

# ACTIVIDADES DE CENTROS DE LLAMADAS Y BPO



## **ALCALDÍA DE MEDELLÍN**

Daniel Quintero Calle  
Alcalde de Medellín

Alejandro Arias García  
Secretario de Desarrollo Económico

Mauricio Valencia Escobar  
Subsecretario de Creación y Fortalecimiento Empresarial

Sandra Inés Monsalve Muñoz  
Líder de Programa Unidad de Ciencia Tecnología e Innovación

María Elena Villa Brand  
Supervisor

Ana Cecilia Suárez Pérez  
Apoyo Técnico

## **CREAME INCUBADORA DE EMPRESAS**

Juan Manuel Higuera Palacio  
Director Ejecutivo

Lucero Andrea Marín Montoya  
Gerente Plataforma Empresarial

Elisa Ma. Bustamante Sánchez  
Líder Aceleración Especializada

Karina Velásquez Gómez  
Coordinadora Técnica Aceleración Empresarial

William Germán Zapata Sánchez  
Autor

Rubén Darío Gutiérrez Arango  
Edición y actualización 2021

## CONTENIDO

Lista de Tablas.....	3
Lista de Figuras.....	4
1. Antecedentes de los centros de llamadas en el Mundo .....	5
1.1. Origen y evolución de los centros de llamadas .....	5
1.2. Outsourcing de Procesos de Negocio (BPO) .....	7
1.2.1. ¿Qué es el sector BPO?.....	7
1.2.2. Evolución del sector BPO .....	8
1.2.3. Modalidades bajo las que puede operar un Call Center o centro de llamadas 10	
1.2.4. Áreas de una empresa que pueden pasar a BPO.....	11
1.2.5. Áreas de la empresa que no deben pasar al Business Process Outsourcing 11	
2. Descripción de la actividad de centros de llamadas .....	13
3. Comercio mundial de actividades de centros de llamadas y BPO.....	14
3.1. Exportaciones.....	14
3.2. Importaciones .....	15
4. Situación actual de las actividades de centros de llamadas en Colombia .....	17
4.1. Efectos de la pandemia en el sector call center y BPO .....	18
4.2. Exportaciones colombianas de servicios profesionales y de consultoría.....	18
4.3. Importaciones colombianas de servicios profesionales y de consultoría.....	19
5. Principales empresas nacionales y regionales dedicadas a Actividades de centros de llamadas (Call center) y BPO.....	21
6. Aproximación al tamaño de mercado para las empresas de Call center y BPO en Colombia .....	25
7. Reglamentaciones que aplican al sector de los centros de llamadas en Colombia ...	28
8. Instituciones colombianas relacionadas con el sector de los centros de llamadas en Colombia .....	29
9. Matriz FODA centros de llamadas Colombia .....	30
9.1. Fortalezas.....	30
9.2. Oportunidades .....	31
9.3. Debilidades.....	32
9.4. Amenazas .....	32
10. Oportunidades y desafíos en la “nueva normalidad” .....	34

10.1.	Aumentaron los Ingresos de Servicios de Call Center durante 2020 .....	34
10.2.	Se crearon nuevos empleos en el sector durante 2020.....	35
10.3.	Las exportaciones de servicios de Call center van en aumento .....	35
10.4.	Perspectivas para el sector durante 2021 .....	36
8.4.1.	Las empresas de BPO esperan crear nuevos empleos.....	36
8.4.2.	La venta exterior de servicios en conocimientos impulsará la reactivación .....	37
8.4.3.	El índice de confianza continúa en aumento .....	37
8.4.4.	Las zonas francas dinamizarán el sector .....	38
10.5.	Perspectivas y tendencias globales para 2021 .....	38
10.5.1.	Índice de recuperación económica.....	39
11.	Ferias y eventos relacionadas con el sector de las comunicaciones .....	41
11.1.	Nacionales .....	41
11.2.	Internacionales.....	42
	Conclusiones y recomendaciones.....	43
	Bibliografía.....	46

## Lista de Tablas

Tabla 1. Principales países exportadores a nivel mundial de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020..... 14

Tabla 2. Principales países exportadores a nivel América Latina y el Caribe (ALyC) de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020 .....

Tabla 3. Principales países importadores a nivel mundial de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020..... 15

Tabla 4. Principales países importadores a nivel América Latina y el Caribe (ALyC) de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020 .....

Tabla 5. Empresas con activos superiores a COP 400 millones dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) (código CIIU 8220), en Colombia, 2020 .....

Tabla 6. Principales empresas (por ingresos operativos) dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Colombia, 2020 .....

Tabla 7. Empresas dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia con su ubicación y número de trabajadores, 2020 .....	22
Tabla 8. Principales MiPymes por ingresos operativos (en COP millones) dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia, 2020 .....	23
Tabla 9. Promedio de empleados e ingresos operacionales de las MiPymes dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia, 2020 .....	23
Tabla 10. Número de empresas por sectores económicos y tamaños de empresa en Colombia, 2018.....	26

## Lista de Figuras

Figura 1. Funcionamiento sectorial del sector de call center y BPO.....	8
Figura 2. Tamaño de mercado de BPO de atención al cliente con proyección hasta 2027 (en USD miles de millones).....	9
Figura 3. Algunas cifras del sector BPO en Colombia, 2020 .....	17
Figura 4. Exportación de Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones) y su variación (%) en Colombia, 2016-2020.....	19
Figura 5. Importaciones de Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones) y su variación (%) en Colombia, 2016-2020.....	20
Figura 6. Índice de ingresos de servicios de call center en Colombia .....	34
Figura 7. Índice de personal ocupado en call center en Colombia .....	35
Figura 8. Exportaciones de servicios de call center (en USD miles) y su variación (%) Colombia, 2016-2020.....	36
Figura 9. Principales países destino de las exportaciones de los servicios de call center en Colombia, 2020.....	36
Figura 10. Índice de confianza empresarial de servicios en Colombia .....	38
Figura 11. Índice de recuperación de Euromonitor International de algunas economías latinoamericanas, marzo de 2021 .....	40

# 1. Antecedentes de los centros de llamadas en el Mundo

## 1.1. Origen y evolución de los centros de llamadas

La aparición de los Call Center o centros de llamadas se remonta al año 1960, cuando surge en Inglaterra el sistema de intercambio privado de negocios automatizado, conocido bajo las siglas PABX<sup>1</sup>, que se estrena en las industrias de suscripción y de viaje. El termino Call Center como tal no se acuña hasta el año 1980, e implica numerosos trabajadores del servicio al cliente sentados en filas, cada uno equipado con un teléfono y un guion que se utiliza para abordar situaciones comunes.

Más adelante, entre 1990 y el año 2000, con el incremento de la publicidad en la televisión y la aparición del correo electrónico e internet, las empresas trabajan para poder dar respuesta a todas las oportunidades de conectarse con los clientes que surgen con los nuevos canales digitales, lo que supone la transformación de los Call Center en los llamados Contact Center. Por último, desde 2014 se ha iniciado una etapa de lo que podría llamarse multi o pluri canalidad, donde un nuevo software puede gestionar la WEB, el correo, el teléfono, los mensajes de texto cortos, el chat en vivo, las redes sociales y otros canales para ofrecer a los agentes una única visión por cada cliente de todos los canales<sup>2</sup>. (Marketing XXI, 2014)

Históricamente, los Call Center o centros de llamadas nacieron de la oportunidad de prestar un servicio inmediato al cliente a través del teléfono. Originalmente era principalmente informativo y tenía un carácter de servicio accesorio a la oferta principal del producto. Sin embargo, su utilización se expandió considerablemente, debido principalmente a dos factores:

- Fuerte competencia, que convirtió un servicio de lujo en un canal habitual y necesario de contacto con el cliente.
- Fuerte demanda del cliente particular, que cada vez goza de menos tiempo de ocio y por tanto le da más valor a su tiempo libre.

Lo anterior, unido a una fuerte innovación tecnológica, hacía presagiar al sector un brillante porvenir, que en la realidad no ha cubierto todavía las expectativas que se habían puesto en él. Ahora bien, cabe destacar el esfuerzo que están realizando las compañías del sector por corregir y potenciar las carencias que en el día a día se están dando. Pero, la evolución continúa, y el mercado tan competitivo en el que se mueven ha enseñado a los usuarios a reclamar servicios de valor agregado y a exigir la forma en la que quieren relacionarse con

---

<sup>1</sup> PABX significa central automática privada y se refiere a una central telefónica utilizada en una empresa u oficina. No se trata de un servicio utilizado por el público en general y normalmente se la conoce como PBX, Private Branch Exchange.

<sup>2</sup> El objetivo es crear una experiencia de cliente que integre bien todos los canales y transforme el servicio, pasando de ser una lucha reactiva a una resolución proactiva de problemas al gestionar todos los canales del cliente y no contemplar las interacciones de manera aislada.

la empresa. Esto ha obligado a los centros de llamadas tradicionales a convertirse en lo que el mercado ha dado en llamar, los contact center<sup>3</sup>, donde se integran diversos canales de interacción con la empresa como teléfono, e-mail, mensajes de texto cortos, con la misma sencillez y eficacia que proporciona una solución de centro de atención telefónica y ofreciendo a los clientes un único punto de contacto para resolver sus necesidades. (Marketing XXI, 2014)

A este hecho se ha unido que la consolidación de internet, y por tanto del comercio electrónico, ha originado la aparición de los centros de llamadas virtuales, que permiten a los internautas, a través de un clic, entablar una conversación cara a cara con la persona que se encuentra en el centro de atención telefónica. Con este tipo de centro de llamadas se superan dos obstáculos: el temor de los internautas que todavía se resiste a comprar a través de internet y la deshumanización, es decir, la falta del cara a cara, el no poder ver los gestos y la mirada de la otra persona.<sup>4</sup> De momento, el centro de llamadas virtual se va implantando lentamente, pero existe otra fórmula más arraigada que es la voz sobre internet protocolo (IP) que permite al internauta, a través de un clic, ponerse en contacto telefónico con el operador que le va a resolver todas sus dudas, con el consiguiente ahorro telefónico. Gracias a todos estos avances tecnológicos, el centro de llamadas ha dejado de ser un simple gestor de llamadas para poder convertirse en un estratégico elemento del sistema CRM (Customer Relationship Management) de las empresas. (Marketing XXI, 2014)

---

<sup>3</sup> La diferencia entre centro de llamadas y Contact Center se basa en los canales de entrada y salida a la hora de recibir o emitir información a los contactos o usuarios que demandan el servicio. El centro de llamadas es un centro de llamadas telefónicas. Un sistema de administración y gestión que se realiza a través de un solo canal, el telefónico, y cuya principal actividad es la recepción o emisión de información, la cual se realiza de manera rápida y concisa con una atención exclusiva entre el usuario/ciudadano y teleoperador. En cambio, un Contact Center es un concepto mucho más amplio, puesto que maneja más canales para la recepción/emisión de la información. Así pues, utiliza llamadas telefónicas, correos electrónicos, fax, y comunicaciones online, incluyendo la mensajería instantánea a través de las redes sociales. A todo este centro de recepción o emisión de información también se denomina Comunicaciones Unificadas. En este sentido, la mayoría de las empresas, más que un centro de llamadas o Call Center, lo que requieren es de un centro de administración de las relaciones con sus clientes. Es decir, un Contact Center interactivo, que les permita integrar las diferentes áreas de negocio de su empresa para recibir y emitir información a todos sus clientes, con el fin de poder categorizar, ubicar, convencer, investigar, retener, vender y fidelizar a los clientes.

<sup>4</sup> En la actualidad, los servicios, aunque representan más del 60 por ciento de la producción y el empleo mundiales, no suponen más del 20 por ciento del comercio total (según los datos de la balanza de pagos). Sin embargo, no debemos subestimar este porcentaje - aparentemente pequeño. Muchos servicios, que desde hace tiempo han sido considerados como actividades genuinamente nacionales, han ido adquiriendo cada vez más movilidad internacional. Es probable que esta tendencia se mantenga, debido a la introducción de nuevas tecnologías de transmisión (por ejemplo, las operaciones bancarias electrónicas y los servicios de teleanidad o de teleeducación), la supresión en muchos países de monopolios existentes desde hacía mucho tiempo (por ejemplo, en las esferas de la telefonía vocal y los servicios postales), y las reformas normativas en sectores sometidos hasta ahora a una estricta reglamentación, como el de los transportes. (Organización Mundial del Comercio, 2017)

## 1.2. Outsourcing<sup>5</sup> de Procesos de Negocio (BPO)

### 1.2.1. ¿Qué es el sector BPO?

Business Process Outsourcing (BPO), el sector de tercerización de procesos de negocio se entiende como la delegación de uno o más procesos de negocio, intensivos en el uso de tecnologías de la Información, a un proveedor externo, quien a su vez posee, administra y gerencia los procesos seleccionados, basado en métricas definidas y medibles. Se divide en:

- Front office. Comprende actividades de servicios al cliente, venta, soporte técnico, recobro, cobranza, retención, mesa de ayuda, encuestas de satisfacción entre otros.
- Back office. Comprende actividades de gestión de recursos humanos (nomina, selección de personal), facturación, cartera, finanzas, contabilidad, gestión de compras, logística, analítica de negocio, análisis de información y CRM.

El BPO se divide en la atención por voz y no voz En la primera línea, entran los contact centers que atienden servicios de atención al cliente, asistencia técnica en línea, asesorías, entre otros En segunda línea, la tercerización de no voz atiende necesidades de contabilidad, backoffice en las empresas y otras actividades administrativas. Los ingresos por concepto de servicios call center siguen en un aumento y Colombia ha logrado posicionarse en el top de los 3 países más atractivos del sector; lo siguiente muestra los representativo del sector a nivel mundial y el papel de Colombia en él:

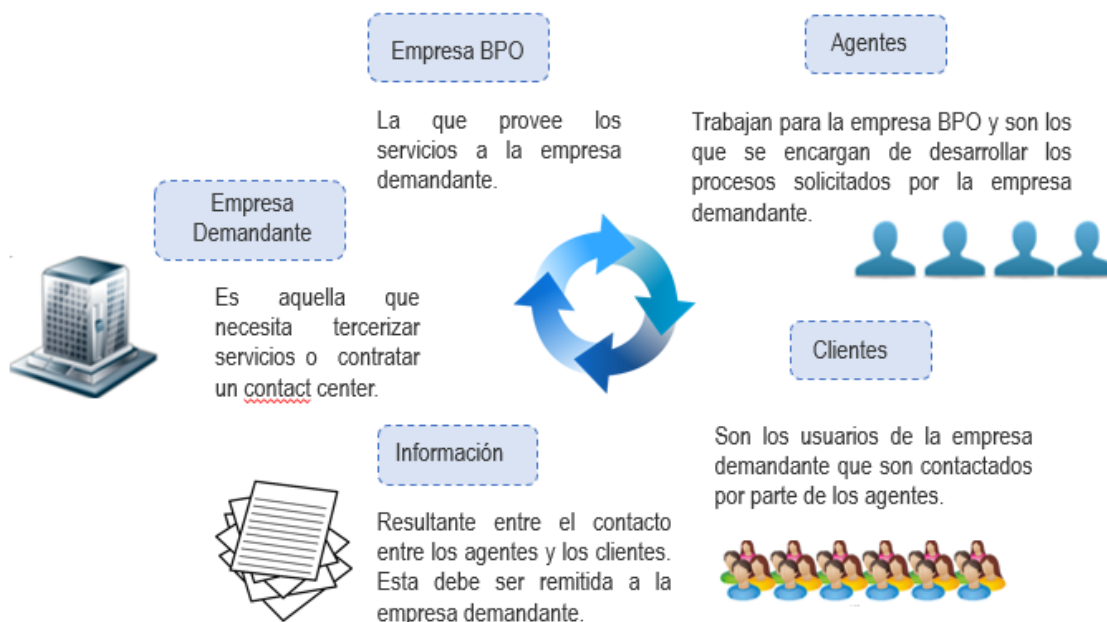
- Colombia es el tercer país de América Latina y el Caribe que cuenta con mayor participación en el mercado de contact center con el 13,1%.
- A nivel mundial es una industria valorada en USD 550.000 millones.
- Las actividades con mayor demanda de servicios son telecomunicaciones, salud, financiero, asegurador y sector público.

---

<sup>5</sup> Outsourcing es un término del inglés que podemos traducir al español como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción. La palabra, como tal, es un anglicismo que se compone con las voces out, que significa 'fuera', y source, que traduce 'fuente' u 'origen', es decir, fuente externa. En este sentido, el outsourcing está estrechamente relacionado con la subcontratación de servicios, pues supone la búsqueda de una fuente externa a la empresa que pueda prestar de manera eficiente determinados servicios, para que esta pueda disponer de más tiempo para centrarse en los aspectos claves de su negocio. (Significados, 2016)



Figura 1. Funcionamiento sectorial del sector de call center y BPO



Tomado de: (Sectorial, 2021)

### 1.2.2. Evolución del sector BPO

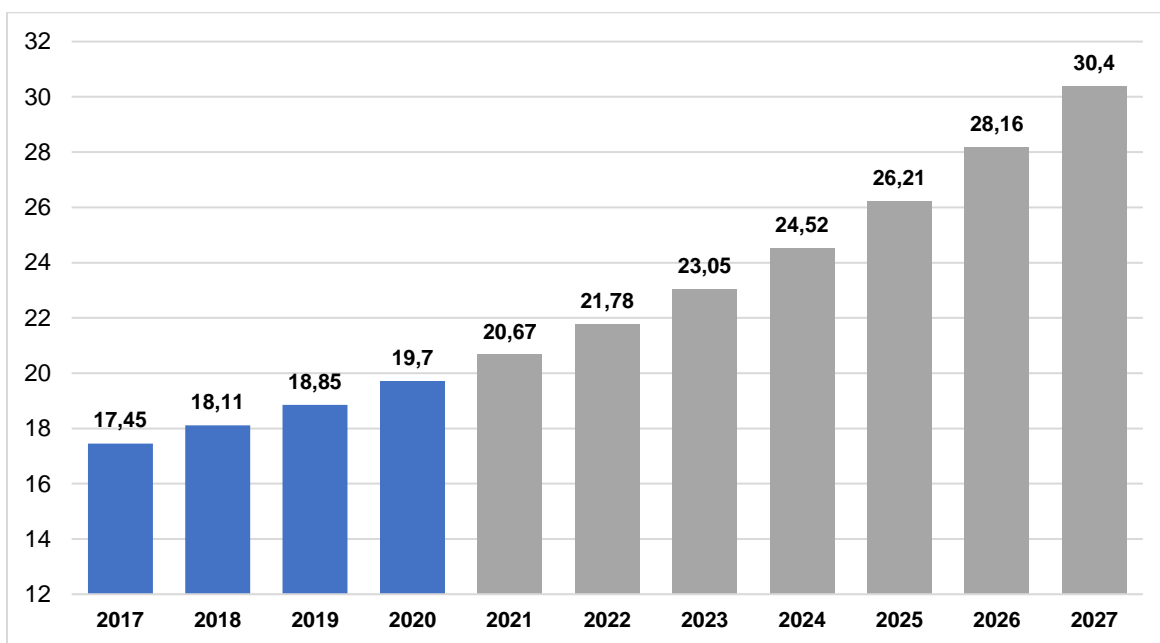
Hasta hace poco, el comercio transfronterizo de servicios atraía una atención limitada en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)<sup>6</sup>, en parte porque su importancia práctica y económica era limitada. Sin embargo, los avances tecnológicos han acelerado las posibilidades de comercio de servicios a través de las fronteras y ha llevado a un mayor comercio transfronterizo de muchos servicios. Varios servicios cuya provisión alguna vez requirió proximidad física entre el consumidor y el proveedor ahora se pueden intercambiar a través de Internet u otras redes. Esto incluye, por ejemplo, banca electrónica, servicios informáticos y de informática en línea, muchas formas de servicios profesionales y de consultoría, y ventas en línea de reservas de hotel, pasajes aéreos e incluso productos. (Intracen, s.f.)

<sup>6</sup> La creación del AGCS fue uno de los logros principales de la Ronda Uruguay, cuyos resultados entraron en vigor en enero de 1.995. El AGCS se inspiró básicamente en los mismos objetivos que su equivalente en el comercio de mercancías, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT): crear un sistema creíble y fiable de normas comerciales internacionales; garantizar un trato justo y equitativo a todos los participantes (principio de no discriminación); impulsar la actividad económica mediante consolidaciones garantizadas y fomentar el comercio y el desarrollo a través de una liberalización progresiva.

En la actualidad, muchas empresas nacionales y extranjeras pueden subcontratar en su sentido clásico<sup>7</sup> o contratar bajo la modalidad de “outsourcing”<sup>8</sup>, actividades que alguna vez realizaban internamente. La subcontratación de negocios (BPO)<sup>9</sup>, ha creado muchas oportunidades, especialmente para los países en desarrollo, y también ha abierto las puertas al comercio para las pequeñas y medianas empresas (PYME). Las actividades subcontratadas a menudo pueden estar orientadas hacia un nivel relativamente bajo en cualificación del personal que lo desempeña, pero también se subcontratan actividades cada vez más intensivas en conocimiento, como la investigación y desarrollo (I+D) y los servicios de asesoramiento financiero. (Intracen, s.f.)

Esta estadística representa el tamaño del mercado de BPO de atención al cliente para 2017 y 2018 y ofrece un pronóstico desde 2019 hasta 2027. Así, se espera que el mercado de BPO de atención al cliente para el año 2027, alcance alrededor de USD 30.400 millones, cifra que denota la importancia económica de esta actividad en el mundo.

Figura 2. Tamaño de mercado de BPO de atención al cliente con proyección hasta 2027 (en USD miles de millones)



Elaboración propia. Fuente: (Statista, 2020)

Los servicios de BPO a veces son denominados servicios de back office. Dichos servicios pueden subcontratarse a empresas nacionales y extranjeras. En la actualidad se pueden

<sup>7</sup> Aquí, la subcontratación implica que hay un contratista principal en un trabajo que asigna una parte del proyecto a un segundo contratista.

<sup>8</sup> En este caso, el outsourcing, se refiere a la transferencia de tareas de empleados dentro de una organización a un contratista externo.

<sup>9</sup> Business Process Outsourcing (BPO): es la subcontratación de funciones de procesos de negocios a proveedores de servicios, ya sean internos o externos a la compañía, usualmente en lugares de menores costos. BPO en español se traduce como subcontratación o externalización de procesos de negocios.

proporcionar de forma remota por medios electrónicos, desde lugares alejados de la oficina principal o la sede de cualquier otro consumidor final. Muchos países en desarrollo han logrado obtener contratos BPO en los últimos años. Los servicios de BPO pueden incluir soporte al cliente o soporte de ventas y marketing (por ejemplo, a través de centros de llamadas) para seguros, aerolíneas y muchas otras actividades productivas (servicios). También puede incluir contabilidad o gestión de nóminas, cobro de facturas y transcripción de registros, por nombrar algunos ejemplos. (Intracen, s.f.)

Los servicios de BPO requieren frecuentemente de aptitudes lingüísticas (segundo idioma) y de un cierto grado de capacitación y habilidades comunicacionales, pero sin llegar necesariamente a niveles muy sofisticados, y pueden ofrecer muchas ventajas a las empresas que utilizan estos servicios de outsourcing, tales como menores costos y servicio las 24 horas del día<sup>10</sup>. (Intracen, s.f.)

### ***1.2.3. Modalidades bajo las que puede operar un Call Center o centro de llamadas***

- a. In-House:** Significa construir un call center internamente, con inversiones propias, personal de su nómina y, aprender sobre la marcha la ciencia de dirigir un centro de contactos.
- b. Insourcing:** Significa que la empresa interesada en montar su call center, realiza todas las inversiones, ofrece el espacio, se ocupa de pagar todos los servicios públicos y todos los gastos varios que se deriven de la operación; por otro lado, el proveedor o empresa prestadora del servicio, provee el personal y administra el call center.
- c. Outsourcing**<sup>11</sup>: Esta es la forma más flexible y dinámica de contratar un call center, la inversión total y el riesgo de obsolescencia tecnológico corre por cuenta del proveedor de call center, así como la selección, contratación y entrenamiento continuo de todo el personal que labora en la operación; la dirección y responsabilidad de toda la gestión, junto a los niveles de servicio son también responsabilidad del outsourcer, de tal manera que el cliente puede concentrarse, e invertir recursos, en su verdadero negocio. (El Tiempo, 2001)

Las dos modalidades iniciales vienen decreciendo en su utilización al menos para empresas de gran formato, donde el outsourcing es la modalidad cuyo funcionamiento es el que más

---

<sup>10</sup> El rápido crecimiento de las oportunidades en la externalización de BPO también ha inspirado a las empresas extranjeras, incluidos los países desarrollados y en desarrollo, a establecer una base de operaciones en los países clientes. De esta manera, también pueden aprovechar los contratos adjudicados a nivel nacional.

<sup>11</sup> Esta es la forma más flexible y dinámica de contratar un call center, la inversión total y el riesgo de obsolescencia tecnológico corre por cuenta del proveedor de call center, así como la selección, contratación y entrenamiento continuo de todo el personal que labora en la operación; la dirección y responsabilidad de toda la gestión, junto a los niveles de servicio son también responsabilidad del outsourcer (prestador del servicio).

se ajusta a la idea de que la empresa debe centrar su atención y sus recursos en lo que mejor sabe hacer, que es producir.

#### **1.2.4. Áreas de una empresa que pueden pasar a BPO**

En lo que se ha convertido una tendencia de crecimiento, muchas organizaciones están tomando la decisión estratégica de poner parte de sus funciones en las manos de especialistas, permitiéndoles así concentrarse en lo que mejor saben hacer: maximizar el rendimiento de su inversión, minimizando los costos. El proceso de Outsourcing no sólo se aplica a los sistemas de producción, sino que abarca la mayoría de las áreas de la empresa. A continuación, se muestran los tipos más comunes.

- Outsourcing de los sistemas financieros
- Outsourcing de los sistemas contables.
- Outsourcing las actividades de mercadotecnia.
- Outsourcing en el área de recursos humanos.
- Outsourcing de los sistemas administrativos.
- Outsourcing de actividades secundarias.
- Outsourcing en el sistema de transporte.
- Outsourcing en las actividades del departamento de ventas y distribución.
- Outsourcing en el área de seguridad industrial.
- Outsourcing en el servicio telefónico.
- Outsourcing de la producción
- Outsourcing del sistema de transporte
- Outsourcing de las actividades del departamento de ventas y distribución.
- Outsourcing del proceso de abastecimiento (Evaluando el Ssoftware, 2019)

#### **1.2.5. Áreas de la empresa que no deben pasar al Business Process Outsourcing**

Por su importancia estratégica y su carácter de confidencialidad de la información que manejan al interior de una organización, las actividades que no se deben subcontratar están:

- La administración de la planeación estratégica
- La tesorería
- El control de proveedores
- Administración de calidad

- Servicio al cliente
- Distribución y ventas

## 2. Descripción de la actividad de centros de llamadas

Como punto de partida del presente informe, está la definición precisa de las actividades económicas que dan lugar a las actividades de centros de llamadas, y para ello es necesario recurrir a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU<sup>12</sup> que el DANE, adapta para Colombia. En la Revisión 4 AC (adaptada para Colombia), del código CIIU, aparece la siguiente definición:

### Sección N Actividades de servicios administrativos y de apoyo

La sección N comprende las actividades de servicios administrativos y de apoyo que incluyen alquiler y arrendamiento operativo, empleo, agencias de viaje y de seguridad, servicio a edificios y paisajes, oficinas administrativas y apoyo a negocios. De acuerdo con lo establecido dentro de las Cuentas Nacionales, no es fácil determinar el valor actual de estas actividades. Sin embargo, es importante tener presente que los servicios de apoyo son necesarios en todas las actividades productivas que emprenden los diferentes sectores de la economía, razón por la cual son elemento fundamental para todos los sectores productivos. (DANE, 2012)

**La clase 7499**, «Otras actividades empresariales n.c.p.», que vienen de la anterior versión del código CIIU (Rev. 3.1 Adaptada para Colombia), presenta una desagregación en la CIIU Rev. 4 A.C., donde se definen categorías en el nivel de clase dentro de la división 82.

**División 82:** Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas, de la cual se desprende la clase 8220.

**Clase 8220:** Actividades de centros de llamadas (Call center)

---

<sup>12</sup> La CIIU es una clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar al elaborar estadísticas sobre ellas. Tiene por objeto satisfacer las necesidades de los que buscan datos clasificados referentes a categorías comparables internacionalmente de tipos específicos de actividades económicas. La revisión CIIU 4 adaptada para Colombia por el DANE, se escribe de manera equivalente, así: **CIIU Rev. 4 A.C.**

### 3. Comercio mundial de actividades de centros de llamadas y BPO

#### 3.1. Exportaciones

Las exportaciones mundiales de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas ascendieron a USD 497.471 millones durante 2020; en general, el valor de las exportaciones tuvo un descenso del 6,1% con respecto a lo comercializado en 2019. Estados Unidos, Reino Unido, India, Singapur, Alemania y Bélgica, figuran como los mayores exportadores mundiales de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas. Aunque es importante conocer estas dinámicas del comercio mundial, hay que tener en cuenta que este tipo de servicios es prestado mayoritariamente por las empresas multinacionales asentadas en los diferentes países donde tienen presencia, situación que no alcanza a reflejarse en el comportamiento del comercio mundial de servicios.

Tabla 1. Principales países exportadores a nivel mundial de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020

Países Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020
EE. UU.	79.198	85.553	92.576	102.022	107.912
Reino Unido	44.685	47.987	59.238	56.992	60.531
India	38.890	42.213	46.649	54.245	58.756
Singapur	25.814	31.500	38.936	43.851	42.610
Alemania	28.367	30.377	32.250	31.841	31.088
Bélgica	28.206	30.116	31.580	30.220	30.266
Francia	24.132	24.002	29.902	29.284	26.562
Canadá	12.394	13.436	13.488	13.431	14.406
Polonia	5.865	6.868	8.603	9.137	10.164
Japón	5.772	7.466	8.615	8.955	9.682
<b>Subtotal Top 10</b>	<b>293.321</b>	<b>319.519</b>	<b>361.836</b>	<b>379.979</b>	<b>391.977</b>
<b>Resto Países</b>	<b>102.851</b>	<b>123.015</b>	<b>137.731</b>	<b>149.812</b>	<b>105.494</b>
<b>Total Mundo</b>	<b>396.172</b>	<b>442.534</b>	<b>499.566</b>	<b>529.791</b>	<b>497.471</b>
<b>% Países Top 10</b>	<b>74,0%</b>	<b>72,2%</b>	<b>72,4%</b>	<b>71,7%</b>	<b>78,8%</b>

Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

Llama la atención, además de las bajas cifras registradas en el comercio externo de los países de América Latina, el hecho que después de Brasil (que aparece en el puesto 19 a nivel mundial), figure un país pequeño (en extensión y número de habitantes) como Costa Rica, superando ampliamente los datos de exportación de Colombia. En el mismo sentido extraña ver a México en posiciones secundarias detrás de países como Bolivia y Surinam. La región solo tuvo una representatividad del 1,5% en las exportaciones de este tipo de servicios a nivel mundial durante 2020.

Tabla 2. Principales países exportadores a nivel América Latina y el Caribe (ALyC) de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020

Países Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020
Brasil	3.864,5	4.153,3	4.295,7	4.385,1	3.988,5
Argentina	2.131,3	2.572,0	2.390,2	1.956,2	1.935,0
Uruguay	956,4	1.177,3	1.067,4	1.114,4	793,2
Colombia	256,0	314,9	359,8	398,3	341,3
Panamá	325,8	334,2	335,7	342,4	202,4
Guatemala	68,5	69,9	107,4	95,1	145,7
Rep. Dominicana	28,2	27,1	26,2	24,0	28,1
Ecuador	30,8	29,4	29,1	31,1	18,3
Belice	3,9	6,0	13,3	20,5	10,8
Bolivia	7,4	7,8	6,0	22,2	8,5
<b>Subtotal Top 10</b>	<b>7.673</b>	<b>8.692</b>	<b>8.631</b>	<b>8.389</b>	<b>7.472</b>
<b>Resto AL y C</b>	<b>2.644,7</b>	<b>3.403,2</b>	<b>3.619,0</b>	<b>3.856,4</b>	<b>21,1</b>
<b>Total AL y C</b>	<b>10.317,5</b>	<b>12.095,1</b>	<b>12.249,9</b>	<b>12.245,7</b>	<b>7.492,8</b>
<b>Total Mundo</b>	<b>396.172</b>	<b>442.534</b>	<b>499.566</b>	<b>529.791</b>	<b>497.471</b>
<b>AL y C vs. Mundo</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,5%</b>

Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

### 3.2. Importaciones

Comparando los orígenes y los destinos de los servicios de telecomunicaciones, no se encuentran grandes diferencias ni en países ni en cifras, hecho que refleja que una gran proporción de este tipo de servicios se presta desde el nivel local, aunque no necesariamente por empresas nacionales.

Las importaciones mundiales de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas ascendieron a USD 378.435 millones durante 2020; en general, el valor de las exportaciones tuvo un descenso del 12,9% con respecto a lo comercializado en 2019.

Tabla 3. Principales países importadores a nivel mundial de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020

Países Importadores	2016	2017	2018	2019	2020
EE. UU.	45.430	47.109	52.380	54.944	60.453
Alemania	31.434	32.859	34.223	35.519	35.774
Singapur	19.348	23.437	27.643	32.304	31.219
Bélgica	25.121	26.133	29.540	27.332	27.554
Reino Unido	17.686	19.227	24.866	26.267	26.553
Francia	21.669	21.615	25.794	25.458	23.647
Suiza	15.416	15.121	15.888	15.758	15.586
Canadá	10.646	12.481	13.621	13.538	13.642
Países Bajos	25.638	35.228	42.192	47.175	12.057
India	8.616	9.059	9.427	11.507	11.813
<b>Subtotal Top 10</b>	<b>221.004</b>	<b>242.271</b>	<b>275.576</b>	<b>289.803</b>	<b>258.297</b>
<b>Resto Países</b>	<b>112.903</b>	<b>128.591</b>	<b>142.830</b>	<b>144.454</b>	<b>120.138</b>



<b>Total Mundo</b>	<b>333.907</b>	<b>370.861</b>	<b>418.405</b>	<b>434.256</b>	<b>378.435</b>
<b>% Países Top 10</b>	<b>66,2%</b>	<b>65,3%</b>	<b>65,9%</b>	<b>66,7%</b>	<b>68,3%</b>

Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

Para el caso de América Latina, se tiene que Brasil fue el mayor importador de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas de la subregión seguida de Costa Rica, Argentina, Uruguay y Colombia. La región solo tuvo una representatividad del 1,6% en las importaciones de este tipo de servicios a nivel mundial durante 2020.

Tabla 4. Principales países importadores a nivel América Latina y el Caribe (ALyC) de servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones), 2016-2020

Importadores	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Brasil</b>	1.497,7	2.443,0	2.791,2	3.166,5	2.566,6
<b>Argentina</b>	1.081,4	1.065,8	1.127,9	995,3	1.026,5
<b>Uruguay</b>	941,0	1.001,6	1.031,1	1.007,1	923,1
<b>Rep. Dominicana</b>	292,2	205,3	785,9	799,1	509,9
<b>Colombia</b>	514,1	653,9	642,1	513,7	422,3
<b>México</b>	126,7	133,5	138,3	143,6	150,7
<b>Bolivia</b>	73,9	88,8	100,7	109,9	140,0
<b>Ecuador</b>	124,7	91,8	96,4	101,3	92,1
<b>Trinidad y Tobago</b>	44,0	45,1	41,7	38,9	73,3
<b>Jamaica</b>	72,7	72,7	72,7	72,8	72,7
<b>Subtotal Top 10</b>	<b>4.768,4</b>	<b>5.801,5</b>	<b>6.828,0</b>	<b>6.948,2</b>	<b>5.977,3</b>
<b>Resto AL y C</b>	<b>1.276,8</b>	<b>1.096,8</b>	<b>1.194,5</b>	<b>1.037,4</b>	<b>228,0</b>
<b>Total AL y C</b>	<b>6.045,2</b>	<b>6.898,4</b>	<b>8.022,5</b>	<b>7.985,6</b>	<b>6.205,3</b>
<b>Total Mundo</b>	<b>333.906,6</b>	<b>370.861,3</b>	<b>418.405,3</b>	<b>434.256,4</b>	<b>378.434,9</b>
<b>AL y C vs. Mundo</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,6%</b>

Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

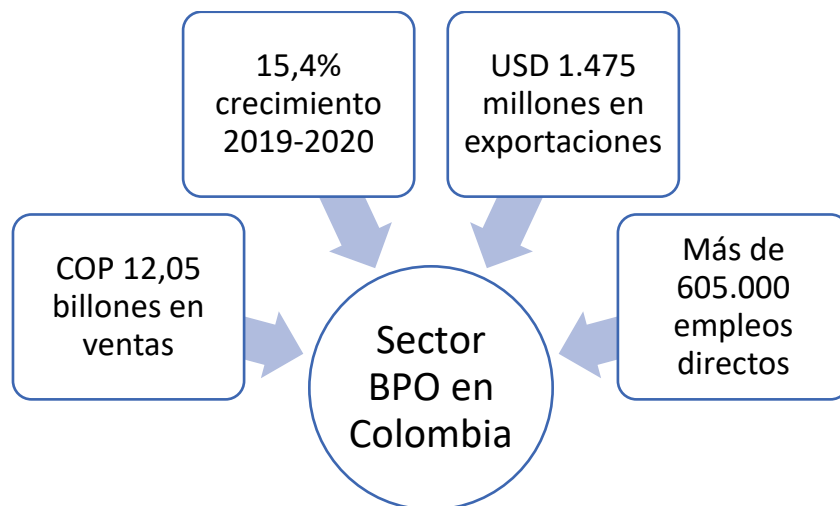
## 4. Situación actual de las actividades de centros de llamadas en Colombia

Se puede identificar que en el país dicha actividad empezó a principios de los años 90 y que hoy existen empresas especializadas en la prestación de servicios de call center bajo la figura de outsourcing. Los call center o centros de llamadas se han convertido en el ámbito mundial, en una de las herramientas más importantes para las áreas de mercadeo y servicio al cliente, de las principales empresas del mundo; los sectores que más los utilizan son el financiero, telecomunicaciones, tecnología, farmacéutico, seguros, automotriz y entidades gubernamentales. (El Tiempo, 2001)

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 estabilidad jurídica muy importante para los inversionistas y para las empresas nacionales del sector BPO que están pensando en crecer y en buscar nuevos mercados. Tiene una ubicación geográfica privilegiada y una importancia en temas de conectividad que genera confianza en términos de operaciones.

Para tener una idea de la evolución del sector en Colombia baste decir que mientras en el 2001 las ventas anuales del sector eran de COP 104.566 millones, en el 2014, estas alcanzaron la cifra de COP 2,9 billones y para 2020 esta cifra ascendió a COP 12,05 billones, con un crecimiento del 15,4% con respecto a 2019. Esta industria ha registrado, además, un crecimiento promedio anual de 30% durante los últimos quince años, una tendencia positiva que no muchas industrias se pueden dar el lujo de registrar. (Portafolio, 2016)

Figura 3. Algunas cifras del sector BPO en Colombia, 2020



Elaboración propia. Fuente: (BPrO, 2021)

Un fenómeno que se ha dado en cuanto a la localización de los centros de llamadas en Colombia es que estos pasaron de establecerse inicialmente en Bogotá, a buscar sedes en otras regiones del país. Esta tendencia, originada en la búsqueda de eficiencias por parte de una industria en crecimiento, ha tenido un efecto positivo como motor de progreso y generador de empleo en ciudades y poblaciones distintas a la capital. (Portafolio, 2016)

Referente a la demanda de servicios, el interés está enfocado en los contact center que reúnen atención y soporte, encuestas, venta telefónica, concertación de citas, entre otros. Dada la buena dinámica en Colombia, que además se han fortalecido durante la pandemia, se espera que mantenga una tasa de crecimiento acumulado de 3,8% hasta 2022

#### **4.1. Efectos de la pandemia en el sector call center y BPO**

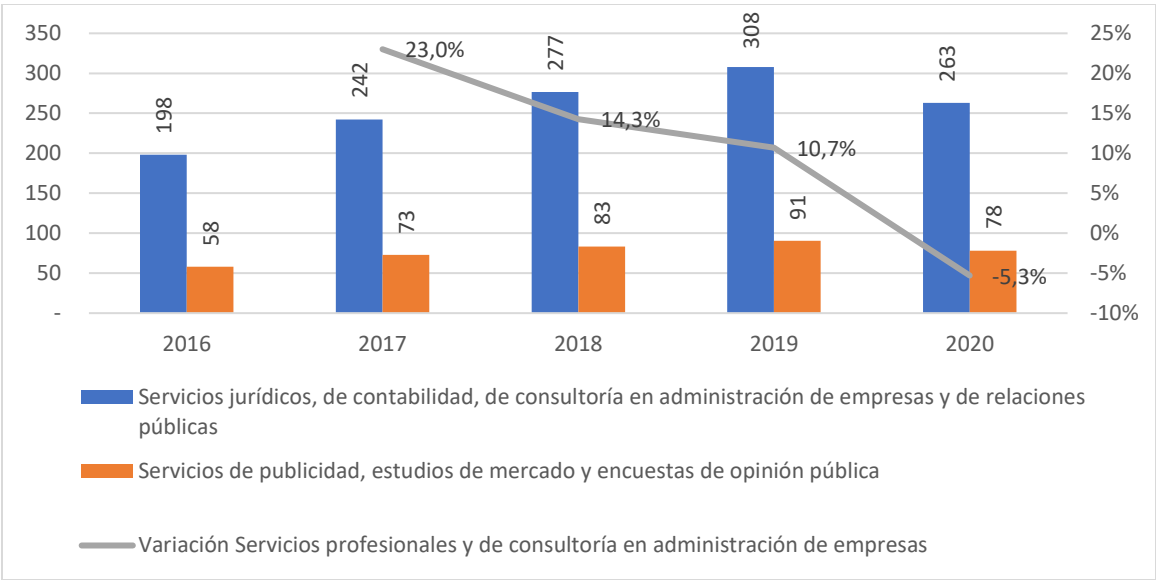
En medio de la crisis, el sector de call center y BPO sigue en aumento, con la pandemia se incrementó la demanda de servicios de BPO en el país, lo que permitió que el sector creciera alrededor de un 3% en el 2020 además también se generaron 20.000 nuevos empleos y se pudieron exportar servicios call center por más de USD 820 millones. Para 2021 se estima la generación de más de 18.000 empleos que favorecen principalmente a las personas jóvenes y a las mujeres. A continuación, algunos datos que muestran el comportamiento de este sector durante 2020:

- El sector BPO contribuye al PIB en un 2,8% participación que se fortaleció con el positivo balance de los servicios de call center en 2020 e inicio de 2021.
- En 2020 el sector logró generar 20.000 nuevos empleos, comportamiento que resulta atípico en medio de la crisis económica.
- El 80% de los colaboradores de las empresas BPO son jóvenes entre los 18 y 28 años, con una representación del 60% de las mujeres.
- En el 2020 el sector registró exportaciones por USD 829 millones, lo que representa un crecimiento de 32,6%
- Para 2021 se espera un incremento de 3% del sector, lo que significaría más de 18.000 empleados nuevos
- De las empresas del segmento de actividades administrativas de apoyo a la oficina en abril de 2021 el 86,1% estaba operando con normalidad, 9,6% con operación parcial y 4,3% con cierre temporal, con mayor afectación en los servicios de outsourcing.

#### **4.2. Exportaciones colombianas de servicios profesionales y de consultoría**

Colombia ha venido incrementando año a año sus exportaciones de servicios y entre ellos, los servicios jurídicos, de contabilidad, de consultoría en administración de empresas y de relaciones públicas (gran parte, reunidos en servicios BPO), aunque durante 2020 se presentó una disminución del 5,3% con respecto a lo exportado en 2019, efecto de la pandemia de Covid-19.

Figura 4. Exportación de Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones) y su variación (%) en Colombia, 2016-2020

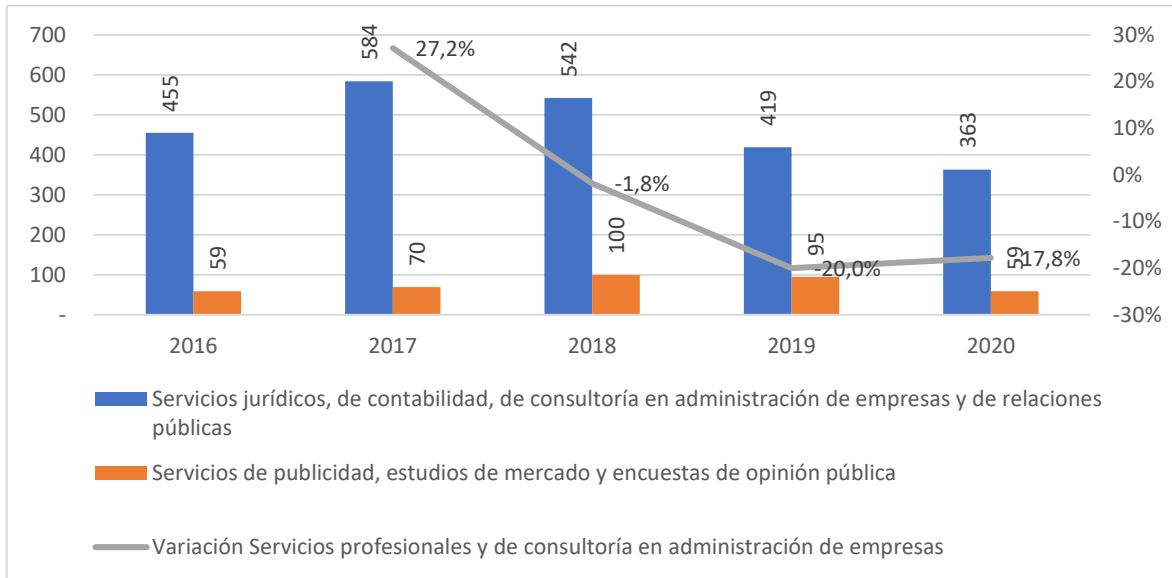


Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

### 4.3. Importaciones colombianas de servicios profesionales y de consultoría

Las importaciones colombianas de servicios profesionales y de consultoría, también han mostrado una dinámica creciente durante los últimos años que dan como resultado que el país tenga una balanza deficitaria para este tipo de servicios; aunque durante 2020 se presentó una disminución del 17,8% con respecto a lo importado en 2019, efecto de la pandemia de Covid-19.

Figura 5. Importaciones de Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas (en USD millones) y su variación (%) en Colombia, 2016-2020



Elaboración propia. Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC (International Trade Centre, ITC, 2021).

## 5. Principales empresas nacionales y regionales dedicadas a Actividades de centros de llamadas (Call center) y BPO

Según el portal especializado EMIS (EMIS, 2021), el cual brinda noticias relevantes, de investigación y de datos analíticos del mercado empresarial colombiano, reporta que en Colombia existen 198 empresas con más de COP 400 millones en activos dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) (código CIIU 8220), generando 187.701 empleos; para esta categoría de empresas, una de cada cinco empresas y uno de cada cuatro empleos generados está en el departamento de Antioquia, como puede verse en la siguiente tabla.

Tabla 5. Empresas con activos superiores a COP 400 millones dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) (código CIIU 8220), en Colombia, 2020

Departamento	Empresas	Empleos
<b>Bogotá D.C</b>	107	118.107
<b>Antioquia</b>	42	47.409
<b>Valle del Cauca</b>	18	1.608
<b>Caldas</b>	8	3.806
<b>Atlántico</b>	6	9.687
<b>Bolívar</b>	6	1.512
<b>Risaralda</b>	5	4.088
<b>Cundinamarca</b>	3	2
<b>Santander</b>	2	1.392
<b>Quindío</b>	1	90
<b>Total general</b>	<b>198</b>	<b>187.701</b>

Elaboración propia a partir de información consultada a través del portal especializado EMIS, Una compañía de ISI Emerging Markets Group Company (EMIS, 2021)

Teniendo en cuenta los anteriores parámetros, es decir empresas con más de COP 400 millones en activos, en la tabla siguiente se relacionan las principales empresas que componen el subsector industrial, actividades de telecomunicaciones inalámbricas y alámbricas para toda Colombia, con el número de empleos generados y el ingreso operativo en cada caso

Tabla 6. Principales empresas (por ingresos operativos) dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Colombia, 2020

NIT	Compañía	Ciudad	Número empleados	Total Ingreso Operativo
<b>900323853</b>	Teleperformance Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	41.664	1.620.026
<b>811008963</b>	Multienlace S.A.S.	Medellín	16.971	567.593
<b>800237456</b>	Emtelco S.A.S.	Medellín	14.474	477.395
<b>900641706</b>	SGS Colombia Holding S.A.S.	Barranquilla	5.720	468.792
<b>830065842</b>	Atento Colombia S.A.	Bogotá D.C.	6.150	299.551
<b>830037540</b>	Sitel de Colombia S.A.	Bogotá D.C.	4.645	244.782

NIT	Compañía	Ciudad	Número empleados	Total Ingreso Operativo
830126395	Americas Business Process Services S.A.	Bogotá D.C.	6.753	208.567
800211401	Outsourcing Servicios Informáticos S.A.	Bogotá D.C.	7.461	208.404
900106364	Telecenter Panamericana Ltda.	Bogotá D.C.	2.158	169.052
900801459	Experts Colombia S.A.S.	Medellín	5.174	167.021
900076998	Atento Teleservicios España S.A.	Bogotá D.C.	3.936	164.281
900038933	Digitex Internacional S.A.S.	Bogotá D.C.	4.235	156.697
830050856	Millenium BPO S.A.	Bogotá D.C.	5.035	137.554
900757756	GSG Gestión de Servicios Globales S.A.S.	Bogotá D.C.	1.878	133.184
830059718	Aecsa S.A.	Bogotá D.C.	2.822	127.307
901180732	Amazon Operation Services Colombia S.A.S.	Bogotá D.C.	3.186	123.302
900292245	Colombian Outsourcing Solutions S.A.S.	Bogotá D.C.	3.766	118.467
900532450	Atlantic International B.P.O. Colombia S.A.S.	Barranquilla	3.677	109.612

*Nota. Todas las cifras, excepto para empleados en millones COP. Fuente: EMIS, Una compañía de ISI Emerging Markets Group Company (EMIS, 2021)*

Por otro lado, según información de este mismo portal y complementada con la recopilada a través de las Cámaras de Comercio, en Antioquia se asientan 143 empresas dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) (código CIIU 8220), generando 47.947 empleos en el departamento. Con los anteriores datos puede decirse que el tamaño promedio de las empresas que se dedican a esta actividad económica en el departamento es el de una empresa grande con 335 trabajadores; casi la totalidad de las empresas están ubicadas en el Valle de Aburrá, con contadas excepciones en el Oriente, como puede observarse en la tabla a continuación.

*Tabla 7. Empresas dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia con su ubicación y número de trabajadores, 2020*

Municipio	Empresas	Trabajadores	Promedio trabajadores
Medellín	109	40.355	370
Sabaneta	11	2.628	239
Envigado	9	574	64
Itagüí	5	1.794	359
Bello	5	1.778	356
La Ceja del Tambo	1	509	509
Rionegro	1	301	301
La Estrella	1	7	7
Caldas	1	1	1
<b>Total General</b>	<b>143</b>	<b>47.947</b>	<b>335</b>

*Elaboración propia a partir de información consolidada por las Cámaras de Comercio a través de Informa Colombia (Informa Colombia, 2021) y por la consultada a través del portal especializado EMIS, (EMIS, 2021)*

Antioquia y Medellín no son ajenas a la realidad colombiana, donde subsiste la característica de un tejido empresarial integrado en su gran mayoría por MiPymes, por lo que deberá continuarse trabajando en estrategias de fortalecimiento empresarial que permitan mejorar la productividad y la apropiación de la innovación (actividades CTI) y así fomentar el desarrollo tecnológico de este tipo de empresas. A continuación, las MiPymes más representativas (por ingresos operativos) en este subsector con registro en las diferentes Cámaras de Comercio del departamento de Antioquia.

Tabla 8. Principales MiPymes por ingresos operativos (en COP millones) dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia, 2020

NIT	Razón Social	Municipio	Ingresos operativos	Empleados
9008457442	Improservicios S.A.S.	Envigado	3.361	1
9013812238	Smartalking S.A.S.	Medellín	1.584	1
9011953095	Hispacontact S.A.S.	Medellín	1.183	41
9008418854	Smilebpo Com S.A.S.	Medellín	1.043	25
9005945471	Next Dls S.A.S.	Medellín	936	2
9010399341	Jmc Enterprises S.A.S.	Medellín	812	10
9010483326	Total Contac Center S.A.S.	Medellín	811	8
9012207482	H2O Commercial Insurance Agency Corp S.A.S.	Medellín	771	24
9013473035	Soluciones Logísticas M2 S.A.S.	Medellín	735	3
9003873175	American Auto Transport S.A.S.	Medellín	695	15
9014152759	Wonder Social Marketing S.A.S.	Caldas	539	1
9013051537	Zlivio S.A.S.	Medellín	496	12
9010697264	Remote Reactivation S.A.S.	Medellín	447	1
9008917115	Reliable Enterprises Development S.A.S.	Medellín	425	21
9011573172	Grupo Internacional Bahía S.A.S.	Medellín	381	10
9012483901	United Amg S.A.S.	Medellín	329	2
9007727494	Hawkx Media Colombia S.A.S.	Itagüí	327	7

Elaboración propia a partir de información consolidada por las Cámaras de Comercio de Antioquia y consultada a través de Informa Colombia (Informa Colombia, 2021)

Realizando un análisis un poco más profundo de las anteriores MiPymes registradas en las diferentes Cámaras de Comercio del departamento de Antioquia, se pueden encontrar interesantes características que ayudan a comprender la realidad y los retos del subsector. Aquí algunos de estos datos teniendo en cuenta su clasificación según la Ley 905/2004.

Tabla 9. Promedio de empleados e ingresos operacionales de las MiPymes dedicadas a Actividades de centros de llamadas (call center) en Antioquia, 2020

Ítem / Tamaño Empresa	Micro
Total empresas	101
Promedio empleados	5
Promedio mensual de ingresos operacionales (en COP)	15.281.975



*Nota: SD, Sin Datos; información expresada en unidades, excepto ingresos expresados en COP. Elaboración propia a partir de información consolidada por las Cámaras de Comercio de Antioquia y consultada a través de Informa Colombia (Informa Colombia, 2021)*

## 6. Aproximación al tamaño de mercado para las empresas de Call center y BPO en Colombia

Como para todos los sectores de la economía, el tamaño del mercado es una variable clave para comprender el potencial de un negocio en un momento dado. Pero en sectores específicos como en los Call Center y los servicios BPO calcularlo lleva implícitas, múltiples dificultades, puesto que al ser un servicio prestado de manera despersonalizado (virtual), en cierto sentido, se puede afirmar que no hay límites geográficos para la consecución de clientes (los límites estarían asociados a las barreras idiomáticas, culturales y técnicas que puedan presentarse entre una empresa contratante de la tercerización de un servicio y la empresa que presta dicho servicio).

Por parte de quien contrata la tercerización del servicio hay criterios de decisión para la selección de la empresa que llevará a cargo su proceso interno, como la experiencia, la tecnología disponible, el tamaño, la capacidad de respuesta, el buen nombre; además de lo competitivo del valor cobrado por la empresa prestadora del servicio.

Ahora bien, cuando se habla de la prestación de un servicio de tercerización en el ámbito colombiano, este puede ser prestado por una empresa, situado en cualquiera de las principales ciudades de Colombia donde esté asentada. Uno de los factores clave para una empresa colombiana que quiere prestar sus servicios en el país, es conocer lo mejor posible, el tamaño de su mercado objetivo y este dependerá de la naturaleza y el tamaño de la empresa que quiere tercerizar un servicio en un momento determinado. Una caracterización de los clientes objetivo, en función de la capacidad de la empresa prestadora del servicio a tercerizar, será un buen punto de partida para profundizar en la caracterización del grupo potencial de empresas que pueden ser atendidas por esta.

Fuentes de información como las bases de datos empresariales que manejan las cámaras de comercio, o entes de control como las diferentes superintendencias que hay en el país constituyen un primer insumo a ser consultado por las empresas de centrales de llamadas y las prestadoras de servicios BPO.

Otra manera de aproximarse al tamaño del mercado es calcular el tamaño de la población susceptible de atender en un contexto determinado. Si se toma el número de empresas existentes en el territorio colombiano, se podría dimensionar el tamaño potencial del mercado de servicios BPO.

En Colombia existían finalizado 2018, 1.616.345 empresas, de las cuales, 6.793 eran grandes, 109 mil pymes y 1,5 millones de microempresas. La estructura y evolución del número de empresas por sectores muestra que, aunque la dinámica reciente registra un menor ritmo si se compara con el período 2011 - 2015, el número de empresas nuevas crece en actividades como energía o economía naranja. (Economía aplicada, 2019)

Tabla 10. Número de empresas por sectores económicos y tamaños de empresa en Colombia, 2018

Actividad	Descripción	Gran Empresa	Mediana Empresa	Pequeña Empresa	PYME (pequeña + mediana)	Micro-empresa	Total
A	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	343	1.341	3.261	4.602	21.038	25.983
B	Explotación de minas y canteras	249	393	953	1.346	10.011	11.606
C	Industrias manufactureras	1.072	2.499	9.926	12.425	122.111	135.608
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	119	71	177	248	2.690	3.057
E	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	70	159	490	649	6.490	7.209
F	Construcción	772	2.585	8.170	10.755	82.418	93.945
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	1.146	4.476	18.824	23.300	261.295	285.741
H	Transporte y almacenamiento	313	1.030	4.363	5.393	34.408	40.114
I	Alojamiento y servicios de comida	105	341	1.829	2.170	24.301	26.576
J	Información y Comunicaciones	165	482	2.410	2.892	44.119	47.176
K	Actividades financieras y de seguros	621	861	2.068	2.929	29.463	33.013
L	Actividades inmobiliarias	541	2.261	6.828	9.089	48.468	58.098
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	333	1.491	8.380	9.871	141.863	152.067
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	247	1.042	4.124	5.166	63.478	68.891
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	18	11	37	48	1.590	1.656
P	Educación	16	98	675	773	13.239	14.028
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	169	565	2.432	2.997	29.830	32.996
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	33	121	690	811	11.315	12.159
S	Otras actividades de servicios	130	82	507	589	13.779	14.498
T	Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	-	-	1	1	153	154
Z	Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	332	1.550	11.617	13.167	538.271	551.770
Porcentaje por tamaño de las empresas		<b>0,42%</b>	<b>1,33%</b>	<b>5,43%</b>	<b>6,76%</b>	<b>92,82%</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>6.794</b>	<b>21.459</b>	<b>87.762</b>	<b>109.221</b>	<b>1.500.330</b>	<b>1.616.345</b>

Elaboración propia. Fuente: (Economía aplicada, 2019)

Partiendo de la base que la inversión en la tercerización de los servicios de las empresas está estrechamente ligada a su tamaño y al ámbito de acción de su actividad económica (local, regional, nacional e internacional), del cuadro anterior se desprende que en Colombia para 2.018 existían unas 6.794 grandes empresas que representan el 0,42% de la base empresarial. En el mismo sentido, Colombia contaba en 2.018 con de 21.459 medianas empresas (1,33% de la base empresarial colombiana) que constituyen el segundo grupo de interés en cuanto a la posible tercerización de sus servicios. (Economía aplicada, 2019)

Un reciente estudio sobre las microempresas colombianas encontró que el 95% de ellas solo vende en su ciudad, lo que significa que independientemente de su capacidad de pagar por la tercerización de sus servicios, esta no tiene mucho sentido en cuanto a que este tipo de empresas tiene pleno contacto con sus clientes al 100%. (La República, 2018)

Un análisis similar sobre el número de empresas colombianas que exporta, revela que solo el 20% de las empresas PYME realiza ventas al exterior, hecho que fija al 80% de estas empresas al mercado interno colombiano y reduce sus necesidades de tercerizar sus servicios para atender clientes en otros países. (La República, 2018)

El hecho para destacar es que, aunque se puede delimitar en algo, el tamaño del mercado interno para la tercerización de servicios por parte de las empresas colombianas, solo a través de investigación directa (primaria) puede obtenerse una radiografía cercana a una base empresarial susceptible de estar interesada en contratar la tercerización de sus procesos.

## 7. Reglamentaciones que aplican al sector de los centros de llamadas en Colombia

Los principales estándares técnicos aplicables al sector de BPO son:

- Norma COPC-2000.
- PSIC: prácticas de clase mundial para la gestión de procesos propios de operaciones en las que se debe tener contacto con clientes.
- ISO 27001: estándar internacional certificable publicado en octubre de 2005, dedicado a la organización de la información. Es la única norma internacional auditable que define los requisitos para un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI).
- Modelos eSourcing Capability Model – eSCM: conjunto de buenas prácticas para la gestión de la externalización de servicios con uso intensivo en tecnologías de la información. El propósito es mejorar el rendimiento corporativo, valorar la capacidad organizativa y certificar las capacidades de las empresas.
- ITIL – Infrastructure Library: es un marco de referencia que describe un conjunto de buenas prácticas y recomendaciones para la administración y entrega de servicios de Tecnologías de la Información (TI), con un enfoque en la administración de procesos.

## 8. Instituciones colombianas relacionadas con el sector de los centros de llamadas en Colombia

- **BPRO, Asociación Colombiana de BPO<sup>13</sup>:** BPRO es la Asociación Colombiana de BPO (Business Process Outsourcing), es una entidad sin ánimo de lucro constituida en el 2.001, como la primera asociación que agrupa y representa las empresas de BPO y su cadena de valor en Colombia. Con más de 70 empresas asociadas, especializadas en el relacionamiento con clientes, es el referente del sector en el país. (BPRO, 2019)
- **MINTIC, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones:** El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Dentro de sus funciones está incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios. (MINTIC, 2019)

---

<sup>13</sup> Antes ACDECC, Asociación Colombiana de Contact Centers.

## 9. Matriz FODA centros de llamadas Colombia

### 9.1. Fortalezas

- Colombia cuenta con infraestructura de cinco cables submarinos y una conexión de 550 Gbps<sup>14</sup> que permiten ofrecer precios competitivos a nivel internacional. Igualmente existe la ventaja que brinda la ubicación geográfica estratégica, ya que el país se encuentra en medio de cinco zonas horarias. Los principales destinos de exportación de estos servicios en 2.015 fueron: Estados Unidos con USD 102,16 millones (34,8% de participación), España con USD 90,49 millones (30,8%), Chile con USD 29,09 millones (9,9%), Argentina con USD 24,17 millones (8,2%) y México con USD 18,27 millones (6,2%) y el resto en otros países pero en menores proporciones (10,1%). (Procolombia, 2016)
- El país posee una amplia red de universidades, las cuales se encuentran entre las mejores de América Latina, de acuerdo con el ranking QS World University 2018. Entre 2001 y 2016; según el observatorio laboral del Ministerio de Educación, 2.121.474 estudiantes se graduaron de programas relacionados con operaciones de tercerización de servicios; principalmente en los departamentos de Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca. (Invierta en Colombia, 2020)
- Los contact center o centros de llamadas en el país son protagonistas en las regiones, donde además Colombia tiene el segundo lugar en América Latina, después de México, en servicios de outsourcing. A nivel nacional, esta industria trabaja principalmente para los sectores de telecomunicaciones (52,76%), banca y servicios financieros (15%), y medios de comunicación (7,5%), atendidos por centros de contacto en los que existen múltiples canales de acceso para los clientes. (Portafolio, 2016)
- La ubicación geográfica estratégica del país y el mismo huso horario en relación con los mercados más importantes para las empresas contratantes de servicios BPO como Estados Unidos y América Latina. Colombia es el 4to mayor mercado en Latinoamérica en BPO después de Brasil, México y Costa Rica. La industria en Colombia tiene un tamaño cercano a los USD 23.000 millones y ha presentado un crecimiento promedio anual del 19% en los últimos 7 años. (Investing, s.f.)
- Solo la tercerización de procesos de negocio (BPO, por sus siglas en inglés) genera en Colombia, unos 182.084 empleos, que representan el 73,81% del total de empleos que se generan por tercerización. En total sumando BPO, tercerización de procesos de conocimiento (KPO, por sus siglas en inglés) y tercerización de tecnologías de la información (ITO, por sus siglas en inglés) esta industria aporta 246.709 puestos de trabajo. Según datos del Programa de Transformación

---

<sup>14</sup> Gigabits por segundo.

Productiva (PTP), se espera que para 2.032 se alcancen los 600.000 empleos directos. (Siicex, 2014)

## 9.2. Oportunidades

- Proyecciones mundiales revelan que el mercado mundial de centros de llamadas (call centers) que incluye centros de contacto (contact center), centros de acceso multimedia (multimedia access centers) y centros de interacción con el cliente (PBO) alcanzará un máximo de USD 481.000 millones para 2024, impulsado por la necesidad creciente de las empresas por brindar servicios cada vez más, centrados en el cliente. (Strategyr, 2019)
- Se prevé que la Ley TIC<sup>15</sup> ayude a mejorar las telecomunicaciones del país, llevando la cobertura de internet del país al 70%. Esto mejoraría la calidad del servicio y haría más grande el mercado. (Sectorial, 2019)
- El Gobierno Nacional, a través del Programa de Transformación Productiva (PTP), ha diseñado un plan de fortalecimiento de la industria con un énfasis en actividades de alto valor agregado por medio de la formación de capital humano, realización de macro - ruedas de negocios y contratación de estudios de caracterización del sector para orientar la mejor estrategia. (Invierta en Colombia, 2020)
- Colombia tiene una amplia oferta de recurso humano calificado en un negocio como los centros de llamadas, que es bastante intensivo en mano de obra, y sumado a la estandarización de procesos y el alcance de certificaciones internacionales se traduce en una ventaja competitiva para el país. La disponibilidad de elementos importantes para el desarrollo de la actividad de BPO como la cercanía cultural a importantes mercados, mano de obra calificada, actitud de servicio, acento neutro, recurso humano cada vez más bilingüe, favorabilidad legislativa, excelente infraestructura y comunicaciones de clase mundial, brindan excelentes oportunidades de expansión y consolidación de esta industria en el país.

---

<sup>15</sup> La Ley de Modernización del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), también conocida como Ley 1978 del 25 de julio. Esta norma, sancionada por el presidente Iván Duque, busca convertir la tecnología en una herramienta de equidad para cambiar vidas. El proyecto de Ley de Modernización de las TIC promovido por el Gobierno Nacional tiene como principal objetivo conectar a los 20 millones de colombianos que hoy no cuentan con Internet, garantizar fondos para la televisión y radio pública, dejar a Colombia a la vanguardia en regulación, entre otros aspectos. (KinyKe, 2019)



### 9.3. Debilidades

- El país enfrenta retos para aumentar el bilingüismo de la población para una mayor cualificación para los servicios del sector y así poder ofrecer los servicios en países de lengua diferentes al castellano.
- Desde el punto de vista tecnológico, el mercado de los call center o centros de llamadas es uno de los más dinámicos y avanzados, pero debido a sus particulares características debe saber hacer frente a numerosos retos que tiene planteados en su actividad cotidiana, factores como la falta de formación de los equipos de trabajo, la elevada rotación del personal, la compleja relación con los clientes y el la deslocalización de las empresas deben ser tenidos en cuenta para garantizar la sostenibilidad de las empresas prestadoras de este tipo de servicios.
- El desconocimiento de oportunidades y mercados son las principales barreras a la exportación de servicios desde Colombia. La dificultad en la identificación de oportunidades en el exterior constituye la principal razón para que las empresas prestadoras de servicios de BPO que están exportando no lo hagan con una mayor frecuencia y las que no lo hacen, no se lancen al ruedo. (Colombia Productiva, 2016)
- De acuerdo con la más reciente medición del índice del dominio del inglés realizada anualmente por la consultora Education First, en 2018, Colombia paso del puesto 51 al 80, ubicándose en un nivel de dominio bajo. Así mismo, el país perdió posiciones en el A.T. Kearney Global Services Location Index, indicador que mide la idoneidad de los países para recibir empresas del sector servicio, pasando del décimo lugar al décimo tercero. De acuerdo con Procolombia, una de las dificultades del sector para diversificarse es la insuficiencia de personal bilingüe capacitado. (Sectorial, 2019)

### 9.4. Amenazas

- La adecuación de oficinas y modelos de negocio a la nueva realidad para los call centers y BPO implicó cuantiosas inversiones que deberán ser capitalizadas antes de realizar otras nuevas que permitan un crecimiento tan amplio como el que tuvo el sector a raíz de la pandemia de 2020.
- En el largo plazo la inteligencia artificial puede ser una amenaza para el crecimiento del empleo en el sector, las respuestas automatizadas a través de aplicaciones u otros medios de interacción pueden hacer prescindible el talento humano para el funcionamiento del sector.

- Una posible revaluación del peso frente al dólar que haría menos competitivo al sector frente a otros países competidores que presten y exporten este tipo de servicios.
- Salida del país de las grandes empresas extranjeras hacia destinos más rentables para ellas que disminuirían significativamente el tamaño del sector en cuanto a generación de empleo y exportación de servicios BPO.

## 10. Oportunidades y desafíos en la “nueva normalidad”

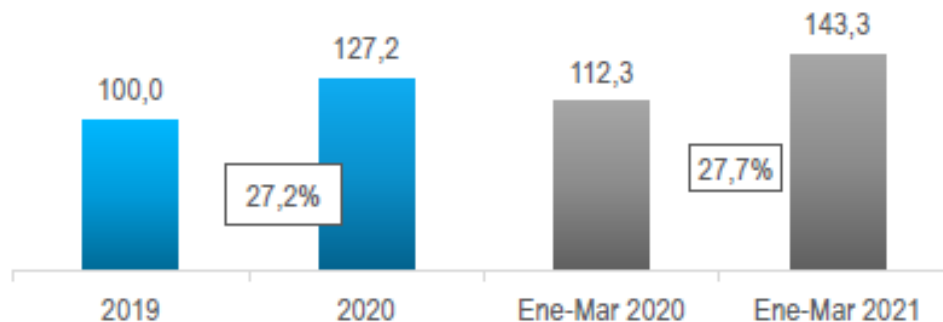
### 10.1. Aumentaron los Ingresos de Servicios de Call Center durante 2020

Con la pandemia se incrementó la demanda de servicios de BPO en el país, lo que permitió que el sector creciera alrededor de un 3% en el 2020 además también se generaron 20.000 nuevos empleos y se pudieron exportar servicios por USD 1.200 millones entre BPO y Contact Center, convirtiéndose, según información del DANE, en uno de los pocos negocios que pudo crecer en medio de la contingencia sanitaria.

Una de las claves del buen comportamiento de este sector, que le permitió facturar cerca de COP 11 billones, fue la facilidad con la que se adaptó a las restricciones impuestas por el Gobierno Nacional, el 80% de su planta laboral se adecuó rápidamente al trabajo remoto, que para finales del 2020 estaba compuesta por 605.000 empleados, de los cuales el 60% eran mujeres.

Este buen comportamiento se refleja en la evolución del índice de Servicios Prestados, que en 2020 creció 27,2% y que sigue manteniendo la positiva dinámica en los primeros meses de 2021. Ana Karina Quessep presidenta de la Asociación Colombiana de BPO (BPrO) menciona que Colombia hace parte del top 3 de países más atractivos para el sector, conformado en la actualidad por más de 75 empresas y 605.000 empleados los que lo componen. “Hoy el sector contribuye al PIB colombiano con 2,8%. Antes ni siquiera aparecíamos en el mapa. Esto tiene que ver con el buen trabajo que se está haciendo, que se refleja en la confianza de las empresas nacionales, internacionales y los clientes. Incluso, en la pandemia nos hemos mantenido conservando los empleos, capacitando al personal en temas de TIC y habilidades blandas, ampliando servicios y generando nuevas vacantes para atender la demanda internacional” apuntó la Directiva.

Figura 6. Índice de ingresos de servicios de call center en Colombia



Tomado de: (Sectorial, 2021)

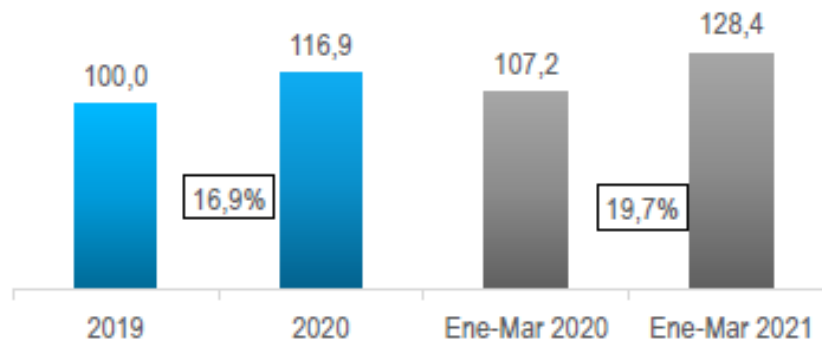
## 10.2. Se crearon nuevos empleos en el sector durante 2020

En 2020 el sector logró generar 20.000 nuevos empleos, comportamiento que resulta atípico en medio de una crisis como la actual, ya que muchos de los sectores se vieron forzados a reducir sus plantas de personal y a disminuir considerablemente sus resultados financieros.

Según la Asociación Colombiana de BPO (BPrO) alrededor del 80% de los colaboradores de las empresas son jóvenes entre los 18 y 28 años, donde las mujeres representan el 60%. El capital humano es uno de los puntos fuertes que tiene el país para atraer a empresas del sector, ya que cuenta con personal cualificado para este campo. Por esta razón, las empresas invierten cifras importantes en el crecimiento del recurso humano cuando se requieren habilidades específicas, involucrándose ya sea de forma directa o a través de instituciones. Esta gestión se ve reflejada en los resultados de crecimiento y consolidación de esta industria en medio de la crisis, con un aporte del 2,8% al PIB, y con un importante liderazgo en la región.

En 2021 la Asociación Colombiana de BPO apoyará la iniciativa del gobierno de vincular personas entre los 18 y 28 años al mercado laboral, esperando finalizar con alrededor de 20.000 personas más contratadas en el sector y un mínimo de 4.000 de ellas mujeres.

Figura 7. Índice de personal ocupado en call center en Colombia

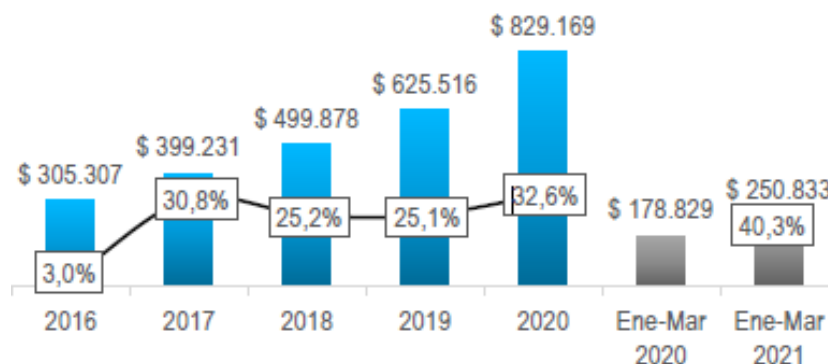


Tomado de: (Sectorial, 2021)

## 10.3. Las exportaciones de servicios de Call center van en aumento

La dinámica exportadora demuestra el interés de empresas de todo el mundo en establecerse en territorio nacional debido a las ventajas competitivas; desde ProColombia se anota que “el país ofrece disponibilidad y calidad de mano de obra en las principales ciudades, cuenta con infraestructura de cinco cables submarinos y una conexión de 550 Gbps, precios competitivos y ubicación geográfica estratégica, ya que Colombia se encuentra en medio de cinco zonas horarias, además de estabilidad jurídica”

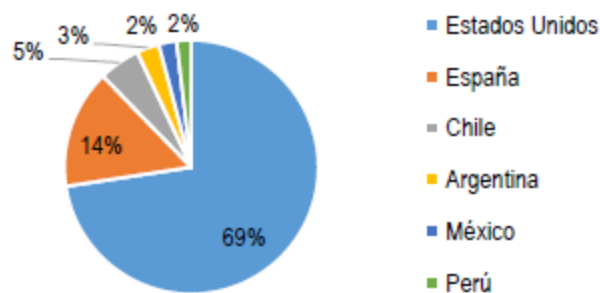
Figura 8. Exportaciones de servicios de call center (en USD miles) y su variación (%) Colombia, 2016-2020



Tomado de: (Sectorial, 2021)

Según ProColombia, durante los últimos dos años se han establecido más de 30 nuevas operaciones de firmas de externalización de procesos de negocios y contact center en el país procedentes principalmente de Estados Unidos, Canadá, Guatemala, Francia, Costa Rica, Argentina, Reino Unido, Alemania y España ubicándose en las ciudades de Bogotá, Cali, Barranquilla, Medellín y Cartagena. Además, ha aumentado el interés por las ciudades intermedias, lo que genera mejores resultados en materia de empleo, desarrollo social, calidad de vida e índices más favorables de consumo.

Figura 9. Principales países destino de las exportaciones de los servicios de call center en Colombia, 2020



Tomado de: (Sectorial, 2021)

## 10.4. Perspectivas para el sector durante 2021

### 8.4.1. Las empresas de BPO esperan crear nuevos empleos

Para el 2021 se espera crear más de 18.000 empleos nuevos y aumentar las ventas al exterior de servicios basados en conocimientos. Compañías como Unísono, Comdata Teleperformance, entre otros, esperan seguir con el impulso que les dio la pandemia en el 2020. Las expectativas siguen siendo alentadoras, pues se estima un incremento de 3% lo

que significaría más de 18.000 empleados nuevos. La situación se constata con un sondeo que realizó el diario La República con algunas de las empresas más grandes que operan en este sector en el país, que expresaron sus planes de expansión y contratación. Con un plan de inversión de aproximadamente USD 30 millones, Teleperformance logró al cierre de 2020 crecer cerca de 60 en ingresos, y para 2021 anunció la apertura de 9 000 nuevas posiciones bilingües en varias ciudades. Por su parte, Unísono, planea para 2021 ampliar su fuerza laboral en la que se incluyen por lo menos 218 nuevos puestos de trabajo para completar a final de año una planta con 1.700 colaboradores. Mientras tanto, Comdata planea hacer más de 3.000 vinculaciones durante 2021 lo que se traduciría en 300 vacantes cada mes.

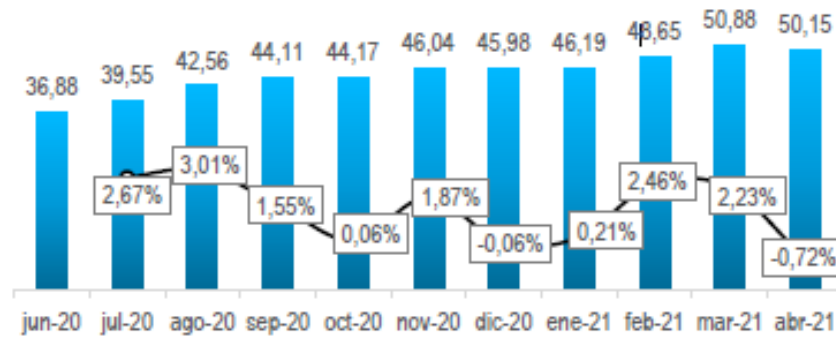
#### ***8.4.2. La venta exterior de servicios en conocimientos impulsará la reactivación***

Después de los graves efectos que dejó el año pasado la pandemia del coronavirus, ProColombia señaló que la venta al exterior de servicios basados en conocimiento puede impulsar la reactivación en 2021. De acuerdo con cifras oficiales, en 2020 el país logró vender al exterior cerca de USD 567 millones en este tipo de servicios. Entre los más demandados estuvieron los servicios de BPO de valor agregado, software, TI y apps servicios de salud, entre otros. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID): “Durante el último año de pandemia, vimos cómo los servicios fueron mucho más resilientes que los bienes en el comercio mundial y cómo aumentaron su espacio en las exportaciones mundiales. Del lado de Colombia, hay un gran interés en este sector por la creación de más puestos de trabajo, en especial en BPO, y por las apuestas de empresas extranjeras como IBM y Teleperformance”.

#### ***8.4.3. El índice de confianza continúa en aumento***

La Encuesta Pulso Empresarial publicada por el DANE muestra como desde mediados de 2020 la confianza de las empresas de servicios se viene recuperando, solo con una leve contracción en abril de 2021, debida en gran parte por las protestas sociales iniciadas al final de este mes. De las empresas del segmento actividades administrativas de apoyo a la oficina y la empresa en abril de 2021 el 86,1% estaba operando con normalidad, 9,6% con operación parcial y 4,3% con cierre temporal, con mayor afectación en los servicios de outsourcing Para el resto de 2021 se proyecta una mayor recuperación de la confianza de las empresas tercerización y un fortalecimiento del segmento de contact center que tiene positivas expectativas, especialmente si se avanza en el bilingüismo de los operadores y también en el impulso de Alianzas Publico Privadas con el Gobierno.

Figura 10. Índice de confianza empresarial de servicios en Colombia



Tomado de: (Sectorial, 2021)

#### 8.4.4. Las zonas francas dinamizarán el sector

Debido al auge que ha tenido el sector BPO durante la pandemia, el segmento tuvo el respaldo del Gobierno con la expedición del Decreto 278 de 2021 de Zonas Francas. Para el presidente del Grupo Zona Franca de Bogotá, esta normatividad facilita ampliar la asequibilidad y la posibilidad de desarrollar sus negocios desde estas áreas: “Les permite a las empresas tener una parte de sus operaciones fuera del territorio, esto pensando en cómo la pandemia cambió la forma de trabajo, el acceso a nuevas capacidades, y que puedan contratar personas que estén, incluso, en otras zonas del país”. Según su visión, el sector puede continuar aportando al empleo en la medida en que reciba apoyo para expandirse “Aquí se generan modelos de trabajo flexibles para incorporar segmentos de la población que no tienen un acceso fácil Es una oportunidad de reactivación económica”.

### 10.5. Perspectivas y tendencias globales para 2021

La consultora internacional Euromonitor en su informe trimestral de “Seguimiento a la recuperación global” (Euromonitor International, 2021) identificó que para la economía en general en marzo de 2021 han disminuido los riesgos que amenazan la recuperación económica, sin embargo, la incertidumbre sigue siendo alta. A continuación, algunos de los hallazgos más representativos en este informe:

- A partir del primer trimestre de 2021, muchas economías, especialmente en Europa, todavía están sujetas a importantes restricciones de distanciamiento social y actividad económica. No obstante, las perspectivas económicas mundiales han mejorado desde finales de 2020.
- En el último pronóstico de la consultora Euromonitor (febrero de 2021), se espera que el crecimiento del PIB real mundial en 2021 alcance el 5,3% interanual, una revisión al alza de 0,2% con respecto al pronóstico anterior de noviembre de 2020.

- Se espera que el PIB real de las economías industrializadas (avanzadas) crezca un 4,1% en términos reales en 2021. Esto refleja una ligera revisión al alza de 0,2% con respecto a la previsión anterior, y se debe principalmente al progreso de la vacunación, que se espera que conduzca a una mejora económica más sólida y que genere un repunte en la segunda mitad de 2021.
- Se espera que las campañas de vacunación en las economías en desarrollo tomen más tiempo y, por lo tanto, es probable que estas economías enfrenten oleadas locales de COVID-19 durante el año. Como tal, el crecimiento general del PIB real para 2021 en las economías en desarrollo se ha mantenido prácticamente sin cambios, en un 6,3% y se espera que la economía de China se expanda un 8,0% en 2021.
- A medida que la perspectiva económica global ha mejorado, se ha reducido la probabilidad de escenarios extremadamente pesimistas o catastróficos generados por la COVID-19. Por el contrario, en el primer trimestre de 2021 se ha proyectado un escenario optimista en el que se espera que el crecimiento del PIB real mundial esté entre el 6,3% al 7,8% en 2021. Este escenario supone tasas de vacunación suficientes para lograr la inmunidad colectiva en las economías avanzadas en el segundo trimestre de 2021, los niveles de confianza de las empresas y los consumidores a nivel mundial volverán a los promedios históricos para el segundo trimestre de 2021 y, posteriormente, una recuperación económica más rápida de lo esperado; sin embargo, la probabilidad de ocurrencia de este escenario es relativamente baja, del 7% al 12% en el primer trimestre de 2021. Siguen existiendo una serie de factores de riesgo negativos, incluida la propagación de nuevas variantes del virus, significativamente más infecciosas con efectos peores de lo esperado del virus; otros factores de riesgo son las actuales olas pandémicas en muchas economías, un despliegue de vacunas más lento de lo previsto debido a la escasez de vacunas, así como una aceptación insuficiente por parte de la población.

### **10.5.1. Índice de recuperación económica**

Esta misma Consultora en el informe citado, elaboró el “índice de recuperación”, el cual proporciona una descripción general y rápida de la actividad económica y de los consumidores, y ayuda a las empresas a predecir la recuperación de la demanda de los consumidores en 48 economías importantes, incluida la colombiana.

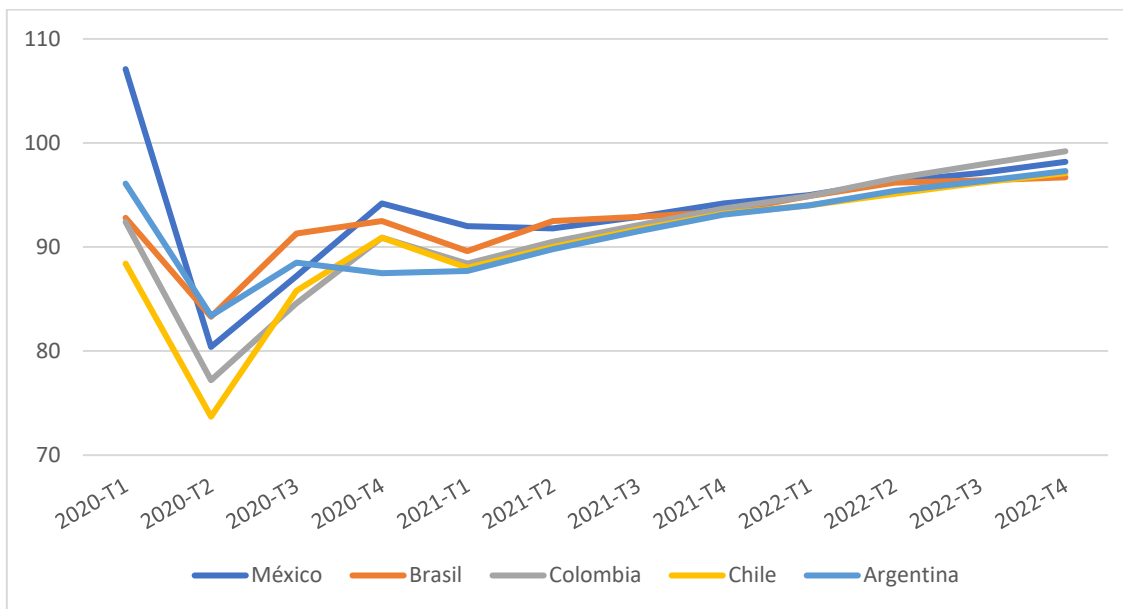
El índice toma en consideración el PIB total y los factores que determinan el gasto como el empleo, el gasto de los consumidores, las ventas minoristas y la confianza del consumidor. Los puntajes del índice miden el cambio en relación con el promedio por trimestre para 2019, antes de la pandemia por la COVID-19. Los países de Latinoamericanos que entraron dentro de esta muestra con su respectiva ubicación por desempeño en el primer trimestre de 2021 fueron: México (31), Brasil (41), Colombia (43), Chile (44) y Argentina (46).

A continuación, una figura que ilustra los pronósticos de este índice para Colombia comparado con las otras economías de América Latina y el Caribe revisadas por la



Consultora. En esta puede verse que, si bien para el caso de Colombia tuvo la segunda caída más pronunciada en su desempeño, después de Chile, los analistas internacionales pronostican que Colombia será el país que mejor recuperación tendrá para el cuarto trimestre de 2022, por encima de economías como México o Argentina.

Figura 11. Índice de recuperación de Euromonitor Internacional de algunas economías latinoamericanas, marzo de 2021



Nota: Una puntuación de 100 o más indica una recuperación total en la que la producción económica, el mercado laboral y el gasto de los consumidores vuelven o superan los niveles de 2019. Fuente: (Euromonitor International, 2021)

## 11. Ferias y eventos relacionadas con el sector de las comunicaciones

### 11.1. Nacionales

- **COSTUMER EXPERIENCE SUMMIT:** Uno de los más grandes escenarios de Costumer Experience – CX, en Latinoamérica. Un espacio para entender y analizar la evolución de los negocios y su relación con los clientes, generando disrupción desde la innovación, la transformación digital, la gestión del talento y la inteligencia artificial, para que las empresas puedan conocer, estructurar y crear una oferta de valor que se adecue a las necesidades de cada sector de la economía. Hoy conectamos los sectores para crear una experiencia exponencial y cambiar la forma de hacer negocios. (Costumer Experience Summit, 2019). La última versión de este evento se realizó de manera virtual desde la ciudad de Bogotá el 21 y 22 de octubre de 2020.
- **Andina Link:** Con una trayectoria de 25 años, es la prestigiosa Feria Internacional de telecomunicaciones y tecnologías convergentes, se ha posicionado como el lugar preferido para las negociaciones y el networking de la industria en Latinoamérica; con las más impactantes muestras comerciales de la región, es el lugar predilecto para presentar las nuevas tendencias y los últimos adelantos tecnológicos de la industria además se ha destacado por reunir las más altas esferas del sector de las tic, tomadores de decisión en el gobierno y grandes empresas. (Andina Link 2020, 2019). La última versión de esta feria se realizó del 3 al 5 de marzo de 2020 en Cartagena.
- **ANDICOM:** El enfoque central para ANDICOM 2.019, será “TURNING ON YOUR BUSINESS: THE DIGITAL TOOLBOX”, en el que se proveen espacios de comprensión y relacionamiento para que los participantes del Congreso descubran la manera de activar sus negocios a partir de las capacidades del talento, el conocimiento de nuevas tecnologías, estrategias de marketing, uso de metodologías de innovación, elementos que hacen parte de la caja de herramientas del mundo digital; todo esto, dentro del contexto de las políticas públicas del país y la Región. (ANDICOM, 2019) Su última versión se desarrolló de manera online entre el 2 y 3 de septiembre de 2020.
- **Congreso DIGITECH Bogotá:** La feria de transformación digital y automatización será el espacio idóneo para que los pequeños, medianos y grandes empresarios descubran los distintos procesos de implantación de la creciente industria 4.0, a través de espacios de conocimiento, innovación, interacción y negocios, junto a la presencia de grandes marcas relacionadas a la automatización, el digital manufacturing, el Internet de las cosas, entre otros, quienes estarán presentando

estas nuevas tecnologías que están impulsando a las industrias en términos de competitividad y nuevos modelos de negocios. (Portalferias, 2019) Su última versión se realizó entre el 19 y 20 de septiembre de 2019 en la ciudad de Bogotá (Colombia).

## 11.2. Internacionales

- **EXPOCONTACT:** Konecta celebró la décimo quinta edición de ExpoContact, congreso de referencia para el sector de BPO y Relación Cliente, con una asistencia, de más de 1.000 personas quienes participaron en las diferentes mesas y ponencias del congreso, que contó con 25 patrocinadores. Con el título “Escucha, analiza, transforma”, se trataron asuntos clave para el sector como son las necesidades de un cliente cada vez más exigente que busca la omnicanalidad y los retos tecnológicos con el foco en la Inteligencia Artificial, el Big Data o la robotización. Sobre estos temas giraron los debates y las exposiciones de los 40 oradores que pasaron por el escenario del Wanda Metropolitano. (Konecta, 2019). La última versión de este evento se realizó el 4 y 5 de junio de 2019 en Madrid (España).
- **CONTACTOFORUM:** Es el evento del sector en España que potencia las sinergias de los profesionales, ofreciendo un espacio de conocimiento que sirve para compartir experiencias. Es un encuentro profesional de trabajo, relación, gestión y negocio entre los Directivos de la Atención al Cliente y las empresas, donde tienen lugar encuentros, talleres, debates, case studies, entre otros, además de brindar espacios para el networking. En el evento, los directivos de Atención al Cliente podrán conocer lo último en tendencias, innovación y tecnología. (Contact Forum, 2019) La última versión de este evento se realizó el 28 y 29 de mayo de 2019 en Barcelona (España).
- **Congreso Internacional en Infraestructura TI - EXPODATACENTER:** Los asistentes al congreso son compradores y tomadores de decisión perfectamente enfocados que buscan avances, nuevas tecnologías y lo último en productos, así como los productos ya probados y de renombre relacionados con la industria de los datacenter, dentro de estos compradores se incluyen perfiles de profesionales como: Directores Generales; Ingenieros; Consultores; Directores de Sistemas; Consultores de Centros de Cómputo Integradores de Sistemas; Diseñadores; Instaladores; Investigadores Innovadores Tecnológicos, etc. (Expodatacenter, 2019) La última edición de este evento se llevó el 22 de mayo de 2019 en Ciudad de México.
- **EXPO LEÓN TECHNOLOGY INNOVATION MÉXICO:** reunirá a las más importantes empresas tecnológicas donde el Software, Hardware, Innovación, Robótica y Tecnología Móvil de América Latina. El mundo de los negocios está en constante evolución y adoptando rápidamente nuevas tecnologías que permiten optimizar sus procesos e incrementar las oportunidades de negocio. El Software, Hardware, la Innovación, la Robótica y la Mobile Tecnología, son las soluciones que

están impulsando a las industrias hacia un nuevo horizonte. (Expoleontimexico, 2019) La última edición de este evento se llevó a cabo del 25 al 27 de septiembre de 2019 en León, Guanajuato (México).

- **CES Las Vegas: Feria de tecnología USA:** CES 2.020 Las Vegas (International Consumer Electronics), es una feria de referencia mundial en cuanto a novedades y la mejor vitrina para la presentación de todo tipo de artículos de electrónica de consumo. En CES Las Vegas se muestran las últimas novedades e innovaciones de los principales fabricantes de tecnología a nivel mundial, de ahí que en esta feria se den cita los mejores profesionales y empresas del sector de la tecnología, siendo para ellas un evento esencial. CES 2.020 Las Vegas (International Consumer Electronics Show 2020), es una de las ferias más grande e importantes del mundo en cuanto a tecnología de consumo se refiere. (CES Las Vegas, 2019) Su próxima edición se realizará de manera virtual entre el 11 y el 14 de enero de 2021. Espera poder realizarse de manera presencial nuevamente en el mes de enero de 2022 en la ciudad de Las Vegas (Nevada, EE.UU.).
- **ITU Telecom World - Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT:** La Embajada de Hungría en Colombia le invita a participar en el ITU Telecom World 2.019 (Unión Internacional de Telecomunicaciones UIT) que se celebrará en Budapest (Hungría) del 9 al 12 de septiembre de 2.019, y reunirá a gobiernos, empresas y PYME tecnológicas para exponer soluciones innovadoras, crear redes, compartir conocimientos y debatir con los expertos.  
Organizado por el Gobierno de Hungría, el evento se centra en la innovación, la política y la estrategia para un desarrollo digital más inteligente. Estands de la industria, pabellones nacionales, pabellones temáticos y estaciones de trabajo de las pymes exponen productos innovadores, tecnologías, oportunidades de inversión y asociación de todo el mundo. En el foro, desde la IA, 5G e IoT al acceso universal, la alfabetización digital y el papel del gobierno en la transformación inteligente, los expertos ponentes abordarán las cuestiones que definen el desarrollo de la industria de las TIC e impulsan el desarrollo digital inteligente. (ITU Telecom World 2019, 2019)  
La última versión del evento de ITU Virtual Digital World 2020 se celebró en línea del 20 al 22 de octubre de 2020 y en él participaron ministros, reguladores y expertos en tecnología para mostrar el papel de las tecnologías digitales en la era COVID-19 y debatir al respecto. El ITU Virtual Digital World 2021 se celebrará en Ha Noi (Vietnam) en octubre de 2021.

## Conclusiones y recomendaciones

- La industria de Contact Center y BPO representa el 2,85% del PIB nacional. El sector mostró un aumento de los ingresos y del empleo durante los primeros cinco meses del año frente al mismo periodo de 2.018 debido al crecimiento de las

exportaciones de servicios, así como la llegada de nuevas empresas al país. Colombia tiene una ventaja frente a los países de la región gracias a la calidad de su servicio de internet y la infraestructura de telecomunicaciones. Se prevé que el sector mantenga un fuerte crecimiento, al menos por los próximos dos años. La inversión en tecnología y en enseñanza de un segundo idioma serán una prioridad para el sector. (Sectorial, 2019)

- Colombia, es un país ideal para la operación de call-centers o centros de llamadas y servicios BPO, debido a que cuenta con una infraestructura de telecomunicaciones en constante crecimiento y evolución para satisfacer los requerimientos técnicos de esta actividad, y tiene además un buen nivel académico de la población laboral activa, lo cual combinado con un aceptable manejo del idioma castellano, con acento neutro, en algunas partes del país; una creciente población bilingüe; a lo que se suma un bajo costo en su mano de obra, que claramente hace más competitivo al país frente a muchos países de la región para la instalación de este tipo de negocios.
- Proyectada para ser uno de los principales pilares en la competitividad actual de las empresas y una guía de lo que debe ser y debe hacer un Contac Center, es muy importante que estos pongan en práctica las siguientes acciones encaminadas a la satisfacción de las necesidades del cliente:
  - i. El teléfono, el e-mail y los mensajes de texto cortos, son los medios más utilizados por los clientes en sus comunicaciones con las empresas.
  - ii. Los servicios de atención al cliente exigen un horario mucho más amplio que el de la empresa.
  - iii. Es muy importante atender las llamadas de los clientes en el menor tiempo posible.
  - iv. Los clientes valoran una primera respuesta inmediata por parte de la empresa, al margen de las actuaciones futuras.
  - v. El cliente tiene una tendencia cada vez mayor, a hacer valer sus derechos como consumidor.
  - vi. Las empresas que más aumentan su rentabilidad son las que escuchan las quejas y comentarios de sus clientes e intentan resolverlas.
  - vii. La satisfacción del cliente no está en manos de un solo departamento sino de toda la organización.
  - viii. Las sensaciones que percibe el cliente al presentar su queja son las más duraderas y por las que otorga la imagen de la compañía.

- ix. Lo que de verdad diferencia a una empresa de sus competidores directos es la calidad en la atención al cliente.
  - x. Las reclamaciones son una fuente de información y fidelización de los clientes, y deben ser aprovechadas. (Marketing XXI, 2014)
- 
- El 4 de junio de 2.019, el Senado de la República aprobó con 65 votos a favor y 14 en contra, el proyecto de ley 152 de 2.018, que busca modernizar el sector TIC. Este proyecto es liderado por el Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones. Ahora la iniciativa pasará a votación en la Cámara de Representantes. Este nuevo ente regulador único e independiente tiene unos elementos de presupuesto propio, será una unidad con personería jurídica, sus actos solo serán susceptibles de control ante la jurisdicción competente. De esta manera, los esfuerzos se centrarán en cumplir lo pactado en el Plan Nacional de Desarrollo 2.018 – 2.022 ‘Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad’. En este se indica que, al finalizar el gobierno actual, el 70% de los hogares colombianos (11,8 millones de familias) deben estar conectados a Internet. (KinyKe, 2019)
  - De acuerdo con la consultora internacional Frost & Sullivan, el mercado de contact centers colombiano moverá US\$1.604 millones en 2.020, lo cual representa un crecimiento de un 30% con respecto al 2.017. Este crecimiento estará impulsado por los bajos costos que mantiene Colombia respecto a otros países y la expansión de las telecomunicaciones gracias a la recientemente promulgada, Ley TIC. Según voceros de la Asociación de la Industria Móvil de Colombia, en la última década las inversiones del sector han sido de \$48 billones y se prevé que, con la aprobación de la ley de modernización del sector de las TIC, estas aumenten en 50%. Por otra parte, de acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones, en 2.022 la cobertura de banda ancha en todo el territorio colombiano sea de 70%, lo que es una gran noticia para las empresas nacionales del sector BPO. (Sectorial, 2019)
  - Para este sector, se debe considerar que la Covid-19 está acelerando los cambios que se habían pronosticado para el sector como por ejemplo la pérdida de empleos en una industria que ya estaba automatizando el trabajo a un ritmo rápido. Compañías como IBM o Google están aprovechando las circunstancias para el desarrollo e implementación de Chatbots e Inteligencia artificial.

## Bibliografía

- ANDICOM. (2019). Recuperado el 16 de noviembre de 2019, de <https://andicom.co/>
- Andina Link 2020. (2019). Recuperado el 17 de noviembre de 2019, de <https://cartagena.andinalink.com/>
- BPRO. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.bpro.org/quienes-somos>
- BPrO. (06 de julio de 2021). *¿Qué es el sector BPO?* Obtenido de <https://www.bpro.org/ques-el-sector-bpo>
- CES Las Vegas. (2019). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://www.ces.tech/>
- Colombia Productiva. (2016). Recuperado el 17 de noviembre de 2019, de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=8aa51793-351e-49c3-973e-d5390696295f>
- ColombiaTIC. (2019). Recuperado el 25 de agosto de 2019, de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-36342.html>
- Contact Forum. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://contactforum.es/>
- Corporación Colombia Digital. (21 de febrero de 2017). Recuperado el 27 de agosto de 2019, de <https://colombiadigital.net/herramientas/nuestras-publicaciones/organizaciones-y-competitividad/item/9539-transformacion-digital-2017-decisiones-mas-inteligentes.html>
- Costumer Experience Summit. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://cxsummit.com.co/>
- DANE. (marzo de 2012). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de [https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf)
- DIGITECH. (2019). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://feriadigitech.com/>
- Economía aplicada. (27 de marzo de 2019). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <http://economiaaplicada.co/index.php/10-noticias/1493-2019-cuantas-empresas-hay-en-colombia>
- El Economista. (16 de febrero de 2017). Recuperado el 29 de agosto de 2019, de <https://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/8159933/02/17/Las-diez-predicciones-que-marcaran-el-futuro-de-la-tecnologia-medios-y-telecomunicaciones.html>
- El Heraldo. (6 de marzo de 2019). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/asociacion-colombiana-de-contact-center-cambia-su-marca-604638>

- El Tiempo. (2001). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-510930>
- EMIS. (19 de abril de 2021). *EMIS*. Obtenido de In, On, and For Emerging Markets: <https://www.emis.com/>
- Euromonitor International. (marzo de 2021). *Global Recovery Tracker Q1 2021*. Obtenido de <https://www.euromonitor.com/global-recovery-tracker-q1-2021/report>
- Evaluando el Sootware. (5 de septiembre de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.evaluandosoftware.com/bpo-que-es-business-process-outsourcing/>
- Expodatacenter. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <http://www.expodatacenter.com/index.asp>
- Expoleontimexico. (2019). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de [www.expoleontimexico.com](http://www.expoleontimexico.com)
- FORBES México. (7 de octubre de 2015). Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <https://www.forbes.com.mx/libertad-el-futuro-de-las-telecomunicaciones/>
- INFOCOMM Colombia. (2019). Recuperado el 21 de agosto de 2019, de <https://colombia.infocomm.show/expo/ficha-tecnica.html>
- Informa Colombia. (julio de 2021). Obtenido de <https://www.informacolombia.com/>
- International Trade Centre, ITC. (19 de abril de 2021). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org>
- Intracen. (2019). Recuperado el 16 de noviembre de 2019, de <http://www.intracen.org/itc/estadisticas-exportaciones-servicio-pais/>
- Intracen. (s.f.). *Service Sector: Business Process Outsourcing (BPO)*. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <http://www.intracen.org/Service-sector-Business-Process-Outsourcing-BPO2/>
- Invest in Bogotá. (27 de agosto de 2019). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/tercerizacion-de-servicios-bpo>
- Investing. (s.f.). *USD/CHF - Dólar Franco suizo*. Recuperado el 30 de agosto de 2019, de <https://es.investing.com/currencias/usd-chf-historical-data>
- Invierta en Colombia. (07 de octubre de 2020). *Outsourcing de servicios BPO*. Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios/tercerizacion-de-servicios-bpo.html>
- ITU Telecom World 2019. (2019). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://telecomworld.itu.int/2019-event/>



- KinyKe. (28 de julio de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de [https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-102644.html?\\_noredirect=1](https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-102644.html?_noredirect=1)
- Konecta. (2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.grupokonecta.com/expocontact/>
- La República. (25 de abril de 2018). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/resultados-de-la-gran-encuesta-a-las-microempresas-2018-2718177>
- La República. (4 de agosto de 2018). Recuperado el 15 de noviembre de 2019, de <https://www.larepublica.co/economia/solo-20-de-las-pyme-colombianas-exporta-segun-la-gran-encuesta-de-anif-2756440>
- La República. (12 de mayo de 2020). *Contact centers y BPO esperan llenar cerca de 15.986 puestos de trabajo durante el mes.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/contact-centers-y-bpo-esperan-llenar-cerca-de-15986-puestos-de-trabajo-durante-el-mes-3005011>
- La República. (14 de octubre de 2020). *Sector de BPO tiene expectativa de hacer negocios por US\$8.3 millones en ronda de ProColombia.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/sector-de-bpo-tiene-expectativa-de-hacer-negocios-por-us83-millones-en-ronda-de-procolombia-3073859>
- La República. (20 de mayo de 2021). *Los Call Center en el Caribe crearán más de 4.000 empleos en los próximos meses.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/el-poder-del-caribe-2021/los-call-center-en-el-caribe-crearan-mas-de-4000-empleos-en-los-proximos-meses-3172693>
- Marketing XXI. (2014). *Marketing en el siglo XXI.* Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de Los call centers: <https://www.marketing-xxi.com/los-call-centers-106.htm>
- MinTIC. (2019). Recuperado el 26 de agosto de 2019, de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-100444.html>
- MINTIC. (22 de agosto de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de [https://mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-540.html?\\_noredirect=1](https://mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-540.html?_noredirect=1)
- Organización Mundial del Comercio. (2017). *El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS): objetivos, alcance y disciplinas.* Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/gatsqa\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm)
- partesdel. (s.f.). Recuperado el 19 de agosto de 2019, de [https://www.partesdel.com/partes\\_de\\_la\\_comunicacion.html](https://www.partesdel.com/partes_de_la_comunicacion.html)
- Portafolio. (20 de junio de 2016). *La profesionalización de los contact centers.* Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <https://www.portafolio.co/evolucion-contact-centers-colombia-revista-portafolio-497791>
- Portalferias. (2019). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de [https://www.portalferias.com/digitech-bogota-2020\\_35240.htm](https://www.portalferias.com/digitech-bogota-2020_35240.htm)

- Procolombia. (2016). Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/el-bpo>
- Sectorial. (junio de 2019). Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de Consultado bajo licenciamiento de EMIS
- Sectorial. (mayo de 2021). *Informe sector contact center y BPO*. Obtenido de <https://www.sectorial.co/contact-center-y-bpo>
- Significados. (05 de mayo de 2016). *Significado de Outsourcing (Qué es, Concepto y Definición)*. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de <https://www.significados.com/outsourcing/>
- Siicex. (15 de septiembre de 2014). *Colombia ¿la próxima India de Contac Centers y BPO?* Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?\\_page\\_=726.72400&\\_portletid=\\_aim\\_wlistalerta&scriptdo=usp\\_aim\\_wlistdalerta&pc\\_alerta=19854](http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=726.72400&_portletid=_aim_wlistalerta&scriptdo=usp_aim_wlistdalerta&pc_alerta=19854)
- Soluciones TIC. (2019). Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://www.guiadesolucionestic.com/calendario-eventos-tecnologicos/1/314-feria-de-productos-y-servicios-ritel-aciem>
- Statista. (04 de noviembre de 2020). *Customer care BPO market size from 2017 to 2027*. Recuperado el 19 de noviembre de 2019, de <https://www.statista.com/statistics/1024971/customer-care-bpo-market-size-worldwide/>
- Strategyr. (mayo de 2019). Recuperado el 3 de noviembre de 2019, de <https://www.strategyr.com/MarketResearch/ViewInfoGraphNew.asp?code=MCP-1145>
- TecnoblogPH. (s.f.). Recuperado el 20 de agosto de 2019, de <http://tecnoblogph.blogspot.com/2018/02/tecnologias-de-la-comunicacion.html>
- World Economic Forum. (25 de junio de 2016). Recuperado el 19 de agosto de 2019, de <https://es.weforum.org/agenda/2016/06/cual-es-el-futuro-de-las-telecomunicaciones-en-america-latina/>



**Alcaldía de Medellín**