

Actividades económicas globales y su impacto territorial: la llegada de call centers al interior del país luego de la devaluación¹

Eje 2

Problemáticas y desafíos regionales en contextos de desigualdad y dominación

Autor

Eric Ignacio Moench

Institución

Instituto de Investigaciones Gino Germani

¹ Este trabajo se inserta en una investigación mayor llamada "Procesos de localización de inversiones en servicios: nuevas territorialidades en torno a la expansión de call centers en el interior del país en el período 2002-2010", llevada adelante desde el Programa del Área de Investigaciones sobre Trabajo y Empleo, con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani.

1. Introducción

En esta ponencia presentaremos información sobre la localización de CCs tercerizadores² en el interior del país, lo que implica la llegada de nuevas actividades económicas en el sector de servicios a las empresas, inéditas hasta hace pocos años en la mayoría de las provincias argentinas. En su mayoría, se trata de inversiones extranjeras directas que aprovechan la coyuntura devaluatoria del tipo de cambio y el alto desempleo, y que se orientan a desarrollar actividades de baja jerarquización, en donde la competitividad se obtiene vía la baja de los costos laborales y el otorgamiento de ventajas impositivas y subsidios estatales hacia las empresas.

A nivel económico-productivo se observan dos procesos que posibilitan la expansión de los CC en Argentina.

A escala mundial una gran cantidad de empresas modifican sus estrategias espaciales y relocalizan inversiones como estrategia clave para disminuir costos: amparados en la posibilidad de fragmentar la cadena de producción -proceso conocido como deslocalización-³ las empresas de los países centrales exportan actividades de baja jerarquía intensiva en mano de obra. La posibilidad de almacenar y/o transmitir información simultánea gracias al carácter “líquido” de ésta, que puede ser enviada a través de redes digitales, sostiene esta dispersión geográfica de los CC, es decir, son empresas que al contar con la capacidad de transmitir su producción en tiempo real, pueden instalarse en espacios descentralizados. La cara de este primer proceso es la multiplicación de sites de empresas transnacionales⁴ que se instalan en Argentina.

2 Los CCs tercerizadores son los que venden servicios subcontratados a otras empresas. Los seleccionamos para el análisis, pues es este segmento de CCs el que motoriza especialmente un tipo de expansión territorial en el interior del país y el que más empleo genera. La evidencia empírica señala también –no sólo aquí, sino en todo el mundo- que hay peores condiciones laborales en los CC tercerizados frente a los in-house, es decir, los operados por la propia compañía.

3 La posibilidad de disociación productiva permite, por ejemplo, que las empresas desarrollen la relación con el cliente desde otro lugar diferente al de su capital de origen: en este caso se necesita que dicho lugar elegido para realizar sólo esa fase tenga la tecnología adecuada a ese proceso y no al del total del proceso productivo más complejo (López, Ramos, Starobinsky; 2008). Esta característica es central para comprender la posibilidad de varias provincias de gestionar exitosamente la instalación de CC.

4 Los *sites* son las plataformas desde donde los CC brindan soporte a las compañías en base a obtener y brindar información de su cartera de clientes. El costo por hora del operador telefónico es la variable clave que determina la instalación de empresas, implica cerca del 70% de los costos totales de funcionamiento de un *site*. Dichos costos laborales -medidos en dólares- se reducen drásticamente.

A escala doméstica se debe observar que existen CCs nacionales que también han crecido de manera sostenida, que crecen al amparo del mayor nivel de actividad del mercado interno, aunque son de menor envergadura en cuanto a facturación y tamaño que las transnacionales⁵.

La acelerada radicación de CCs en el interior del país -que juzgamos innegable a partir de la evidencia que a continuación mostraremos-, muestra una creciente dinámica global en esta actividad. Si bien existen empresas de capitales nacionales, quienes lideran el proceso de expansión de inversiones aquí analizado son las empresas transnacionales, que generan la ampliación de mercados de cobertura que se entrecruzan (locales-nacionales-globales), nuevas tecnologías digitales utilizadas, nuevas cadenas globales de valor, nuevos espacios virtuales que posibilitan una aceleración de los tiempos de intercambio, entre otros cambios. Nos interesa captar esta intersección de lo local/global en la que cada territorio con su específica densidad de instituciones y actores tiene algo que aportar a la dinámica de la globalización⁶.

2. La estructura de la actividad

Para entender la estructura de la actividad, debemos entender qué sectores de la economía demandan los servicios de CC y qué tipo de servicios solicitan. La demanda se encuentra fuertemente concentrada en grandes empresas nacionales y extranjeras y los principales sectores demandantes son telecomunicaciones (compañías de telefonía fija y móvil, medios de comunicación), servicios financieros (bancos, compañías de seguros, tarjetas de crédito) y otros servicios públicos y privados (organismos de gobierno, ONGs, compañías informáticas, empresas de entretenimiento y turismo). Entre las grandes empresas la tendencia es hacia la tercerización del servicio de CCs (aproximadamente el 30% tienen CCs propios, el resto lo terceriza)⁷.

5 Consultora Claves (2010). La diferencia entre facturación y tamaño se explica a partir que las multinacionales atienden principalmente la demanda de clientes internacionales y grandes clientes locales, teniendo la posibilidad de exportar, cobrar en dólares y cubrir una demanda de mayor escala.

6 Véase Sassen (2010). La autora se enfoca en la intersección de lo local/global o lo que denomina *zonas fronterizas analíticas* donde se materializan operaciones de poder y dominación, de resistencia y desestabilización. (...) Esta postura analítica no limita el objeto de investigación a los cambios registrados en un lado o en el otro en una supuesta dualidad, sino que subraya el proceso de formación, en este caso, la formación del cambio, pues las zonas de interacción son dinámicas y los resultados varían.

7 Consultora Claves (2010).

Estos sectores demandan especialmente servicios de ventas y de atención al cliente. Sin embargo, estas modalidades no agotan la enorme heterogeneidad de demanda de servicios de CCs: se suman a los ya detallados, servicios de soporte técnico, de cobranzas, operaciones bancarias, encuestas telefónicas, , entre otras. Para responder a la demanda, según sea el negocio principal al que se dedique el CC, se necesitarán estrategias de especialización o masividad; tipos de llamados entrantes o salientes, cantidad de posiciones⁸, distinto tipo de sofisticación en soluciones tecnológicas y calificación de operadores telefónicos. Por tanto, los CCs no deben ser analizados como una realidad homogénea en su organización interna.

En Argentina, en la segunda mitad de la década del '90 comienza a configurarse el mercado de oferta de CCs, si bien el comienzo de las operaciones de CC en nuestro país ocurrió a fines de los años '80 y consistió en estrategias de venta por teléfono. Incentivados por la privatización de las telecomunicaciones, que confluye con el auge de esta herramienta en las empresas de los países más desarrollados y las inversiones en nuevas redes de telecomunicaciones, se desarrollan agencias profesionales que tercerizan servicios de telemarketing. Esta primera etapa de crecimiento de los CCs instalados muestra una expansión en el año 2000, producto de la desregulación de las telecomunicaciones de larga distancia y casi simultáneamente de telefonía celular: las compañías extranjeras privadas de telecomunicaciones son las que producen inicialmente una enorme demanda de servicios de CCs.

Luego de la devaluación se masifica el negocio de deslocalización de servicios. Ya existían en el país algunas grandes empresas multinacionales de CCs (Teletech, Teleperformance, Atento) que si bien se habían radicado para dar servicio local a sus clientes globales instalados aquí, aprovecharon los niveles salariales deprimidos y el alto desempleo pos-devaluatorio y comenzaron a exportar servicios.

Actualmente la demanda es cubierta en nuestro país por CCs de capitales multinacionales, mixtos y nacionales, con cobertura tanto del mercado local como extranjero. Pero en base a la coyuntura económica iniciada el año 2002 se observa una

⁸ Se llama posición o puesto a cada sitio de trabajo con, al menos, una computadora, software y hardware específicos.

marcada tendencia a la extranjerización y alta concentración de los CCs. En un estudio reciente se detalla que menos de 10 empresas concentran las operaciones del mercado local y no más de 6 firmas lideran la exportación, mientras que las cinco empresas líderes del sector son subsidiarias de grupos multinacionales (del Bono y Henry; 2009).

Las empresas multinacionales que lideran este sector tienen la posibilidad de hacer negocios con un mercado local en crecimiento en los últimos años, y al mismo tiempo exportar servicios (lo hacen principalmente a Estados Unidos y Europa -especialmente a España-)⁹. Por la posibilidad de captación de clientes internacionales, mayor tecnología y adaptación a requerimientos globales –por ejemplo, medidas de seguridad informática costosas-, la exportación de servicios es cubierto casi exclusivamente por empresas multinacionales; los CCs de capitales nacionales operan para el mercado doméstico, aunque sufren una competencia cada vez mayor. Los datos cuantitativos sobre facturación muestran que las multinacionales concentran el 60% del facturado total del sector, las locales un 33% y las mixtas un 7%¹⁰. Coherentemente con esas cifras, las diez empresas de mayor tamaño según cantidad de empleados, son Action Line, Atento, Teleperformance, Teletech, Apex Sykes, Telecom, ACS Multivoice, IBM, ICT Services y Siemens: todas de origen extranjero (Consultora Convergencia, 2008).

Finalmente, en cuanto a los proveedores necesarios para llevar adelante el negocio, se destaca que son principalmente de origen extranjero en las tecnologías de mayor valor agregado (producción de software, dispositivos telefónicos) y de origen local en las de menor tecnología (por ejemplo quienes fabrican o reparan auriculares o proveen de mobiliario). Además, el avance de CCs ha generado proveedores específicos hacia la actividad: cursos y carreras con orientación a la administración de CCs, consultores en selección de operadores telefónicos, empresas de certificación de normas de calidad específicas, etc. Para estas últimas tareas pueden encontrarse proveedores locales.

9 En el año 2006 se exportaba el 66% a EEUU y 24% a Europa. Esos valores se invierten en 2009, siendo Europa el principal lugar de exportación con el 55%, seguido de EEUU con el 33%. (Fuente: Agrupación Centros Atención al Cliente de Cámara Argentina de Comercio). Para observar su magnitud, datos de Convergencia Research en 2008 muestran que en Argentina la facturación de CC rondó los 2000 millones de pesos; sobre dicha facturación un 33% correspondió a exportación de servicios

10 Consultora Claves (2010)

2004	Empleos (absolutos)	12.100	5.600	1.100	-	1.130	-	70	-	-	-	20.000
	Participación en país (%)	60%	28%	6%	-	5,6%	-	0,4%	-	-	-	
2005	Empleos (absolutos)	16.200	9.000	3.300	-	1.350	-	150	-	-	-	30.000
	Participación en país (%)	54%	30%	11%	-	4,5%	-	0,5%	-	-	-	
2006	Empleos (absolutos)	24.750	14.400	4.000	-	1.050	225	575	-	-	-	45.000
	Participación en país (%)	55%	32,5%	8,5%	-	2%	0,5%	1,5%	-	-	-	
2007	Empleos (absolutos)	23.100	22.550	4.950	-	1.650	550	2.200	-	-	-	55.000
	Participación en país (%)	42%	41%	9%	-	3%	1%	4%	-	-	-	
2008	Empleos (absolutos)	26.614	29.183	6.916	2.973	2.170	1.015	1.309	60	-	-	70.240
	Participación en país (%)	37,9%	41,5%	9,8%	4,2%	3,1%	1,5%	1,9%	0,1%	-	-	
2009	Empleos (absolutos)	23.348	28.063	6.790	3.577	2.088	1.330	1.303	60	90	-	66.649
	Participación en país (%)	35%	42,1%	10,2%	5,4%	3,1%	2%	2%	0,1%	0,1%	-	
2010	Empleos (absolutos)	S/d	S/d	S/d	6.000	S/d	S/d	S/d	1.380	190	140	S/d
	Participación en país (%)	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d	S/d

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Agrupación Centros de Atención al Cliente de Cámara Argentina de Comercio y consultora y revistas especializadas (Consultora Convergencia Research - Revistas Contact Center y CCSur) /// S/d Sin datos

El avance de CCs en el interior del país se sostiene en multinacionales que se instalan allí con estrategias empresariales de carácter global, lo que les permite jerarquizar territorialmente el proceso productivo, deslocalizando tareas de menor valor agregado, poco especializadas y de baja capacitación¹¹. Pero si bien llegan CCs al interior del país, permanecen clientes y proveedores calificados concentrados geográficamente en CABA y Córdoba -y en menor medida en Rosario-.

Veamos las características puntuales de la distribución territorial de la actividad.

En primer lugar, CABA y Córdoba son los territorios donde esta actividad tiene la mayor cantidad de sites instalados. Luego, donde más empresas existen es la provincia de Bs As, Mendoza, Tucumán, Rosario, Chaco, San Luis y Salta, entre las ciudades con más de una empresa. Tanto en la Patagonia (a excepción de Neuquén) como en zonas del NEA (a excepción de Chaco) y Mesopotamia (a excepción de Entre Ríos) no hay CCs radicados. El fenómeno de exclusión de CCs en esos espacios geográficos se asocia a que no hay aún en esos territorios legislación a medida de los CCs, y se suma a esto un problema de escasa conectividad (especialmente en zona Patagonia).

En segundo lugar, el avance de los CCs en el interior del país se observa primero lentamente y sólo en algunas plazas (Córdoba, Rosario, provincia de Bs. As.); luego se acelera y se suman muchas más provincias (Mendoza, Salta, Tucumán, recientemente Chaco, San Luis, La Pampa) determinando -luego del año 2002- un crecimiento porcentual de nuevas empresas radicadas mayoritariamente en el interior del país.

En tercer lugar cabe destacar que los CCs se localizan en las ciudades principales de cada provincia. En escasas ocasiones se ubican en segundas ciudades (Mar del Plata, Bahía Blanca, San Rafael, Justo Daract, Gral. Pico). En definitiva, la expansión de los CCs es un fenómeno eminentemente urbano, de grandes ciudades.

Por último, resulta interesante observar diferencias entre CABA y el interior del país en cuanto al tamaño de los CCs y sus capitales de origen. En comparación a CABA los CCs que se instalan en el interior son de mayor tamaño, y son significativamente predominantes las empresas multinacionales. A nivel tamaño, el caso paradigmático es

11 Véase Del Bono, Henry (2009) para la expansión de CC de servicios para exportación en Argentina

Córdoba, donde existen menos CCs, pero generan más empleo (no solo relativo, sino absoluto) que en CABA. En cuanto al capital de origen, se pueden nombrar como ejemplo Tucumán y Chaco, con varios CCs allí pero sólo uno de capital nacional.

Si se hace un balance de la distribución territorial, se observa una mayor dispersión de CCs en el país frente a la concentración muy densa de proveedores (especialmente de alta tecnología y calificación) sólo en CABA, Córdoba y -en menor medida- Rosario. Por ello podríamos hablar de una actividad fragmentada en su conjunto. Así, en aquellos tres territorios dinamiza sectores de producción de mayor valor agregado¹², pero no lo hacen en el resto de las ciudades donde se localizan, donde su externalidad exclusiva es la de generar empleo. Se debe subrayar que en Argentina los CCs encuentran recursos humanos calificados, con importantes dotaciones –al menos para el contexto regional- de jóvenes universitarios, bilingües y con acceso tecnológico. Según datos del sector aproximadamente el 70% de los empleados de los CCs tienen entre 18-24 años, son en su mayoría estudiantes universitarios y mujeres¹³.

4. Comentarios finales

La localización de CCs en el interior del país posibilita la llegada de nuevas actividades en el sector de servicios a las empresas.

Este proceso materializa nuevas formas de vincular los territorios en el contexto global. A nuestro juicio, las economías locales reproducen una inserción periférica en el mundo globalizado, sin poder lograr que el territorio y la colectividad que en él habite obtenga mayores beneficios de esta vinculación global/local, al recibir actividades de baja jerarquización, sin posibilidad de controlar las inversiones de grandes empresas –en su mayoría de capital transnacional-: por todo esto sin poder lograr que el territorio y la colectividad que en él habita obtenga mayores beneficios.

Los territorios se conviertan en simple plataforma para las operaciones de CCs, sin lograr efectos multiplicadores: en efecto, la expansión territorial de CC en el interior de nuestro

12 Vale aclarar que la dinamización y especialización de proveedores en la implementación o desarrollo de productos y/o servicios demandados por CCs, en ningún caso “lleva” nuevas empresas consigo.

13 Diario La Nación (2010). En Córdoba el 60% de los operadores telefónicos son mujeres.

país no atrae la instalación de otras actividades, no inyecta grandes inversiones en inmuebles e infraestructura, no producen una mayor cualificación de sus recursos humanos, ni generan divisas para el territorio de localización; el efecto o externalidad casi exclusiva que genera es un mayor nivel de empleo no calificado y precario en el territorio; en concreto se logra una mayor retención de jóvenes empleados como operadores telefónicos en las principales ciudades del interior del país

5. Bibliografía

-Del Bono, A. y Henry, L. (2009). Tercerización de servicios en la Argentina: empleo y gestión de RRHH en los CC, realizado en el marco del proyecto "Sistema de Información para la evaluación y el monitoreo del empleo, el trabajo y la inclusión social". Bs As, Argentina. PNUD ARG/04/03, Min. de Trabajo, Empleo y Seg. Social.

-López, A., Ramos, D. y Starobinsky, G. (2009). Clusters de software y servicios informáticos: los casos de Córdoba y Rosario a la luz de la experiencia internacional. Bs As, Argentina. CENIT.

-Sassen, S. (2010). Territorio, autoridad y derechos. De los ensamblajes medievales a los ensamblajes globales. Bs. As/Madrid. Katz Editores.

Otras fuentes informativas:

-Revista Contact Center (2011, enero). Disponible en: <http://www.contactcenteronline.com/>

-Revista CCSur (2010, diciembre). Disponible en: <http://www.ccsur.com/>

-Consultora Claves (2010, diciembre). Disponible en: <http://www.cccrm.com.ar/disertantes/nelsonperezalonso.pdf>

-Diario La Nación on line (2010, diciembre). Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/774512-una-voz-argentina-en-el-telefono>