayor frecuencia de teletrabajo) atendiendo a los cuidados necesarios respecto al contexto en términos sanitarios.

Gráfico 23. Estrategias desarrolladas para llevar a cabo la presencialidad en la empresa (%)⁸



⁸ La sumatoria de todos los porcentajes supera el 100% debido a que el relevamiento permitió marcar todas las opciones que correspondieran



Finalmente, se solicitó a las empresas indicar su nivel de acuerdo con una serie de afirmaciones sobre aspectos vinculados a la presencialidad. Al respecto, se observa un alto grado de acuerdo (94%) con la continuidad del teletrabajo en el largo plazo. Esta modalidad es valorada en términos generales de manera positiva en el sentido que una proporción mayoritaria de empresas (57%) no considera que genere inconvenientes al funcionamiento de la empresa aunque sí es un aspecto valorado de manera negativa que el teletrabajo le resta cohesión a los equipos de trabajo (48%).

De todos modos, un 58% de las organizaciones aduce haber implementado el retorno a la presencialidad sin inconvenientes y un 13% indicó la opción de respuesta No sabe/no contesta posiblemente tratándose de organizaciones que no han retornado aún a esta modalidad. Se asume de forma genérica, también que las empresas participantes se encuentran en conformidad con el teletrabajo o modalidad híbrida, teniendo en cuenta que una gran proporción (74%) señaló estar en desacuerdo o muy en desacuerdo con que el retorno a la presencialidad plena es necesario.

Gráfico 24. Nivel de acuerdo con afirmaciones sobre presencialidad (%)

