

MONITOR DE LA INDUSTRIA TI EN URUGUAY: *abril a junio de 2021*



observatorio
TI



RESUMEN EJECUTIVO

Esta edición del Monitor de la Industria TI, informado por 44 empresas, releva la situación de coyuntura del sector en el trimestre de abril a junio de 2021.

- **Ventas.** 39% de las empresas mantuvieron sus ventas dentro de lo esperado, mientras que 39% las aumentaron y 23% las redujeron. La sumatoria de respuestas negativas se redujo sostenidamente en las sucesivas mediciones hasta la actualidad. Respecto a cómo estiman las empresas que evolucionarán sus ventas en el trimestre de julio a setiembre de 2021, se observa cierto optimismo: las respuestas positivas representan un 55% y las negativas descienden a tan solo 9%.
- **Oportunidades de negocio.** La concreción de negocios entre abril a junio de 2021 se mantuvo constante para la mitad de las empresas que responden al monitor, mientras que para un 37% de las empresas se genera un aumento. 92% de las empresas relevadas han experimentado nuevas oportunidades de negocio en este trimestre de diversa magnitud.
- **Situación del personal de las empresas.** El 73% de las empresas consultadas mencionan tener a más del 80% del personal teletrabajando. En cuanto a la posibilidad de retornar a la presencialidad si bien aproximadamente la mitad de las empresas considera que es probable o muy probable que su empresa vuelva a la presencialidad en el próximo trimestre mientras que un 43% considera poco o nada probable esta posibilidad.
- **Desafíos del teletrabajo.** El 80% de las empresas declara no haber sufrido dificultades operativas significativas en la implementación del teletrabajo. Prácticamente todas las empresas (98%) considera que el personal de su empresa se ha adaptado muy bien al teletrabajo. Un importante porcentaje (88%) considera que la empresa ha tomado importantes medidas para apoyar a los empleados en esta modalidad. Más de la mitad de las empresas (66%) menciona estar de acuerdo con que la flexibilidad aportada por el teletrabajo ha resultado muy beneficiosa para los equipos, evaluando a su vez positivamente la productividad de sus colaboradores.
- **Empleo.** Las expectativas sobre vinculaciones y desvinculaciones se presentan positivas y más optimistas a las relevadas en la anterior medición. Actualmente, el 66% de las empresas prevé contratar personal y el 32% prevé mantener su plantilla actual (57% y 41% respectivamente en el trimestre anterior). Entre las empresas que prevén contratar personal, el 70% busca a Especialistas TI. El 84% de las empresas evitó los envíos a seguro de desempleo en el segundo trimestre de 2021.
- **Profesionales independientes.** 93% de las empresas no rescindieron contratos de profesionales por la situación sanitaria durante el trimestre. Desde el inicio de la pandemia, la contratación de profesionales en la industria TI no sufrió perjuicios.
- **Evaluación general de la coyuntura actual.** Aumenta el optimismo respecto del desempeño general de la economía uruguaya: alcanzando a 75% las empresas que consideran que la situación económica nacional mejorará en el futuro próximo, esta proporción implica un aumento de 25 puntos respecto a la anterior medición. Asimismo, se presenta una disminución importante de las evaluaciones pesimistas. La enorme mayoría expresó una evaluación muy positiva de su adaptación al contexto de la “nueva normalidad”: 93% exhiben niveles de satisfacción con su transformación de 4 y 5 en una escala de 5 puntos.



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.

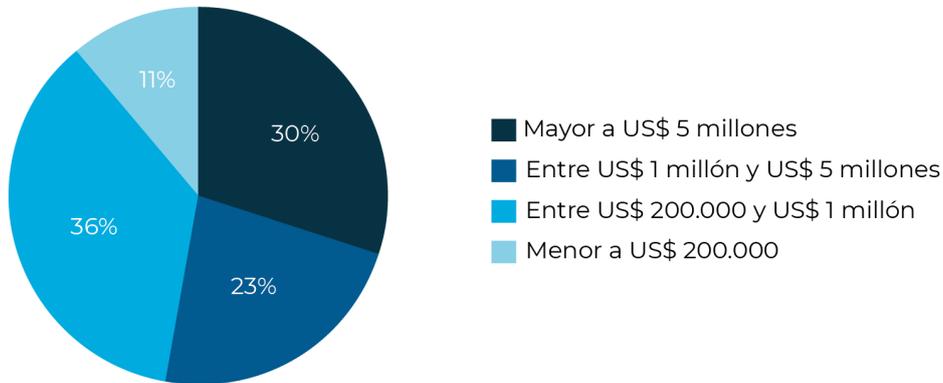
Esta edición releva dimensiones clave sobre la coyuntura que atraviesa el sector, así como los impactos de la situación sanitaria en desarrollo haciendo foco en el trimestre entre abril y junio de 2021; considerando la autoevaluación en diferentes aspectos, así como algunas medidas implementadas por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

El formulario fue respondido, en modalidad online, por 44 empresas del sector TI en Uruguay -entre los días 7 y 26 de julio-, las cuales presentan las características que se describen a continuación.

IDENTIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

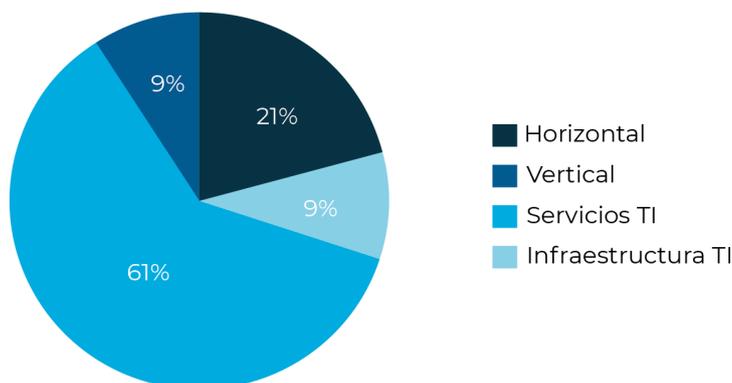
En un primer apartado de la encuesta, se clasificó a las empresas del sector de acuerdo con los criterios habitualmente utilizados, que incluyen: Nivel de facturación por tramo¹, segmento principal de negocio².

Gráfico 1. Clasificación de las empresas por niveles de facturación



En esta primera caracterización se puede observar que las empresas participantes se distribuyen de manera relativamente proporcional entre los diferentes niveles de facturación anual. Representan una mayoría relativa (36%) las que facturan entre 200.000 y 1 millón de dólares, mientras que le siguen en número las que facturan más de 5 millones (30%), y en tercer lugar, las que facturan entre 1 y 5 millones de dólares (23%). Las empresas que facturan menos de 200.000 dólares son las que representan un menor peso en este trimestre alcanzando el 11%.

Gráfico 2. Segmento principal de negocio



En cuanto a la clasificación por segmento principal de negocio, se observa que la mayoría de las empresas participantes (61%) tienen como principal rubro el de los servicios TI, 21% se dedican en mayor medida al segmento horizontal, con una minoría de 4 empresas enfocadas primordialmente en Infraestructura TI y otras 4 empresas al segmento Vertical (9% del total de respondentes).

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

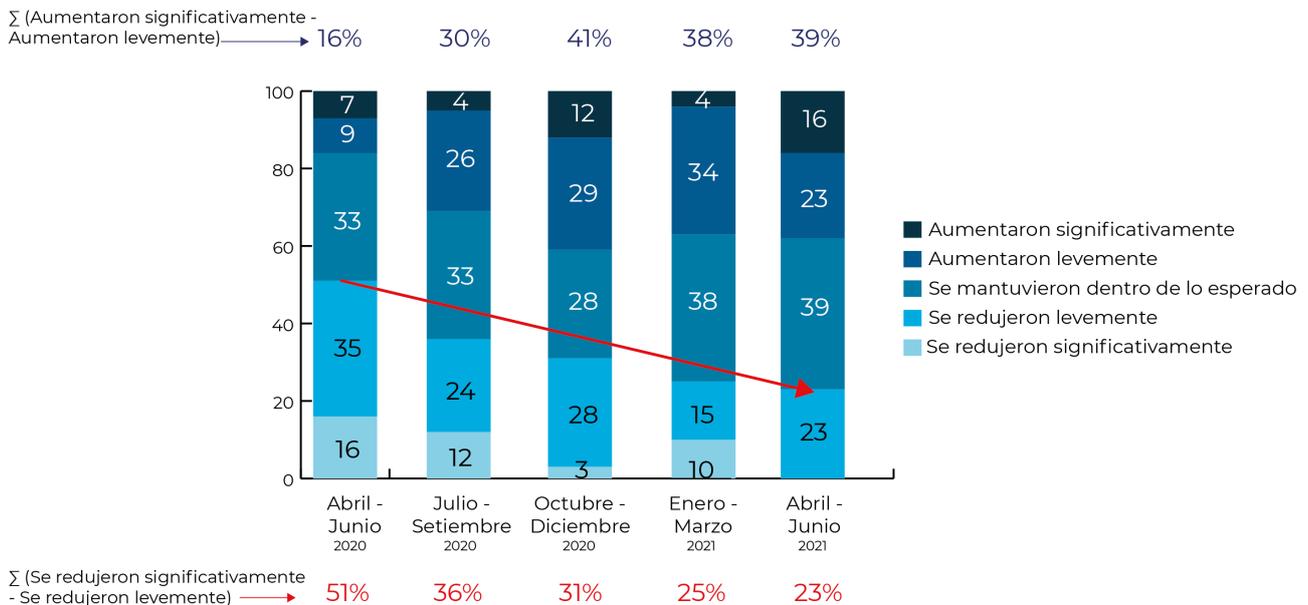
- A. Evolución y expectativas en materia de ventas
- B. Evolución y expectativas respecto a nuevas oportunidades de negocio
- C. Situación del personal de la empresa
- D. Evolución y expectativas respecto al empleo
- E. Evolución y expectativas de contratación de servicios profesionales
- F. Evaluación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

PRINCIPALES HALLAZGOS

Dimensión A. Evolución y expectativas en materia de ventas

Gráfico 3. Evolución de las ventas

¿Cómo han evolucionado sus ventas en el trimestre de abril a junio de 2021 respecto al trimestre anterior (enero a marzo 2021)? (%)

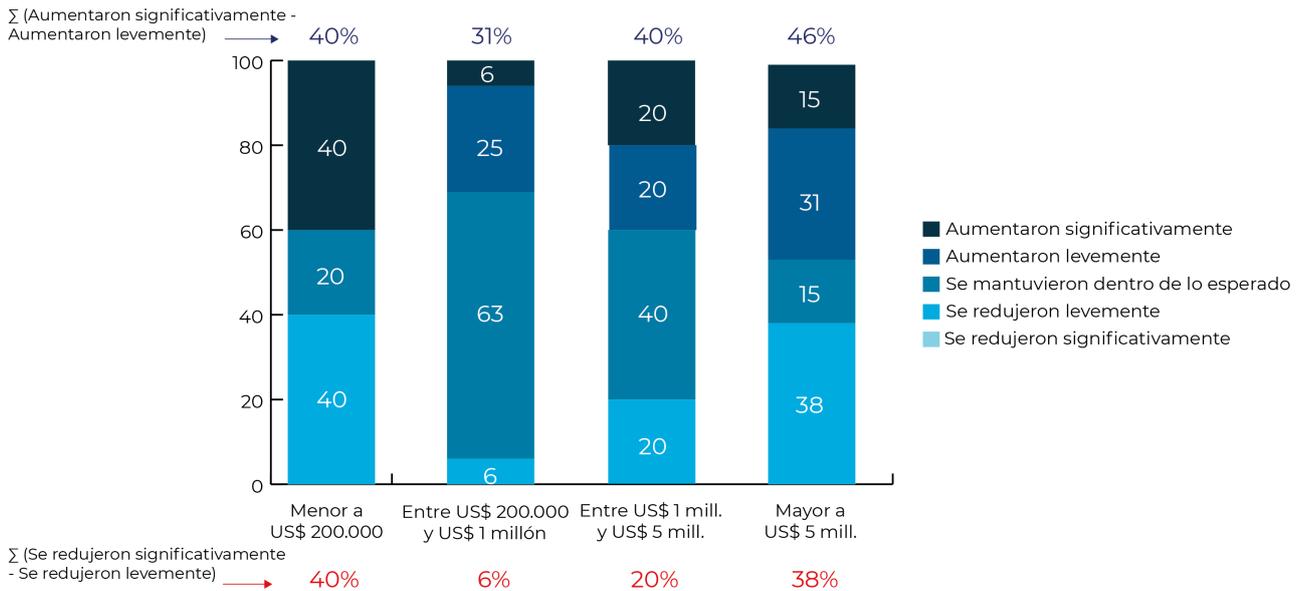


El panorama de las 44 respuestas obtenidas muestra una fuerte diversidad, tal como ha sucedido en las sucesivas mediciones del Monitor.

Un 39% de las empresas participantes señalan haber mantenido sus ventas dentro de lo esperado, esta es una evaluación que puede considerarse como positiva, ya que si bien no han aumentado tampoco se han reducido. Otro 39% de las empresas mencionan que sus ventas aumentaron en el último trimestre, esto es un aumento importante si lo comparamos con el mismo trimestre en el año 2020 en tanto se evidencia una diferencia de más de 20 puntos porcentuales.

Otro punto a destacar es el descenso que vienen teniendo las empresas que mencionan una reducción en sus ventas en las sucesivas mediciones de este monitor, siendo que mientras en abril-junio del 2020 un 51% indicaba una caída en sus ventas, en abril junio de 2021 este porcentaje desciende a 23%. A su vez, es el primer trimestre en donde ninguna de las empresas participantes menciona una reducción significativa de sus ventas.

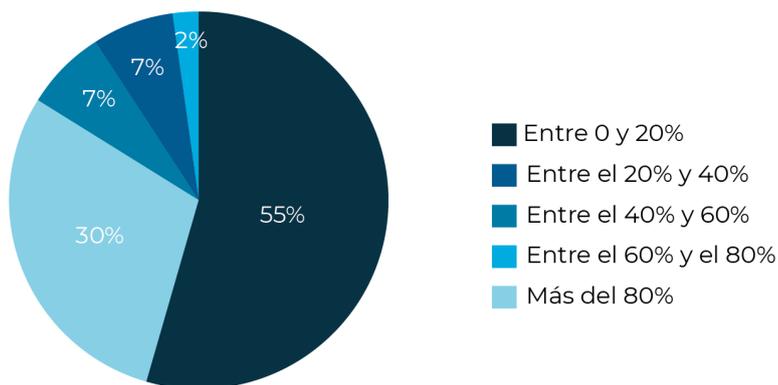
Gráfico 3b. Evolución de ventas en el trimestre según nivel de facturación (%)



Esta situación se distribuye de forma heterogénea entre las empresas con distintos niveles de facturación. Si bien es importante aclarar que la cantidad de respuestas por tramo de facturación es muy baja, por lo que dicha apertura debe ser tomada como referencia.

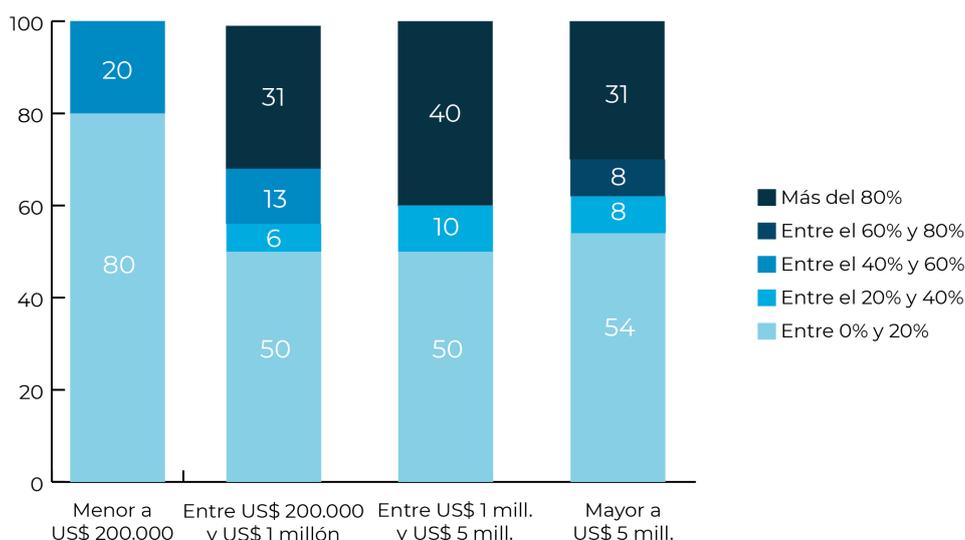
Las empresas de mayor facturación son las que mostraron en este trimestre una mayor mención de aumento de ventas. Sin embargo, esta proporción no resulta tan diferente para los restantes tramos de facturación, a excepción del tramo entre 200.000 y 1 millón quienes señalan en mayor medida haber mantenido sus ventas dentro de lo esperado. Las empresas de menor facturación son las que muestran un peor saldo entre respuestas positivas (aumento de ventas) y negativas (reducción de ventas).

Gráfico 3c. Proporción de ventas correspondiente a exportaciones (%)



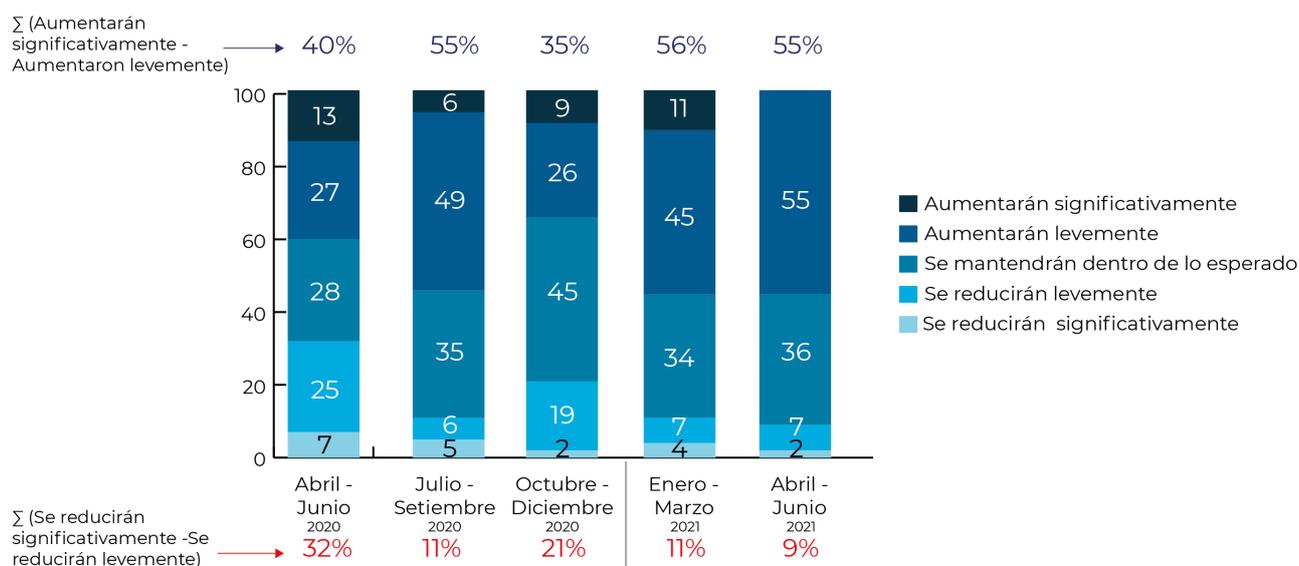
Se consultó a las empresas qué proporción de sus ventas correspondían a exportaciones (ventas en el exterior). Se evidenció aquí, que aproximadamente un tercio de las empresas mencionó que más del 80% de sus ventas corresponden a ventas al exterior. Sin embargo, más de la mitad de las empresas participantes en esta edición del monitor (55%) manifiestan que las exportaciones representan una proporción pequeña de sus ventas (de 0 a 20%).

Gráfico 3d. Proporción de ventas correspondiente a exportaciones, según nivel de facturación (%)



El peso de las exportaciones dentro del conjunto de las ventas se encuentra fuertemente asociado con el tamaño de la empresa. Como se ha visto reflejado en sucesivas ediciones del Informe Anual del Sector TI³; a mayor nivel de facturación de las empresas, mayor es su colocación de productos y servicios en el mercado exterior. En esta edición del Monitor, dicha asociación aparece muy patente. Entre las empresas que facturan menos de US\$ 200.000 al año, el 80% exporta entre el 0 y 20% de sus ventas y tan solo el 20% exporta entre el 40 y 60% de sus ventas. En cambio, entre las empresas con niveles de facturación mayores a US\$ 1 millón, aproximadamente 40% declara exportar más del 60% de sus ventas.

Gráfico 4. ¿Cómo estima que evolucionarán sus ventas en el trimestre de julio setiembre del año 2021?



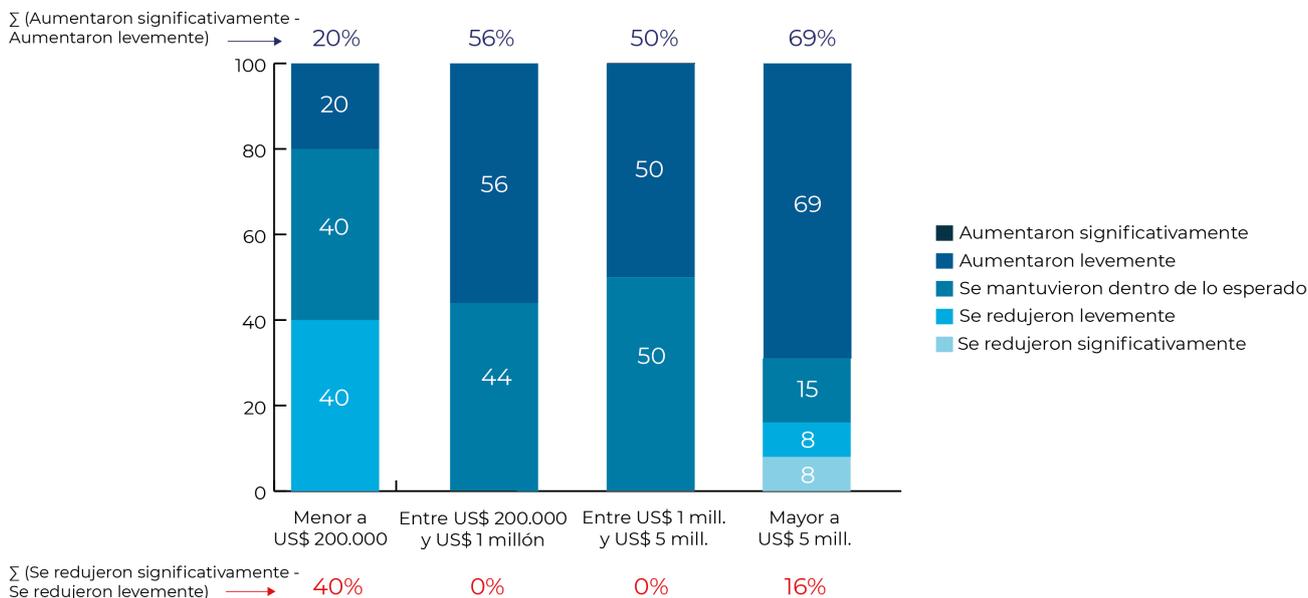
Seguidamente, se consultó a las empresas sobre cómo estiman que evolucionarán sus ventas en el siguiente trimestre (julio-setiembre) de 2021. En esta medición se puede apreciar una evaluación muy similar al trimestre anterior.

³ Ver: <https://observatorioti.cuti.org.uy/mirador/informes-sectoriales/informe-anual-del-sector-ti-2019/>



Para la actual medición, las respuestas positivas representan un 55% y las negativas descienden al 9%, se puede observar para el año 2021 un aumento de las expectativas positivas y una disminución de las evaluaciones negativas. Por lo que podríamos concluir que se está generando este año un panorama de mayor optimismo en comparación con el 2020.

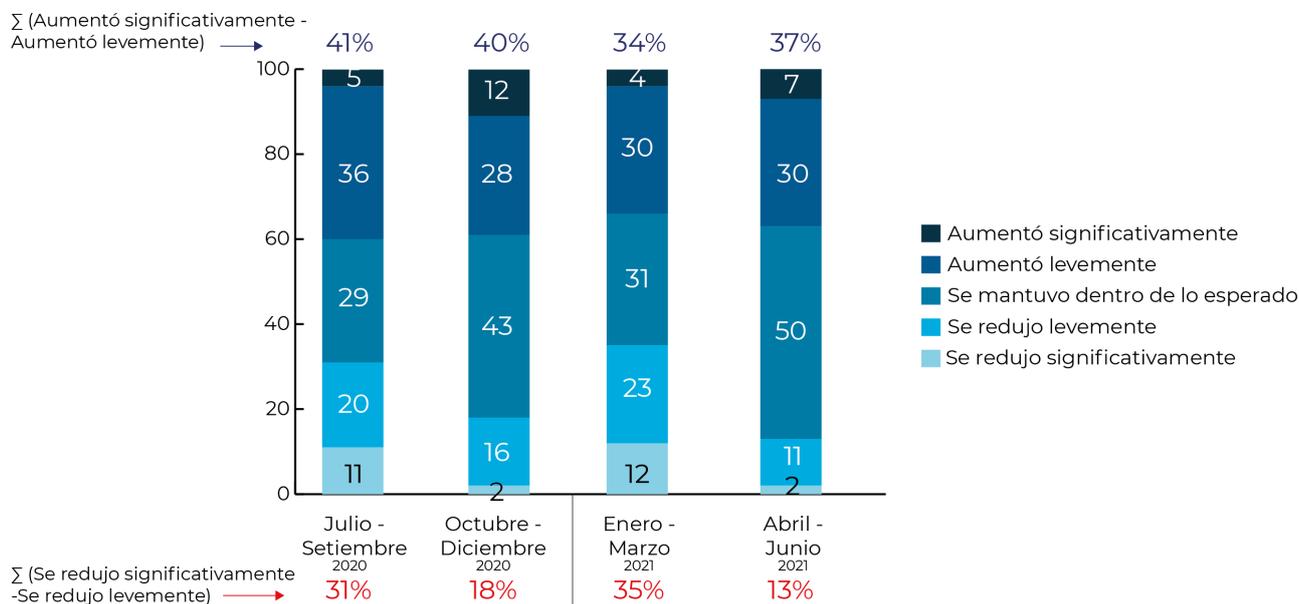
Gráfico 4b. Percepción evolución de ventas en el próximo trimestre (julio setiembre 2021) según nivel de facturación (%)



Al evaluar las expectativas de las empresas respecto a las ventas en el próximo trimestre, se puede observar un mayor optimismo en aquellas empresas con mayores niveles de facturación, en tanto que cerca del 70% de las empresas que facturan más de 5 millones de dólares, consideran que sus ventas aumentarían en el próximo trimestre. Este optimismo baja considerablemente cuando se trata de las empresas con menores niveles de facturación, dentro de éstas tan solo el 20% mantienen una percepción positiva respecto al aumento de las ventas mientras que el 40% considera que sus ventas se reducirán.

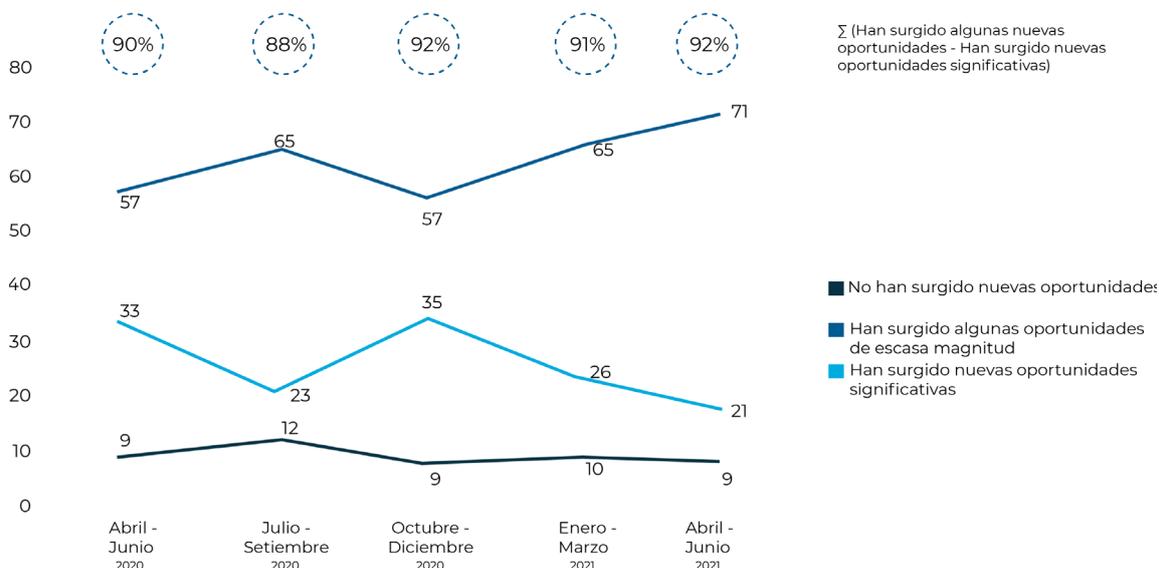
Dimensión B. Evolución y expectativas respecto a nuevas oportunidades de negocio

Gráfico 5. ¿Cómo evalúa la concreción de negocios de abril a junio de 2021 respecto al trimestre anterior?



La concreción de negocios entre abril y junio de 2021 para la mitad de las empresas que responden al monitor se mantuvo constante, mientras que un 37% manifestó un aumento. En comparación con el trimestre anterior, se puede observar un descenso de los que señalaban una reducción en la concreción de negocios, a su vez, el dato de este trimestre representa el de menor proporción de evaluaciones negativas. Esto podría asociarse al contexto socioeconómico generado por la crisis sanitaria, en donde durante el año 2020 una gran cantidad de empresas se vio afectada teniendo que mitigar sus actividades afectando a la concreción de negocios, en tanto en el 2021, se puede comenzar a apreciar un proceso hacia la reactivación de la economía post pandemia.

Gráfico 6. ¿Han surgido durante el trimestre de abril a junio de 2021 nuevas oportunidades de negocio para su empresa?





Tal como sucedía en el trimestre anterior, la casi totalidad de empresas participantes (92%) experimentaron en este trimestre nuevas oportunidades de negocio. En términos generales, si bien varía la magnitud de estas oportunidades, este surgimiento se ha mantenido estable durante todas las mediciones.

El 71% afirma que estas han sido oportunidades menores mientras que, para el 21% de las empresas, estas han sido oportunidades significativas.

Tan solo 4 empresas declararon no haber tenido nuevas oportunidades de negocio.

Seguidamente, se solicitó a las empresas que describan qué razones generales consideran que explican su situación actual respecto al surgimiento o no surgimiento de nuevas oportunidades de negocio para su empresa.

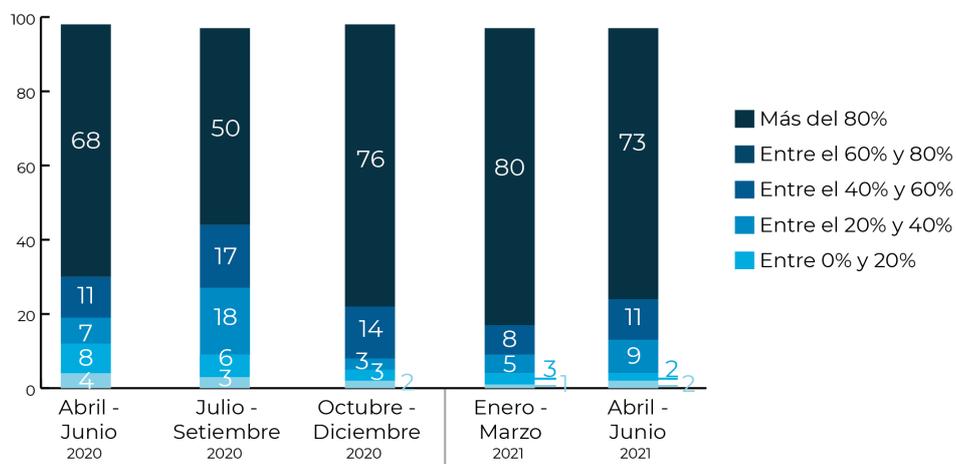
Gráfico 6b. Razones de surgimiento o no surgimiento de nuevas oportunidades (%) (codificación de respuestas abiertas)



En torno a las posibles razones que explican la posición de las empresas en la actual coyuntura respecto al surgimiento de nuevas oportunidades o a por qué las mismas no han aparecido, se aprecian diferentes hipótesis, en algunos casos contrapuestas. Para una mayoría relativa de empresas (23%) se señala como positiva la reactivación económica que se avizora a nivel local, regional y global, a su vez, un 16% considera que el proceso de “aceleración tecnológica” impulsado por las restricciones a la interacción física presencial que impuso la pandemia de Covid 19 es una explicación potente para comprender las nuevas oportunidades de negocio detectadas y aprovechadas. Como contracara, un 16% de las empresas indican que la pandemia tuvo un impacto mayormente negativo en tanto produjo una disminución general de las inversiones públicas y privadas y un escenario económico global de mayor incertidumbre que afecta a la concreción de negocios. Otro 16% no identifica ninguna razón concreta en la concreción de negocios y en muchos casos se asocia a una dinámica natural del mercado. En menor medida, se señala como positiva la reactivación económica de Estados Unidos; principal destino de exportación para la industria TIC uruguaya. Y finalmente dentro de las “otras” razones mencionadas se encuentra también el propio esfuerzo de las empresas en la inversión hacia un mayor enfoque comercial para la atracción de nuevos negocios.

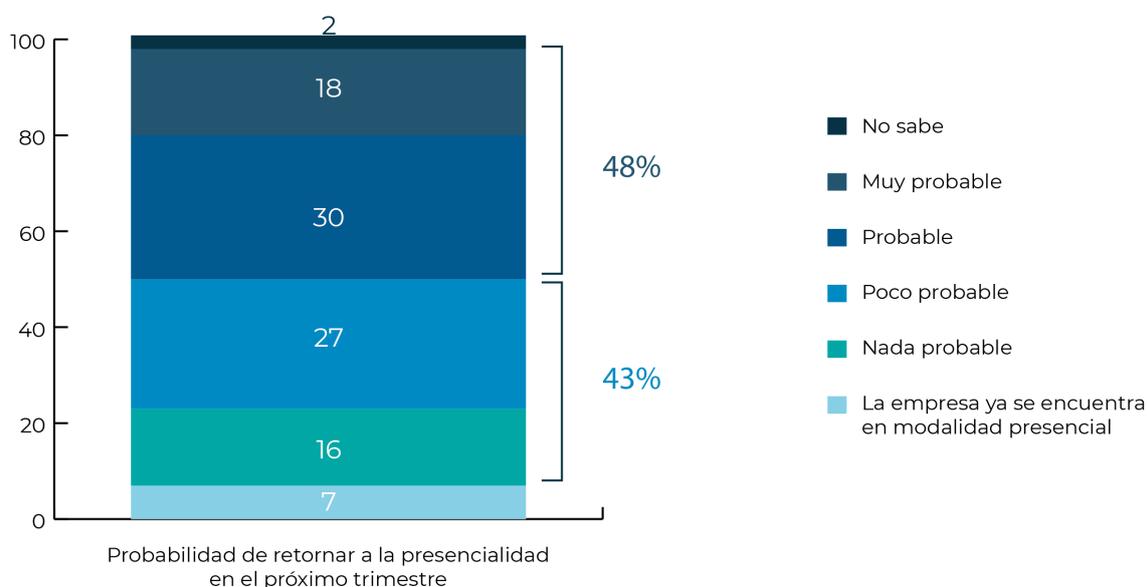
Dimensión C. Situación del personal de la empresa

Gráfico 7. ¿Qué porcentaje del personal de su empresa se encuentra actualmente en modalidad de teletrabajo?



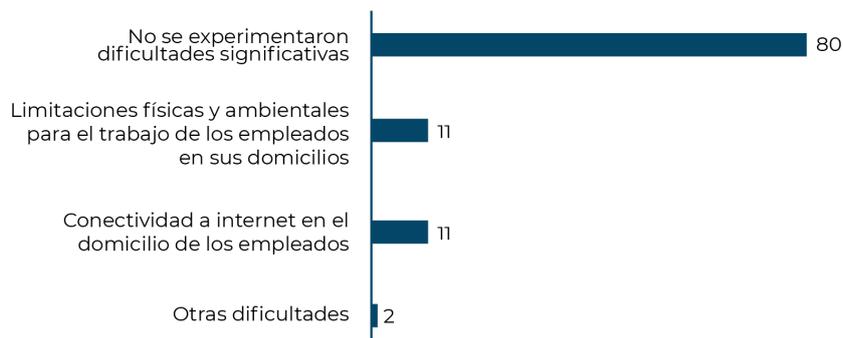
Respecto a la implementación del teletrabajo, se consultó qué porcentaje del personal de la empresa se encontraba actualmente en dicha modalidad para el cumplimiento de sus tareas. El 73% de las empresas consultadas tienen a más del 80% del personal teletrabajando, dicha proporción es la menor reportada en comparación a la medición del último trimestre del 2020 y el primer trimestre del 2021, lo que puede estar relacionado con una vuelta paulatina del personal de las empresas a la presencialidad.

Gráfico 7b. ¿Cuál es la probabilidad de que en el próximo trimestre (julio-setiembre 2021) su empresa vuelva a la presencialidad?



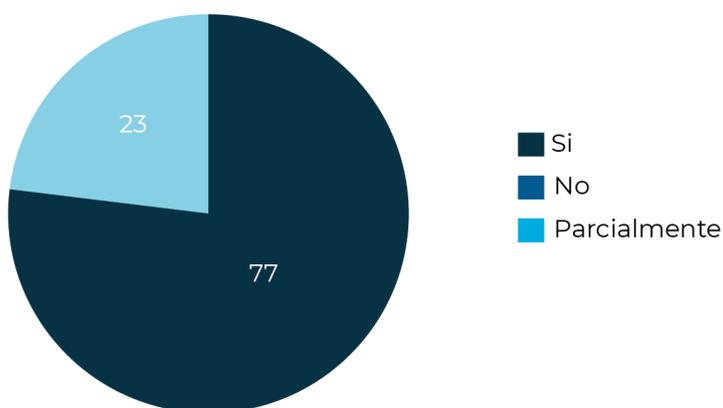
En el actual trimestre se consultó a las empresas acerca de la probabilidad de retornar a la presencialidad en el próximo trimestre (julio-setiembre). Tan solo un 7% señaló que la empresa ya se encuentra en modalidad presencial, aproximadamente la mitad de las empresas considera que es probable o muy probable que su empresa vuelva a la presencialidad en el próximo trimestre mientras que un 43% considera poco o nada probable esta posibilidad.

Gráfico 7c. ¿Qué dificultades operativas ha identificado producto de la implementación del teletrabajo en su empresa?



La gran mayoría de las empresas (80%) declara no haber tenido dificultades significativas en la implementación del teletrabajo. Este es un porcentaje que ha ido disminuyendo a lo largo de las mediciones, con lo cual se podría entender que las empresas han ido ajustando las dificultades a medida que avanza el tiempo de implementación del teletrabajo. Solamente un 11% reporta dificultades en la conectividad a internet en los hogares de los empleados y otro 11% reporta limitaciones físicas y ambientales para el trabajo de los empleados en sus domicilios.

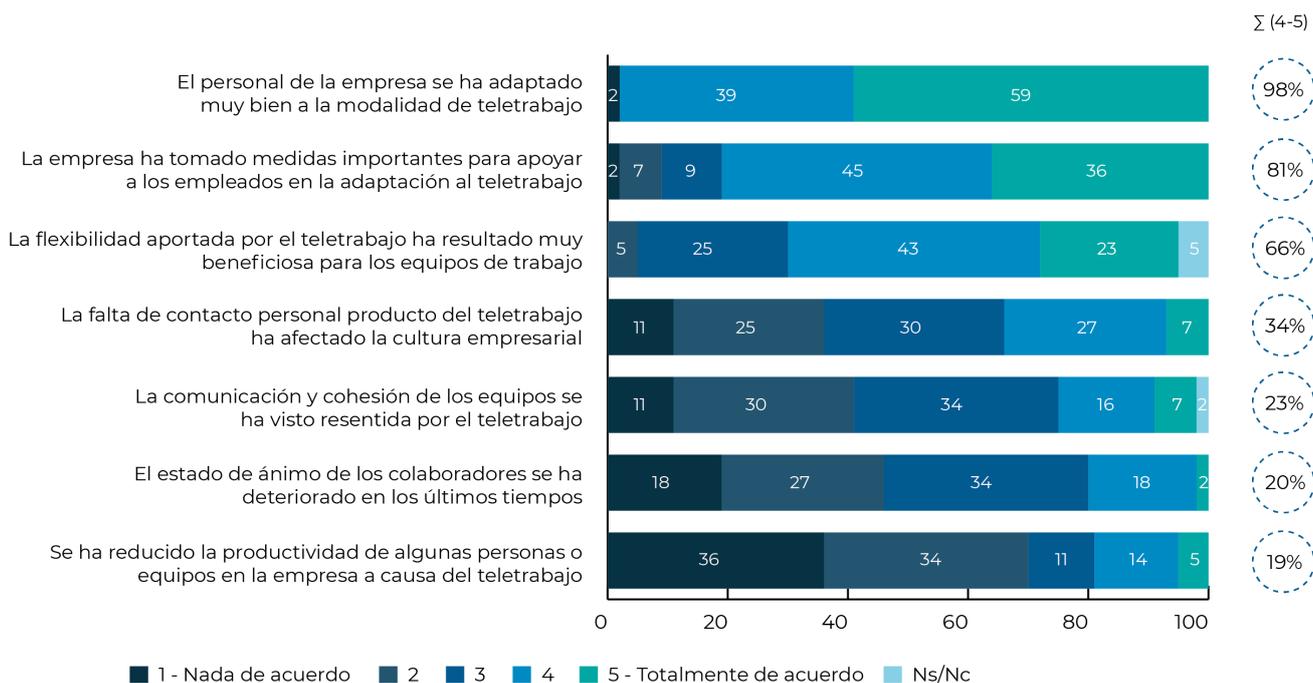
Gráfico 7d. En caso de haber experimentado estas dificultades operativas, ¿considera que pudo resolverlas apropiadamente?



Dentro de las empresas que sí experimentaron dificultades operativas, todas reportaron haber podido resolverlas, ya sea total o parcialmente.

A continuación, se le presentó a las empresas una serie de afirmaciones sobre la situación del personal en la organización en la coyuntura actual. Se les solicitó responder cuál es su grado de acuerdo con dichas afirmaciones en una escala de 5 puntos (desde “Totalmente en desacuerdo” a “Totalmente de acuerdo”); respuestas que se reflejan en el siguiente gráfico.

Gráfico 7e. Situación del personal de la empresa en la coyuntura actual



Dentro del total de frases presentadas, la frase que tuvo un mayor grado de acuerdo tiene que ver con la afirmación de que el personal de la empresa se ha adaptado muy bien a la modalidad de teletrabajo. Prácticamente todas las empresas participantes de este monitor (98%) estuvieron de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación.

En un segundo lugar, con un 88% de acuerdo, se encuentra la afirmación de que la empresa ha tomado importantes medidas para apoyar a los empleados en esta modalidad, en el siguiente apartado se consulta, a su vez, cuáles han sido esas medidas de contención.

En tercer lugar, encontramos que un 66% se encuentra muy de acuerdo o de acuerdo con la afirmación que sostiene que la flexibilidad aportada por el teletrabajo ha resultado muy beneficiosa para los equipos, solamente un 5% indicó estar en desacuerdo con esta afirmación.

Asimismo, dentro de las frases que tuvo un número mayor de evaluaciones divididas se encuentra la afirmación que sostiene que la falta de contacto producto del teletrabajo ha afectado la cultura empresarial, aproximadamente la misma cantidad de empresas evalúa con un puntaje intermedio, positivo y negativo respecto a esta frase.

Por otro lado, dentro de las frases con mayores niveles de desacuerdo encontramos la que indica que la comunicación de los equipos se ha visto resentida por el teletrabajo, presentando 41% de desacuerdo, y la que refiere a que el estado de ánimo de los colaboradores se ha deteriorado, presentando un 45% de desacuerdo, contrariamente a esto un 20% de las empresas señala estar de acuerdo con esta afirmación.

Finalmente, al evaluar la frase que señala una reducción de la productividad de algunas personas del equipo a causa del teletrabajo, la mayoría de las empresas (70%) manifiesta estar en desacuerdo con dicha afirmación.

En la siguiente pregunta, se interrogó a las empresas acerca de qué medidas concretas de relevancia se adoptaron para contener y apoyar a los colaboradores en este proceso de adaptación a nuevas formas de trabajo.

Gráfico 8. Medidas de contención y apoyo a los colaboradores de la empresa (%)



Cerca de un 40% de las empresas señala como principal medida el aumento en la comunicación con sus equipos, asimismo algo más de un tercio de las empresas (32%) brindó equipamiento y herramientas de trabajo para mejorar la comodidad de los colaboradores en su hogar y otro tercio (32%) llevó adelante diversas estrategias de contención como las reuniones y espacios de escuchas de los colaboradores. En proporciones menores, fueron relevantes las medidas adoptadas para flexibilizar las dinámicas laborales, para ofrecer actividades de esparcimiento, y para promover el bienestar general del personal de la empresa. Asimismo, un 14% indicó haber compensado económicamente a sus colaboradores por la modalidad de teletrabajo.

Se presentan también desarrolladas de forma cualitativa algunas de estas medidas, tal como fueron expresadas por las propias empresas en sus respuestas abiertas:

Iniciativas de promoción del bienestar

- Taller de Meditación Mindfulness.
- Reuniones diarias de Sync, incorporación de acompañamiento psicológico.
- Enviamos frutas a domicilio para estar presentes.

Propuesta de actividades de esparcimiento (extra laborales)

- Video conferencias sociales.
- Coffebreak virtual.
- Dinámicas recreativas.
- Cada 15 días la empresa paga un almuerzo de PedidosYa para los colaboradores y compartimos ese rato juntos.



Compensación económica

- Compensación económica por gastos derivados del teletrabajo.
- Apoyamos en mejorar la conectividad para los que no tenían una conexión adecuada, implementamos un bono internet, apoyamos con sillas y escritorios.
- Pago internet.
- Económica, suministro sillas monitor.
- Apoyo económico para la compra de equipamiento como sillas de trabajo

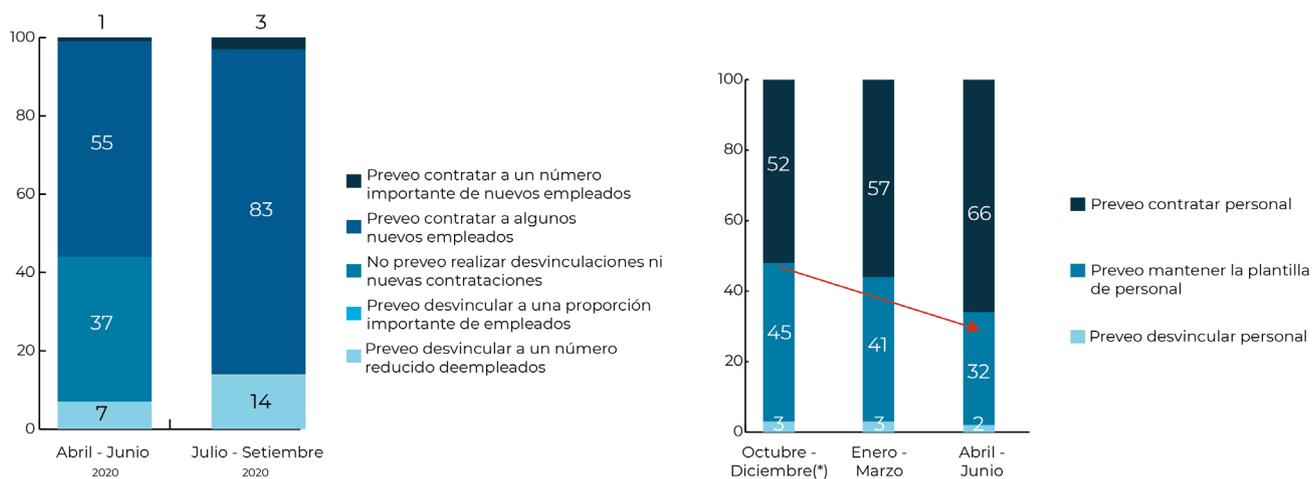
Reuniones y espacios de escucha/Aumento comunicación

- Instancias de charlas, reuniones Actividades grupales virtuales, acercamientos personales frecuentes, regalos y premios a domicilio, comunicación organizacional constante.
- Rutinas de reuniones grupales por videoconferencia.
- Tratamos de fomentar reuniones virtuales fuera del horario de trabajo para generar vínculos entre las personas que no están asignadas al mismo proyecto.
- Frecuencias en el contacto y buen apoyo y seguimiento de las personas.
- Espacios de contención, materiales de apoyo en sus casas y otras sorpresas lindas.
- Realizar un seguimiento a la situación de las personas/equipos por parte de Capital Humano.
- Reuniones diarias y comunicación activa y estar atentos por si precisaban algún dispositivo o algo para poder continuar trabajando.
- Hemos trabajado muy fuertemente con RRHH para generar nuevas iniciativas que se adapten a la nueva realidad con el objetivo de mantener la motivación y fidelidad de los empleados con la empresa.
- Reuniones de seguimiento profesional y personal.
- Encuentros virtuales, cuidado de fechas importantes para los miembros del equipo.
- Reuniones one on one frecuentes.
- Hemos mantenido actividades de todos pero de forma virtual, actividades de comunicación, etc. Además hay contacto frecuente entre los Líderes y sus equipos, etc.

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, cuyos resultados se presentan a continuación.

Gráfico 9. Expectativa de contratación y desvinculación de nuevos empleados en el futuro próximo. ¿Cuál es su expectativa en relación con la contratación/desvinculación de nuevos empleados en el próximo trimestre (julio a setiembre) de 2021? (%)

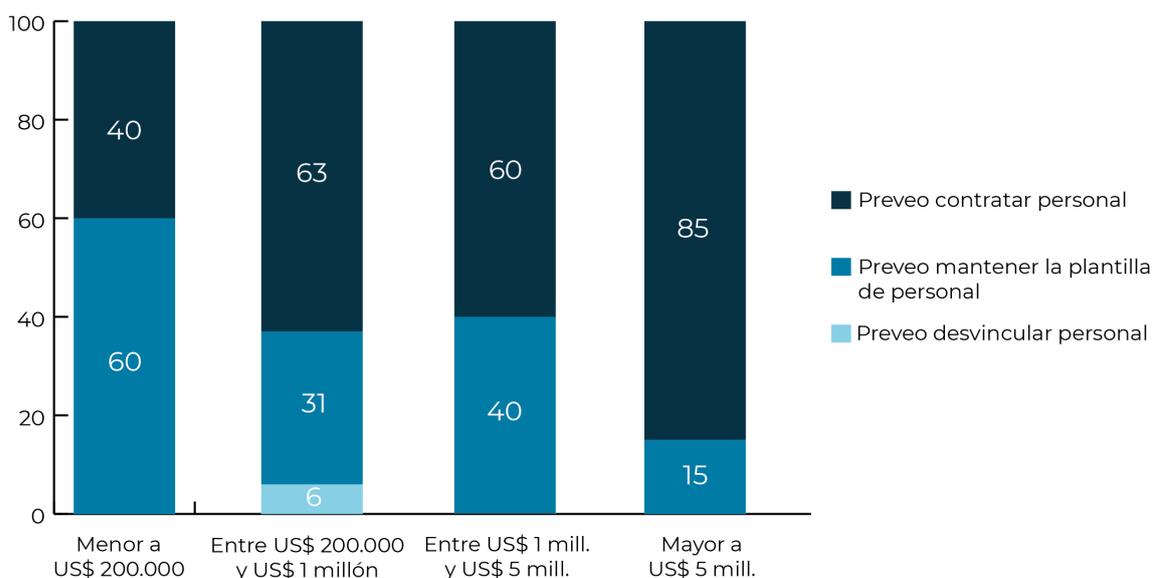


(*) A partir del trimestre octubre - diciembre 2020 las categorías de respuesta se realizaron un menor número de opciones

En materia de posibles contrataciones o desvinculaciones para el próximo trimestre, las expectativas se presentan positivas y algo más optimistas a las relevadas en las anteriores mediciones del Monitor.

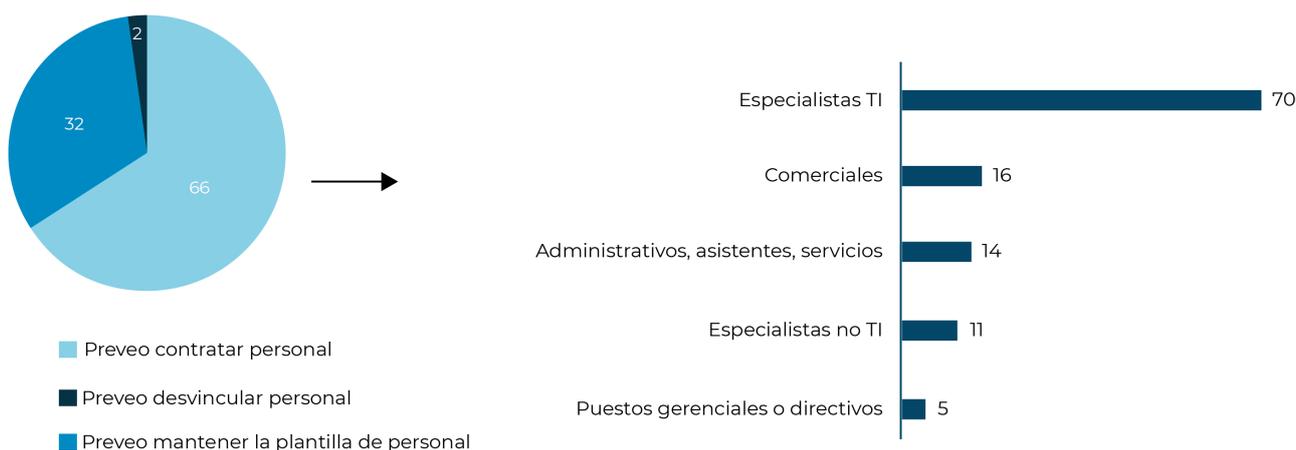
En la actualidad, el 66% de las empresas prevé contratar personal y el 32% prevé mantener su plantilla, mientras que en el trimestre anterior el guarismo de quienes esperaban realizar más contrataciones alcanzaba el 57% y la proporción de empresas que preveían mantener la plantilla de personal era de 41%. En los últimos tres trimestres se puede observar un aumento sostenido de la disposición a contratar personal.

Gráfico 9b. Expectativa de contratación y desvinculación de nuevos empleados en el futuro próximo según nivel de facturación



Las empresas de distintos niveles de facturación presentan diferentes expectativas. Las empresas del nivel 4 (las de menor facturación) son las que declaran en mayor medida que prevén mantener las plantillas actuales de personal (60%). Las empresas del nivel 1 (las de mayor facturación) prevén en una alta proporción (85%) que contratarán nuevo personal y son las que declaran en menor medida una previsión de mantenimiento de la plantilla actual.

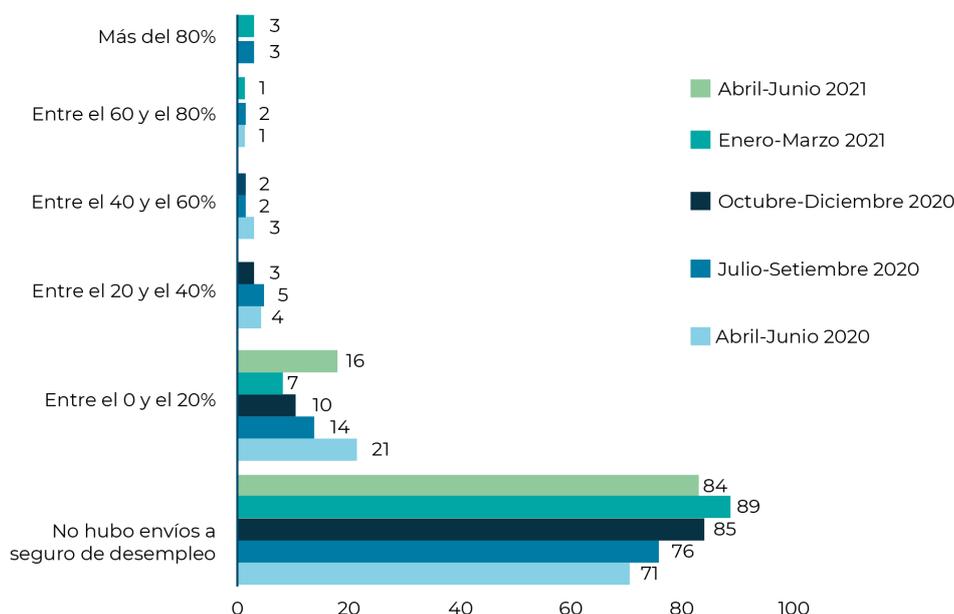
Gráfico 10. Contratación personal (%). ¿En qué puestos prevé su empresa contratar personal en el actual trimestre (julio setiembre de 2021)?



Dentro del 66% de empresas que prevé contratar personal, las posiciones más buscadas son de Especialistas TI, para gran parte de las empresas en dicha situación (70%).

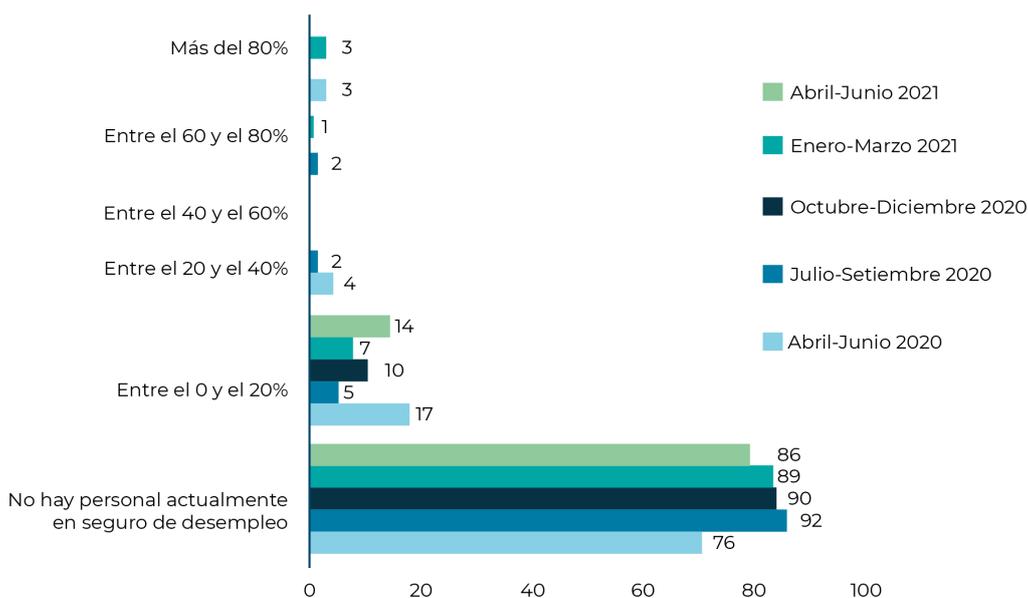
A continuación, se analiza la situación de los trabajadores de la industria TI en seguro de desempleo.

Gráfico 11. Personal enviado al seguro de desempleo. ¿Qué porcentaje del total del personal de su plantilla fue enviado al seguro de desempleo en algún momento del último trimestre (abril a junio de 2021)? (%)



Se consultó a las empresas qué porcentaje del total del personal dependiente de su plantilla fue enviado al seguro de desempleo en algún momento del segundo trimestre de 2021 por efectos de la crisis sanitaria. En torno a este indicador si bien en el actual trimestre cae levemente, es visible una evolución muy positiva en comparación con los primeros trimestres del año 2020.

Gráfico 12. Personal actualmente en seguro de desempleo. ¿Qué porcentaje del total del personal de su plantilla se encuentra actualmente en alguna modalidad de seguro de desempleo? (%)

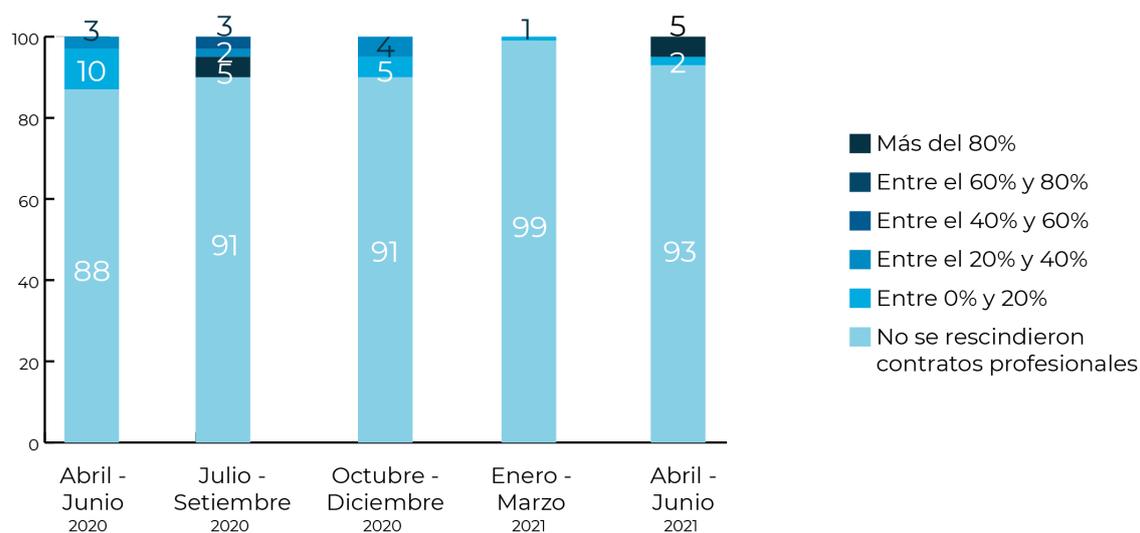


Respecto al personal actualmente en seguro de desempleo, un 86% menciona que no hay personal actualmente, mientras que un 14% indica tener entre el 0 y el 20% del personal de su plantilla en seguro de desempleo.

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.

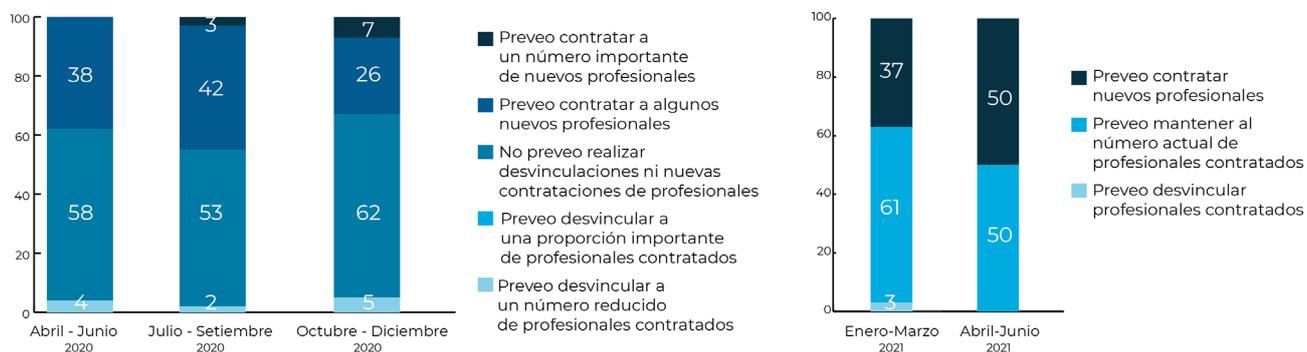
Gráfico 13. Rescisión de contratos de profesionales independientes. ¿Qué porcentaje de contratos de profesionales rescindió su empresa por la situación sanitaria durante el pasado trimestre (abril a junio de 2021)? (%)



En cuanto a los contratos de servicios profesionales independientes, la situación se ha mantenido estable durante todas las mediciones.

La casi totalidad de las empresas (93%) reporta no haber rescindido contratos de profesionales por la situación sanitaria durante este periodo temporal. Tomada en su conjunto, la tendencia muestra que la contratación de profesionales independientes en la industria TI uruguaya prácticamente no sufrió perjuicios por causa de la crisis sanitaria.

Gráfico 13b. Expectativa sobre la contratación de profesionales independientes. ¿Cuál es su expectativa respecto a la contratación/desvinculación de profesionales para el próximo trimestre (julio a setiembre de 2021)?

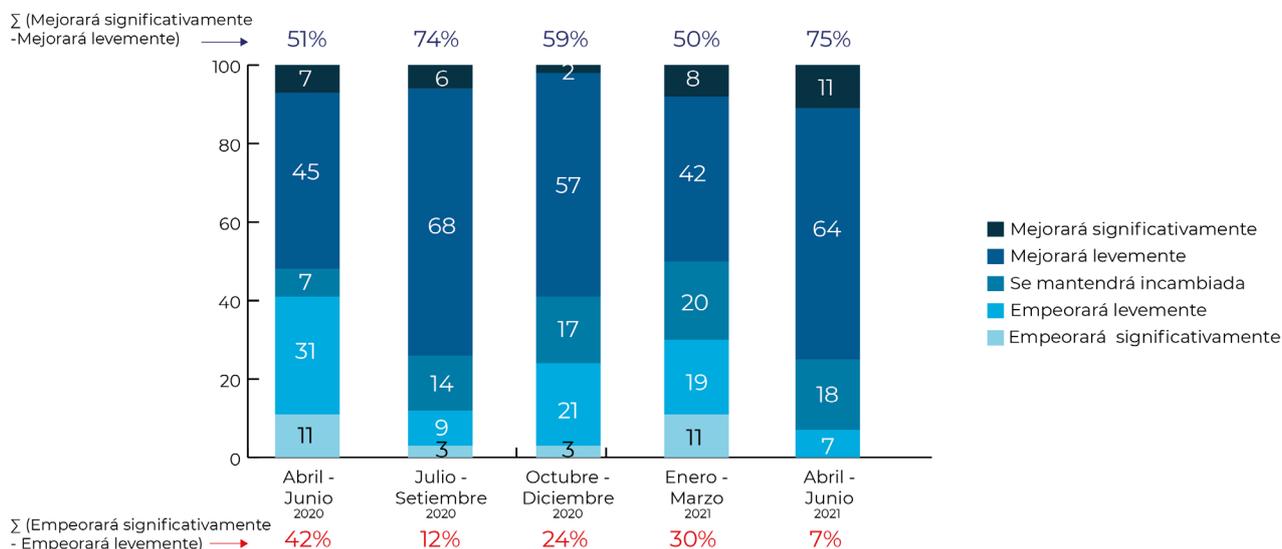


La expectativa respecto a la contratación para el próximo trimestre presenta rasgos positivos. La mitad de las empresas prevé mantener el número actual de profesionales. Por su parte, la otra mitad indica que prevé contratar a nuevos profesionales, no habiendo empresas en la actual medición que señalen la intención de desvincular profesionales contratados.

Dimensión F. Evaluación general de la coyuntura actual

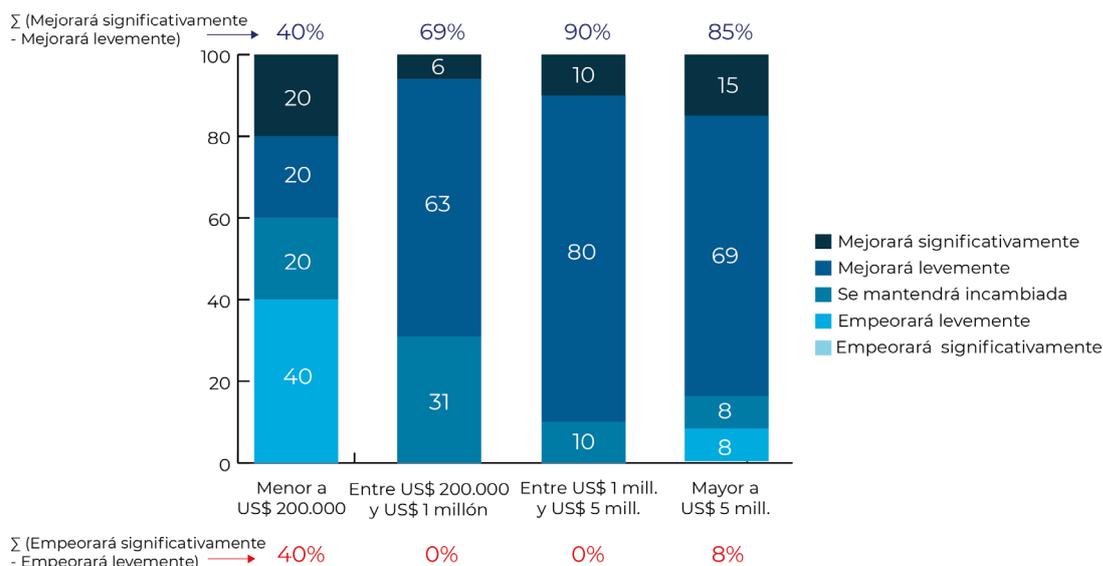
En esta sección final del informe, se solicitó a las empresas expresar su expectativa general sobre la evolución de la situación económica del país en el futuro próximo.

Gráfico 14. Expectativa general sobre la situación económica nacional. ¿Cuál es su expectativa general sobre la evolución de la situación económica del país en el futuro próximo?



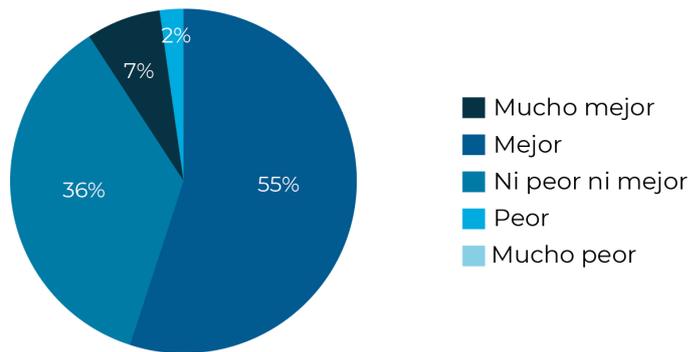
En torno a esta evaluación, se puede observar un aumento importante del optimismo, alcanzando a 75% las empresas que consideran que la situación económica nacional mejorará en el futuro próximo, esta proporción implica un aumento de 25 puntos respecto a la anterior medición. Asimismo, se presenta una disminución importante de las evaluaciones pesimistas.

Gráfico 14b. Expectativa general sobre la situación económica nacional según nivel de facturación



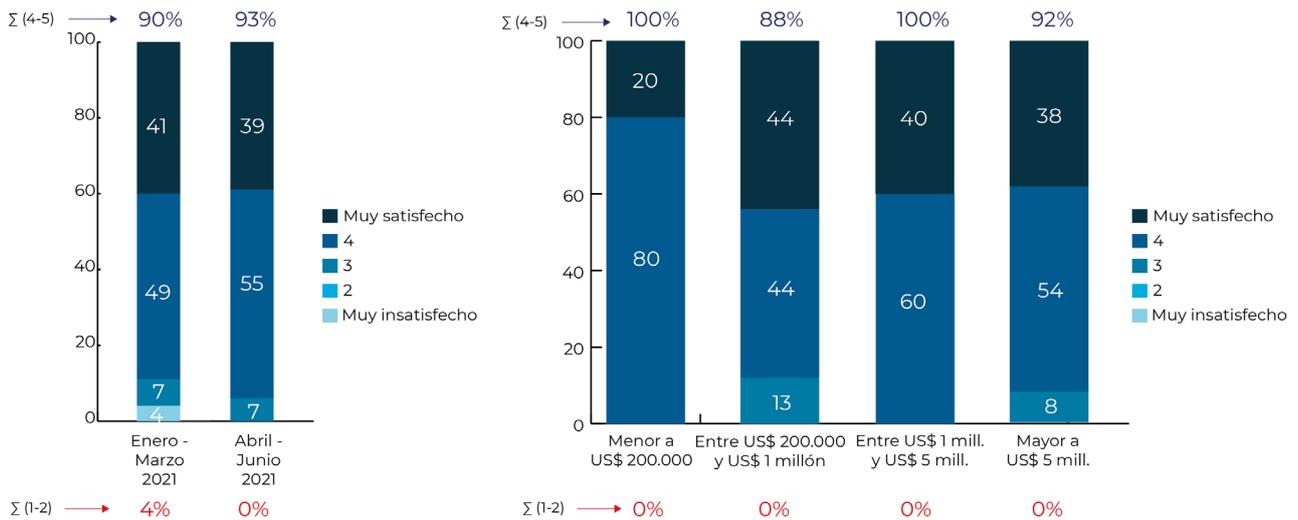
Esta prospección de cara al futuro próximo muestra diferentes valoraciones de acuerdo al nivel de facturación de las empresas, aunque sin una tendencia clara. Las empresas del nivel 2 de facturación son las más consistentemente optimistas (90% de respuestas positivas y 0% de respuestas negativas), y las del menor nivel de facturación son las menos optimistas (40% de respuestas positivas frente a 40% de negativas).

Gráfico 15. Percepción del primer semestre. Teniendo en cuenta la situación del primer semestre del año, ¿cómo cree que será el desempeño de su empresa en 2021?



En su evaluación de la situación propia, las empresas se muestran optimistas, con una mayoría (63% agregado) que avizora mejoras en el desempeño para el año 2021, y un poco más de un tercio que espera el desempeño sea similar (ni peor ni mejor), solamente un un 2% indica que el desempeño de su empresa será peor.

Gráfico 16. Nivel de satisfacción con la adaptación realizada por la empresa al contexto de "nueva normalidad", según nivel de facturación



Ante la consulta sobre cómo evaluaban la adaptación de la propia empresa al contexto de la "nueva normalidad", la enorme mayoría expresó un juicio de desempeño altamente positivo. Agregadamente, el 93% de las empresas mostraban niveles de satisfacción de 4 y 5 (en una escala de 5 puntos) sobre cómo estaban transformándose para afrontar los desafíos de esta nueva etapa. Esta alta satisfacción se verifica en todos los niveles de facturación.

Por último, y como cierre de esta edición del Monitor, se solicitó a las empresas que describan cuál consideran el principal desafío que debe enfrentar su organización en la coyuntura actual.

Gráfico 17 Desafíos frente a la coyuntura (%)



Respecto a esta enumeración de desafíos principales en la coyuntura actual, aparecen con destaque en primer lugar, que más de un tercio de las empresas (37%) les interpela especialmente mantener un nivel satisfactorio de interacción de sus equipos, mantener el ambiente laboral y la cultura organizacional. Un 28% de las empresas atraviesan dificultades para encontrar nuevas oportunidades de negocio y mejorar o mantener sus niveles actuales de ventas. A niveles menores, se menciona el desafío del reclutamiento y la retención de talentos (14%) y un 9% de las empresas le preocupa el retorno a la presencialidad.

A continuación, se presenta de forma cualitativa algunos ejemplos de las respuestas de las empresas en este aspecto:

Sinergia de los equipos/Mantener la cultura empresarial/Ambiente laboral

- Recuperar la cultura e integración del equipo de trabajo.
- Mantener el equipo unido desde lo social.
- Perdida de cultura por la no presencialidad.
- Mantener al personal motivado y unido.
- Mantener la sinergia de trabajo en el equipo en los niveles pre pandemia.
- La falta de contacto humano y el mantenimiento de la cultura de equipo.
- Mantener la cultura empresarial principalmente en el caso de los ingresos.
- El deterioro de la cultura de la empresa y la falta de sociabilización interna.
- Mantener la cultura de la organización a nivel global y a distancia.
- Creemos que el principal desafío es mantener la cultura empresarial y generar acercamiento a pesar de mantener el HO. Si bien la oficina está abierta y el que lo desee puede venir, la gente se ha volcado por el HO y eso genera desafíos de adaptarse y buscar generar el sentimiento de pertenencia a pesar de la distancia física.
- Mantener elevada la motivación y "fidelidad" de los empleados.
- El relacionamiento entre los empleados con los nuevos que han ingresado.
- Mantener el personal motivado y sentimiento de pertenencia.
- Mantener el nivel de entusiasmo, proactividad y la cultura de la empresa vigente.



La dificultad para buscar nuevas oportunidades de negocios/mejorar o mantener los niveles de ventas

- Mantener y crecer el mercado externo. Mantener los clientes actuales.
- La recuperación de los clientes de los rubros mas golpeados por la pandemia.
- La capacidad de vender. Es más compleja la venta sin la posibilidad de reuniones físicas.
- Generar nuevas oportunidades de negocio, al tener la mayoría de los clientes en el exterior era importante la dinámica de los viajes. La cultura del país donde tenemos mas clientes valora mucho la presencialidad y el contacto cara a cara para generar oportunidades de negocio.
- Si bien tenemos reuniones virtuales con potenciales clientes, la presencialidad es valorada y hoy es un factor de enlentecimiento para concretar negocios nuevos. Crecimiento en nuevos negocios.
- Recortes presupuestales de clientes.
- Conseguir nuevos clientes.
- Conseguir nuevos clientes dentro del sector salud.
- Atracción de nuevos clientes.
- Gerenciamiento de la red de distribución y ampliación de mercado de forma remota.