

Latinoamérica: destino *outsourcing-friendly*

Octubre 2009 || En la actualidad, cuando se habla de *outsourcing*, instantáneamente se piensa en destinos como India y, más recientemente, China y Malasia. Sin embargo, nuevos destinos están surgiendo para desafiar este *top 3* en materia de tercerización de servicios. **Latinoamérica –y particularmente países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México– se están posicionando como zonas *outsourcing-friendly*.** Además, Costa Rica, Panamá, Uruguay y otros países pequeños de la región también están comenzando a participar de esta industria, según el informe **“Nearshore Attraction: Latin America Beckons as Global Outsourcing Destination”, de KPMG International.**

Ciertamente la demanda de servicios de IT ha caído a partir de la crisis económica mundial. Pero nuevas oportunidades están surgiendo a medida que las compañías, que no habían considerado el *outsourcing*, están buscando la forma de reducir sus costos e innovar al tercerizar algunos de sus servicios.

“Muchas compañías, en particular las norteamericanas, están cada vez más interesadas en hallar destinos de tercerización que no estén al otro lado del mundo y ven con interés países de Latinoamérica. En muchos casos, éstos representan un complemento para las relaciones que las compañías ya tienen con Asia e India”, afirma **Eduardo Serra, socio de Advisory de KPMG en Argentina.** En otras palabras, en un intento de evadir riesgos, las compañías están diversificando sus centros de tercerización a lo largo del mundo. Esto incluye destinos *nearshore*^{*}, como Latinoamérica, y *offshore*, como India y China. Como resultado, Latinoamérica se presenta como un complemento, no una alternativa, para el *outsourcing* de servicios.

Es verdad que el negocio de BPO en Latinoamérica sólo representa un 4% del mercado mundial, pero actualmente se encuentra en expansión y, según se anticipa, moverá 450 billones de dólares anuales a partir de 2012. De hecho **la industria de *outsourcing* en Latinoamérica está creciendo más rápido que en cualquier otra región en el mundo. Aun en medio de la crisis, se estima que la industria crecerá 5,5 y 6 % en 2009, liderada por Brasil.**

Ventajas y desventajas

Si bien India y China ofrecen bajos costos de mano de obra, estos países cuentan con algunos aspectos negativos. Ambos se encuentran al otro lado del planeta, con respecto a los Estados Unidos, y sus profesionales no siempre comparten el mismo acento, valores culturales y franja horaria.

Por otro lado, con el objeto de posicionar a Latinoamérica como una fuente de servicios de IT y BPO competitiva para las compañías, los gobiernos están otorgando beneficios impositivos y otros incentivos para hacer más atractiva esta región. Otras ventajas tienen que ver con un mejoramiento de la infraestructura de telecomunicaciones y con la capacitación de sus profesionales.

- *Infraestructura*

Al seleccionar un destino para tercerización, las compañías tienen en cuenta factores como el costo laboral, la habilidad de los talentos y la calidad de vida. Sin embargo, la modernización en las telecomunicaciones y la infraestructura en transporte son también factores clave.

^{*} Los destinos *nearshore* se caracterizan por la proximidad con EE.UU. y por compartir la misma zona horaria. Así, Buenos Aires, Río de Janeiro y San Pablo comparten la misma zona horaria y están a sólo tres horas de diferencia de Nueva York, lo cual es muy conveniente.



En un *ranking* de las mejores ciudades para hacer negocios en Latinoamérica, publicado en 2009 por la revista América Economía, Santiago fue señalada por tener la infraestructura en telecomunicaciones más competitiva de la región.

- *Habilidades en idioma*

El castellano es el idioma más hablado en los Estados Unidos, luego del inglés, con una población hispánica de más de 45 millones. Muchos clientes de este país prefieren tercerizar sus servicios a compañías que profesionales de atención al cliente que hablen castellano e inglés con acento hispánico.

El idioma inglés no es hablado de modo tan generalizado en Latinoamérica como lo es en India, pero esto está cambiando a medida que los jóvenes graduados universitarios son bilingües y hasta trilingües, hablando español, portugués e inglés como segunda o tercera lengua.

En este contexto, mientras Latinoamérica evoluciona desde un centro para *call centers* hacia un centro para servicios de IT y servicios financieros de valor agregado, el entrenamiento en la lengua inglesa será cada vez más importante. En este sentido si Chile, Argentina y Brasil quieren abrirse al mercado de EE.UU. deberán invertir en la formación en inglés.

- *Incentivos del gobierno*

Cada vez más las compañías están buscando destinos de *outsourcing* con bajos costos, bajos riesgos y valor agregado. Los costos laborales de Latinoamérica no pueden competir con los de destinos como India y China. Es por esto que los gobiernos deben ofrecer a los inversores algunos beneficios extra. Si bien los beneficios impositivos, no son un factor determinante a la hora de definir la ubicación de las operaciones, ayudan a inclinar la balanza. Entre ellos, los descuentos en los impuestos a la renta para compañías exportadoras de servicios, exenciones en el pago de impuestos por la adquisición de bienes utilizados para la exportación de servicios, subsidios para la capacitación de mano de obra.

Costa Rica, Panamá y Uruguay han creado incluso zonas libres de impuestos cerca de las grandes ciudades, donde las compañías de servicios de IT y BPO pueden operar sin pagar impuestos.

Las ventajas de la región pueden resumirse entonces en:

- Proximidad con respecto a los Estados Unidos; misma franja horaria.
- Afinidad cultural con los Estados Unidos.
- Moderna infraestructura de telecomunicaciones.
- Incentivos impositivos en varios países.
- Ambiente de negocios favorable.
- Idiomas: castellano y portugués, con inglés como segunda lengua.

Además, en contraste con la percepción que muchas veces se tiene de la región, muchos países de Latinoamérica aparecen muy bien posicionados en encuestas globales sobre facilidades para hacer negocios, seguridad y clima empresarial. Incluso países como Chile, Brasil, México, Colombia y Perú tienen grado de inversión, o están cerca de tenerlo.

Argentina

Entre las ventajas particulares de la Argentina se encuentran las de contar con una gran cantidad de graduados en ciudades como Buenos Aires, Rosario y Córdoba y bajos costos de mano de obra a partir de la devaluación del peso en 2002.

“La Argentina cuenta con importantes ventajas competitivas en términos de costos vinculados a la actividad de tercerización, como ser mano de obra, energía y comunicaciones. Por otro lado, cuenta



también con incentivos fiscales a la industria del software y servicios de IT que la hacen aún más atractiva”, sostiene **Rodolfo Canese Mendez, socio de Impuestos de KPMG en Argentina.**

En los últimos años, el gobierno argentino dio prioridad a la industria del software otorgando beneficios impositivos como: exenciones de hasta el 60% en el impuesto sobre la renta, estabilidad fiscal por 10 años (a partir de 2004), reducción de aportes por parte del empleador de hasta 70% y ninguna restricción respecto de las transferencias bancarias de divisas por la importación de bienes y servicios.

Highlights del informe “Nearshore Attraction: Latin America Beckons as Global Outsourcing Destination”:

- La importancia de Latinoamérica como destino de *outsourcing* está creciendo dada la cercanía con los Estados Unidos, su nivel de educación e idiomas, su infraestructura de telecomunicaciones y sus ventajas impositivas.
- La crisis económica agudizó la demanda global de tercerización de servicios. Sin embargo, hay todavía algunas oportunidades mientras las compañías buscan tercerizar servicios de *back office* para enfocarse en sus operaciones *core*.
- Mientras las compañías buscan tercerizar servicios en varios países, Latinoamérica es vista como un destino cercano (*nearshore*) complementario a India. Pero no todos los países ofrecen las mismas ventajas.
- Chile y Colombia lideran en los *rankings* internacionales por sus facilidades para hacer negocios y por ofrecer incentivos a las compañías para instalar operaciones. Pero deben incrementar la cantidad de mano de obra bilingüe.
- Destinos de *outsourcing* establecidos, como Brasil y México, tienen una gran cantidad de trabajadores pero su crecimiento podría verse retardado por burocracias y obstáculos regulatorios.
- Países de Centro América como Costa Rica, Panamá y Guatemala están cerca de los Estados Unidos y ofrecen graduados de universidad bilingües, pero se ven limitados por la cantidad de mano de obra.
- Para atraer más servicios de *outsourcing* de valor agregado, los países de Latinoamérica necesitan invertir más en capacitación en inglés además de más incentivos impositivos y apoyo del gobierno.
- Los gobiernos deben continuar promocionando sus países como destinos *friendly* en los Estados Unidos y Europa para superar la percepción negativa que algunos clientes tienen de los riesgos propios de Latinoamérica.

Acerca de KPMG

KPMG es una red global de firmas de servicios profesionales que brinda servicios de auditoría, impuestos y asesoría. Operamos en 144 países y contamos con 137.000 profesionales que trabajan en las firmas miembro en todo el mundo. Las firmas independientes miembro de la red KPMG están afiliadas a KPMG International, una cooperativa suiza. Cada firma miembro es una entidad legal separada e independiente y se describe a sí misma como tal.

KPMG en Argentina

Nuestra firma cuenta con un equipo multidisciplinario, integrado por más de 800 personas, que presta servicios a más de 1000 empresas desde sus dos oficinas (ubicadas en las ciudades de Buenos Aires y Córdoba). KPMG en Argentina es una firma pionera en el mercado local, ya que surgió en 1987 producto de una megafusión a nivel mundial de compañías de servicios profesionales.

