

OPORTUNIDADES DE LOS CONTACT CENTER EN PEREIRA EN EL MARCO  
DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS

Kevin Molina Marín



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PEREIRA  
2018

OPORTUNIDADES DE LOS CONTACT CENTER EN PEREIRA EN EL MARCO DEL TLC  
CON ESTADOS UNIDOS

Kevin Molina Marín

Asesora

Daniela Grisales González

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PEREIRA  
2018

## Tabla de contenido

1.	Referente Conceptual de la investigación .....	9
<b>1.1.</b>	<b>Introducción</b> .....	9
1.2.	Planteamiento del problema .....	10
1.2.1.	Descripción del problema.....	10
1.2.2.	Formulación del problema.....	12
1.3.	Objetivos .....	12
1.3.1.	Objetivo general .....	12
<b>1.3.2.</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	12
1.4.	Justificación.....	13
2.	Referente Teórico .....	16
<b>2.1.</b>	<b>Marco teórico</b> .....	16
2.1.1.	Apertura Económica .....	16
2.1.2.	Integración Económica (Fases) .....	18
2.1.3.	Globalización.....	20
2.1.4.	Ventaja Comparativa .....	20
2.1.5.	Ventaja Competitiva .....	22
2.1.6.	Ventaja Absoluta .....	24
2.1.7.	BPO, KPO o ITO.....	25
2.2.	Marco Contextual.....	26

2.3.	Marco legal.....	32
2.4.	Marco conceptual .....	35
3.	Marco Metodológico .....	40
3.1.	Enfoque metodológico .....	40
3.2.	Diseño de la investigación.....	40
3.3.	Fuentes de información .....	40
3.4.	Población.....	40
3.5.	Instrumento.....	41
3.6.	Cuestionario .....	41
3.7.	Proceso metodológico .....	41
4.	Resultado, Análisis y Discusión.....	44
4.1.	Beneficios en el TLC con Estados Unidos para el sector los Contact Center....	44
4.1.1.	Exenciones tributarias para la exportación de servicios.....	45
4.1.2.	Beneficios arancelarios.....	46
4.1.3.	Régimen cambiario.....	47
4.2.	Aprovechamiento de los Contact Center en el TLC con Estados Unidos.....	47
4.3.	Falencias de los Contact Center de Pereira en el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos .....	50
5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	52
6.	Bibliografía.....	54
	Anexos.....	56

## **Listado de ilustraciones**

Ilustración 1. Determinantes de la ventaja competitiva .....	23
Ilustración 2. Industria BPO, KPO, ITO en Pereira .....	27
Ilustración 3. Outsourcing y Offshoring tendencia mundial .....	28
Ilustración 4. Determinantes para lograr metas acerca de la industria offshoring .....	30
Ilustración 5. Conocimiento oportunidades que ofrece el TLC a la empresa .....	48
Ilustración 6. Prestan servicios como Contact Center a clientes en Estados Unidos .....	48

## **Resumen**

En Colombia, en la actualidad los servicios comerciales van en aumento, el sector de las telecomunicaciones es cada vez más álgido y requiere de innovación *continúa* debido a la competencia y los cambios socioculturales, siendo determinante realizar esfuerzos por comprender esta economía y el aprovechamiento de las oportunidades como estrategia de crecimiento empresarial.

Pereira es una ciudad completamente comercial debido a su ubicación estratégica como centro de conexión interdepartamental, así mismo, los Contact Center son una gran fuente de empleo en la ciudad y debido al desafiante y competitivo medio, requiere de actividades empresariales actuales y renovadas.

Por lo anterior, se refuerza la necesidad de conocer el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos dentro de este tipo de organizaciones, el gran beneficio que se tiene de no tener presencia local para la oferta de servicios, así como las ventajas y/o desventajas que pudiesen tener.

Lo anterior se obtendrá por medio de una entrevista realizada a cada uno de los Contact Center dispuestos a participar de la investigación.

**Palabras claves:** Contact Center, TLC, Pereira, Beneficios, empleo

## **Abstract**

In Colombia, at present the commercial services are on the increase, the sector of the telecommunications is icier and icier and it needs of innovation it is still owed to the competition and the sociocultural changes, being a determinant to realize efforts to understand this economy and the use of the opportunities as strategy of managerial growth.

Pereira is a completely commercial city due to its strategic place like center of interdepartmental connection, likewise, Contact Center is a big employment source in the city and due to the challenging and competitive way, it needs of current and renewed managerial activities.

For the previous thing, there is reinforced the need to know the use of the TLC with the United States inside this type of organizations, the big benefit that is had of not having local presence for the services offer, as well as the advantages and/or disadvantages that they could have.

The previous thing will be obtained by means of an interview realized to each of Contact Center ready to take part of the investigation.

**Descriptors:** Contact Center, TLC, Pereira, Benefits, employment

# **Capítulo I**

## **Referente Conceptual de la Investigación**

## **1. Referente Conceptual de la investigación**

### **1.1.Introducción**

Este proyecto tiene como propósito reconocer las experiencias con el TLC en el marco de los Contact Center y conocer desde la perspectiva de algunos de ellos, cuáles han sido sus experiencias y los vacíos por llenar.

Inicialmente se plantea un reconocimiento teórico y conceptual del tema frente al contexto en el cual se desarrolla la investigación, en este caso la ciudad de Pereira – Risaralda.

En el capítulo I se plantea la problemática que da sentido a la investigación y de manera muy específica una descripción de la necesidad en cuanto a los factores que intervienen en cuanto a los requerimientos para participar y poder acceder a los múltiples beneficios que trae consigo un tratado con otros países en cuanto al comercio y la integración económica.

Seguidamente en el capítulo 2 se soporta teóricamente la necesidad de investigar en propuestas como estas que generan tanto trabajo y demanda en la actualidad por lo cual se analiza la ventaja comparativa, competitiva y absoluta para culminar con el marco contextual de la situación de los Contact Center en la ciudad de Pereira en relación con las oportunidades del mercado bajo la mirada del TLC; y soportando los procesos de los Contact Center desde el marco legal y jurídico a nivel nacional.

En el capítulo 3 se realiza el proceso metodológico para la obtención de la información que busca comprender si los Contact Center de Pereira hacen uso de los beneficios del TLC con Estados Unidos y las conclusiones y recomendaciones finales.

## **1.2.Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Descripción del problema**

Teniendo en cuenta la globalización en la que se encuentra el mundo hoy en día, la competitividad cada vez aumenta más por múltiples factores ya sea por posesión de tecnología o posesión de materias primas en el territorio nacional u otros factores que puedan influir; esto conlleva a que los países o la economía de los países tienda a ser abierta.

Es decir, una economía de mercado dado a la necesidad latente de no quedarse atrás por así decirlo, de tener la intención de estar en la misma posición comercial que los vecinos e incluso que las potencias mundiales, de atreverse a sentir con igual importancia y decir “al igual que yo necesito de ellos, ellos necesitan de mi” claro esta no en las mismas proporciones ya sea por falta de poder financiero o posición territorial que no aporte lo suficiente o falta de tecnología por un sistema gubernamental totalmente rígido en cuanto al progreso, como lo es claramente el caso de la república de Cuba.

Pero con la necesidad de entrar en esa pujanza competitiva porque se tiene claro que si no es así el mundo y la economía tiende a devorárselo ya que una economía que no es productiva no es fuerte, entonces ir en contra vía con el libre tránsito de bienes y servicios entre los países ya que la competitividad cada vez va en aumento, por eso los países comienzan a presentar la necesidad de ser más competitivos y buscan opciones como Tratados de Libre Comercio.

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) son acuerdos comerciales vinculantes que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. A fin de profundizar la integración económica de los países firmantes, en un TLC incorpora temas de acceso a nuevos mercados,

otros aspectos normativos relacionados al comercio, tales como propiedad intelectual, inversiones, políticas de competencia, servicios financieros, telecomunicaciones, comercio electrónico, asuntos laborales, disposiciones medioambientales y mecanismos de defensa comercial y de solución de controversias, tienen un plazo indefinido, es decir, permanecen vigentes a lo largo del tiempo por lo que tienen carácter de perpetuidad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2011).

Las intenciones de crear estas integraciones comerciales después transformadas en tratados de libre comercio tales como CAN, MERCOSUR, Estados Unidos, CARICOM, EFTA, Unión Europea, Canadá (Ministerio de planificación nacional y política económica, 2017) entre otros; pero que oportunidades o beneficios basados en el contrato pactado tangible por los dos países ya sea en cuestión de aranceles, apertura de tránsito libre para nuevos bienes y servicios, etc.; traen estos acuerdos para los empresarios de todos los sectores, esto es lo que se quiere investigar en este documento más concretamente para los servicios de un municipio de Risaralda.

Colombia, debe aprovechar al máximo dichas alianzas comerciales no solo por ser competitivo si no para impulsar su economía, tiene una cantidad de posibles consumidores con todos estos acuerdos firmados lo cual puede potencializar su producción local.

Colombia firma todos estos tratados porque cuenta con regiones como esta y es necesario el mayor aporte para dicho aprovechamiento porque claro está que impulsando la economía regional se impulsara la economía nacional y esto conlleva que sea una región y una nación más productiva y a la misma vez más competitiva ante el mundo.

En cuanto a las múltiples oportunidades que ofrece el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos se pretende centrar las estrategias en el sector servicios el cual también está incorporado en el PTP (Programa de Transformación Productiva) que contiene 7 grandes categorías de

servicios Software, TI, BPO, KPO e ITO, Turismo de bienestar y Turismo de naturaleza, donde se encuentran los call centers ahora llamados CONTACT CENTER por la evolución en cuanto a la diversidad de servicios que ahora ofrece como chat en línea, video llamada o asistencia remota.

Hoy en día, existen varias empresas extranjeras de este servicio en la región tales como los Contact Center ACCEDO o Amercian Assist con esta investigación queremos identificar las oportunidades que le ofrece el Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos a este servicio ya que hay muchas empresas con raíces locales las cuales podrían potencializar su producto o sector con este servicio ya que se están viendo afectadas por la competitividad potencializada por la tecnología a la que se enfrenta el mundo cada día.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿Qué oportunidades existen para los Contact Center en Pereira en el marco del TLC con Estados Unidos?

## **1.3.Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Exponer los beneficios que tienen los contact center en Pereira en relación al TLC con Estados Unidos.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar el aprovechamiento de los Contact center en el TLC con Estados Unidos.
- ✓ Determinar las falencias de los Contact center de Pereira en el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos.

- ✓ Analizar el proceso obtenido por los Contact Center desde que entro en vigencia el 15 de mayo de 2012.

#### **1.4. Justificación**

Esta investigación tiene como principal objetivo identificar las oportunidades que tienen los Contact Center en Pereira en relación al TLC con Estados Unidos. Esta investigación es útil e importante ya que se plantea para aportar un claro panorama de oportunidades que pueden aprovechar no solo los contact center, también la producción de otro servicio o bien de diferente sector que en paralelo pueda aplicar a estos beneficios, es decir al identificar un aprovechamiento de los Contact Center en el marco del TLC simultaneamente reflejaria diferentes cualidades o beneficios que podrian tomar industrias similares como la telemedicna o la contaduria entre otros.

La intención en esta investigación es profundizar y de alguna manera esclarecer todos esos items plasmados en el TLC es decir, el panorama de oportunidades que tienen los Contact Center, con el tratado de libre comercio con Estados Unidos también se estarían beneficiando de alguna u otra manera cualquier empresa que requiera un departamento de soporte al cliente como los Contact Center ya sea para oferta nacional o internacional, este servicio en cualquier compañía se ha vuelto sumamente importante a la hora de internacionalizarse y agregarle valor a su produccion.

Teniendo en cuenta que en esta investigación se ve reflejado que en Colombia, más precisamente en la ciudad de Pereira el ofertar dicho servicio es menos costoso en cuanto a su desarrollo por factores como el del talento humano o la infraestructura; en dicha ciudad la gente de bajos recursos específicamente los jóvenes graduados en colegios públicos no todos tiene acceso a una educación superior de calidad por los pocos cupos que brinda el estado en estas universidades públicas y muchos menos tiene para acceder a una universidad privada.

Esto conlleva a que deben ingresar a trabajar para su sustento, después de un tiempo en dicha labor y cuando es posible, entran a realizar pequeños estudios como sistemas, ingles o programas técnicos que les permite seguir trabajando pero siempre en busca de una mejor situación económica y laboral y es allí donde es tan especial este territorio para la instauración de dicho servicio, ya que pueden conseguir la mano de obra con las cualidades específicas para la labor y teniendo en cuenta que en otras ciudades periféricas la gente que tiene conocimiento de una segunda lengua o informática son personas profesionales o en aras de serlo y para los Contact Center no es posible contratarlos ya que son personas sobre calificadas para el cargo y este es un factor de suma importancia y por lo que es un punto estratégico para dicho servicio no solo en Pereira si no en Colombia.

Para resumir en una idea clara la importancia de esta investigación radica en el impacto de la apertura de mercados para las empresas que ofrecen el servicio de contact center pudiendo visualizar todas las posibles oportunidades en cuanto a empresas, compañías nacionales o multinacionales que están vinculadas en el acuerdo comercial con Estados Unidos y necesiten de procesos tan indispensables como por ejemplo lo es la fidelización del cliente al medir su satisfacción después de un producto consumido o una asistencia remota en cuanto a la venta de una aplicación para su instalación.

Esta investigación cuenta con pertinencia académica y práctica porque al estudiar las oportunidades que tienen los contact center en los mercados internacionales basados en el TLC de Estados Unidos con Colombia, se está teniendo una relación en cuanto a las competencias académicas de los negocios internacionales y el objetivo de una visión globalizada para el sector servicios del país.

**Capitulo II**  
**Referente teórico**

## **2. Referente Teórico**

### **2.1.Marco teórico**

#### **2.1.1. Apertura Económica**

La Apertura Económica que experimentó Colombia a principios de los noventa fue uno de los muchos pasos que dio el continente suramericano para integrarse a la economía global. Los principales proponentes de esta política comercial llegaron al poder durante la administración del presidente Ronald Reagan en Estados Unidos, y la Primer Ministro Margaret Thatcher en Inglaterra. En Sur América, Chile fue el país que más notablemente adoptó este modelo económico durante el periodo en que el general Augusto Pinochet estuvo en el poder. La lógica detrás de este modelo consiste en que, al introducir un elemento de competitividad extranjera, la calidad de los productos internos y la innovación aumentan, mientras que los costos tienden a bajar, de tal manera que es de mayor beneficio para el consumidor.

Si todos los actores en el mercado se comportan de tal manera, el resultado es producto de mayor calidad y menos precio que fluyen de un país a otro según los niveles de demanda del mercado. En Colombia, la decisión de adoptar este modelo se produjo luego que una política proteccionista dominó el intercambio comercial con otros países durante varias décadas. Como resultado del proteccionismo, el mercado nacional se había saturado con productos locales, de tal manera que el poder de compra era inferior a la oferta.

En adición, los precios de los productos nacionales habían incrementado con el tiempo, y el control de calidad se había deteriorado por falta de competencia. Frente a esta situación, la administración del presidente colombiano Cesar Gaviria adoptó la política de apertura. La nueva ola de competencia generada por la introducción de productos extranjeros al mercado colombiano

transformó por completo la relación de producción y demanda que había regido al país por varias décadas.

Como resultado, muchas industrias no lograron sobrevivir a la competencia, y sectores enteros de producción desaparecieron. Para los consumidores, o al menos aquellos consumidores cuyo poder de compra no fue afectado por la desaparición de ciertas industrias, la apertura significó mayor variedad de productos a precios más bajos y de mayor calidad. Una década después de la apertura económica es claro que la lógica del modelo nunca fue aplicada en su totalidad. Sin excepción, todos los países en el mercado global continúan aplicando medidas proteccionistas, en forma de aranceles, subsidios a ciertos sectores, u otro tipo de restricciones. Igualmente, la idea de una economía global integrada aún no se ha concretado en su totalidad (Skidmore, 2002).

En relación a la apertura económica que experimenta cada país en diferentes niveles, tiene una significativa relevancia para el sector BPO al cual esta destinado este proyecto ya que las 8 compañías que han ingresado por medio de la proyección de Invest in Pereira en su totalidad son extranjeras, en su mayoría son europeas entrando al país por medio de inversión extranjera directa y es allí donde propicia múltiples beneficios y cualidades a lo cual hago referencia en el texto anterior, cuando se expone nuestra economía a sobrevivir en la competencia las industrias dan como resultado mayor variedad de productos, precios más bajos, una mayor calidad y una constante intención de innovar. Esto tomado como ejemplo pero es una multiplicidad de factores los que llevan a generar aperturas económicas sobre todo los países de América Latina .

Entre los países latinoamericanos que se han insertado en la economía mundial mediante esta estrategia de apertura al mundo se encuentran Panamá y Chile, que constituyen las economías más globalizadas de la región. Son los campeones latinoamericanos del libre comercio (Chile) y

la inversión extranjera (Panamá). Hasta cierto punto, las economías más importantes de América Latina (Brasil, México y Argentina) también se han abierto al mundo y han consolidado sus vínculos económicos con socios extra regionales, como la UE y China.

Y si Chile es el país más globalizado de América Latina en términos económicos, Brasil es el único con aspiraciones políticas globales. Ha ampliado y profundizado sus relaciones con China, la India y Sudáfrica y ha firmado diversos acuerdos con Alemania, la India y Japón para obtener una banca permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Poco tiempo atrás, Brasil fue el único país latinoamericano que participó en la Conferencia de Annapolis en pos de la paz palestino-israelí, junto con los principales poderes del sistema internacional (Kacowicz, 2008).

### 2.1.2. Integración Económica (Fases)

A continuación, se presentan las diferentes etapas de la integración económica a través de la tabla :

Tabla 1. Etapas de la integración económica

<b>Etapas</b>	<b>Descripción</b>
1. Acuerdos de Alcance Parcial (AAP) o zonas de preferencias.	<p>Esta etapa es la más básica e imperfecta forma de integración económica, donde se otorga un trato preferencial de acceso a los productos provenientes de los países que conforman el acuerdo. Estas preferencias son desgravaciones arancelarias para grupos de productos y en porcentajes variables que, generalmente excluyen a los productos sensibles.</p> <p>Este nivel es considerado como el principio de los acuerdos de libre comercio y ha sido usado en muchos acuerdos suscritos en Latinoamérica.</p> <p><i>Ejemplo de esta etapa: Aladi.</i></p>
2. Área de libre	Proceso de negociación donde dos o más países acuerdan la

comercio o Tratado de Libre Comercio (TLC)	<p>eliminación gradual de la totalidad de las barreras arancelarias y paraarancelarias, es decir, los países bajan entre sí sus tarifas a cero, pero mantienen sus tasas y medidas con terceros países.</p> <p>Este tipo de acuerdos no solo negocian la desgravación arancelaria, sino que trata otros temas adicionales como son: liberación de servicios, cooperación, movilidad de personas y de capital, propiedad intelectual, medio ambiente, normas laborales, entre otros.</p> <p><i>Ejemplo: TLC Colombia-Triángulo Norte.</i></p>
3. Unión aduanera	<p>En este nivel los países miembros del acuerdo buscan, además de liberalizar el comercio recíproco, establecer un Arancel Externo Común (AEC). Es decir, buscan que los productos de terceros países que ingresen a cualquiera de los países que conforman el acuerdo, tengan que pagar el mismo arancel, para así tener condiciones iguales frente a terceros.</p> <p><i>Ejemplo: Comunidad Andina (CAN), Mercado Común del Sur (Mercosur) y Mercado Común Centroamericano.</i></p>
4. Mercado común	<p>Esta etapa se caracteriza por tener libre circulación de bienes, AEC y libre circulación de los factores de producción, capital y trabajo. Es decir, este tipo de acuerdos buscan la libre movilidad de bienes, servicios, capitales y personas.</p> <p>Es importante resaltar que con la libre movilidad de personas se negocia la homologación de títulos universitarios, condiciones laborales, seguridad social, entre otros.</p>
5. Unión económica	<p>En este nivel de integración existe AEC, libre circulación de bienes y factores, y los países acuerdan coordinar las políticas macroeconómicas como son cambiarias, fiscales, de comercio exterior, y las normas técnicas y aduaneras.</p>
6. Integración económica total.	<p>Esta etapa comprende además de los elementos mencionados en la unión económica, la creación de una moneda única, y una política monetaria común.</p> <p><i>Ejemplo de este nivel: La Unión Europea (UE)</i></p>
7. Integración total	<p>Este nivel es una integración económica total más una política exterior común que conforma un espacio económico y político reconocido como tal por el resto del mundo.</p>

Nota: elaborada por el autor con información de (LegixComex, s.f.).

Es de suma importancia la mención de dichas fases de integración económica específicamente por el interés de generar economías de escala, es decir al ser más grande el mercado al cual se accede por medio de estas alianzas antes mencionadas, las empresas consiguen una mayor eficiencia en todos sus procesos ya que se ve positivamente afectado los costos de producción,

abaratán la producción y esto se ve reflejado o repartido en más en más unidades de producto. Como esto hay una cantidad de factores de suma relevancia para los países involucrados y esto conlleva a múltiples oportunidades para las compañías locales.

### **2.1.3. Globalización**

Según el diccionario de la Real Academia Española la palabra globalización significa “tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras” (eumed.net, s.f.)

El concepto de globalización no se había manejado como se está utilizando en el siglo XXI y desde finales del siglo XX, porque era un concepto descriptivo más que analítico, Ianni asienta que la globalización, en estos tiempos, “ha generado una ruptura histórica y epistemológica en donde se puede encontrar la geografía, la ecología, la demografía, la economía y la política. Ianni menciona que se trata de un nuevo ciclo de la historia de la humanidad en la cual se involucran conceptos como mercantilismo, colonialismo e imperialismo abarcando relaciones, procesos y estructuras de dominación y apropiación mientras se desarrolla a escala mundial. (Ianni, 2005)

La revolución de las comunicaciones y la extensión de la tecnología informática están estrechamente vinculadas al proceso globalizador. (Giddens, 1999) Lo anterior hace referencia a la autonomía y hegemonía de los países, tanto como los que ya están inmersos en la globalización como los que aún están haciendo esfuerzos por integrarse al globalismo económico.

### **2.1.4. Ventaja Comparativa**

La ventaja comparativa propuesta por David Ricardo demuestra que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general que es el de las ventajas comparativas.

El punto de partida de la explicación que da Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países.

Según Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales. Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos laborales y de las relaciones de intercambio entre países (Economía, s.f.)

Según el punto de vista aportado por Ricardo en el siglo XIX, los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar con costes relativamente más bajos.

Cada país en cuestión se especializará en aquello en lo que sea más eficiente, al tiempo que importará el resto de productos en los que son más ineficaces en términos de producción. Aunque un país no tenga ventaja absoluta al producir algún bien, podrá especializarse en aquellas mercancías en las que encuentre una ventaja comparativa mayor y poder participar finalmente en el mercado internacional (Sánchez , s.f).

### **2.1.5. Ventaja Competitiva**

Michael Porter es el precursor de la ventaja competitiva de las naciones o también conocido como diamante de Porter donde se propone un modelo para entender a las industrias y la competencia, así como para formular una estrategia global. En el modelo se presentan los cinco factores de la competencia que determinan el atractivo de un sector industrial y sus causas, así como los que cambian con el tiempo y pueden ser modificados mediante la estrategia.

Porter plantea el enfoque de ventaja competitiva como el valor que una empresa logra crear para sus clientes, y que supera los costos.

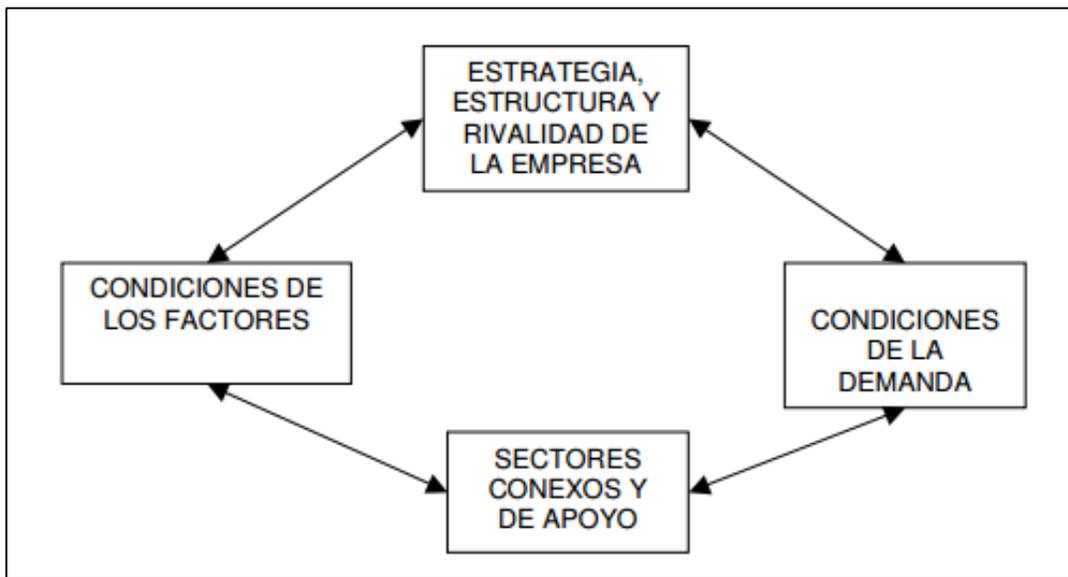
Este valor corresponde a lo que los individuos están dispuestos a pagar y alcanza su expresión superior en la medida que los precios de oferta son más bajos que los ofrecidos por la competencia. Para ello se requiere que las personas obtengan beneficios equivalentes. La estrategia óptima debiera reflejar una adecuada comprensión del entorno de la empresa. También establece las bases y reconoce los cambios en el entorno y la inestabilidad de las estrategias genéricas, señalando la necesidad de contar con modelos más dinámicos para concebir la ventaja competitiva de las naciones (Benzaquen, Del Carpio, Zegarra, & Valdivia , 2010).

Una nación generalmente alcanza el éxito en un sector en particular gracias a los cuatro componentes que conforman el Diamante de Michael Porter los cuales determinan el entorno en que han de competir las empresas locales que fomentan o entorpecen la creación de la ventaja competitiva.

Los determinantes, individualmente o agrupados en un sistema, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas de una nación: la disponibilidad de recursos y técnicas necesarias para la ventaja competitiva en un sector; la información que determina las oportunidades que se detectan y las orientaciones con que se despliegan los recursos y las

técnicas; las metas que persiguen los propietarios, directores y empleados que están interesados en la competencia o que la llevan a cabo y, lo que es todavía más importante, las presiones a que se ven sometidas las empresas para invertir e innovar.

Ilustración 1. Determinantes de la ventaja competitiva



**Fuente:** (Universidad del Istmo, 2005)

Condiciones de los factores. La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.

Condiciones de la demanda. La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios del sector.

Sectores afines y de apoyo. La presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.

Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa. Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica (Universidad del Istmo, 2005).

### **2.1.6. Ventaja Absoluta**

La ventaja absoluta fue expuesta por Adam Smith, postuló que, bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte. Trata que cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional (Veletanga).

Adam Smith afirmaba que las fuerzas del mercado, y no los controles gubernamentales, deberían determinar la dirección, el volumen y la composición del comercio internacional. Bajo condiciones de libre competencia, cada nación deberá especializarse en producir aquellos bienes en los cuales es más eficiente (tiene ventaja absoluta), y por eficiente se refiere a que es capaz, con una unidad de input (hora de trabajo, hectárea de terreno,...), de producir mayor cantidad de output, o producto acabado, Algunos de estos productos serian exportados para pagar las importaciones de bienes que pudieran ser producidos más eficientemente por cualquier otro país (Cantos).

### **Teoría de *Heckscher-Ohlin***

Los economistas suecos Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, expusieron una explicación distinta de la ventaja comparativa. Ambos aseveraron que la ventaja comparativa es producto de las diferencias en la dotación de factores (tierra, mano de obra y capital) Distintas dotaciones de factores explican las diferencias en los costos relativos a los factores. Entre más abundante es un factor, menor es su costo. Los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos. (Pecina Rivas)

*El modelo Heckscher-Ohlin predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, o sea que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados (Krugman 2001). El teorema Heckscher-Ohlin (H-O) dice que una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente escaso y caro, en otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exporta la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importa la mercancía relativamente intensiva en capital. (Eumed.net)*

### **2.1.7. BPO, KPO o ITO**

El sector de tercerización de procesos de negocio se compone de los siguientes subsectores: Business Process Outsourcing (BPO), integrado por servicios de contact center, back office, finanzas, contabilidad y recursos humanos, entre otros; Información Technology Outsourcing (ITO), en el que se destacan servicios de software, cloud, data centers e infraestructura; y

Knowledge Process Outsourcing (KPO) del cual hacen parte la telemedicina, investigación de mercados, análisis de información, ingeniería y servicios de educación remota, entre otros.

Colombia es uno de los destinos más atractivos del mundo para la localización de servicios globales, como lo señalan AT Kearney y Gartner, por su alta disponibilidad de talento humano calificado, costos competitivos y clima de negocios favorable, lo que le permitirá consolidarse como una plataforma exportadora de servicios cada vez más sofisticados, que incorporen nuevas y mejores tecnologías.

El país tiene una gran oportunidad de atender el mercado de los Estados Unidos, mayor demandante de servicios BPO en el mundo, aprovechando la ventaja de su cercanía geográfica y cultural, para lo cual deberá seguir trabajando en fortalecer las competencias bilingües de su población.

## **2.2.Marco Contextual**

En el marco del Programa de Transformación Productiva y la división de sectores económicos, se encuentra el sector “Tercerización de procesos de Negocios BPO&O” entendido como la delegación de uno o más procesos intensivos en el uso de tecnologías de la información a un proveedor externo, quien a su vez posee, administra, y gerencia los métodos seleccionados basado en métricas definidas y medibles.

Estas son sus líneas de trabajo: Front Office: Servicio al cliente, Contact Center en español y bilingüe. Back Office: Gestión de recursos humanos, Cobranzas, facturación y cartera Finanzas y contabilidad, Gestión de compras, Logística, Analítica de negocio, de información y CRM.

Ilustración 2. Industria BPO, KPO, ITO en Pereira

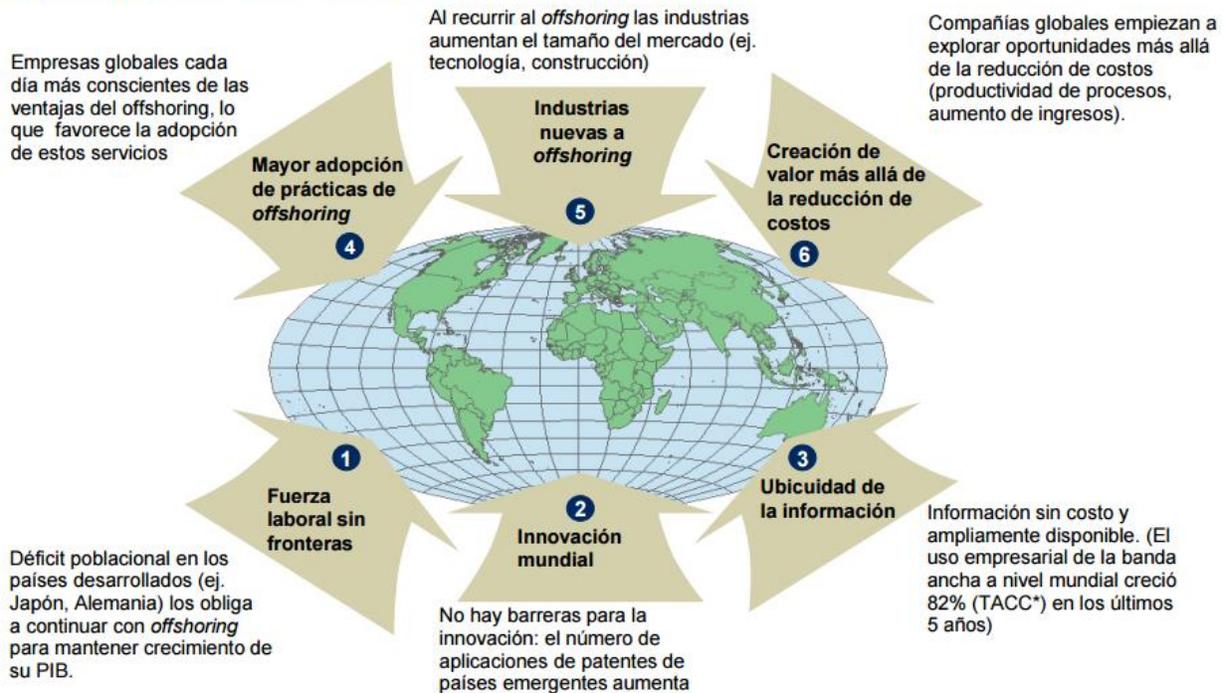


Fuente: (Invest in Pereira , s.f.)

Se puede observar en la ilustración anterior, según Invest in Pereira, los sectores de BPO, KPO e ITO es una industria joven en crecimiento, en el cual ya se encuentran siete empresas en el Municipio aportando 3.000 empleos a una ciudad con un índice del 16,1% de desempleo.

Ilustración 3. Outsourcing y Offshoring tendencia mundial

## **OUTSOURCING Y OFFSHORING CONFORMAN UNA TENDENCIA IRREVERSIBLE CON CRECIMIENTO CONTINUO**



**Fuente:** (Programa MIDAS , s.f.)

BPO&O\* es un mercado de US\$160,000 Miles de Millones, la oportunidad Colombia se concentra en offshoring (USAID, s.f.). Colombia tiene la oportunidad de capturar una porción del creciente mercado de BPO&O\*. Para lograr esto, el país debe comprometerse en un programa sectorial de largo plazo que le permita eliminar barreras significativas.

Colombia necesita una mayor sofisticación de su economía que solo se logra a través de la diversificación de su industria. Las metas del Gobierno Nacional están orientadas a incrementar las exportaciones de bienes no minero energéticos y de servicios a US\$30.000 millones, captar US\$ 6.000 millones de divisas por concepto del turismo y lograr que más de 4.100 empresas se conviertan en exportadoras.

Los sectores PTP representan el 34% de las exportaciones no minero energéticas e inversión extranjera directa mayor a USD1.000 millones. La Política Industrial está enfocada al apoyo y promoción de la industria y el PTP es un vehículo de ejecución focalizado en sectores con potencial de crecimiento en ventas y exportaciones. (productiva, 2013)

Actualmente, la industria de BPO&O\* es pequeña, orientada al mercado local y enfocada en operaciones de call centers. Superando grandes brechas en la madurez de su industria y en la aptitud y disposición de su recurso humano, Colombia podría convertirse en un destino atractivo de offshoring gracias a sus costos relativos, infraestructura y ambiente de negocios.

Para lograr esta meta, Colombia debe: a) desarrollar suficiente recurso humano en dos o tres ciudades intermedias para trabajar en el segmento de voz en español; y b) apalancar el recurso humano actual para capturar oportunidades en los segmentos de datos y conocimiento en inglés y español.

Ilustración 4. Determinantes para lograr metas acerca de la industria offshoring



**Fuente:** (Programa MIDAS , s.f.)

Según cifras del estudio que el Programa de Transformación Productiva (PTP) contrató en 2013 con el International Data Corporation, IDC Colombia, el sector de servicios tercerizados en el país cuenta con cerca de 2.615 empresas que en el año 2012 generaron ingresos por aproximadamente \$9,7 billones de pesos (US \$5.244 millones), de los cuales \$6 billones corresponden al subsector BPO.

En materia de exportaciones según estimaciones del estudio, en 2012 se registraron aproximadamente US\$1.165 millones (2 billones de pesos colombianos), siendo los principales destinos Estados Unidos, España, Chile, Argentina y Perú. De lo anterior se deduce que las exportaciones que hicieron parte del subsector de BPO fueron más de US\$ 738 millones.

La implementación de estas iniciativas recae principalmente sobre la asociación, las empresas y las entidades públicas como el MCIT, el Ministerio de Educación, Ministerio de Comunicaciones, el Sena y Colciencias.

El PTP y la Cámara de Comercio de Bogotá, a través del clúster de Software y TI, realizaron en Bogotá la primera macro rueda de Capital Humano, un espacio que permitió reunir a empresarios e instituciones de educación, con el ánimo de hacer más pertinente la formación de acuerdo con las necesidades que tiene la industria.

Conscientes de la necesidad de contar con capital humano bilingüe, gracias al programa Ispeak liderado por el PTP para el sector, en 2013 se certificaron 536 personas, se capacitó a otras 610 en inglés mediante la plataforma virtual de la empresa Berlitz y, en alianza con la Fundación para el Desarrollo de Risaralda y el Sena, se formaron 640 personas en inglés orientado al sector BPO. (Programa de Transformación Productiva, s.f.)

Como mecanismo de apoyo al fortalecimiento y a la competitividad del sector, se finalizó el diseño del Programa de Promoción de Servicios Tercerizados Outsource to Colombia O2CO, iniciativa del Programa de Transformación Productiva financiada con recursos de crédito del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por US\$12 millones, O2CO cofinanciará proyectos de formación de capital humano de valor agregado, apoyará a las empresas del sector para su internacionalización, cofinanciará proyectos de certificación bajo estándares de calidad reconocidas internacionalmente, y apoyará las iniciativas orientadas a generar encadenamientos productivos.

Según la ex directora de la Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda, Invest in Pereira, Carolina González, desde su creación en el 2010 se han instalado en la capital Risaraldense 20 firmas, de las cuales 8 corresponden al sector de BPO (Contact Centers).

“Estos empleos representan \$62.000 millones que se generan para la economía en términos del consumo. Están llegando por condiciones y atributos de la ciudad que reflejan una confianza de los inversionistas de la región y el territorio”, analizó.

Luis Alfonso Sandoval, coordinador de investigaciones socioeconómicas de la Cámara de Comercio de Pereira, afirmó que los centros de llamadas y de contacto han venido fortaleciéndose de manera significativa, y que el sector servicios en todo su conjunto, crece el 1,2 % por encima del promedio de la economía de la ciudad y del departamento.

“Pereira tiene unas condiciones y unos atributos para este tipo de actividades, en particular el tema de los call center. Es una estrategia de desarrollo que tomó la ciudad hace algunos años con la creación de Invest in Pereira y lo que ha hecho en los últimos cinco años es desarrollarla a partir de una apuesta de valor que tiene la ciudad”, manifestó. (El Diario , 2015)

### **2.3.Marco legal**

Por los elementos y características que tiene este sector mas precisamente este servicio como como lo Contact Center o call center con bases como el BPO quien es el encarado de regir, regular y vela por que se dé una competencia leal, un desarrollo competitivo pero equitativo es el Ministerio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones de la mano de la superintendencia de sociedades si de empresas privadas se está hablando totalmente establecidas

con todos los parámetros de registro mercantil que se estipula en Colombia. En la constitución política de Colombia se tienen ciertos lineamientos para esto a los que se deben acoplar dichas sociedades teniendo en cuenta si se aplica o no, tales como:

La Ley 7 de 1991 contiene los principios generales que debe orientar la acción legislativa del gobierno en materia de servicios.

El Decreto Ley 210 de 2003 (numeral 25 del artículo 2º), modificado por el Decreto 4269 de 2005, faculta al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para: "Llevar el registro de producción nacional, de la declaración escrita sobre los contratos de exportación de servicios, de los contratos de importación de tecnología, de turismo y expedir las certificaciones pertinentes".

Ley 121 del 2008 En esta ley se establecen las normas para promover y regular el teletrabajo y se dictan otras disposiciones, siendo su objeto el promover y regular el teletrabajo como un instrumento de generación de empleo y autoempleo mediante la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC). Se entiende por teletrabajo como una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación – TIC para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo (Ministerio del Trabajo)

Ley 1266 de 2008, Habeas Data “Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones”.

Esta ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales relacionadas con la recolección, tratamiento y circulación de datos personales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política, así como el derecho a la información establecido en el artículo 20 de la Constitución Política, particularmente en relación con la información financiera y crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países. Esta última ley planteada no es solo en el derecho a rectificar o actualizar información en los centros de acopio para una mejor fidelización si no la seguridad principalmente ya que este servicio se basa en información privada de cada uno de los clientes esta ley protege en cuanto a la reglamentación de cualquier uso indebido que se le dé a esta base de datos por parte de cualquier empresa cuyo fin no fue por el cual fue proporcionada.

Decreto 1377 de 2013 considerando Que mediante la Ley 1581 de 2012 se expidió el Régimen General de Protección de Datos Personales, el cual, de conformidad con su artículo 1°, tiene por objeto “(...) desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma”. Que la Ley 1581 de 2012 constituye el marco general de la protección de los datos personales en Colombia. Que mediante sentencia C-748 del 6 de octubre de 2011 la Corte Constitucional declaró exequible el Proyecto de ley Estatutaria número 184 de 2010 Senado, 046 de 2010 Cámara.

Que con el fin de facilitar la implementación y cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 se deben reglamentar aspectos relacionados con la autorización del Titular de información para el Tratamiento de sus datos personales, las políticas de Tratamiento de los Responsables y Encargados, el ejercicio de los derechos de los Titulares de información, las transferencias de datos personales y la responsabilidad demostrada frente al Tratamiento de datos personales, este último tema referido a la rendición de cuentas. (Alcandía de Bogotá, s.f.)

Decreto 0730 de 2012 Por el cual se da cumplimiento a los compromisos adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América (Ministerio Comercio, Industria y Turismo)

#### **2.4.Marco conceptual**

*Competitividad:* Para Michael Porter la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país.

*Tic:* “Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni formula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua”.

*PTP:* El Programa de Transformación Productiva es una de las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas.

El PTP es un aliado de los empresarios porque ofrece acompañamiento para acelerar su productividad y competitividad, orientando sus capacidades y aprovechando sus ventajas comparativas. (PTP, 2014)

*BPO:* business Process Outsourcing, es la subcontratación de funciones de procesos de negocios en proveedores de servicios, ya sea interno o externo a una compañía, usualmente en lugares de menores costos. BPO en español se traduce como "Externalización de Procesos de Negocios".

*Call Center:* Centro de atención de llamadas, es un área donde agentes o ejecutivos de call center, especialmente entrenados, realizan llamadas (llamadas salientes o en inglés, Outbound) o reciben llamadas (llamadas entrantes o inbound) desde y/o hacia: clientes (externos o internos), socios comerciales, compañías asociadas u otros.

*Contact Center:* Un centro de contacto es una oficina centralizada usada con el propósito de recibir y transmitir un amplio volumen de llamados y pedidos a través del teléfono, los cuales se pueden realizar por canales adicionales al teléfono, tales como fax, e-mail, chat, mensajes de texto y mensajes multimedia entre otros.

*Core Business:* Competencia distintiva se refiere en gestión empresarial, a aquella actividad capaz de generar valor y que resulta necesaria para establecer una ventaja competitiva beneficiosa para la organización.

*CRM:* Customer Relationship Management. Es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la orientación al cliente, el concepto más cercano es marketing y tiene mucha relación con otros conceptos como: clienting, marketing 1x1, o marketing directo de base de datos.

*Inbound:* (Llamada entrante): Proceso de recepción de llamadas a través de una plataforma de servicios que permita controlar el flujo de llamadas entrantes y recopilar información de estas.

*Outbound:* (Llamada saliente) Proceso de llamadas emitidas desde un centro de llamadas, generadas a partir de bases de datos con un fin específico.

*Outsourcing:* La subcontratación o tercerización es el proceso económico en el cual, una empresa destina los recursos orientados a cumplir ciertas tareas, hacia una empresa externa por medio de un contrato.

*PQRS:* Peticiones, Quejas y Reclamos. Hace referencia al proceso mediante el cual, una compañía hace la gestión de las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias que hacen los clientes.

*Pyme:* Las Pyme o Pequeña y mediana industria, es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados. En Colombia se clasifican según número de empleados o por ingresos mensuales:

*Microempresa:* Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferior res a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

*Pequeña Empresa:* Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

*Mediana:* Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. (VAZQUES, 2014)

*Globalización:* comprende un complejo proceso en el que se mezclan relaciones internacionales de múltiples tipos: comerciales, políticas, humanas, sociales, económicas, financieras, industriales, culturales y de cualquier otra categoría imaginable. Cuando se menciona la palabra globalización se vienen a la mente ideas de unión, de derribamiento o debilitamiento de fronteras, de cooperación, de libertad, de progreso.

*Ventaja comparativa:* es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro. Es uno de los fundamentos básicos del comercio entre países, asumiendo como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras palabras, los países producen bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo.

El modelo de la ventaja comparativa fue desarrollado por el economista David Ricardo como respuesta y mejora de la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith. Según el punto de vista aportado por Ricardo en el siglo XIX, los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar con costes relativamente más bajos. (econmipedia, 2013)

*Offshoring:* es la deslocalización que hace una empresa cuando traslada sus fábricas o sistemas de producción a otro país o territorios, se trata de un proceso fruto de la globalización.

## **Capítulo III**

### **Metodología**

### **3. Marco Metodológico**

#### **3.1. Enfoque metodológico**

La investigación es cualitativa está enmarcada en el método de tipo descriptivo permitiendo identificar y relacionar elementos con relación al objetivo planteado. Los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis” (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014)

Esta investigación pretende describir las oportunidades que tienen los Contact Center en Pereira bajo el marco del TLC con los Estados Unidos.

#### **3.2. Diseño de la investigación**

Es de corte transversal, los datos se recolectaron en un solo momento buscando describir las variables en un sólo tiempo, siendo las variables para considerar de tipo socioeconómicas y legales.

#### **3.3. Fuentes de información**

La formulación de la propuesta inicial se obtiene mediante fuentes secundarias a través de informes, artículos, libros y tesis a través de internet, posteriormente la fuente es primaria al hacer uso de la entrevista como recurso final y principal acercamiento al Contact Center.

#### **3.4. Población**

La población que se estableció para la investigación y su desarrollo corresponde a 2 empresas de servicios BPO, call center y contac center de la ciudad de Pereira, Risaralda que son ACCEDO Y American Assist.

### **3.5. Instrumento**

La muestra será abordada por un cuestionario tipo encuesta como instrumento para la recolección de datos, adaptada al contexto, a los encuestados, al objeto del caso y en general a las condiciones permitidas por el Contact Center.

### **3.6. Cuestionario**

Corresponde a un conjunto de preguntas diseñadas para obtener los datos necesarios que permitieron desarrollar los objetivos propuestos en el presente estudio.

### **3.7. Proceso metodológico**

#### **✓ Primera fase**

##### **Revisión teórica y conceptual**

Se inicia el proceso de revisión documental acorde al interés del estudio.

#### **✓ Segunda fase**

##### **Aplicación del instrumento**

Para la construcción y aplicación del instrumento se tiene en cuenta las consideraciones éticas necesarias para que la investigación y los datos obtenidos sean clasificados sin riesgo de alteración o falta de ética. El Contact Center que responda la entrevista será informado de los objetivos del estudio realizándose desde los principios de la confidencialidad, respeto y reconocimiento.

#### **✓ Tercera fase**

## **Aplicación del instrumento y trabajo de campo**

Para el iniciar el trabajo de campo se aplicaron las siguientes estrategias:

- Se envió la solicitud por correo electrónico a las empresas objetivo
- Se visitó la empresa
- Se contactó vía telefónica
- La aceptación para dos entrevistas dio como resultado que la investigación se aplico en ACCEDO Y AMERICAN ASSIST.

### **✓ Cuarta fase**

Análisis e interpretación de los resultados.

## **Capítulo IV**

### **Resultado, Análisis y Discusión**

## **4. Resultado, Análisis y Discusión**

### **4.1. Beneficios en el TLC con Estados Unidos para el sector los Contact Center**

Lo inicial para comprender los beneficios de tipo tributario es conocer con claridad cuales son los deberes tributarios de todas las empresas en el país:

1. Inscribirse en el RUT (NIT)
2. Declarar: Renta 1 vez al año, IVA Bimestral, Retención de fuente mensual, ICA anual o bimestral (si aplica)
3. Llevar contabilidad
4. Retener
5. Información exógena

Para el caso de los servicios el 481 del Estatuto Tributario colombiano, en su literal E, enuncia que son exentos de IVA:

“Los servicios prestados en Colombia para ser utilizados o consumidos exclusivamente en el exterior, por empresas o personas sin negocios o actividades en el país, sin desplazamiento del prestador o proveedor del servicio”, y se entiende por empresas sin negocios o actividades en Colombia las empresas o personas domiciliadas o residentes en el exterior que, no obstante tienen algún tipo de vinculación económica en el país, son beneficiarios directos de los servicios prestados en el país para ser utilizados o consumidos exclusivamente en el exterior.

Para acceder a dicha exención se deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Inscribirse en el Registro Único Tributario como Exportador.
2. Radicar en la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, bajo la gravedad de juramento, declaración escrita sobre los contratos de exportación de

servicios que se efectúen, para su correspondiente registro, previamente a la prestación del servicio. En ella, debe certificar que se cumplen los requisitos señalados por el estatuto y el reglamento para que el servicio sea calificado como exento.

3. Deberá registrar, previamente al reintegro de las divisas, cada operación de exportación, es decir, canalizar sus ingresos a través del mercado cambiario colombiano.

De igual manera, se deben tener en cuenta los acuerdos de doble tributación internacional lo cual consiste en que dos o más estados tienen o pretenden tener potestad tributaria sobre una misma renta. En otras palabras, dos países aplican impuestos a la renta sobre un mismo hecho económico.

La carga tributaria combinada puede dar lugar a la doble tributación, representa normalmente un obstáculo a la inversión extranjera tanto activa como pasiva, así como el desarrollo del comercio de servicios, transferencias de tecnología y la movilidad del trabajo, existen varios mecanismos de carácter unilateral, mediante los cuales los países modifican su legislación interna a fin de acomodar la situación tributaria de las rentas cuya fuente se encuentra en el extranjero y que son devengadas o percibidas por contribuyentes domiciliados en el país. Estas medidas, pueden ser exenciones o créditos contra los impuestos locales por los impuestos a la renta pagados en el extranjero.

#### **4.1.1. Exenciones tributarias para la exportación de servicios**

Actualmente, la situación tributaria en Colombia para la exportación de Servicios ha sido mejorada por parte del Gobierno nacional, en la recientemente aprobada reforma tributaria en la

cual se ratifican las exenciones a dichas exportaciones y además se eliminan los trámites y requisitos que se exigían a esta clase de empresarios.

Específicamente y tal como lo afirma el ministro de comercio exterior “fue determinante reconocer que el comercio exterior de servicios se realiza, en la mayoría de los casos, a través del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, y que los negocios se concretan en tiempo real “muchas veces sin intermediación de formalidades como los contratos escritos”.

Por tal, fue necesario aceptar que este segmento del comercio exterior se canaliza en su gran mayoría utilizando los mismos medios, es decir a través del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, y que en tal sentido estos acuerdos se definen en tiempo real y sin la firma de un contrato escrito. Por esto, a partir de ahora la DIAN y en general todos los entes que intervienen en las operaciones, podrán aceptar entre otras las facturas comerciales.

Por último, el sector de Servicios TICS tendrá una reducción en la tarifa de retención en la fuente de 11% al 3,5% para las actividades de análisis, diseño, desarrollo, implementación, mantenimiento, ajustes, pruebas, suministro y documentación, necesarias en la elaboración de programas de informática, así como en el diseño de páginas web y la consultoría en programas de informática. (PROCOLOMBIA, PROCOLOMBIA, s.f.)

#### **4.1.2. Beneficios arancelarios**

Para el desarrollo de este proyecto es muy importante recalcar como resultado hallado que más que beneficios plasmados en el TLC y de posible obtención para las empresas de contact center a este concepto de servicios se le considera algo intrínseco puesto que como bienes intangibles no tiene aplicación de aranceles, se considera más como la estrategia de los tratados de libre

comercio en general representan una gran ventaja para el desarrollo y la internacionalización del sector.

#### **4.1.3. Régimen cambiario**

De igual manera existen operaciones de comercio exterior que son libres, es decir que no es obligatoria su canalización de divisas a través del mercado cambiario establecido por nuestro país, donde en uno de sus párrafos se incluye textualmente así “Operaciones de cambio del mercado no regulado: las demás operaciones de cambio no incluidas en las operaciones de cambio obligatoriamente canalizables (por ejemplo: pagos por concepto de prestación de servicios, suscripciones, donaciones, etc.) son consideradas operaciones del mercado libre, o no regulado, y no requieren ser transferidas o negociadas a través del mercado cambiario. No obstante, lo anterior, pueden ser voluntariamente canalizadas por intermedio de dicho mercado, caso en el cual se debe presentar la “Declaración de cambio por servicios, transferencias y otros conceptos” (Formulario No 5). (PROCOLOMBIA, Invierta en Colombia, 2018)

#### **4.2. Aprovechamiento de los Contact Center en el TLC con Estados Unidos**

A través de las encuestas realizadas a ACCEDO y American Assist, se realiza el siguiente análisis:

- i. ¿Conoce las oportunidades que ofrece el TLC con Estados Unidos para la compañía?

Ilustración 5. Conocimiento oportunidades que ofrece el TLC a la empresa



Fuente: elaboración propia

Se puede observar que ambas empresas respondieron de manera afirmativa, lo que quiere decir que conocen las oportunidades que ofrecen el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos para la compañía.

- ii. ¿Ustedes como compañía le prestan servicios como Contact Center a clientes en Estados Unidos desde la ciudad de Pereira, Colombia?

Ilustración 6. Prestan servicios como Contact Center a clientes en Estados Unidos



Fuente: elaboración propia

Las empresas respondieron que prestan servicios como Contact Center a clientes de Estados Unidos desde la ciudad de Pereira

Dentro de las tres primeras preguntas, ambas empresas conocen los beneficios que obtienen por medio del TLC, aprovechan la oportunidad de no tener obligación de presencia local y prestan servicios para Estados Unidos.

Adicionalmente, ambas empresas coinciden que los beneficios que trae no estar de manera presencial en alguno de los países para prestar algún servicio, son en la reducción de gastos debido a que no es necesario el traslado, los costos laborales son más bajos y también la infraestructura y el acceso a más clientes por medio del aumento en la posibilidad de más servicios.

Además, las oportunidades o beneficios que ha aprovechado la compañía con la instauración del TLC con Estados Unidos, las empresas mencionan que el aprovechamiento de los beneficios del TLC con Estados Unidos se enmarca en la reducción de impuestos, acceso a más contactos, más servicios, mejor tecnología y capacitaciones a muy bajo costo.

Por otro lado, los aspectos en los que se ha visto reflejado las ventajas o desventajas instauradas en el Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos en el sector de los contact center, se observa en ambas respuestas que han sido ventajas las que han obtenido del convenio en las que nombraron el incremento de oportunidades laborales, generación de empleo, aumento de servicios, mejor acceso a tecnología, pero también tienen presente que deben capacitarse muy bien en varios idiomas, principalmente el inglés.

Así mismo, se podría afinar que el incremento de oportunidades laborales en cuanto a los servicios que se pueden ofrecer la proporción es alto, de resto consideran que la proporción es media en base al acceso que podría llegar a obtener si mejoran la calidad y el idioma. Pero no ha sido un impedimento para que ambas empresas hayan aumentado el número de clientes por medio del TLC.

También es importante agregar que, la compañía American Assist es la única de este tipo que se encuentra ubicada en la zona franca, afirma que no gozará de los beneficios tributarios como (el 15% de impuesto de renta) en los primeros años de operaciones pero que si esta plasmado dentro del contrato como inversión para la obtención de dichos beneficios a futuro en relación a unas cláusulas estipuladas.

#### **4.3.Falencias de los Contact Center de Pereira en el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos**

Con base a los resultados de la entrevista planteada y las respuestas dadas se puede concluir que las empresas Contact Center que se prestaron para la evaluación están aprovechando los beneficios del TLC con Estados Unidos y así mismo reconocen la necesidad de mejorar su capacidad bilingüe para así poder brindar un servicio de calidad y con todas las garantías a sus exigentes clientes no sólo en Estados Unidos si no en el resto del mundo, también se identifica la necesidad en relación a la capacidad de los empleados con el fin de poder obtener servicios principalmente en inglés y en otros idiomas que brinden más oportunidades de crecer y así mismo incremente la generación de empleo.

En la actualidad el gobierno de Colombia está pasando por un proceso en el cual hay un nivel de incertidumbre respecto a las políticas de comercio exterior que se van a implementar en cuanto

a las relaciones con Estados Unidos y el gobierno de Donald Trump, no se sabe si se cancelarán algunos de los beneficios que viene con el tratado por lo cual las empresas que aprovechan dichas oportunidades están muy alertas a los cambios para poder fortalecer su estructura y que no afecten su desarrollo empresarial.

Otro ítem sumamente importante de igual manera tiene ver con el gobierno de nuestro país ya que desde que se implementó el Tratado de Libre comercio con Estados Unidos en el 2012 ha venido sufriendo de significativas fluctuaciones en cuanto a su estabilidad, propiciada por sus gobernantes comenzando por el ex presidente Álvaro Uribe Vélez quien fue el encargado de cerrar el acuerdo en el 2012, pasando por 8 años de difícil manejo en cuanto a las relaciones internacionales y garantías para la inversión extranjera directa por parte del ex presidente Juan Manuel Santos Calderón y ahora pasando por una expectante incertidumbre como antes lo mencionaba sobre la potencialidad del sector a cargo del hoy presidente Iván Duque Márquez.

Con base a otro importante resultado hallado en una de las compañías (American Assist) con sede en la zona franca en el corregimiento de Caimalito (Risaralda) se identifica un problemática sobre las personas que allí residen, básicamente se trata de que las personas por varios factores no desean trabajar es decir, el gobierno cuenta con unos subsidios para los estratos más bajos de este corregimiento el cual también esta vinculado a la cantidad de hijos que cada hogar tenga, si acceden a un trabajo con todas las prestaciones y demás como lo ofrece esta compañía ya no podrían acceder a dicho subsidio por ende escasea el personal a capacitar. La multinacional evidencia una latente necesidad de obtener personal calificado proveniente de la ciudad de Pereira lo cual no siendo un factor menor incrementa sustancialmente sus costos laborales.

## **5. Conclusiones y Recomendaciones**

Es necesario para Colombia tener mejor información y más clara sobre los beneficios que ofrece el TLC con Estados Unidos a las empresas pues debido a esto en la obtención de la información se observó un poco de desconocimiento en cuanto a los beneficios que dicho tratado brinda por lo cual tuvieron que acudir a los documentos archivados para conocer técnicamente si hacen uso del TLC o no.

Por otro lado, es muy importante fortalecer a nivel organizacional los aspectos por mejorar y que son convenientes trabajarlos para poder obtener más beneficios con Estados Unidos en el sentido de ofrecer un servicio con calidad y poder brindarle a la comunidad desempleada una oportunidad laboral por medio de capacitaciones integrales.

Se recomienda a las empresas y la comunidad en general, conocer el TLC con Estados Unidos ya que este permite a la sociedad obtener convenios y oportunidades laborales que tal vez por desconocimiento no aprovechan en diferentes sectores productivos.

El crecimiento comercial de Estados Unidos le brinda la oportunidad a los Contact Center de ofrecer mejores servicios y obtener más convenios por medio del tratado, por lo cual, realizar estudios de mercado en el exterior permitirá a las empresas colombianas poder proponer proyectos laborales innovadores.

En cuanto a la generación de recomendaciones y aislado un poco del tema se evidencia el débil acompañamiento por parte de entidades locales como la Cámara de Comercio, la Secretaria de Planeación y la Alcaldía de Pereira para las empresas de este sector Contact Center o BPO ya que no se identifica una significativa promoción de estas compañías para la importante

generación de empleo que necesita la ciudad y así continuar combatiendo eficientemente esta variable social que presenta indicadores muy favorables en la actualidad con una tasa de desempleo del 9,1 % situándose entre las 5 ciudades que mantiene la tasa de desocupación en un solo dígito (Grajales, 2018). Algo ideal sería potencializar la funcionalidad que tiene la organización Invest in Pereira para crear alianzas de servicios donde se trabaje en proyectos que reúnan diferentes esfuerzos por parte de las empresas del sector y así promover la industria BPO en la ciudad.

Otro ítem no menos importante fue la identificación sobre el poco compromiso y disposición por parte de algunas compañías establecidas en el sector para atender la solicitud de la encuesta o entrevista y por ende hizo sumamente difícil la recolección de datos, dado esto se sugiere brindar más apoyo a la academia en general para realizar estos estudios e investigaciones cumpliendo con los parámetros establecidos dentro de las mismas.

## 6. Bibliografía

- Pinzon, D. (4 de abril de 2016). *Programa de transformación productiva*. Obtenido de Presente y futuro del sector servicios :  
<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=733&conID=744>
- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. (8 de marzo de 2017).  
[www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co). Obtenido de [www.tlc.gov.co](http://www.tlc.gov.co):  
[http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14853/acuerdo\\_de\\_promocion\\_comercial\\_entre\\_la\\_republica\\_de\\_colombia\\_y\\_estados\\_unidos\\_de\\_america](http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14853/acuerdo_de_promocion_comercial_entre_la_republica_de_colombia_y_estados_unidos_de_america)
- Sánchez, J. (s.f.). *www.economipedia.com*. Obtenido de  
<http://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>
- Benzaquen, J., Del Carpio, L. A., Zegarra, L. A., & Valdivia, C. A. (2010). *Revista Cepal*. Obtenido de <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/102069086.pdf>
- Universidad del Istmo. (2005). Obtenido de <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2005/14070.pdf>
- Veletanga, G. (s.f.). *EFI Economía y Finanzas Internacionales*. Recuperado el 2017, de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>
- Pecina Rivas, M. I. (s.f.). *Eumed.net*. Recuperado el 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>
- Eumed.net. (s.f.). *Eumed.net*. Recuperado el 2017, de  
<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1a.htm>
- Invest in Pereira. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.investinpereira.org/es/dominios/investpereira.pagegear.co/upload/69/Images/Descargables/imprimibles2014/imprimiblebpo.pdf>
- Programa MIDAS. (s.f.). Obtenido de  
<https://www.ptp.com.co/documentos/Plan%20de%20Negocios%20BPOKPOITO.pdf>
- productiva, p. d. (2013). *PTP*. Obtenido de  
<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1>
- Programa de Transformación Productiva. (s.f.). Obtenido de  
[https://www.ptp.com.co/documentos/5%20IDC\\_PTP\\_Resumen%20ejecutivo%20final\\_Publicado\\_II.pdf](https://www.ptp.com.co/documentos/5%20IDC_PTP_Resumen%20ejecutivo%20final_Publicado_II.pdf)
- El Diario. (15 de Marzo de 2015). *El Diario*. Obtenido de  
<http://www.eldiario.com.co/seccion/ECON%20MICA/los-call-center-se-tomaron-a-pereira1503.html>
- Alcaldía de Bogotá. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=53646>
- Ministerio Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=3562&name=Decreto-730-2012.pdf>
- PTP. (2014). *Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de  
<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1>
- VAZQUES, W. A. (2014). *Repositorio universidad tecnologica de pereira*. Obtenido de  
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5214/6581186132V335.pdf?sequence=1>
- economipedia*. (2013). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

Vera Velez , L. (s.f.). *Universidad Interamericana de Puerto Rico*. Obtenido de <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

Muñoz, A. (2001-2011). *www.ugr.es*. Recuperado el octubre de 2016, de [www.ugr.es](http://www.ugr.es): <https://www.ugr.es/~anamaria/fuentesws/Intro-FI.htm>

Ministerio de planificación nacional y política económica. (2017). *www.obturcaribe.ucr.ac.cr*. Recuperado el 23 de Octubre de 2018, de <http://obturcaribe.ucr.ac.cr/documentos-publicaciones/planes-y-programas-n/mideplan-1/312-costa-rica-estadisticas-regionales-2010-2015/file>

PROCOLOMBIA. (2018). *Invierta en colombia*. Obtenido de Capitulo 2 - regimen de cambios internacionales: <http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones/marco-legal.html>

PROCOLOMBIA. (s.f.). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de Marco legal - Guia para hacer negocios en colombia: <http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones/marco-legal.html>

*Banco de la Republica* . (s.f.). Obtenido de Index sobre finanzas: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli69.htm>

Ianni, O. (2005). *LA sociologia y el Mundo Moderno p. 154*. Editores S.A deCv.

Giddens, A. (1999). *La tercera via. p. 43*. Aguilar .

*Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. (2011). Obtenido de Acuerdos Comerciales del Perú: [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc)

Grajales, S. (2018). *Caracol*. Obtenido de Caracol Radio - Pereira: [http://caracol.com.co/emisora/2018/03/01/pereira/1519925449\\_026176.html](http://caracol.com.co/emisora/2018/03/01/pereira/1519925449_026176.html)

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Ciudad de Mexico: McGRAW-HILL.

Cantos, M. (s.f.). *Introducción al comercio internacional*. EDIUOC.

Skidmore, D. (2002). *Banco de la Republica* . Obtenido de Enciclopedia Banco de la Republica : [http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Apertura\\_económica](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Apertura_económica)

Kacowicz, A. M. (2008). *Nueva Sociedad*. Obtenido de Globalización, Regionalización y Desfragmentación: <http://nuso.org/articulo/globalizacion-regionalizacion-y-fragmentacion/>

*LegixComex*. (s.f.). Obtenido de ABC del comercio: <https://www.legiscomex.com/Documentos/ABCCOMERCIO-INTEGRACION-ETAPAS>

*eumed.net*. (s.f.). Obtenido de Tesis doctorales: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/jhck/MARCO%20TEORICO.htm>

Economía, E. P. (s.f.). <http://www.puce.edu.ec>. Obtenido de Economia y Finanzas Internacionales : <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/jhck/MARCO%20TEORICO.htm>

USAID. (s.f.). *Desarrollando el Sector de BPO&O como uno de Clase Mundial*. Obtenido de Programa MIDAS: <http://docplayer.es/19467135-Desarrollando-el-sector-de-bpo-o-como-uno-de-clase-mundial.html>

## Anexos

A continuación, se presenta las entrevistas realizadas:

1

### OPORTUNIDADES DE LOS CONTACT CENTER EN PEREIRA EN EL MARCO DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS

Instrumento de medición

- Entrevista

Nombre de la Empresa: ACCEDO

Preguntas:

1. ¿Conoce las oportunidades que ofrece el TLC con Estados Unidos para la compañía?

Si:  No:

Cuales:

---

2. ¿Ustedes como compañía le prestan servicios como Contact Center a clientes en Estados Unidos desde la ciudad de Pereira, Colombia?

Si:  No:

Porque:

---

---

3. Teniendo en cuenta que, con el TLC firmado por Colombia y Estados Unidos, regido desde el 15 de mayo de 2012 ya no es necesario estar de manera local en el otro país para la prestación de un servicio, ¿ha sido un punto a tener en cuenta por la compañía como opción para instalarse en la ciudad después de esa fecha?

Si:  No:

Porque:

---

---

4. Ligado a ese ítem que se refiere a que "ya no es necesario estar de manera presencial en ninguno de los dos países para prestar algún servicio" al país contrario relacionado en el tratado, ¿que beneficios directos o indirectos ha tenido la compañía?

- Reducción de gastos
- Acceso a más clientes sin necesidad de traslado
- \_\_\_\_\_

5. Además del anterior ítem mencionado que oportunidades o beneficios ha aprovechado la compañía con la instauración del TLC con Estados Unidos

- Incremento en los servicios
- Acceso a más tecnología
- \_\_\_\_\_

6. ¿En que aspectos se ha visto reflejado las ventajas o desventajas instauradas en el Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos en el sector de los contact center?

- a.) Lo cual debemos estar muy capacitados en el idioma inglés  
 b.) Pero se incrementan las oportunidades de ofrecer más servicios  
 c.) Conveniente para acceder a mejor capacitación con mejor TIC.

7. En relación a la anterior pregunta esto se ha dado en que proporción:

- a.) Baja: \_\_\_      Media:       Alta: \_\_\_  
 b.) Baja: \_\_\_      Media: \_\_\_      Alta:   
 c.) Baja: \_\_\_      Media:       Alta: \_\_\_

8. ¿Ha incrementado el número de clientes de este servicio en Estados Unidos con la implementación del TLC?

Si:  No: \_\_\_

**OPORTUNIDADES DE LOS CONTACT CENTER EN PEREIRA EN EL MARCO DEL TLC  
CON ESTADOS UNIDOS**

**Instrumento de medición**

- Entrevista

Nombre de la Empresa: American Assist

**Preguntas:**

1. ¿Conoce las oportunidades que ofrece el TLC con Estados Unidos para la compañía?

Si:  No:

Cuales:

---

2. ¿Ustedes como compañía le prestan servicios como Contact Center a clientes en Estados Unidos desde la ciudad de Pereira, Colombia?

Si:  No:

Porque:

---



---

3. Teniendo en cuenta que, con el TLC firmado por Colombia y Estados Unidos, regido desde el 15 de mayo de 2012 ya no es necesario estar de manera local en el otro país para la prestación de un servicio, ¿ha sido un punto a tener en cuenta por la compañía como opción para instalarse en la ciudad después de esa fecha?

Si:  No:

Porque:

---



---

4. Ligado a ese ítem que se refiere a que "ya no es necesario estar de manera presencial en ninguno de los dos países para prestar algún servicio" al país contrario relacionado en el tratado, ¿que beneficios directos o indirectos ha tenido la compañía?

- Economía en relación a reducción de costos de traslado.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

5. Además del anterior ítem mencionado que oportunidades o beneficios ha aprovechado la compañía con la instauración del TLC con Estados Unidos

- Reducción impuestos
- Contactos
- Capacitaciones

6. ¿En que aspectos se ha visto reflejado las ventajas o desventajas instauradas en el Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos en el sector de los contact center?

- a.) En el incremento de las oportunidades laborales
- b.) Generación de empleo.
- c.) Aumento de servicios ofrecidos en los call center

7. En relación a la anterior pregunta esto se ha dado en que proporción:

- a.) Baja: \_\_\_ Media: \_\_\_ Alta:
- b.) Baja: \_\_\_ Media: \_\_\_ Alta:
- c.) Baja: \_\_\_ Media:  Alta: \_\_\_

8. ¿Ha incrementado el numero de clientes de este servicio en Estados Unidos con la implementación del TLC?

Si:  No: \_\_\_

9. ¿La compañía goza de beneficios aduaneros o tributarios por estar ubicados en zona franca como por ejemplo exención del IVA, impuesto de renta, impuesto predial, impuesto industria y comercio?

Si:  No: \_\_\_