



Recolección de factores que los inversionistas tienen en cuenta para la localización internacional

Setiembre
2013

El proyecto consistió en recoger los datos y relevar los indicadores que la demanda internacional tiene en cuenta para tomar la decisión de localización (offshoring) a nivel internacional en cada uno de los sectores de interés.

Elaborado
por Jorge
Barriga

Resumen ejecutivo

El objetivo de este proyecto consistió en recoger los datos y relevar los indicadores que la demanda internacional tiene en cuenta para tomar la decisión de localización (offshoring) a nivel internacional en cada uno de los sectores de interés definidos por el proyecto (ITO, Call/Contact Centers, finanzas y contabilidad, procurement, RR.HH., servicios profesionales de arquitectura, servicios profesionales de ingeniería, servicios educativos, diseño gráfico, publicidad, animación y servicios médicos/farma) en cada uno de los países miembros de la ALES, así como en los principales países de referencia, esto es India, Filipinas, Rusia y al menos dos de Europa del Este.

Para el desarrollo de este proyecto en primer lugar se identificaron los criterios que los inversionistas tienen en cuenta en el momento de invertir en el sector de servicios médicos y farma, sector que no se había incluido dentro de los sectores analizados en 2012. Posteriormente se procedió con la construcción de una base de datos de contactos con cerca de 8.000 registros de contactos (más de 6.000 empresas) que cubrieron los 12 sectores de interés y los 22 países de análisis, mientras que de manera paralela se relevaron las estadísticas para la cuantificación de los criterios transversales de atractivo. A renglón seguido se estructuraron las encuestas a desarrollar tanto en español como en inglés y se procedió con su ejecución tanto en versión online como telefónica entre el 30 de abril y el 26 de julio. En total se enviaron cerca de 5.000 emails y se ejecutaron alrededor de 2.000 llamadas¹, lo que permitió capturar la respuesta de 1.260 empresas en casi todos los sectores y países de análisis, permitiendo generar 2.613 datos de los 2.882 que bajo un escenario ideal requería el modelo de análisis; esto equivale a un relevamiento del 90% de toda la data requerida.

Para el procesamiento de la data y la generación de los indicadores se construyó un sistema de Excel que se alimentaba de la información relevada a través de fuentes secundarias (ej. bases estadísticas, agencias de inversión) y fuentes primarias (ej. encuestas, entrevistas, etc.), la consolidaba, y posteriormente permitía el análisis de desviaciones estándar para verificar validez de resultados y su subsecuente depuración. A renglón seguido se corría un algoritmo de cálculo que permitía organizar para cada indicador analizado la posición de cada país en este, para finalmente sumar el atractivo transversal de cada país con su atractivo en cada sector de interés, permitiendo generar un escalafonamiento final de países en cada sector estudiado.

Los resultados permiten observar que hay claro líderes mundiales, como India y Filipinas, y regionales, como México y Brasil, los cuales en términos generales llevan una importante ventaja sobre los demás países analizados. Para cerrar esta brechas se torna especialmente importante la generación sistemática y confiable de las estadísticas objeto de este estudio, por cuanto son éstas las que permitirán desarrollar procesos de “benchmarking” que permitan identificar y cerrar las principales brechas competitivas de cada país en sus industrias de outsourcing y offshoring, así como atraer a potenciales inversionistas.

En línea con lo anterior es pertinente mencionar que a lo largo de este estudio se hicieron evidentes los grandes retos en materia de disponibilidad y comparabilidad de estadísticas que Latinoamérica encara. Es en este frente es donde la Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios y sus socios pueden hacer su mayor aporte, a través de la creación de espacios de trabajo concertado para promover una

¹ Cerca de mil registros ni fueron cubiertos debido a que después de la campaña de correos electrónicos y llamadas, la base de datos se siguió complementando para poder hacer una estimación del número total de empresas en cada sector y país. Esto hizo que la base de datos final fuera más grande que la usada para la campaña de encuesta/entrevista.

generación sistemática y oportuna de estadísticas sectoriales, o al menos estimaciones, relativas a la madurez de cada sector, particularmente en lo tocante al número de empresas que lo componen, los empleos que genera, el número de graduados para cargos clave y la estimación de ventas y exportaciones lo más desagregadas posible.

Es clave que la Asociación tenga en cuenta que es en estos puntos donde a futuro el SRIAM enfrentará los mayores retos para poder relevar la información de la manera más eficiente y fidedigna posible, y que aquí un liderazgo decidido y una participación activa de los socios ALES facilitará de manera importante la generación y captura de data conducente a la construcción de índices de atractivo cada vez más relevantes y confiables.