

---

# **Estudio de Mercado Servicio Call/Contact Center en España**

**Octubre 2011**

---

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Madrid

**pro|CHILE**

## Contenido

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	3
1. NOMBRE DEL SERVICIO.....	3
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	3
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR.....	4
1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	4
1.1 Número de Empresas.....	5
1.2 Volumen de Negocio.....	6
1.3 Personal Ocupado.....	7
1.4 Salarios.....	7
1.5 Gastos en Personal.....	8
1.6 Índice de comercio exterior de Servicios.....	8
1.6.1. Exportaciones de Servicios de España.....	9
1.6.2. Importaciones de Servicios de España.....	9
2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.....	10
3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO.....	10
4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS.....	11
5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR.....	14
6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS.....	16
7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES.....	16
7.1 Las TIC en los hogares españoles.....	16
7.2 Equipamiento computacional.....	17
7.3 Internet.....	17
7.3.1 Acceso de los hogares e individuos.....	17
7.3.2 Gasto en Internet.....	18
7.3.3 Uso de Internet.....	18
7.4 El grado de penetración de los servicios de telecomunicaciones en las empresas españolas.....	19
8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS.....	20
III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS.....	20
IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO.....	25
IMPORTADOR.....	25
1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO.....	25
1.3 Gastos en Personal.....	29
1.4 Trabajadores Ocupados.....	29
2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS.....	32
3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO.....	33
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA.....	34
V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO.....	36
VI. CONTACTOS RELEVANTES.....	38
VII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.....	38

# IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

## 1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios de Call/Contact Center

## 2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO<sup>1</sup>

Un Centro de Atención de Llamadas (o Call Center en inglés) es un espacio donde agentes o ejecutivos de call center - previamente formados según el objeto de servicio – efectúan o recibe llamadas telefónicas desde y/o hacia clientes externos o internos.

Los call centers son propios de una empresa o son operados por una compañía proveedora de servicios que se encarga de administrar y proveer soporte y asistencia a su cliente en función de los productos o servicios contratados por este último. El call center puede ser operado de forma independiente o estar interconectado con otros centros, generalmente mediante una corporación computarizada.

Por otro lado el contact center (centro de contacto) es una oficina centralizada que tiene la finalidad de recibir y transmitir un amplio volumen de llamadas a través del teléfono, pudiéndose actualmente realizar por canales adicionales al teléfono, multicanalidad, – fax, e-mail, chat, mensajes de texto y mensajes multimedia entre otros – son la principal vía de comunicación entre los clientes y la empresa. El contact center es operado por agentes ubicados en estaciones de trabajo y generalmente en un amplio espacio dispuesto para tal fin.

En la actualidad el crecimiento que ha experimentado el sector en la medida en que, además de atender a los clientes, ofrecer información y resolver dudas o incidencias, ha evolucionado incorporando nuevos servicios y prestaciones. Así pues, a la tradicional emisión y recepción de llamadas se han sumado la monitorización de datos, las escuchas remotas, la venta telefónica, la gestión de soporte, la grabación de información, la resolución de cobros. Por ello, la denominación de call center se ha quedado obsoleta y, hoy en día, se trata de centros de contacto o centros de relaciones con los clientes (CRC).

### Clasificación del Servicio en España

En el mercado español, al igual que en el resto de la Unión Europea, se ha implementado la clasificación de actividades económicas para fines estadísticos unificados, denominada NACE Rev.2<sup>2</sup>. La versión española compatible con la NACE Rev. 2 es la CNAE 2009<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Fuente: Ayuntamiento de Madrid. Estudio Call/Contac Centers y Centros de servicios compartidos en Madrid

<sup>2</sup> NACE Rev.2<sup>2</sup>, aprobada por el Parlamento Europeo y el Consejo - Reglamento (CE) nº 1983/2006.

<sup>3</sup> CNAE 2009, ratificada en el Real Decreto 475/2007.

Actualmente el servicio de call/contact center se encuentra dentro del Grupo “**Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas**”, bajo el código 82. Este conjunto queda estructurado de la siguiente forma:

82	Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas
82.1	Actividades administrativas y auxiliares de oficina
82.11	Servicios administrativos combinados
82.19	Actividades de fotocopiado, preparación de documentos y otras actividades especializadas de oficina
<b>82.2</b>	<b>Actividades de los centros de llamadas</b>
82.20	<i>Actividades de los centros de llamadas</i>
82.3	Organización de convenciones y ferias de muestras
82.30	Organización de convenciones y ferias de muestras
82.9	Actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.
82.91	Actividades de las agencias de cobros y de información comercial
82.92	Actividades de envasado y empaquetado
82.99	Otras actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.



## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO

### IMPORTADOR

#### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El sector servicios<sup>4</sup> es el más importante en la economía española en términos económicos, de empleo y el que ha experimentado mayor desarrollo en los últimos años. Los datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadística correspondientes al año 2010 se aprecia que el sector servicios aportó un 65,5% al PIB, destacándose los servicios de mercados (50,6%). Le sigue el sector industria con un 11,4%.

<sup>4</sup> La dimensión del sector viene entregada por la evolución a corto plazo de las empresas que operan en los subsectores de Comercio, Turismo, Transportes, Tecnologías de la Información y la Comunicación y Servicios a Empresas.

A continuación se presenta el desagregado del PIB por sectores<sup>5</sup>:

PIB por ramas de actividad 2010	Millones de Euros	Porcentajes
Agricultura, ganadería y pesca	26.062	2,4%
Energía	29.684	2,7%
Industria	122.132	11,4%
Construcción	97.791	9,2%
Servicios	696.734	65,5%
- Servicios de mercado	538.609	50,6%
- Servicios de no mercado	158.125	14,8%
Impuestos netos sobre los productos	90.188	8,4%
<b>PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado</b>	<b>1.062.591</b>	<b>100%</b>

En los últimos años, el intercambio comercial de Servicios en España ha crecido rápidamente, lo que convierte a este país en uno de los más internacionalizados del mundo. Su inversión en el exterior durante 2008 alcanzó la cifra de 77.000 MM USD<sup>6</sup>.

Las importaciones de Servicios aumentaron un 5,2% en tasa interanual durante el cuarto trimestre de 2010.

Los mayores incrementos interanuales por tipo de servicio se dan en las importaciones de servicios de Informática e información (34,3%), Royalties y derechos de licencia (17,8%) y de Seguros (5,0%). Por el contrario, los servicios de Construcción (-34,4%), Financieros (-33,9%) y Personales, culturales y recreativos (-9,0%), presentan las mayores bajadas.

En el acumulado de todo el año 2010, las importaciones de Servicios se incrementan un 6,1% respecto al mismo periodo del año anterior.<sup>7</sup>

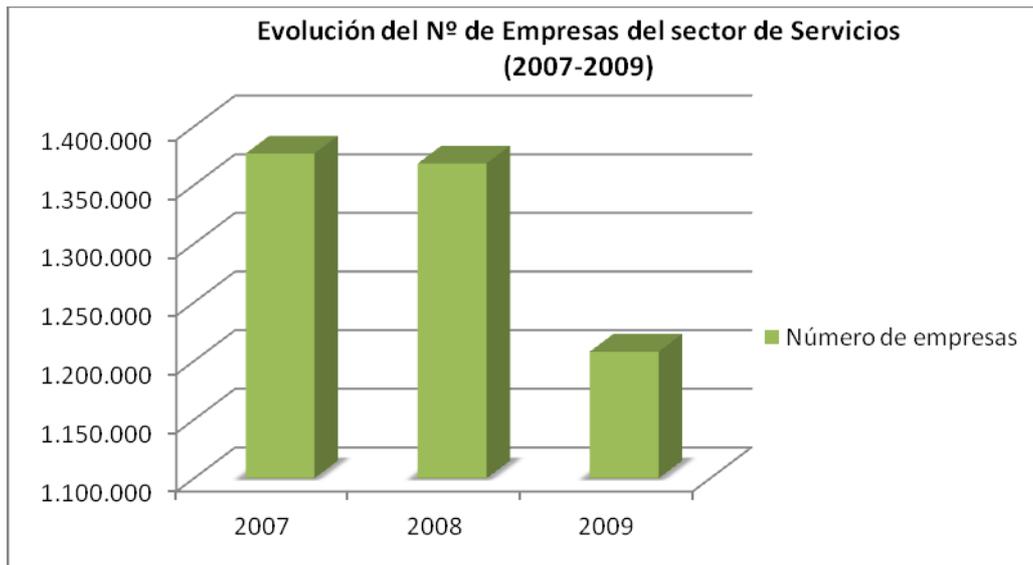
### 1.1 Número de Empresas

Con los últimos datos consolidados del INE, la cantidad de empresas pertenecientes al sector servicios en España en el año 2009, representaron en total 1.208.010 organizaciones. Respecto al año 2007, éstas disminuyeron en un 12,3%.

<sup>5</sup> Fuente: INE - Instituto Nacional de Estadística de España.

<sup>6</sup> World Investment Report, 2009.

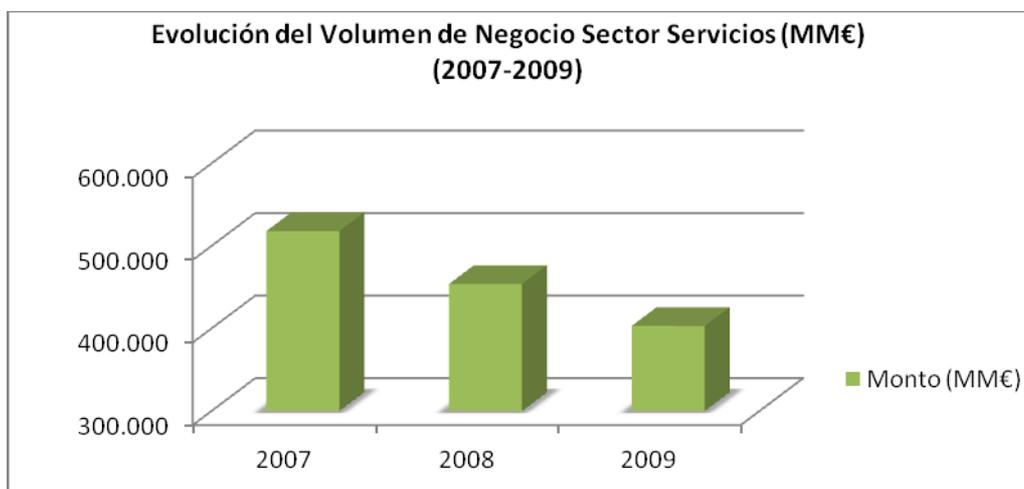
<sup>7</sup> Índices de Comercio Exterior de Servicios, Cuarto Trimestre 2010. Notas de Prensa INE.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

### 1.2 Volumen de Negocio<sup>8</sup>

Durante el año 2007 se registró el volumen de negocio más alto del sector Servicios en España con un monto de 517.909 MM€. Dicha cifra en 2008 disminuyó un -12,4%, y respecto a 2009 lo hizo un -22,2%, siendo ésta la caída más notoria dentro del intervalo 2007 - 2009.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

En 2009 se dio una disminución del 9,8% respecto al año anterior, en donde todos los sectores redujeron su cifra de negocios. Comercio presentó el mayor descenso (-15,4%), le sigue Transporte (-13,3%), Servicios a empresas (-11,6%), Turismo (-9,2%) y Tecnologías de la Información (-6,1%).

<sup>8</sup> Los Indicadores de Actividad del Sector Servicios (IASS) tienen como objetivo medir la evolución a corto plazo de las empresas que operan en el sector Servicios en España, a través de dos variables - cifra de negocios y empleo - que reflejan la actividad del sector.

### 1.3 Personal Ocupado

Según los últimos datos confirmados por el INE, el sector servicios ha empleado en el año 2009 a cerca de 5,2 millones de personas, cifra que ha experimenta un descenso del 10,6% respecto al año anterior y de un 14,1% en base al año 2007.

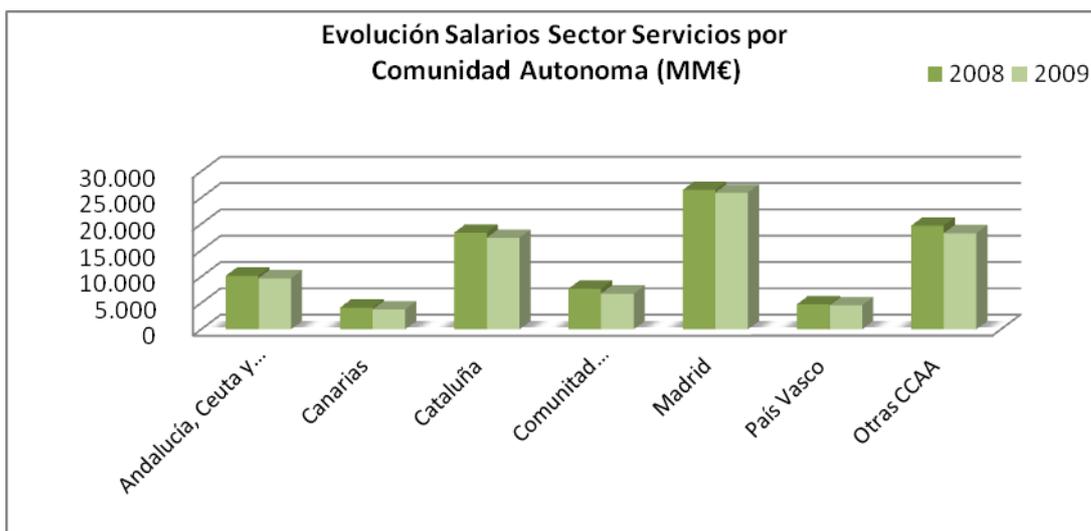
Las cifras provisionales del INE, a abril de 2011, hablan de un aumento interanual del 0,1% en el sector servicios. Por sectores, todos, excepto Actividades administrativas y servicios auxiliares (1,4%) y Hostelería (1,1%), experimentan disminuciones interanuales, siendo mayor la correspondiente a Venta y reparación de vehículos y motocicletas con un -2,9%.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

### 1.4 Salarios

En el 2009 las Comunidades Autónomas que más altos salarios pagan en el sector servicios son Madrid, Cataluña, Andalucía y Ceuta y Melilla, Comunidad Valenciana, País Vasco y Canarias. En promedio, durante ese ejercicio, el sector pagó a sus trabajadores unos 16.494€.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

### 1.5 Gastos en Personal

El gasto en personal ha disminuido en 2009 en 6,6% respecto al año anterior, destinándose a este concepto en ese último año unos 115.213 millones de euros, según los últimos datos oficiales del INE.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

### 1.6 Índice de comercio exterior de Servicios<sup>9</sup>.

España se constituye como el 7º exportador y 9º importador mundial de servicios y ocupa el 5º lugar dentro de los países de la OCDE por el volumen total de su comercio de servicios (2009). Sus servicios, son destinados principalmente a Latinoamérica, destacando lo referido a servicios financieros, telecomunicaciones y turismo<sup>10</sup>. Debido a la complejidad de contabilizar las respectivas compraventas de servicios entre los países, se estima que las cuotas de exportación e importación españolas de servicios, sobre la cifra mundial, se sitúan en 3,8% y 3,0%<sup>11</sup>.

La crisis económica de los años 2008-2009, en conjunto con las variaciones de la demanda, provocó que las exportaciones de otros servicios descendieran más intensamente que las ventas de bienes y el turismo. Sin embargo, y considerando la evolución que han tenido las exportaciones españolas de servicios no turísticos durante el período 1995-2009, éstas aumentaron en promedio alrededor del 9% anual, frente al 5% de los bienes y tan sólo el 1,5% del turismo, dando cuenta de las altas proyecciones que tiene este sector en España y la gran importancia que han adquirido desde entonces<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> La elaboración y publicación de estadísticas sobre el comercio internacional de servicios se encuentra todavía en un estado muy poco avanzado, no solamente en España, sino en todo el mundo. Si bien, el Banco Mundial, la OCDE, la OMC y Eurostat disponen de información, los resultados son aún muy escasos y en su mayor parte no publicables. El INE cuenta con un sistema de indicadores y encuestas de servicios, que dan una apreciación general de los registros de servicios. En estas circunstancias, las estadísticas proporcionan muy poco apoyo a la exportación e importación de servicios.

<sup>10</sup> Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

<sup>11</sup> Fuente: Invest in Spain, <http://www.investinspain.org>

<sup>12</sup> Fuente: IBID.

### 1.6.1. Exportaciones de Servicios de España<sup>13</sup>

Las últimas cifras oficiales publicadas en España hablan de unas exportaciones de servicios que retoman la senda de crecimiento positivo en 2010 con una progresión del 4,2 %. Especialmente aumentaron los servicios no turísticos que presentaron un aumento de 5,5 % en consonancia con el avance de la actividad y, en particular, del comercio de bienes y flujos de turistas, que impulsaron los servicios de transporte.<sup>14</sup>

Durante el primer trimestre de 2011 y comparadas con el mismo período de 2010, las exportaciones de Servicios aumentaron un 1,9%. Por tipo de servicio, fueron las exportaciones de Seguros y servicios Empresariales las que registraron un mayor aumento, con porcentajes interanuales del 11,2% y del 10,3% respectivamente. A su vez, registraron caídas las exportaciones de Construcción con un tasa negativa del -32,3% y las de servicios Financieros (-17,1%).

Analizando las exportaciones del rubro por destino geográfico, se observa que Europa aumenta la participación en un 3,9% en el primer trimestre de 2011 respecto al mismo trimestre del año anterior. Por su parte, las destinadas a la Unión Europea se incrementan un 3,0%. Destacan los aumentos en las exportaciones a Bélgica (8,4%) y Portugal (8,0%) y descienden las destinadas a Países Bajos (-6,2%) y Francia (-0,8%). Las exportaciones de Servicios a América registran un ascenso interanual del 8,9%, impulsado por el incremento de las exportaciones a América del Sur (32,6%), frente al descenso de las exportaciones a América del Norte y Central (-3,8%). Por su parte, la exportación de Servicios a Oceanía y África presentan descensos del -33,2% y del -32,5% respectivamente, mientras que las destinadas a Asia aumentan un 2,0%.

### 1.6.2. Importaciones de Servicios de España<sup>15</sup>

En lo que respecta a las importaciones de Servicios, durante el primer trimestre de 2011 éstas disminuyen un -0,1% en tasa interanual. Los mayores aumentos por tipo de servicio se dan en las importaciones de servicios de Comunicaciones (63,3%) y de Royalties y derechos de licencia (18,2%). Por el contrario, las de servicios Financieros (-44,8%) y Construcción (-26,5%), muestran los mayores descensos.

En relación a las importaciones de Servicios, las provenientes de Europa se incrementan un 5,5% interanual en el primer trimestre de 2011, a lo que contribuye en mayor medida el aumento del 4,9% de las procedentes de la Unión Europea (UE-27). De aquí se sobresalen las procedentes de Italia (23,7%) y Países Bajos (15,7%), así como los descensos mostrados por las originarias de Alemania (-2,2%) y de Francia (-1,5%). En el resto de zonas geográficas se producen disminuciones interanuales generalizadas para las importaciones originarias de Oceanía (-25,9%), África (-25,8%), Asia (-21,0%) y América (-5,9%).

<sup>13</sup> Fuente: INE, Índices de Comercio Exterior de Servicios.

<sup>14</sup> Fuente: INE

<sup>15</sup> Fuente: INE

## 2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

La última Encuesta Anual de Servicios<sup>16</sup> (CNAE-2009), publicada en junio de 2011 por el Instituto Nacional de Estadística de España, desarrolla los resultados por sectores de actividad de Servicios con datos de 2009. Seguidamente se presentan las principales magnitudes del sector servicios y tramos de ocupación consolidados a 2009 y 2008.

Sector servicios: principales magnitudes	2009	2008
Número de empresas	1.208.010	1.368.497
Número de locales	1.301.639	1.473.034
Volumen de negocio	402.976.647.000 €	453.897.421.000 €
Valor de la producción	322.908.614.000 €	366.758.330.000 €
Valor añadido a precios de mercado	182.390.538.000 €	205.452.937.000 €
Valor añadido al coste de los factores	187.631.095.000 €	209.439.595.000 €
Gastos de personal	115.213.303.000 €	123.456.249.000 €
Compras y gastos en bienes y servicios	233.138.668.000 €	263.200.301.000 €
Compras de bienes y servicios para la reventa	90.596.450.000 €	10.0278.926.000 €
Inversión en activos materiales	38.459.993.000 €	53.647.933.000 €
Personal ocupado (media anual)	5.238.108	5.858.706
Personal remunerado (media anual)	4.142.053	4.625.382

Los datos estadísticos anteriores revelan que las características estructurales y económicas del sector servicios sufren, de 2008 a 2009, un descenso del sector en su conjunto y en la totalidad de las variables desarrolladas en el análisis efectuado por el INE.

## 3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

Producto del excesivo gasto fiscal mantenido por España durante el período de la crisis económica, los ministros de Economía de la UE inducen al país a corregir su déficit excesivo y volver a situarlo por debajo del umbral del 3% del PIB que fija el Pacto de Estabilidad y Crecimiento (PEC). Esta medida debe ser complementada también con un fuerte ajuste presupuestario anual de más del 1,5% del PIB durante el periodo 2010-2013.

El escenario macroeconómico de España, obliga al Gobierno a desarrollar reformas estructurales. Éstas se iniciaron en 2010 y han sido continuadas y reforzadas en 2011. Basadas en una política de austeridad

<sup>16</sup> Instituto Nacional de Estadística

que perseguía un impacto económico, implicando, entre otras medidas, una progresiva disminución de las ayudas públicas directas y de los incentivos fiscales sobre el conjunto de sectores productivos de la economía española.

Se ha de tener en cuenta que la Eurozona atraviesa un momento tremendamente delicado e incierto. La inseguridad de los mercados de deuda de la Eurozona, propiciada por la crisis de la deuda griega, se tradujo en importantes aumentos de los rendimientos y de las primas de riesgo de las deudas públicas de los países con programa de ayuda financiera (Grecia, Irlanda y Portugal). La inestabilidad alcanza también a España e Italia, países que en los meses previos habían mostrado un comportamiento favorable.

Por otra parte, el 20 de noviembre de 2011, tendrán lugar las elecciones generales en España. Y la situación económica actual amerita que, en los programas electorales de los candidatos esté, como medida trascendental, el fomento del empleo, que actualmente es la principal lacra de esta crisis. Por lo anterior se entendería que el próximo gobierno apostará, más que nunca, por el desarrollo de políticas de fomento y ayuda a un sector clave para salir de la crisis, como es el de servicios.

#### 4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS

Con objeto de promover la inversión, el empleo, la competitividad y el crecimiento económico de España, el Gobierno Central y el resto de Administraciones Públicas han desarrollado un sistema de ayudas e incentivos, otorgando especial énfasis al fomento del empleo indefinido y a la investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i). A su vez, al ser España miembro de la Unión Europea, sus empresas pueden acceder a programas de ayudas europeos. Estas medidas de apoyo a la inversión pueden clasificarse en las siguientes categorías: • Incentivos estatales y regionales para la formación y el empleo. • Incentivos estatales para sectores específicos (actividades en el sector agroalimentario, energético, minero, desarrollo tecnológico, investigación y desarrollo, etc.). • Incentivos regionales. • Incentivos estatales para pequeñas y medianas empresas. • Incentivos a la internacionalización. • Ayudas de la Unión Europea.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España es el organismo competente en la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de desarrollo industrial, política comercial, energética, de la pequeña y mediana empresa, de turismo, de telecomunicaciones y de la sociedad de la información.

Mediante el desarrollo de estas competencias se establecen un conjunto de programas de ayudas públicas cuyos objetivos abarcan desde el fomento de la sociedad de la información y de la competitividad empresarial, hasta actuaciones de reindustrialización y de dinamización tecnológica para regenerar o crear el tejido industrial, con una finalidad decidida de apoyo a dichos sectores.

En la actualidad, está vigente la Orden ITC/473/2011, de 23 de febrero, por la que se aprueba el Plan Anual Integrado de ayudas para el año 2011. No se han identificado medidas de apoyo directas vinculadas al sector de “Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas”, no al subsector “Actividades de los centros de llamadas”, sí existen ayudas para otras

actividades que pueden formar parte tangencialmente de los servicios considerados. Estos incentivos pueden ser a nivel europeo, nacional, regional y local en segmentos como los siguiente: para las pequeñas y medianas empresas; incentivos a la I+D – CDTI (Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial); beneficios fiscales; incentivos al empleo. La nómina de ayudas públicas que integran la Orden ITC /473/2011 a través del siguiente link:

<http://www.mityc.es/PortalAyudas/Normativa/ListadoDocumentosNormativa/Documentaci%C3%B3n%20general%20relativa%20a%20ayudas%20y%20subvenciones/PlanAyudas2011.pdf>

De la **legislación** relacionada con el sector call / conctac center se destacan:

› Ley Orgánica 15/1999: **Ley Orgánica de Protección de Datos** (LOPD) y su Reglamento de Desarrollo aprobado por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre (RLOPD).

Ambas normativas tienen muchas e importantes implicaciones en el trabajo de las empresas prestadoras de servicios de call/contact center. De necesario cumplimiento para cualquier proyecto que se quiera abordar en el terreno de los centros de contacto, evitando posibles interpretaciones erróneas de la Ley. Hay que tener presente que los datos privados con los que se trabaja en un centro de contacto se tienen que tratar y analizar desde la vertiente jurídica, informática y organizativa.

Seguidamente se destacan, desde la vertiente jurídica de la ordenanza, algunos aspectos que contempla la Ley de Protección de Datos:

Exigencia a las empresas prestadoras de servicios de call center, cuyo trabajo se desarrolle dentro de la UE, a que firmen con sus empresas clientes contratos que tengan cláusulas de protección de datos. Además, en el caso de los servicios que no se hagan en el entorno de la UE, la Agencia de Protección de Datos exige una autorización previa para realizar la transferencia internacional de datos – la autorización ha de pedirla la empresa propietaria de la base de datos, es decir la empresa cliente de la compañía prestadora de servicios de call center, pero ésta debe asegurarse de que su cliente cuenta con dicha autorización –. La empresa dueña de esa base de datos habrá de presentar la documentación en donde se refleje que en este flujo de datos se van a contemplar las garantías necesarias para un nivel óptimo de protección de datos, el mismo que si se diera el servicio desde España. En el caso de la subcontratación, si la empresa prestadora del servicio tiene sede en España y contrata el servicio con una filial suya en un tercer país con un nivel de protección de datos menor, la Agencia Española de Protección de Datos exige que el contrato de garantías esté firmado por el responsable del fichero exportador de datos y por el importador de datos en ese tercer país sin garantías de protección de datos igual a la europea.

En relación a lo anterior, Argentina cuenta una normativa homologada en materia de protección de datos. Chile por su parte, se encuentra trabajando en una ley que garantice el nivel de protección de datos equiparable a la UE. Si bien, en el Acuerdo de Asociación Chile – UE en la Parte V, Disposiciones Finales Art. 202, se habla de la protección de datos, acordando las partes “otorgar un elevado nivel de protección al procesamiento de datos personales y de otra índole, compatible con las más altas normas internacionales”.

No obstante a lo anterior, a día de hoy es del todo viable entre España y Chile – bajo solicitud y posterior autorización de la Agencia Española de Protección de Datos – la transferencia internacional de datos otorgada al amparo del artículo 33 de la LOPD , exigiendo, a quien solicita la transferencia, las garantías adecuadas (entre ellas se encuentran las concretadas en la **Decisión 2002/16/CE**<sup>17</sup>). Por su parte el importador de los datos (empresa chilena) garantizaría que ha puesto en práctica las medidas de seguridad técnicas y organizativas, de nivel medio, que se indiquen en el contrato de las partes y antes de efectuar el tratamiento de los datos personales transferidos.<sup>18</sup>

› **Ley SAC (Servicios de Atención al Cliente).** Aprobado el proyecto de Ley. Actualmente en vías de tramitación, se espera que, pasadas las elecciones del 20 de noviembre de 2011, el nuevo Gobierno le otorgue carácter prioritario<sup>19</sup>.

Esta importante ley será de gran utilidad para definir dentro de la actividad de call/contact center un entorno de referencia que recopile todas las normas y disposiciones existentes sobre la Atención al Cliente. Su objetivo fundamental es paliar las deficiencias detectadas en la prestación de este tipo de servicios por parte de las grandes empresas y mejorar así, la protección de los consumidores para garantizar sus derechos, a la vez que establece unos parámetros mínimos de calidad que deberán cumplir los servicios de atención al cliente de las empresas de los sectores de servicios de suministros de agua, gas y electricidad, servicios de transporte de viajeros, servicios postales, medios audiovisuales de acceso condicional y servicios de comunicaciones electrónicas. Las empresas deberán disponer de un servicio eficaz para facilitar información, atender y resolver las quejas. Los ciudadanos podrán conocer, antes de la firma de un contrato de servicios, los medios de interlocución disponibles, mecanismos de reclamación, tiempos previstos de resolución, etc. Toda esta información deberá formar parte de los contratos y tendrá que figurar también en la página web de la empresa.

Puntos básicos de la futura regulación:

› La puesta a disposición de los clientes de un servicio de atención telefónica personalizado y un número de teléfono, ambos gratuitos, para atender sus quejas y reclamaciones, así como cualquier incidencia contractual.

› Se prohíbe la utilización de números de tarificación adicional como medio de comunicación con los clientes, ya sea vía telefónica, mediante mensajes de texto u otros análogos. En ningún caso el servicio de atención al cliente proporcionará ingresos adicionales a la empresa prestadora del servicio a costa del cliente. Tampoco se podrá aprovechar la formulación de reclamaciones para ofrecer otros productos al cliente.

<sup>17</sup> La Decisión de la Comisión 2010/87/UE de las Comunidades Europeas, de 5 de febrero de 2010, relativa a las cláusulas contractuales tipo para la transferencia internacional de datos personales a los encargados del tratamiento establecidos en terceros países, de conformidad con la Directiva 95/46/CE, se encuentra vigente desde el día 15 de mayo y deroga la anterior Decisión de la Comisión 2002/16/CE de las Comunidades Europeas, de 27 de diciembre de 2001 (Decisión de la Comisión 2002/16/CE relativa a las cláusulas contractuales tipo para la transferencia de datos personales a los encargados del tratamiento establecidos en terceros países, de conformidad con la Directiva 95/46/CE).

<sup>18</sup> Fuente: Agencia Española de Protección de Datos. [www.agpd.es](http://www.agpd.es)

<sup>19</sup> El sector de las telecomunicaciones es el más denunciado en España según la Federación de Consumidores en Acción y la Organización de Consumidores y Usuarios. El primer semestre del 2011 más del 30% de los abusos estaban relacionados con el servicio de telefonía fija o móvil e internet de banda ancha.

- › Las empresas tendrán un sistema de gestión unitario o centralizado, de modo que se garantice la constancia de las quejas, reclamaciones e incidencias presentadas y se facilite el seguimiento de su tramitación.
- › Se establecerá un plazo máximo de un mes para resolver quejas, reclamaciones y otras incidencias contractuales.
- › El tiempo máximo de espera para el usuario desde la recepción de la llamada en el servicio de atención al cliente no podrá superar 1 minuto para más del 90% de las llamadas realizadas al servicio de atención al cliente.
- › El horario de atención al cliente se ajustará a las características del servicio prestado. Para servicios de carácter básico, como el servicio telefónico, el suministro eléctrico, de gas o de agua, el servicio deberá estar disponible 24 horas al día, 365 día al año, para la formulación de incidencias relativas a la continuidad del servicio.
- › Las empresas deberán informar a los usuarios de las incidencias contractuales que afecten gravemente a la prestación del servicio o a su continuidad, una vez tengan conocimiento de la misma y sin necesidad de que el usuario la requiera expresamente.
- › La norma supondrá un ahorro importante de tiempo y dinero para los consumidores.
- › Controles externos: Las empresas desarrollarán sistemas que midan las mejoras de sus servicios de atención al cliente y tendrán que superar auditorías externas anuales. Otro de los aspectos previstos es que en el futuro las empresas cuenten con personal debidamente formado y capacitado para atender las quejas de sus clientes. Con esto se quiere mejorar la calidad del servicio y evitar situaciones indeseables como que el operador desconozca la información necesaria para resolver o gestionar la reclamación.

## 5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR

El área de financiación en España, obtiene en general una baja valoración, consecuencia lógica de la crisis financiera internacional. Se destacan problemas relativos a la financiación de la banca comercial, así como en el acceso a incentivos y subvenciones a la inversión. Lo anterior, comprende algunos importantes instrumentos de financiación como las líneas del ICO, el capital riesgo, las sociedades de garantía recíproca o el mercado alternativo bursátil.

Según Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de IE Business School, la actividad emprendedora cayó un 15,7% en 2010 respecto a 2009 y en consecuencia, la solicitud de financiación para nuevos proyectos. Parte del flujo del crédito se ha destinado al sector público, donde el crédito ha crecido un 20% debido al esfuerzo para reducir el déficit. Según el estudio las condiciones de entorno para emprender continuaron deteriorándose, alcanzando la valoración media más baja desde 2005. España está a la cola en actividad emprendedora, situación que no ve luces de mejora. La creación de nuevos negocios descendió hasta el 4,3% de la población activa en 2010, un punto menos que el año anterior.

En relación a la existencia de instrumentos de financiación dedicados exclusivamente a la adquisición de servicios desde el exterior, estos no se han identificado; es más, las existentes van en la línea de apoyo financiero a las exportaciones e internacionalización de las empresas locales.

No obstante a lo anterior, a continuación se señalan otras líneas de apoyo relacionadas con la atracción de inversión extranjera directa y la internacionalización.

- **Business Angels:** Existe una Red Española de Business Angels (ESBAN) o inversionistas ángeles, los cuales buscan acceder a negocios con grandes potenciales de crecimiento y alto grado de innovación. Por su parte, los gobiernos de Madrid y Cataluña potencian la captación de inversores para desarrollar nuevos proyectos, aplicándoles deducciones fiscales de hasta 20% en el IRPF. Existen a su vez, diversas iniciativas privadas para fomentar las inversiones a través de business angels, como por ejemplo la plataforma Business Angels Network del IESE.
- **Líneas del ICO<sup>20</sup>:** Durante 2010 a través del Instituto de Crédito Oficial se formalizaron casi 300.000 operaciones de préstamos a distintos sectores por un monto de 23.300 millones de euros (aumentaron el 31% respecto a 2009). De ellos, 414 millones de euros se destinaron a favorecer la internacionalización de la empresa (inversiones en el exterior), frente a los 200 millones € de 2009.
- **Capital Riesgo:** La inversión de las compañías de Capital Riesgo en España durante el año 2010 fue de 3.456 millones de euros, según la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI)<sup>21</sup>. Esto supone un 117% más que el volumen de inversión alcanzado en 2009, un 12% más que en 2008, pero un 23% menos que el volumen de inversión alcanzado en 2007. Los fondos internacionales fueron los que ostentaron una mayor aportación, el 67% del volumen total de inversión, aunque los operadores nacionales realizaron también operaciones de importancia.
- **Sociedades de Garantía Recíproca (SGR)<sup>22</sup>:** El riesgo vivo total por garantías y avales prestados por las SGR ascendió a 6.534 millones de euros al finalizar 2010, casi idéntico al año precedente (0,2 %).
- **Mercado Alternativo Bursátil (MAB):** La empresa nacional de Innovación (ENISA), tiene un plan para fomentar la entrada de empresas al MAB, afrontando los gastos de salida del mismo. En Madrid, Cataluña, Galicia y Murcia existen diferentes incentivos para las PYMES ingresen al MAB.
- **Acuerdos bilaterales firmados con Latinoamérica:**
  - 11 Acuerdos para evitar la doble imposición (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, El Salvador, Ecuador, México, Trinidad y Tobago y Venezuela).
  - 19 Acuerdos recíprocos de promoción y protección de Inversiones (Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Rep. Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela).

<sup>20</sup> El Instituto de Crédito Oficial (ICO) es una entidad pública empresarial adscrita al Ministerio de Economía y Hacienda y la consideración de Agencia Financiera del Estado. [www.ico.es](http://www.ico.es)

<sup>21</sup> Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo Fuente: [www.ascrri.org](http://www.ascrri.org)

<sup>22</sup> El objeto social de las sociedades de garantía recíproca (SGR) es el otorgamiento de garantías personales mediante aval o por cualquier otro medio admitido en derecho distinto del seguro de caución a favor de sus socios, normalmente pymes, para las operaciones que realicen dentro del giro o tráfico de las empresas de que sean titulares. Fuente: Banco de España.

## 6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

En el marco del Acuerdo de Asociación Política, Comercial y de Cooperación suscrito entre Chile y la Unión Europea se atestigua una recíproca y efectiva apertura de los respectivos mercados de compras públicas. Citando el Artículo 139 del Título IV del Acuerdo, “Trato nacional y no discriminación”, en donde, cada parte se asegurará de que las contrataciones públicas de sus entidades cubiertas por el mencionado Título se realicen de forma transparente, razonable y no discriminatoria, otorgando el mismo trato a los proveedores de cualquiera de las partes y asegurando el principio de una competencia abierta y efectiva.

Por lo anterior, el Acuerdo Chile- Unión Europea, determina que las empresas chilenas pueden participar en todo concurso de licitación como lo harían las empresas europeas, salvo determinadas excepciones que habría que analizar de forma individual y que son exiguas. De hecho, las oportunidades para el segmento de mercado de “compras públicas” han ido creciendo a medida que la legislación europea ha favorecido la apertura a la competencia de las empresas mediante procesos de selección transparentes. Es decir, antes de implementar una legislación que impulsara la competencia, sólo un 2% de los contratos públicos se adjudicaba a empresas de un Estado miembro de la UE distinto del que convocaba la licitación, situándose actualmente esta tasa en un 35% aproximadamente.

Con ello no se pretende significar que el mercado de compras públicas en la UE sea de sencillo acceso. Es más, los procesos son complejos, tanto si se está familiarizado con ellos como si no. Esta complejidad salvable, requiere de un análisis minucioso de la licitación objeto para que no se presente como un obstáculo de acceso al mercado, ya que hoy por hoy las empresas chilenas podrían participar de las licitaciones públicas al igual que las locales.

## 7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES<sup>23</sup>

Para los organismos internacionales existe un convencimiento generalizado de que las TICs son parte de la solución que puede devolver a la senda del crecimiento y a la sostenibilidad de un nuevo modelo económico. En esta línea de pensamiento las TICs son consideradas de manera prioritaria en las estrategias de gobiernos, instituciones y empresas de todo el mundo.

### 7.1 Las TIC en los hogares españoles<sup>24</sup>

A lo largo del año 2010 continúa el desarrollo de la Sociedad de la Información en España con crecimientos significativos de los distintos indicadores sobre acceso y uso de las Tecnologías de la

<sup>23</sup> Fuente: Estudio La Sociedad en Red 2010. Informe Anual. Edición 2011, elaborado por el equipo de Estudios del ONTSI. Para el desarrollo del punto 7 se han extraídos distintos datos e información de este Estudio.

<sup>24</sup> Los datos presentados proceden de la encuesta panel de hogares realizada por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) y la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones durante el año 2010. Estudio La Sociedad en Red 2010. Informe Anual. Edición 2011, elaborado por el equipo de Estudios del ONTSI.

Información y la Comunicación (TIC) en los hogares españoles, mejorando en calidad de vida de los ciudadanos, en capacitación tecnológica y, desde otra vertiente, mejorando la productividad y la economía nacional.

El análisis de la demanda del segmento residencial y de los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por los individuos dentro y fuera del hogar ofrece una visión general de la situación desde el punto de vista de la demanda.

## 7.2 Equipamiento computacional

Uno de los equipos tecnológicos más frecuentes en los hogares españoles en los que reside algún miembro de 15 años o más durante el tercer trimestre de 2010 es el ordenador, presente en el 68% de los hogares (el 70% de los hogares con algún miembro de 16 a 74 años, según el Instituto Nacional de Estadística). Se mantiene la tendencia de crecimiento interanual, con un aumento del 3 % en los últimos doce meses.

El ordenador de sobremesa está más extendido en los hogares que el ordenador portátil, aunque va perdiendo terreno frente a éste (53,8% del PC frente al 46% del portátil).

En cuanto al número de ordenadores presentes en el hogar, la mitad de los hogares con ordenador (51,5%) disponen de más de un equipo y casi el 14% cuenta con tres o más.

## 7.3 Internet

Esta herramienta es considerada clave en la Sociedad de la Información, avanzando con solidez en su proceso de extensión entre la población española. El desarrollo alcanzado, indica que en 2010, la ciudadanía dispuso de conexión a Internet en más de la mitad de los hogares, siendo ésta mayoritariamente de banda ancha. Respecto de la frecuencia de uso, España alcanza niveles semejantes al de los países de su entorno.

### 7.3.1 Acceso de los hogares e individuos

En el tercer trimestre de 2010, casi 9,5 millones de hogares tienen acceso a Internet en España, lo que representa el 55,9% del total. En los últimos doce meses esta cifra se incrementó un 12,2%, la misma cuantía que el año anterior.

Prácticamente 8,8 millones de hogares españoles se conectan a la Red a través de banda ancha. En el ámbito residencial con algún miembro de edad comprendida entre los 16 y los 74 años, este dato supone que existe un 57,4% de hogares conectados mediante banda ancha respecto al total. Sin embargo, considerando únicamente los hogares que disponen de Internet, este indicador asciende al 97,1% de hogares.

Analizando el uso de Internet en función de las características sociodemográficas y culturales se observa mayor porcentaje de internautas entre los hombres, los jóvenes entre 16 y 24 años, los estudiantes y entre las personas con estudios universitarios.

Por número de habitantes se observa que existen 22,8 líneas de banda ancha por cada 100 habitantes, cifra que casi se ha quintuplicado en ocho años.

A lo largo del año 2010, más de 26 millones de personas de 10 años y más habían accedido a Internet en alguna ocasión, con un crecimiento interanual del 5,9%, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

### 7.3.2 Gasto en Internet

El gasto acumulado en servicios TIC (telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión de pago) durante 2010 ascendió a 13.608 millones de euros, de los cuales la gran mayoría (45,2%) pertenece al servicio de telefonía móvil. Por su parte, los servicios de Internet acumularon un gasto de 2.529 millones de euros a lo largo del año, el 18%, siendo el único servicio que incrementó su gasto interanual respecto al volumen acumulado en 2009 del 12,9%, muy similar al crecimiento registrado en 2009 frente a 2008.

Tres cuartas partes del gasto efectuado en Internet corresponden a la tecnología ADSL. El resto del gasto en Internet se realiza prácticamente a través de la tecnología de cable que representa algo más del 20%. La tecnología RTB apenas alcanza el 0,5% del gasto total. El gasto en cable, al igual que el correspondiente a ADSL, va aumentando año tras año. Concretamente, el gasto en cable se incrementó un 7% respecto al total del año 2009 y el correspondiente a ADSL creció un 15%.

El gasto medio por hogar y mes en servicios de Internet durante el año 2010 ha sido, aproximadamente, de 26,5€ (IVA incluido) durante los trimestres impares y de 25,7€ (IVA incluido) los trimestres pares. A la vista de estos datos, durante los últimos tres meses del año 2010 los hogares españoles pagaron, en media, 1,2 euros menos que en el mismo periodo del año anterior.

Tres de cada cuatro hogares acceden a Internet a través de un ordenador de sobremesa, seis de cada diez utilizan un ordenador portátil para conectarse y dos de cada diez lo hace mediante el teléfono móvil.

Es destacable el incremento interanual experimentado por el teléfono móvil como dispositivo de acceso, durante el tercer trimestre del año 2010, el 20,5% de los hogares lo utilizó para conectarse a Internet, lo que supone un incremento interanual de 16,4%.

### 7.3.3 Uso de Internet

Durante la última semana en el tercer trimestre de 2010, dos de cada tres usuarios de Internet hacen un uso intenso del correo electrónico, proporción similar a la de hace un año. Los buscadores continúan siendo utilizados por más del 60% de los internautas (61,5%), que al igual que el uso del correo electrónico, tampoco ha experimentado apenas variación en el último año.

La consulta de noticias también es una de las actividades más frecuentes, cuatro de cada diez usuarios de Internet se informa de la actualidad a través de este medio, 1,8 punto porcentual por debajo del

porcentaje del año anterior. Asimismo y aunque con un ligero descenso interanual de 2,8%, uno de cada tres usuarios realiza un uso intenso de la mensajería instantánea.

Es destacable el hecho de que el 23,2% de los internautas declara mantener un perfil en alguna red social, sobre todo teniendo en cuenta que el incremento interanual ha sido de 7,7%, el mayor de todos los registrados.

Otro uso de Internet que ha experimentado un aumento en el último año, aunque no tan notable como mantener un perfil en una red social, ha sido el consumo de algún tipo de contenido digital colgado en la Red por otros usuarios, crece 2,1% y se sitúa en el 20,1% de los Internautas.

Otros usos de Internet medidos por primera vez en el tercer trimestre de 2010, como son la participación en chat de redes sociales o el consumo de contenidos en streaming, tienen porcentajes interesantes por lo que hay que tenerlos en cuenta a la hora de valorar los usos de la Red más frecuentes, concretamente tienen valores del 19,6% y del 15,7% respectivamente.

Prácticamente el 15% de los usuarios de Internet han realizado alguna descarga en la Red durante la última semana bien sea de música o de video. En los últimos doce meses se ha producido un descenso del 1,6% en la descarga de música, a su vez la descarga de vídeos mantiene valores similares a los registrados en el mismo periodo del año 2009. Otro tipo de descargas también registran descenso en su penetración, observando una tendencia de disminución de descargas que podría estar relacionada con el uso de streaming que no requiere almacenamiento en ningún dispositivo.

Por otro lado, las compras on-line para temas relacionados con vacaciones o billetes, son realizadas por el 5% de los internautas, tras un incremento interanual de 1,3%. Apenas un 2,5% de los usuarios declara realizar actividades de teletrabajo en la última semana, sin variaciones notables en el último año.

Entre los usos principales de Internet, destacan los servicios de comunicación por correo electrónico o mensajería instantánea. Igualmente la búsqueda de diferentes tipos de información a través de buscadores - siendo el más popular en España es Google - presenta una tendencia interanual creciente en su uso y se encuentra en niveles equiparables al correo.

#### **7.4 El grado de penetración de los servicios de telecomunicaciones en las empresas españolas**

Los informes que elabora el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, se basan en datos del INE a partir de la encuesta TIC a empresas y señala que cerca del 100% de las grandes empresas tiene ordenador, conexión a Internet y correo electrónico.

En cuanto a las microempresas, el informe destaca que 2 de cada 3 tienen teléfono móvil y ordenador en el primer trimestre de 2010.

Los datos indican que en España el 94,3% de las microempresas con acceso a Internet se conectan a través de banda ancha (fija o móvil). El 93,7% se conectan mediante banda ancha fija (ADSL o cable) y el 18,7% mediante banda ancha de telefonía móvil. Por su parte, el 98,7 de las Pymes y grandes empresas con Internet tienen banda ancha (un 98,2% fija y un 36,7 % móvil).

Más del 90% de las grandes y medianas empresas y cerca del 40% de las microempresas se relaciona con la Administración pública por Internet. Los dos principales motivos de esta interacción son la obtención de información y la consecución de impresos o formularios. El trámite que más ha crecido en Pymes y grandes empresas es la gestión electrónica completa, con 5,2 puntos más que el año anterior.

## 8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS

En España, en el sector de “Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas”, en el que se encuentra englobados los servicios call y contact center, el porcentaje de participación de los privados es absoluto, asumiendo el Estado el perfil de cliente vía licitaciones públicas, concretamente ostenta el segundo segmento más destacado de contratación de servicios call/contact center.



## OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Presencia de monopolios		X	
Acceso a trabajos gubernamentales	X		Ver. Sección II pto. 6.
Fijación de tarifas para los servicios			A modo de ejemplo: De promoverse un número de teléfono de tarifas con coste adicional, el anunciante deberá indicar que el número es de tarifa superior y el coste por minuto.
Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor, seguridad y salud.	X		Ver en este documento Sección II pto. 4.
Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios	X		Ejemplo: los teleoperadores no deben, salvo previa solicitud del receptor de la llamada, llevar a cabo llamadas fuera del horario razonable. En España el horario establecido es de 9 h. a 22 horas. No se considerará emisión la devolución de llamadas.
Restricciones al movimiento de	X		La Ley 45/1999, desarrolla una serie de medidas de

Obstáculos	Si	No	Observaciones
profesionales, técnicos y administrativos			control y protección para los supuestos de desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional. En términos generales, tendrán que garantizar a sus trabajadores las condiciones mínimas de trabajo establecidas por la legislación laboral española.
Prohibición a los extranjeros de publicitarse		X	
Restricciones sobre el tipo de entidad legal		X	Ley de Sociedades de Capital conforma el texto legal básico en el que se regulan las distintas figuras jurídicas societarias de capital previstas en la normativa española, esto es, la sociedad anónima (S.A.), sociedad de responsabilidad limitada (S.L.), sociedad comanditaria por acciones, sociedad limitada nueva empresa (S.L.N.E.) y sociedad anónima europea S.E.), así como las particularidades de la sociedad anónima cotizada. Ver Ley 1/2010 02/07/2010 ( <a href="http://www.boe.es">www.boe.es</a> ).
Requisitos de presencia comercial		X	Depende el tipo de proyecto (público o privado). A modo de ejemplo, en el primer caso, las bases de licitación marcarán el tipo de presencia comercial. Es del todo recomendable analizar cada caso.
Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros	X		La empresa debe cumplir con la normativa vinculante al desarrollo de su actividad. Ejemplo empresa extranjera de Call Center: Ley de Protección de Datos. Ver Sección II pto. 4. Ejemplo: en el caso de los servicios que no se hagan en el entorno de la UE, la Agencia de Protección de Datos Española exige una autorización previa para realizar la transferencia internacional de datos.
Restricciones a la participación de capital		X	Obedecerá al tipo de sociedad y al acuerdo celebrado entre los socios
Requisitos de autorización por autoridades locales	X		Darse de alta como empresa y demás trámites iniciales para la constitución de sociedades y posterior puesta en marcha de actividad.
Prueba de necesidad económica	X		Podría existir en base a requisitos del contratante (público o privado).
Prohibición de establecimiento permanente		X	Existe una política de atracción de inversiones muy atractiva ( <a href="http://www.investinspain.org">www.investinspain.org</a> ).
Políticas de convalidación de títulos	X		Entre Chile y España existe procedimiento de convalidaciones de títulos universitarios.
Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales	X		Los títulos universitarios de Chile son reconocidos por parte de las autoridades locales.
Requisitos de licencia	X		Dependerá de la actividad a desarrollar.

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Requisitos de experiencia previa		X	En función del contrato. Laboralmente existen regulaciones específicas aplicables a diferentes sectores productivos y a determinados grupos de trabajadores o de relaciones laborales especiales, como son los representantes de comercio y el personal de alta dirección.
Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales		X	Dependerá de las condiciones que rijan la relación laboral.
Requisitos de residencia o nacionalidad	X		En el caso de desarrollar actividad profesional en territorio español, los extranjeros a los que no se aplica el régimen comunitario necesitarán una autorización administrativa para trabajar y residir en España. Los empleadores que deseen contratar a un extranjero no autorizado para trabajar (al que no se aplique el régimen comunitario) deberán obtener previamente autorización del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. No obstante, la carencia de autorización para trabajar no invalidará el contrato de trabajo respecto a los derechos del trabajador extranjero ni será obstáculo para la obtención de las prestaciones que pudieran corresponderle.
No cobertura de los seguros públicos de salud	X		Como regla general, todos los empresarios, sus trabajadores y los trabajadores por cuenta propia que residen y/o ejercen sus funciones en España, deben inscribirse y están obligados a cotizar al Sistema español de Seguridad Social. Existe un Convenio Bilateral sobre Seguridad Social entre España y Chile que regula los efectos para las prestaciones públicas españolas de los periodos cotizados a Fonasa de Chile. Asimismo, se determina el Estado en el que debe procederse a cotizar en caso de desplazamiento y prestación de servicios de forma temporal o permanente.
Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas		X	Obtención de una certificación que acredite la colegiación en el colegio correspondiente, en el caso del ejercicio de actividades profesionales independientes que exijan la misma.
Restricciones cambiarias		X	
Impedimentos para transferir tecnología e informaciones		X	Si bien no es un impedimento, es fundamental registrar las patentes, derechos de autor y licencias, entre otras modalidades de protección del conocimiento, como proceso clave en la gestión de la investigación y la innovación (I+D).

Obstáculos	Si	No	Observaciones
			Las empresas e instituciones cuya actividad genera conocimiento deben adoptar medidas y fórmulas para proteger jurídica y estratégicamente la propiedad industrial e intelectual de sus resultados de investigación.
Requisitos de transferencia tecnológica		X	Aún sin tratarse de una obligación es de recomendado cumplimiento el registro los títulos de propiedad industrial para el correcto proceso en la gestión de la transferencia tecnológica.
Política de compra nacional	X		Ver Sección II pto. 6.
Compartimentalización del ámbito de actividades	X		Clasificación de actividades económicas CNAE 2009.
Aprobación por parte de asociación profesional doméstica		X	Se recomienda practicar el derecho asociativo.
Obligación o prohibición de asociarse con profesionales locales		X	Prima el principio de libertad asociativa. Ver Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación ( <a href="http://www.boe.es">www.boe.es</a> ).
Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras	X		Registro de marcas a través del organismo competente (Oficina Española de Patentes y Marcas (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo). Ver <a href="http://www.oepm.es">www.oepm.es</a> .
Requisitos de nacionalidad		X	Tanto empresas como trabajadores extranjeros no requieren la nacionalidad para ejercer actividad profesional en España.
Exigencia de residencia previa, incluida residencia permanente		X	De acuerdo con la legislación laboral española, los nacionales de países no comunitarios que pretendan trabajar en España deben obtener previamente una autorización de trabajo y residencia y un visado especial para trabajar. Las autoridades laborales españolas conceden diferentes tipos de autorizaciones de trabajo en función del tipo de trabajo y de su duración Ver: <a href="http://extranjeros.mtin.es/es/InformacionInteres/InformacionProcedimientos/Ciudadanosnocomunitarios/residirtrabajar.html">http://extranjeros.mtin.es/es/InformacionInteres/InformacionProcedimientos/Ciudadanosnocomunitarios/residirtrabajar.html</a>
Pruebas de aptitud	X		Según sean las requerimientos de la parte contratante.
Períodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros	X		Las personas que deseen residir en España y establecer una empresa necesitan obtener una autorización de residencia temporal y trabajo por cuenta propia. Si se trata de un trabajador por cuenta ajena, todos los contratos de trabajo cuentan con un período de prácticas que oscila

Obstáculos	Si	No	Observaciones
			entre 3 – 6 meses según tipo de contratación.
Restricciones al número de extranjeros en el directorio		X	Aspecto determinado por las cláusulas de la sociedad, de existir éstas.
Requisitos de ingreso	X		Se podrá autorizar la entrada al territorio español a los extranjeros, siempre que se encuentren provistos de la documentación necesaria y válida, de medios económicos suficientes, los documentos que justifiquen el objeto y las condiciones de la entrada y la estancia prevista, no estén sujetos a prohibiciones de entrada, ni supongan un peligro para el orden público, para la seguridad interior o exterior del Estado, o para la salud pública. Ver: <a href="http://www.mir.es">www.mir.es</a> .
Requisitos de desempeño: contenido local, exigencias de capacitación	X		Poseer la cualificación profesional exigible para la actividad profesional a llevar a cabo o una experiencia acreditada suficiente para el ejercicio de dicha actividad profesional, así como la titulación necesaria para las profesiones cuyo ejercicio exija una homologación específica.
Requisitos de licencias, estándares y calificaciones	X		En función de cada caso específico.
Exigencia de obtener un domicilio legal	X		El empresario tiene la obligación de comunicar a la autoridad laboral la apertura de cualquier centro de trabajo.
Requisitos de graduación local		X	Dependerá del tipo de contrato. Opción de homologación de estudios.
Requisitos de idioma		X	Dependerá del tipo de contrato.
Adopción de estándares éticos	X		Ver portal de Asociación de Contact Center <a href="http://www.ace.adigital.org/codigo_deontologico.html">http://www.ace.adigital.org/codigo_deontologico.html</a> .
Restricciones al envío de remesas al exterior		X	La repatriación de los beneficios de una sucursal o el reparto de dividendos de una filial a su sociedad matriz no perteneciente a la UE y que no resida en un país con el cual exista un convenio para evitar la doble imposición, se grava en España a un tipo del 15%. Sin embargo, en el caso de Chile, al existir el convenio citado, la repatriación / reparto tributa al tipo reducido del convenio del: a) 5 % del importe bruto de los dividendos si el beneficiario efectivo es una sociedad que posee directa o indirectamente al menos el 20 % del capital de la sociedad que paga los dividendos; b) 10 % del importe bruto de los dividendos en todos los demás casos. Ver: Convenio entre el reino de

Obstáculos	Si	No	Observaciones
			España y la República de Chile para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y sobre el patrimonio. ( <a href="http://www.boe.es">www.boe.es</a> ).
Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros		X	
Prueba de necesidad económica	X		En el caso de participar en licitaciones públicas.
Subsidios a firmas locales	X		Locales y extranjeras con inversión en España.
Doble tributación	X		España y Chile tienen en vigencia un Acuerdo para evitar la doble tributación.
Impuestos discriminatorios		X	
Exigencias de reciprocidad			No existe acuerdo de reciprocidad en materia fiscal. Si entre la Seguridad Social y Fonasa, así como protección de inversiones.
Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados	X		Bajo homologación.
Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros		X	Bajo homologación.

Fuentes: Invest in Spain [www.investinspain.org](http://www.investinspain.org); Ministerio de Trabajo e Inmigración [www.mtin.es](http://www.mtin.es); Ministerio del Interior [www.mir.es](http://www.mir.es); Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación [www.mae.es](http://www.mae.es)

## IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR

### 1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO<sup>25</sup>

La última Encuesta Anual de Servicios<sup>26</sup> (CNAE-2009) publicada en junio de 2011 por el Instituto Nacional de Estadística de España – INE –, desarrolla los principales resultados del sector Servicios con datos de 2009. A continuación se presentan, por variable analizada, los sectores de actividad del Grupo “Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas”, con código 82 y el subsector 82.2 “Actividades de los centros de llamadas”.

<sup>25</sup> Los datos contenidos en este capítulo corresponden a las últimas cifras publicadas, no existiendo, al cierre del estudio una información cuantitativa más actualizada.

<sup>26</sup> Instituto Nacional de Estadística

	2009	2008
<b>Número de empresas</b>		
Total sectores de actividad	1.208.010	1.368.497
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	39.385	46.466
82.2. Actividades de los centros de llamadas	383	397
<b>Número de locales</b>		
Total sectores de actividad	1.301.639	1.473.034
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	42.316	49.006
82.2. Actividades de los centros de llamadas	628	616
<b>Volumen de negocio</b>		
Total sectores de actividad	402.976.647.000 €	453.897.421.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	10.579.165.000 €	10.772.236.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	2.598.967.000 €	2.511.663.000 €
<b>Valor de la producción</b>		
Total sectores de actividad	322.908.614.000 €	366.758.330.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	8.543.041.000 €	8.754.160.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	2.163.542.000 €	2.019.012.000 €
<b>Valor añadido a precios de mercado</b>		
Total sectores de actividad	182.390.538.000 €	205.452.937.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	5.099.766.000 €	5.457.560.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	1.660.548.000 €	1.602.305.000 €
<b>Valor añadido al coste de los factores</b>		
Total sectores de actividad	187.631.095.000 €	209.439.595.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	5.520.643.000 €	5.734.175.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	1.660.548.000 €	1.611.240.000 €
<b>Gastos de personal</b>		
Total sectores de actividad	115.213.303.000 €	123.456.249.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	4.708.959.000 €	4.253.581.000 €

	2009	2008
82.2. Actividades de los centros de llamadas	1.531.937	1.469.472
<b>Compras y gastos en bienes y servicios</b>		
Total sectores de actividad	233.138.668.000 €	263.200.301.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	5.686.981.000 €	5.561.471.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	962.297.000 €	932.553.000 €
<b>Compras de bienes y servicios para la reventa</b>		
Total sectores de actividad	90.596.450.000 €	10.0278.926.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	2.239.766.000 €	2.268.152.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	459.281.000 €	515.804.000 €
<b>Inversión en activos materiales</b>		
Total sectores de actividad	38.459.993.000 €	53.647.933.000 €
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	397.908.000 €	513.933.000 €
82.2. Actividades de los centros de llamadas	52.237.000 €	56.958.000 €
<b>Personal ocupado (media anual)</b>		
Total sectores de actividad	5.238.108	5.858.706
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	235.379	513.933
82.2. Actividades de los centros de llamadas	76.023	76.731
<b>Personal remunerado (media anual)</b>		
Total sectores de actividad	4.142.053	4.625.382
82. Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas	208.395	199.654
82.2. Actividades de los centros de llamadas	75.828	76.640

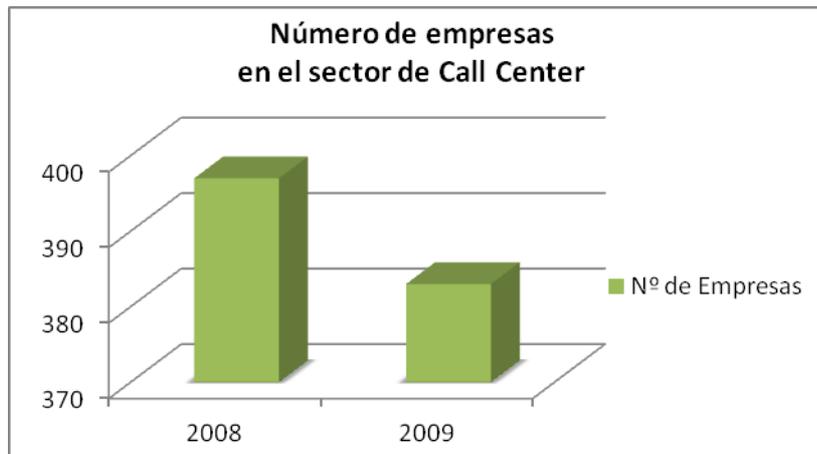
Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España

Estos datos del INE reflejan que las características estructurales y económicas del sector servicios sufren, de 2008 a 2009, una caída del sector en su conjunto y, en menor medida, en el subsector 82.2. Actividades de los centros de llamadas.

### 1.1. Número de empresas

Para determinar el número de empresas, se utiliza la base de datos del INE, mediante la clasificación CNAE 2009, bajo el código 82.2. correspondiente a los servicios de Call Center.

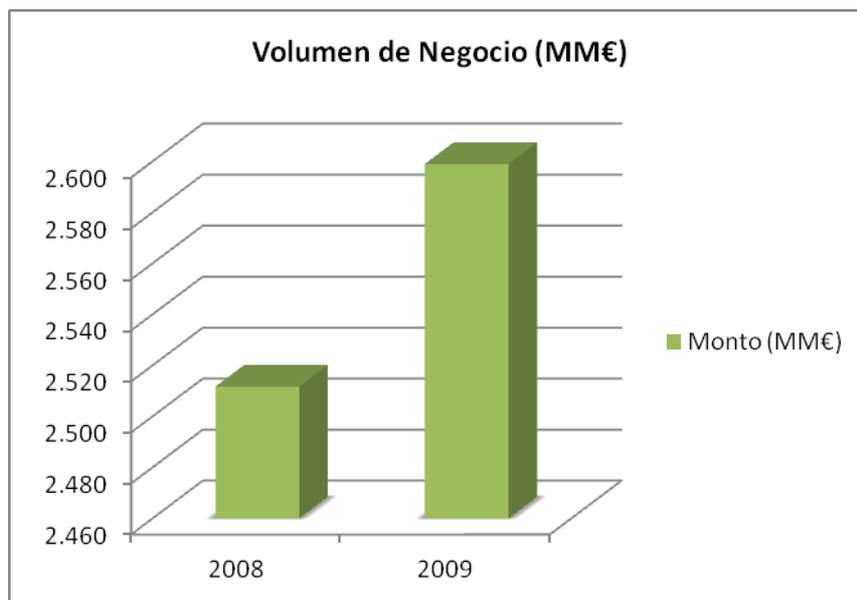
El número de empresas que realizaron el servicio de Call Center en España en el 2009 es de 383, ese año experimentó una disminución de un 3,5% respecto al año anterior.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

### 1.2. Volumen de Negocio

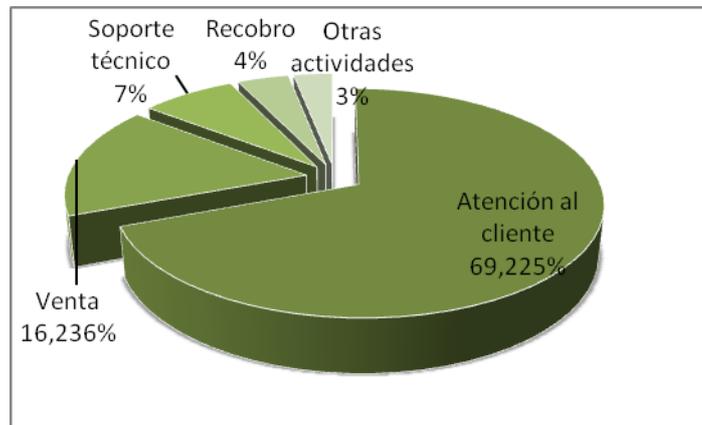
El sector de Servicios de Call Center, generó una media de volumen de negocio de 2.599 millones de euros en el 2009, experimentando un incremento de un 3,5% respecto al año 2008.



Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

Según los datos de la Asociación de Contact Center Española (ACE) la distribución de la facturación del sector del Call/Center por tipo de servicio, se concentra principalmente en Atención al Cliente con una participación del 69,2%, seguido por ventas y soporte técnico, con un 16,2% y 7,4% de participación respectivamente.

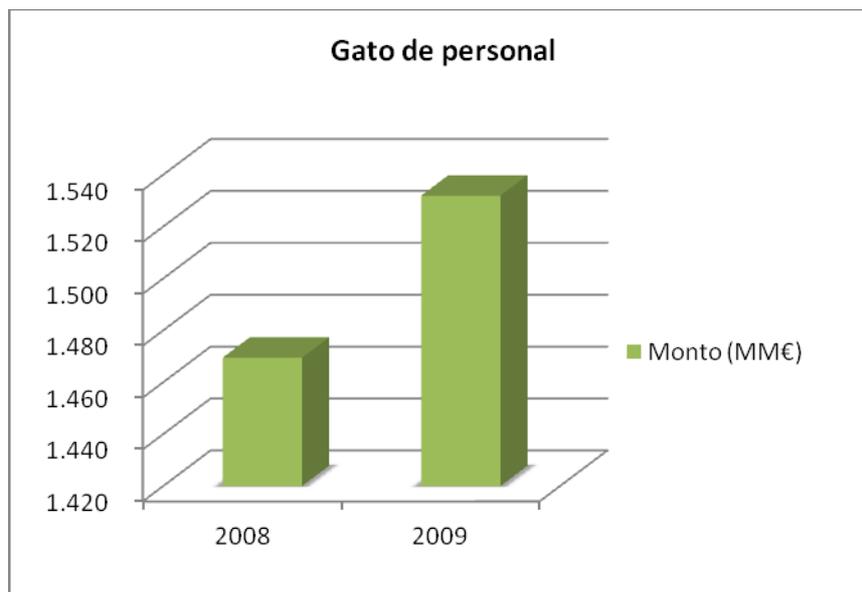
Distribución de la facturación total (plataformas en España y en el Extranjero) derivada de la actividad de call/contact center por tipo de servicio, 2008



Fuente: ACE

**1.3 Gastos en Personal**

Las empresas de Servicios Call Center, destinaron aproximadamente 1.532 millones de euros al pago de salarios, registrándose un crecimiento respecto del año 2008 del 4,08%. En promedio, un profesional contratado del sector ganó en 2009, 20.150 €<sup>27</sup>.



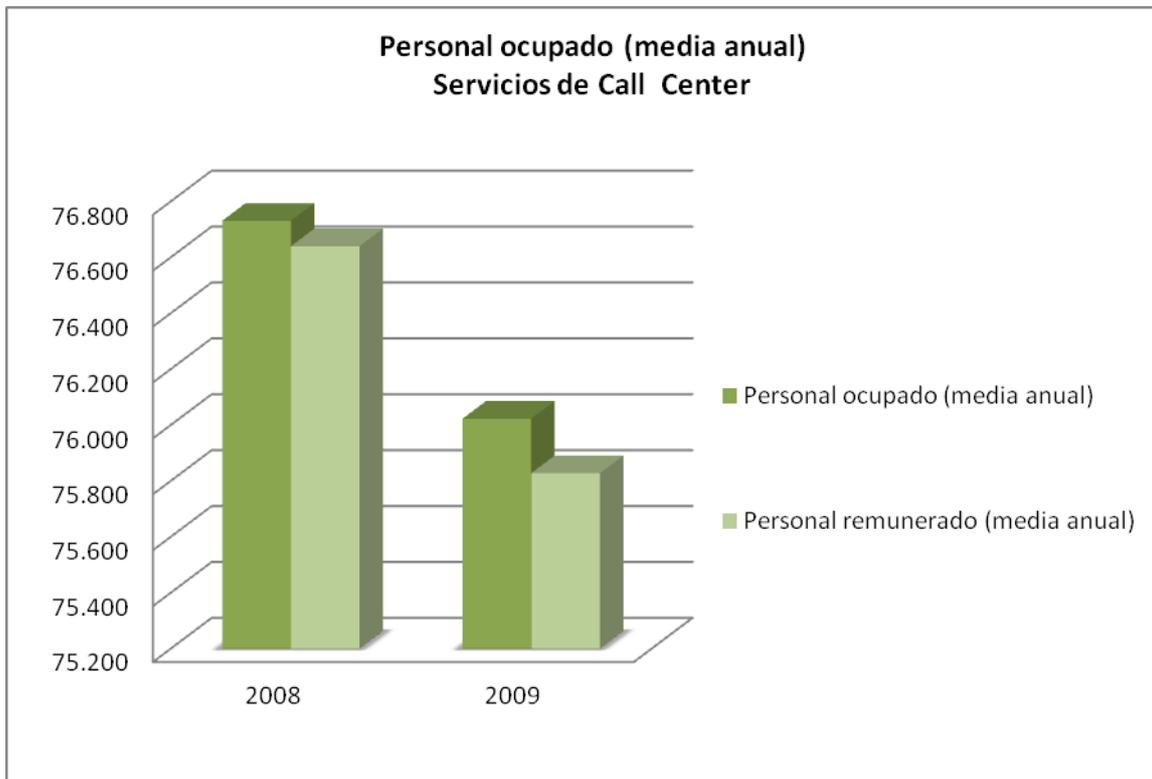
Fuente: Elaboración propia, ProChile Madrid, con datos INE.

**1.4 Trabajadores Ocupados**

El número de trabajadores ocupados<sup>28</sup> que se desempeñó en este sector en 2009, lo constituyeron cerca de 76.023 personas, de las cuales, 75.828 tuvieron contrato laboral y fueron remuneradas de forma

<sup>27</sup> Gasto de personal /Personal Ocupado

constante. Esto quiere decir, que el resto de las personas fueron contratadas por proyectos a plazo fijo o de forma externa.



Fuente: ACE

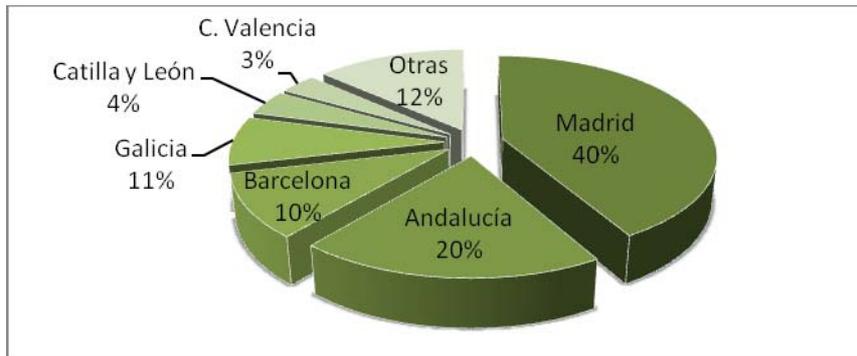
Las cifras de empleo anteriormente señaladas están conformadas por el número total de puestos de trabajo que generaron las empresas del sector contact center en todo el mundo, incluidas las plataformas que las empresas españolas tienen en otros países.

La distribución geográfica del empleo en 2009 muestra que, aproximadamente el 70%, está ubicado en España, frente al 30% restante que está en el extranjero.

En lo que respecta a España, Madrid es la principal comunidad autónoma en concentración de población empleada en este sector, en torno al 40%. Se sitúan a continuación Andalucía, Galicia y Barcelona, con participaciones respectivas del 20%, 11% y 10%.

<sup>28</sup> Según la metodología del INE, se considera personal ocupado el conjunto de personas que trabajan en la unidad de observación, produciendo bienes, prestando servicios o llevando a cabo actividades auxiliares. La Asociación de Contact Center Española – ACE – maneja otras cifras vinculadas a sus asociados que representan el 90% del total de sector en España.

Distribución de los empleados por área geográfica



Fuente: ACE

Distribución del número de empleados por áreas, 2009



Fuente: ACE

Distribución del número de agentes por sexo 2009



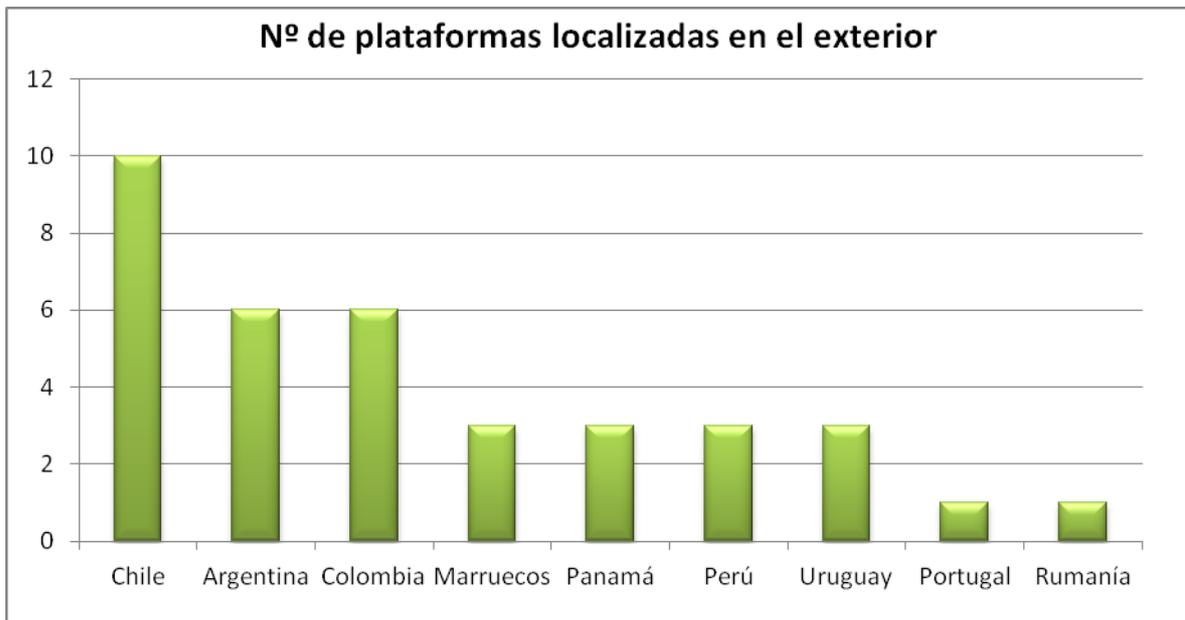
Fuente: ACE

El perfil profesional en el sector del contact center es el de una mujer, en el 74% de los casos, de edad comprendida entre los 26 y 35 años (el 44%) y con experiencia en el rubro (59%).

## 2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

El número de plataformas que en estos momentos operan en España asciende a 177, de las cuales 106 propia de la empresa proveedora y 71 están en las instalaciones de clientes.

En el extranjero, las empresas analizadas en el estudio de la Asociación Española de Contact Center, cuentan con un total de 36 plataformas localizadas del siguiente modo:



Fuente: ACE

Las plataformas ubicadas en el extranjero se siguen concentrando en América Latina, destacando Chile y Argentina y en tercer lugar, Colombia.

El negocio del offshore<sup>29</sup> relacionado con los servicios prestados desde los centros de contacto situados en Latinoamérica se ha convertido en una gran oportunidad para la generación de empleo en la región. Los expertos apuntan a que dicho crecimiento, en una industria tan atomizada en términos de participación global, permite aún muchos espacios para nuevos actores que busquen crecer con sus operaciones en la zona.

En la materialización de las mencionadas oportunidades está siendo decisiva la labor llevada a cabo por los distintos gobiernos, mediante acciones que favorecen el desarrollo y crecimiento de esta industria.

Como ejemplo de lo anterior se podría señalar Perú, que exonera, tanto a plataformas de empresas locales como extranjeras, del IGV – Impuesto General a las Ventas o el IVA para la exportación de servicios, incluyéndose el offshore. Según el Instituto Peruano de Centros de Contacto – IPCC, actualmente en Perú hay más de 50 empresas que ofrecen servicios en la modalidad de offshore a

<sup>29</sup> Jahns, C., Hartmann, E. y Bais, L. (2006) se refiere a la definición de Offshoring dada por el Institute of Supply Mangement: estar ubicado o con operaciones fuera de las fronteras del país, lo que también se ha dado en llamar **deslocalización**.

compañías españolas y de otros países, generando un volumen de negocio de unos 300 millones de dólares.

### 3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO

A continuación se presenta los flujos de inversión extranjera bruta en España por países (operaciones no ETVE y ETVE) del sector de inversión clasificado bajo el epígrafe 82.2.0 “Actividades de los centros de llamadas”.

País	Total seleccionado ↓	2008	2009	2010	2011 (ENERO-JUNIO)
	Flujos Inversión Bruta en miles de euros ↓	Flujos Inversión Bruta en miles de euros			
URUGUAY	2.590,78	2.590,78			
FRANCIA	2.008,76	8,10	0,00	2.000,66	
REINO UNIDO	153,24	9,81	70,00	66,59	6,84
BRASIL	50,00				50,00
ITALIA	13,11	10,09	3,02		
ALEMANIA	6,31	3,30	3,01		
FINLANDIA	6,02	6,02			
RUMANIA	6,02	6,02			
COLOMBIA	4,62	2,62		2,00	
ESTADOS UNIDOS	4,62	3,87	0,75		
ARGENTINA	4,53	4,53	0,00		
CHIPRE	3,01	3,01			
HUNGRIA	3,01	3,01			
LETONIA	3,01	3,01			
REP. ESLOVACA	3,01		3,01		
BOLIVIA	2,40	2,40			
PARAGUAY	1,50	1,50			
VENEZUELA	1,50	1,50			
PAKISTAN	0,72		0,72		
BELGICA	0,00		0,00		
LUXEMBURGO	0,00	0,00			
PAISES BAJOS	0,00	0,00	0,00		
SUIZA	0,00	0,00	0,00		
<b>TOTAL</b>	<b>4.866,17</b>	<b>2.740,08</b>	<b>2.149,76</b>	<b>2.126,09</b>	<b>56,84</b>

Fuente: Subdirección General de Inversiones Exteriores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

La Comunidad de Madrid Concentra el 98% del total de la inversión extranjera del período 2008 - 2011 (enero-junio).

La Subdirección General de Inversiones Exteriores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio desarrolla la variable del número de empresas españolas del sector 82.2.0 invertidas por extranjeros<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> La Subdirección General de Inversiones Exteriores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio contabiliza el número de empresas españolas invertidas, que no es el número de empresas extranjeras que invierten en el sector.

	2008	2009	2010 y 2011
<b>Nº de empresas españolas invertidas por extranjeros</b>	26	7	5

Fuente: Subdirección General de Inversiones Exteriores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

#### 4. DINAMISMO DE LA DEMANDA

En 2009 la facturación total del sector del contact center cayó un 4,5%, lo que supuso 1.463 millones de euros frente a los 1.533 de millones de euros de 2008. La disminución de la facturación fue motivada por la situación generalizada de crisis económica que vive el país, repercutiendo en la presión de los precios que el cliente ejerce sobre el proveedor y en reducción de costes, por la deslocalización y por la fuerte competencia, circunstancias que han influido sobre la cifra de negocios.

Según señala el informe de la Asociación de Contact Center Española – ACE – la facturación de las plataformas internacionales se ha reducido un 13%, pasando de 200 millones de euros a 2008 a 174 millones de euros de 2009, mientras que en las españolas la caída fue menor, de un 3,2%, de los 1.333 millones de euros en 2008 a los 1.289 millones de euros facturados en 2009. Este hecho es originado por el creciente desarrollo de nuevos destinos de deslocalización con menores costes laborales a los tradicionales.

En cuanto al origen de la demanda dentro del mencionado sector, se observa que las telecomunicaciones siguen ostentando el segmento con mayor incidencia en la facturación, representando casi el 43% en España y el 86% en el extranjero. La administración pública se posiciona en segundo lugar, participando con un 12% sobre el total facturado en España y un 3% en el extranjero. Con un porcentaje muy cercano se encuentra el segmento bancario y de servicios financieros (11% en España y 4% en el extranjero). Seguros, *utilities*, medios de comunicación y transporte y turismo, son los otros campos más activos.

A continuación se muestra la distribución de la facturación de los servicios call center durante 2008, al no estar disponible la correspondiente a 2009.

#### Distribución de la facturación derivada de la actividad de call center por sectores de demanda, 2008

(Mill. euros)	En plataformas en España	En plataformas en el extranjero	TOTAL
Telecomunicaciones	499	136	635
Banca y servicios financieros	130	9	139
Administraciones Pública	132	-	132
<i>Utilities</i>	85	1	86
Seguros	51	1	52
Medios de Comunicación	47	-	47

Transporte y Turismo	26	2	28
Distribución	12	-	12
Automoción	5	-	5
Otros	102	-	102
<b>TOTAL</b>	<b>1.089</b>	<b>149</b>	<b>1.238</b>

Fuente: ACE

Si bien el sector de los contact centers no queda exento de desgaste como consecuencia de la crisis, no menos cierto es que se trata de un rubro clave en estas mismas situaciones, pues la externalización de los procesos de negocio es una estrategia utilizada por muchas empresas cuando necesitan crecer en volumen sin aumentar sus estructuras y reduciendo el riesgo.

Durante 2011, este sector productivo se muestra poco optimista sobre su situación actual y sobre la economía española en su conjunto, aunque siguen manteniendo una perspectiva positiva ante el futuro, apostando por la rentabilidad, así también se desprende del último informe CCMI (Customer Care Manager's Index) correspondiente al primer trimestre de 2011 elaborado por Sitel. Igualmente haciendo referencia a este estudio, y en lo que respecta a la generación de empleo en el sector durante el período analizado, se mantiene unas expectativas esperanzadoras a pesar del aumento del paro en España. "Los retos que la crisis económica está poniendo delante a las empresas hace que los negocios hayan de volverse más ágiles y dinámicos y aquí los contact center juegan un papel muy importante. Cada vez son más las organizaciones que consideran el servicio como una unidad de Negocio estratégica y un medio esencial para la creación de valor para el cliente"<sup>31</sup>.

Las plataformas se están adaptando a la demanda actual del mercado, adquieren peso los contact center 2.0, donde la comunicación global, la multicanalidad, multifuncionalidad, la tecnología basada en cloud, el teletrabajo, los asistentes virtuales son los nuevos conceptos del sector, y la tecnología quien está marcando y marcará el futuro del contact center como elemento diferenciador.

En lo que se refiere al fenómeno de las redes sociales, éste conlleva distintas implicaciones, por un lado, el incremento de los canales de contacto/comunicación y un aumento de la información disponible de un producto o servicios generado por el propio consumidor, por otro la obligación a las empresas a incorporarlos en sus estrategias de relación con el consumidor. Es así pues saber aprovechar el entorno 2.0 se transforma en un reto para las empresas convirtiéndose en preceptores de sus marcas. A su vez, los países de habla hispana destacan como benchmarking interno en atención a clientes con plataformas 2.0. El sector concuerda que para ofrecer un servicio adecuado y una correcta atención al cliente 2.0 se hace cada vez más necesario contar con personal formado que pueda destinar tiempo de escucha, análisis y de respuesta a los usuarios en el ámbito on line. Este nuevo canal de comunicación hace necesario que para materializar el éxito los call/contact center estén cualificados y con estructuras adecuadas.

<sup>31</sup> Entrevista con Eva M<sup>a</sup> Blanco Cueto, Directora de Expocontact, publicada en el portal especializado Business Contact Centers por [www.businesscontactcenters.com](http://www.businesscontactcenters.com)

En el sector ha trascendido un descenso generalizado del tráfico de llamadas, parte del motivo por el cual han tenido que promoverse nuevas iniciativas a los clientes en la línea de generación de otras vías de negocio o en la mejora de generación de eficiencias. Así resurge la Especialización de Soluciones por sectores de actividad, como por ejemplo los servicios gestión de recobros y créditos mediante unidades de agentes especializados, o el Customer Experience – Experiencia del Cliente – donde el cliente final es el foco de atención comprendiendo el porqué de su fuga como cliente ante el exceso de información y la falta de compromiso con la marca.

Las empresas del rubro se han sabido adaptar rápidamente a la demanda volátil que se ha motivado por la crisis económica, integrando nuevos servicios en su cadena global de gestión de clientes. Aplican la diversificación como estrategia para mantenerse y crecer. Por lo tanto, el futuro está en la adaptación y evolución de sus estrategias en un entorno competitivo y cambiante donde retornan elementos básicos como servir mejor a los clientes, eliminar ineficiencias, reducir riesgos, aumentar ingresos todo ello con un elevado tono de flexibilidad que se adecue eficientemente a las necesidades del cliente.

Como parte del proceso de innovación y adaptación a la demanda, se debe hacer una especial mención a la integración tecnológica en los nuevos procesos, tecnología orientada a resolver problemáticas del cliente. En este sentido, la innovación tecnológica alineada a la estrategia del negocios y la asociación de herramientas que facilitan el desarrollo de soluciones de automatización, autoservicio y gestión de datos, han permitido que las empresas obtengan un mayor ahorro de costes, ya sean directos (de mantenimiento) o indirectos (mejora de la efectividad en las llamadas de recobro) mejorando el balance coste-beneficio, al tiempo que han optimizado productividad y satisfacción del cliente.

La innovación, la flexibilidad/adaptación y el aporte de valor al negocio son los factores claves de éxito del sector.

## V ■ INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO

A continuación se señalan algunos otros indicadores de demanda presentes en el mercado español:

- Incremento de los costos salariales y legislación laboral. El empleo empeora cuando nos referimos a las compañías cuyas plataformas están físicamente radicadas en España, mientras que en las plataformas ubicadas en otros países se produce un crecimiento del empleo<sup>32</sup>.
- Existe una demanda referente al uso de sistemas de comunicación multicanal (no solo Voice, sino Non Voice, vía Web, redes sociales, etc.)

<sup>32</sup> Fuente: informe *El sector del contact center 2010*, elaborado por la Asociación de Contact Center Española – ACE.

- La tendencia de mercado apunta al incremento en la complejidad en el manejo de múltiples transacciones y complejidad de dichas transacciones, como consecuencia en los cambios y parámetros del consumo, volumen y diversidad del consumo.
- El sector contact center, empujado por el incremento de la competitividad de las empresas, se ha visto obligado a incrementar el portfolio de oferta de productos y servicios, que hacen más complejo y costoso la administración y comunicación, forzando a buscar modelos de comunicación e interacción, más eficientes y efectivos con el mercado.
- El sector español ha implementado un espacio de diálogo con el Gobierno, en busca de incentivos gubernamentales, en los que apoyar la consolidación de este servicios que genera un nivel de empleo calificado, y siendo una industria no contaminante.
- Canales de comunicación como el entorno 2.0 exigen dotar el servicio contact center con personal cualificado y para ello, el avance paulatino en economías como la chilena, donde los niveles de inglés se internalizan, cada vez más en programas de Gobiernos, lo cual permite disponer de mano de obra más calificada, para abordar servicios con precios del primer mundos, a costos más competitivos como es el caso de Chile, y más aún, otros países de la región.
- Es notoria la participación de países de la región en este rubro, posicionándolo como una actividad económica relevante, que si bien constituye la oferta agregada, más que la demanda, siendo ésta última necesariamente generada en los países que deben buscar externalizar sus servicios a costos más competitivos, como es el caso de España.
- La crisis económica que hoy enfrenta España, donde los costos de operación y servicios son un Driver claves para la viabilidad de las empresas, no sólo en el crecimiento, sino en la mantención de su market share, obliga a buscar alternativas más competitivas.
- El balance coste-beneficio ha generado una tendencia a la baja de los costos de la tecnología, enlaces y alternativas de comunicación, para implementar este tipo de servicios con altos estándares y en casi cualquier país.
- En España, actualmente son pocas las soluciones cloud enfocadas a la actividad de los centros de contacto, aunque en el último tiempo algunas plataformas están apostando por este modelo. Sin embargo, operadores del sector apuntan a señalar como principal freno de la cloud la seguridad, sobre todo de los datos, seguido de la calidad del servicio que la cloud puede no ser capaz de garantizar en términos de rendimiento y disponibilidad.
- Los canales más utilizados en España, según señala el “I Estudio Xupera de Gestión de Experiencia de Cliente”<sup>33</sup> son: · Canal presencial: 47%. · Teléfono: 34%. · Web: 10%. · Correo ordinario: 4%. · Mail: 1%. · Redes sociales: 4%. Los clientes demanda respuestas en tiempo real y el conctac center debe estar alerta e identificar el canal o canales óptimos para cada caso de forma y manera que proporcionen un servicio de excelencia.

---

<sup>33</sup> Estudio realizado por Xupera. Según las distintas fuentes de consulta, podemos encontrar datos que difieren relativamente de los presentados en este estudio.

## VI. CONTACTOS RELEVANTES

- > Asociación de Contact Center Española: [www.ace.adigital.org](http://www.ace.adigital.org)
- > Asociación Española de Expertos en Centros de Contacto con Clientes:  
[www.aeccc.com](http://www.aeccc.com)
- > Consejo Superior de Cámaras: [www.camaras.org](http://www.camaras.org)
- > Feria del sector: Expocontact [www.expocontact11.com/](http://www.expocontact11.com/)
- > Portal de información sectorial: [www.callcenternoticias.com](http://www.callcenternoticias.com)

## VII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

- > Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España: [www.mityc.es](http://www.mityc.es)
- > Instituto Nacional de Estadística de España: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- > Portales de noticias especializados en el sector de los call y contact center:  
[www.callcenternoticias.com/](http://www.callcenternoticias.com/)  
[www.businesscontactcenters.com](http://www.businesscontactcenters.com)  
[www.techweek.es/](http://www.techweek.es/)  
[www.computing.es](http://www.computing.es)
- > Instituto de Comercio Exterior [www.icex.es](http://www.icex.es)