

¿A qué se debe el vertiginoso crecimiento de la industria de los Contact Centers en Latinoamérica ? El caso Uruguay

El desarrollo de la atención al cliente se ha convertido en una de las estrategias fundamentales para las empresas. En este ámbito el Contact Center o Call Center ha pasado a ser una de las piezas claves en el conjunto de las gestiones de la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes. Esta área es sin lugar a dudas un centro generador de valor para las compañías. Los 'contact center' o 'call center' están cobrando un especial protagonismo en la gestión de la atención al cliente. Las futuras aplicaciones, los avances tecnológicos y los nuevos modelos de calidad en este sector están siendo un área de especial atención por parte de las empresas a lo largo del mundo.

El avance de las nuevas tecnologías, la globalización y la necesidad de las empresas de concentrarse en su negocio principal, han dado lugar a una tendencia creciente por parte de las mismas a delegar esta función en empresas y/o unidades de negocio especializadas en el "contacto con el cliente" (Contact Centres) eficientes y que permitan optimizar los resultados de los negocios.

En esta misma línea las empresas a lo largo del mundo, especialmente en los países desarrollados, están llevando a cabo dos estrategias tendientes a maximizar los resultados de sus negocios:

- La tercerización de algunos de sus procesos de negocios (BPO).
- La relocalización de sus operaciones, entre ellas sus centros de atención a clientes, hacia regiones y países donde se genere un incremento de la competitividad y rentabilidad.

Es en este marco donde se abren las grandes oportunidades para América Latina y el potencial de exportación de estos servicios para nuestros países se vuelve ilimitado.

La región tiene posibilidades de acceder a volúmenes de negocios nunca imaginados, a partir de esta exportación "no tradicional" con el enorme beneficio de que además, los servicios se sustentan en los recursos humanos y por lo tanto el potencial como generador de empleo de la industria es una oportunidad que nadie puede perder.

Así lo han entendido varios países (Chile, México, Brasil, Argentina, Colombia, etc) y están trabajando activamente a nivel gubernamental en la generación de las mejores condiciones para atraer este enorme volumen de inversiones derivado de la relocalización de procesos de operaciones de centros de atención a clientes.

El sector es fundamental y estratégico para varios gobiernos de países vecinos y están trabajando fuertemente en la creación de un ambiente favorable para la generación e instalación de empresas de este ramo tanto por la vía de la promoción financiera de las inversiones, como por la vía de favorecer el aumento de la competitividad de los servicios e infraestructura tecnológica de las comunicaciones, condición especial y excluyente para la operación de los Call Centers.

¿Y URUGUAY?

Nuestro país no ha sido ajeno a esta tendencia mundial y el sector a tenido un importantísimo dinamismo en los últimos años. En la actualidad se estiman que existen más de 15 empresas que prestan servicios de Call Center en plaza a las que deben sumarse las radicadas en Zonamérica. La mayoría de las mismas están nucleadas en la Cámara de las Telecomunicaciones del Uruguay donde desde el grupo de Call Centers tienen como objetivo último el crecimiento del sector a partir del impulso de acciones de fomento al mismo.

Algunos datos

Empresas del Sector:	20
Total empleados:	2000 (*)
Potencial de crecimiento inmediato:	2000 empleados
Empleo calificado y con fuerte preponderancia de personal joven (20 a 30 años), de sexo femenino (superior al 60%) y nivel de educación terciario.	

(*) Si se incluyen las empresas ubicadas en zona franca esta cifra se estima que alcanza los 3000 puestos de trabajo.

Si bien las acciones a nivel privado son intensas igualmente no son suficientes sin la participación activa del estado en la creación de un marco de negocios atractivo. Con el apoyo del gobierno lograremos ganar una oportunidad única para el crecimiento del producto y el empleo.

Uruguay tiene condiciones muy favorables para ser un actor importante en este negocio. La consultora A.T. Kearney, pionera en la materia a nivel mundial, ha publicado un nuevo e interesante estudio sobre inversiones exteriores: el Índice 2007 de Servicios Globales.

El Offshore Location Attractiveness Index de A.T. Kearney constituye un ranking anual de países de acuerdo con su nivel de atractivo como destinos para la deslocalización de servicios. En el mismo se realiza un ranking de los destinos más atractivos para el offshoring (se entiende como offshoring o relocalización de procesos de negocio la creación de un "paquete" de procesos de negocio y su posterior traslado a un nuevo emplazamiento que presente una serie de ventajas competitivas).

El estudio mide la viabilidad de 50 países a lo largo del planeta en base a más de 40 variables relativas a tres factores fundamentalmente:

1. Costos
2. Entorno empresarial/Clima de negocios
3. Capital Humano

La definición de clima de negocios no es exacta e incluye la combinación de una serie de factores económicos, fiscales, sociales, políticos y con ingredientes adicionales como la valoración de los sindicatos, servicios añadidos, outsourcing, actitudes laborales, idiosincrasia, productividad, seguridad, Estado de Derecho y situaciones de conflictividad obrero-patronal.

Se agregan a su vez la desregulación, la baja densidad arancelaria, los enlaces comerciales, las facilidades de comunicación.

Algunas conclusiones importantes

Los resultados muestran que India y China se mantuvieron con las medallas de oro y plata, al tiempo que Brasil y Chile fueron los mejores en América Latina, al ocupar la quinta y séptima posición, respectivamente.

India mantiene ventaja sobre la economía China, gracias a factores como una mezcla de costos bajos, habilidades de lengua, vendedores maduros y la política de apoyo de gobierno.

Sin embargo los países latinoamericanos son en conjunto, los ganadores más grandes en el índice, con Brasil, Chile y México que se elevaron a los lugares 5, 7 y 10, pues los gobiernos en todas partes de la región han comenzado a reconocer el potencial del sector de servicios de exportación.

URUGUAY obtiene un muy destacado puesto 22 que no puede ser visto más que como una enorme y única oportunidad. Ocupar esa posición de la lista es un atributo muy positivo para nuestro país, ya que se trata de una industria con un enorme potencial exportador y es un sector de alto impacto en el mercado del empleo por su condición de ser un rubro intensivo en manos de obra calificada.

Esta ubicación es de máxima relevancia si tenemos en cuenta que a pesar de que en nuestro país no existe fomento alguno para el sector, igualmente está cercano a países en los cuales se está trabajando activamente a través de la políticas gubernamentales del tipo fiscal, impositivo, regulatorio, etc.

En función de estas perspectivas se hace necesario comenzar a trabajar en una estrategia a nivel de "País", que comprenda al sector privado, instituciones educacionales e instituciones gubernamentales, ya que la competencia por parte de los distintos países de la región, que desean atender los mercados externos es muy fuerte.

Figure 1: Global Services Location Index 2006

1. India	11. Singapore	21. United States	31. South Africa	41. Panama
2. China	12. Slovakia	22. Uruguay	32. Jamaica	42. United Kingdom
3. Malaysia	13. Egypt	23. Argentina	33. Romania	43. Spain
4. Thailand	14. Jordan	24. Hungary	34. Costa Rica	44. New Zealand
5. Brazil	15. Estonia	25. Mauritius	35. Canada	45. Australia
6. Indonesia	16. Czech Republic	26. Tunisia	36. Morocco	46. Portugal
7. Chile	17. Latvia	27. Ghana	37. Russia	47. Ukraine
8. Philippines	18. Poland	28. Lithuania	38. Israel	48. France
9. Bulgaria	19. Vietnam	29. Sri Lanka	39. Senegal	49. Turkey
10. Mexico	20. United Arab Emirates	30. Pakistan	40. Germany	50. Ireland

La Región y el Mundo

Tal como lo comentamos anteriormente asistimos a un proceso intenso de disputa por los primeros puestos. Dado el posicionamiento de América Latina y su vocación como exportadora de servicios, la mayoría de los países se encuentra diseñando y/o promocionando sus ventajas y beneficios para la radicación de estos negocios. En este sentido, Uruguay necesita hoy un fuerte impulso estatal para poder competir con los países mencionados, buscando de esa forma ganar una magnífica oportunidad.

Los paquetes de beneficios de países de la región (Chile, Argentina, México) son variados y pujantes con medidas como:

- Condiciones fiscales altamente beneficiosas (ej.: exoneraciones de renta como es el caso de la provincia de Córdoba en Argentina; quizás el competidor más real de nuestro país).
- Tratamiento tributario acorde a la realidad del sector (ej.: amortización acelerada de inversiones en cuanto el sector es intenso en tecnología y la obsolescencia de la misma es cada vez más rápida).
- Beneficios específicos: exoneración de impuestos, facilitación de instalaciones, exoneración de tributos nacionales y municipales.
- Subsidios Directos (de la inversión en activos fijos, en costo laboral, etc.)
- Fuerte inversión gubernamental en capital HUMANO (idiomas, formación específica). Son ejemplos a tener en cuenta el caso de Chile y España (Plan Avanza 2006-2010, que prevé actuaciones para la formación gratuita de empleados en las tecnologías de la información y las comunicaciones. Este plan tiene previsto formar a lo largo de este año a 200.000 empleados en sus diferentes programas: Forintel (acciones integrales de formación y acciones de formación en telecomunicaciones) y el programa INTRO (iniciación de trabajadores Online, con subvenciones en material informático para fomentar el teletrabajo).
- Beneficios específicos para la instalación de operaciones en regiones de interés con el fin de reducir la centralización (zonas de baja densidad y radicación, etc.).

¿Uruguay como plataforma de Servicios Internacionales ?

La llegada de internet y la globalización han posibilitado un importante proceso de relocalización de actividades de servicios a nivel global. El sector de servicios basados en TI crecerá a tasas cercanas al 10% en los próximos años y parte importante del mismo se dará en países en desarrollo.

Áreas de negocio de alto potencial para nuestro país:

Oportunidades de negocios IT

- Centros de Llamados/Contact Centres
- Centros de Servicios Compartidos/Shared Services Centres
- Externalización de procesos de negocios (BPO)
- Desarrollo de SW