



Asociación Latinoamericana de
Exportadores de Servicios



“ Exportar conocimiento
es la mejor manera de posicionar
a la Argentina en el mapa de
la nueva economía ”

argencon
S
Exportamos
conocimiento
argentino.



Las ideas se exportan.
El talento se queda. argencon



www.argencon.org

Argencon Bases y Principios

Los socios Fundadores de ARGENCON, y en adelante todos quienes formen parte de ella, reconocen y valoran las siguientes bases que dan fundamento a su existencia, y los principios que la rigen en su accionar:

ARGENCON es y será una entidad de excelencia, cuyos recursos se orientarán eficientemente a promover que Argentina se convierta en un actor relevante en el concierto mundial, en materia de exportación de servicios basados en el conocimiento.

Utilizar el fruto del conocimiento para brindar servicios a otros destinos, es uno de las maneras más sofisticadas de exportaciones en el orden mundial. Por lo tanto ARGENCON impulsará los mecanismos de entrenamiento y educación que le permitan al país ocupar un espacio destacado en este proceso.

Promover la provisión de servicios del conocimiento, implica interactuar en diversos frentes, tanto comerciales, legales, fiscales y de relacionamiento. ARGENCON generará una estrategia conjunta con la academia, el empresariado, las instituciones civiles y el gobierno para posicionar a la Argentina como el principal centro global de exportación de servicios del conocimiento en Latinoamérica.

La búsqueda de consensos, la integración equipos de trabajo multidisciplinarios, y empresariales, la elaboración de metas comunes y la ejecución de esfuerzos sinérgicos, deberán estar implícitos en cada una de las acciones que la entidad promueva.

ARGENCON procurará sostener y acrecentar la capacidad creativa e intelectual de sus socios, los empleados de estas, y el propio personal de la entidad, dotándolos de los recursos, la capacitación y los insumos necesarios.

ARGENCON considera y considerará la transparencia, la ética comercial y pública, y el respeto integral a las normas y legislaciones vigentes, como uno de sus pilares y velará por su cumplimiento tanto en su propio accionar como en el de los miembros que la integren.

El empleo digno y de calidad, la remuneración apropiada, el cumplimiento de las normales laborales y fiscales, el comportamiento ético y moral, y la preservación del medio ambiente, son principios básicos que rigen y regirán el accionar de esta entidad.

En Buenos Aires, a los 24 días del mes de Mayo de 2013.



Roberto Alonso Rodríguez
Marcelo Di Biase
Roberto Wagnon
Jorge Uchaco
Santiago Perceval
Sergio Nappa
Marcelo Juárez
Javier Cascaño
Gabriel Puyol
Aurelio Gillo
Gonzalo Gervasio
Fernando Hwang

Mario Eugenio Fioravanti
Guillermo López
Guillermo Scazzano
Antonio Cornejo
Jorge Pérez Puig
Pablo Mariani
Mario Puyol
Carlos Pabelli

Sobre Argencon

Visión

Convertir a Argentina en un jugador destacado a escala mundial, de exportación de servicios del conocimiento.

Misión

Incrementar las exportaciones de servicios del conocimiento, posicionando social y políticamente el sector, mejorando el marco de condiciones de operación, y promoviendo externamente a Argentina en esta clase de servicios.

Objetivo

Realizar acciones propias, y en sinergia con otras entidades o iniciativas, destinadas a promover la actividad ; y concientizar de la importancia de este tipo de actividades para Argentina

Participantes



KPO-BPO-IT

- Arcos Dorados (Mc Donalds)
- SC Johnson
- Citibank
- Santander
- Kimberley Clark
- Toyota
- Chevron
- JP Morgan
- Oracle
- SAP
- Cargill
- Neoris
- First Data
- Ernst & Young
- Delloite
- Lenovo
- Microsoft
- Intel
- Belatrix
- Globallogyc
- Atos Origin
- CapGemini
- American Express
- Ab inbev

*1 UNCTAD 2012

*2 Conference Board de Canadá

Empresas exportadoras de servicios

Audiovisuales

- ESPN
- Direct-TV
- Turner
- MTV
- Chella Media
- Patagonic
- Artear

Ingeniería y Arq

- Techint
- Skanska
- Fluor
- Roggio

E-Commerce

- Mercado Libre
- Despegar
- OLX
- De-Remate

Otros clústeres

- Educación
- Salud
- Contenidos

*1 UNCTAD 2012
*2 Conference Board de Canadá

Consejo de Administración

Presidente



Roberto Alvarez Roldan
Accenture

Vicepresidentes



Roberto Wagmaister
Grupo ASSA



Mariano Dolhare
Hewlett Packard



Roberto Alexander
IBM



Manuel Aguirre
CH2M Hill

Tesoreros

Secretarios



Sergio Veiga
FOX



Ignacio Casas Rua
PWC



Alcides Ricardes
Zurich



Eduardo Espósito
Lend Lease



Gabriel Martino
HSBC

Vocales



Sebastian Mocerrea
IBM



Eduardo Pelaza
CH2M Hill



Jorge Martin
Accenture

Carlos Pallotti
CEO



Nuestras acciones



Crear conciencia de la importancia de la exportación de servicios de calidad para el desarrollo del país y como primera empleadora de mano de obra calificada.

Generar una estrategia conjunta con el gobierno para posicionar a Argentina en el exterior como el principal centro global de exportación de servicios de Latinoamérica.

Trabajar con el gobierno y la academia para generar políticas y marcos regulatorios de vanguardia que permitan el crecimiento de la capacidad de exportación de servicios de conocimiento desde la Argentina.



Promover la generación de recursos calificados a través de entrenamiento y educación.

Advisory Board



Mario Vazquez



Jorge Forteza



Beatriz Nofal



Marcelo Elizondo



Lisandro Bril



Alan Cluterbuk



Santiago Lacase



Ignacio Peña

- Fiscales y Financieros
- Recursos Humanos
- Responsables Operativos
- Estudios Económicos
- Posicionamiento estratégico

Estudio sobre Exportación de Servicios Basados en el Conocimiento (SBC)

argencon

Terminología

- SBC** Servicios Basados en el Conocimiento.
- KIS** Knowledge Intensive Services
- BPO** Business Process Outsourcing
- ITO** Information Technology Outsourcing
- KPO** Knowledge Process Outsourcing
- ESO** Global Engineering Service Outsourcing

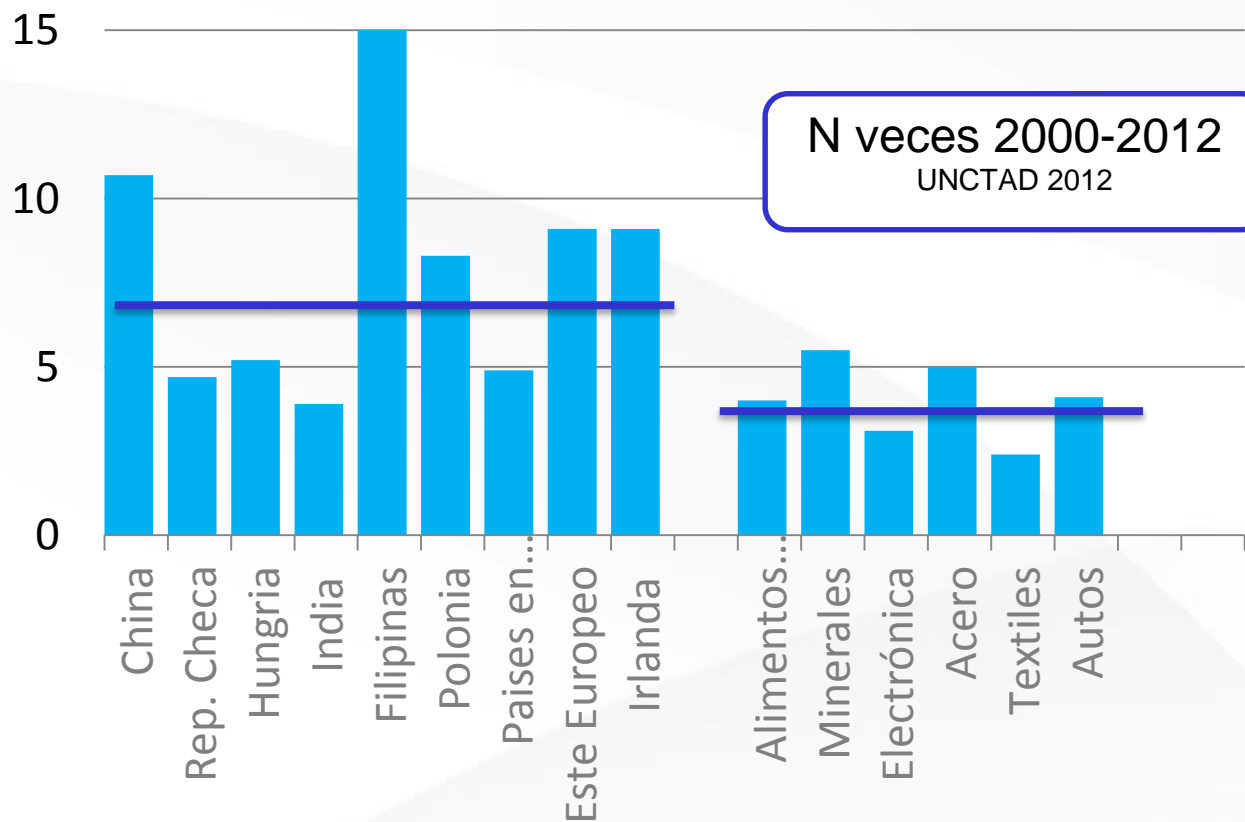
El negocio de los SBC a escala mundial

- 1,6 billones dólares ^(*1)
- 3,5 veces superior al año 2000 ^(*1)
- Superó el año pasado a alimentos, minerales, acero, textiles y confecciones, electrónicos o autos. ^(*1)
- Los países en desarrollo (PED) exportaron 2012 más de 480 mil millones de dólares, cinco veces con relación al 2000. ^(*1)
- SBC hoy representan alrededor del 25% del PBI en EEUU, Gran Bretaña, Holanda, Australia, Irlanda y Suiza. ^(*2)
- Al fenómeno de tercerización (outsourcing) se suma el de la “offshorización”
- Según una encuesta realizada por KPMG (2013), 4 de cada 10 grandes empresas planea expandir sus actividades de outsourcing en el próximo año.

*1 UNCTAD 2012

*2 Conference Board de Canadá

El negocio de los SBC a escala mundial



Estudio Exportaciones SBC - 1era Etapa

Actividades mas reconocidas de SBC

Servicios Empresariales	Servicios de Salud	Industrias Creativas	Informática	Otros servicios
Contabilidad, impuestos y finanzas	Turismo médico	Industrias audiovisuales (cine y TV)	Desarrollo de Software	Educación
Desarrollo de procesos y <i>Management</i>	Ensayos Clínicos	Publicidad	Consultoría y servicios informáticos	I+D / Biotecnología
RRHH	Telemedicina	Industrias de contenidos	Gestión, integración y mantenimiento de aplicaciones	Ingeniería y construcción
Otros servicios de <i>back office</i> (compras, etc.)	Telediagnóstico	Arquitectura	Infraestructura y redes	<i>Knowledge Process Outsourcing</i> (investigación de mercado y financiera, servicios legales, etc.)
<i>Call Centres, Help Desks, Contact Centres, Customer Relations Management</i>	Interpretación de análisis y prácticas médicas	Diseño	Videojuegos, animación y simulación	Servicios financieros

¿Por qué desarrollar los SBC?

➤ Son fuertes generadores de empleo

McKinsey Global Institute (2009) sugiere que el potencial de adopción del offshoring es de 160 millones de puestos de trabajo en todo el mundo.

➤ Crean empleo calificado y pagan mejores salarios que el promedio de la economía

Los trabajadores del sector de servicios profesionales transables en los EEUU ganan en promedio salarios entre 30 y 50% mayores a los de sus pares en la industria

➤ Son importantes aportantes de divisas.

Reino Unido e India son generadoras del 44 y 37% de las divisas respectivamente, mientras que en EEUU llegan al 24%.

➤ Ofrecen oportunidades para las PYME

En UE, en 2011 la industria en su conjunto tenía poco más del 10% de todas las PyMEs, contra un 21% de los sectores de SBC (en países como Holanda, Hungría o Reino Unido estos sectores absorbían el 30% de todas las PyMEs)

¿Por qué desarrollar los SBC?

- Generan ganancias de productividad para toda la economía

Las empresas de SBC son más productivas que el promedio de la economía y que el promedio de las firmas de servicios, tal como se ve en el caso de la UE (Wymenga et al, 2012).

- Son altamente innovadoras

Dentro de las 10 ramas más high tech a nivel global, el valor agregado por las 5 de servicios representó, en 2010, el 92% del valor agregado, mientras que las industriales apenas aportaron el 8% restante (US-National Science Board, 2012)

- Crean significativos derrames en el resto de la economía

Crean eslabonamientos que impulsan la aparición de nuevas actividades subsidiarias o complementarias.

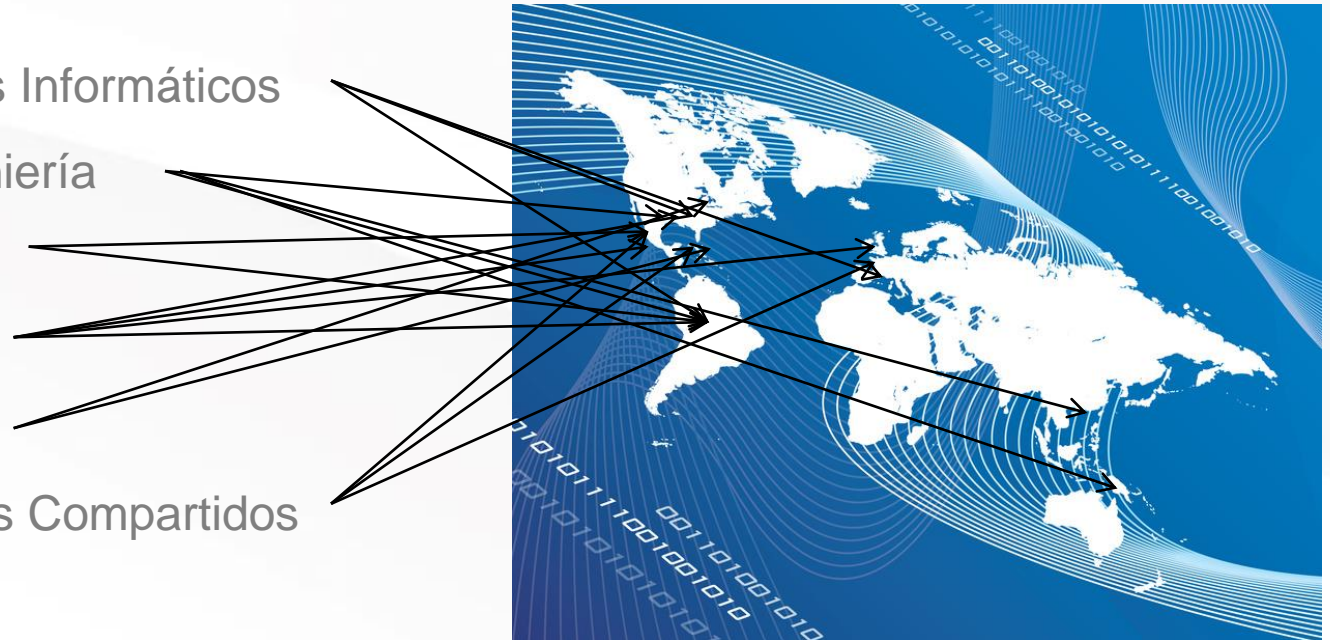
- Muchos países, tanto desarrollados como en desarrollo, han ingresado en la “carrera de los SBC”

Factores determinantes de la competitividad en SBC

- Capital Humano
- Costos
- Infraestructura
- Sistema Nacional de innovación
- Condiciones de Entorno
- Geografía y cultura
- Políticas de Promoción

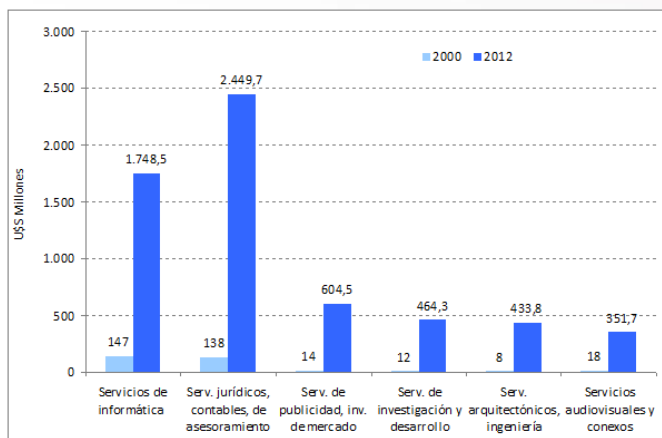
Los Clusters Identificados

- Software y Servicios Informáticos
- Arquitectura e Ingeniería
- Audiovisuales
- ITO+BPO
- KPO
- Centros de Servicios Compartidos



Los SBC en Argentina

- La Argentina exportó en el 2012 servicios SBC por 6,9 mil millones de dólares.
- En el 2000 esa cifra era de 337 millones de dólares.
- **O sea 18 veces....**



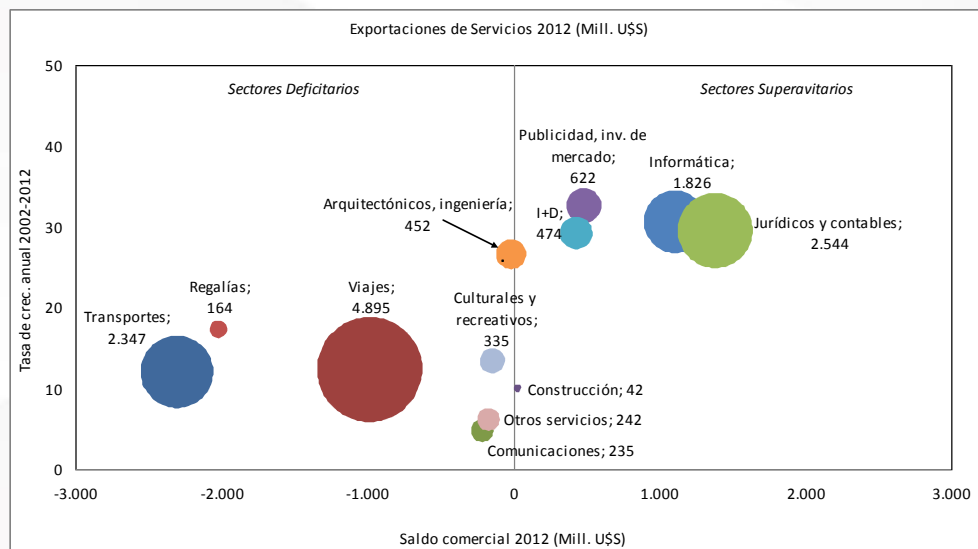
- Informática más de 12 veces
- Servicios profesionales y audiovisuales 18 veces
- Publicidad, arquitectura e ingeniería e I+D entre 40 y 50 veces.

Los SBC en Argentina

- Los SBC Empresariales, profesionales y técnicos son...
 - 102% de la exportación de autos
 - 106% exportación de Maiz
- Los SBC de publicidad e investigación de mercado son...
 - 98% de las exportaciones textiles
- Los SBC Informáticos son...
 - 124% de las partes y accesorios de automóviles
- Los SBC audiovisuales y conexos son...
 - 108% de los cortes hilton

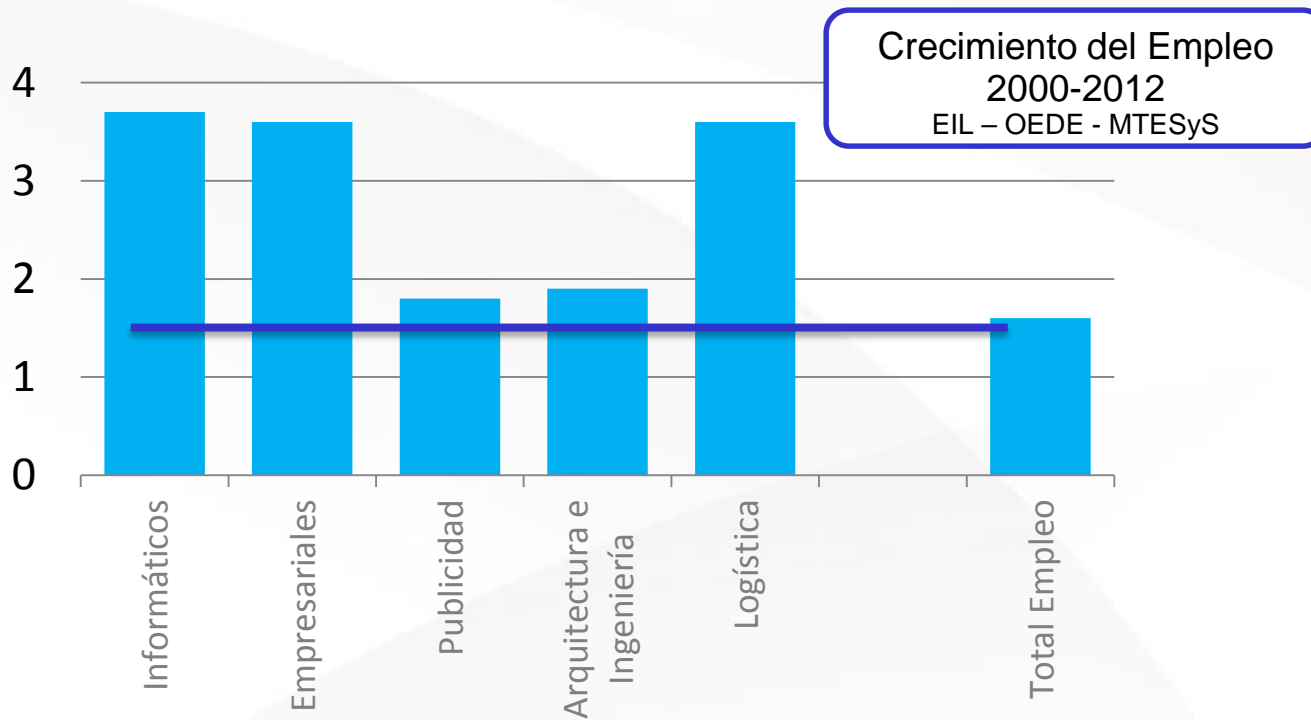
Los SBC en Argentina

- En 2012, el negocio con el exterior de los SBC aportaron el 23% del superávit total (bienes mas servicios)
- O sea, uno de cada cuatro dólares de ingresos netos
- Entre el 2000 y el 2012 los sectores SBC aportaron mas del 25% de la mejora en la balanza comercial



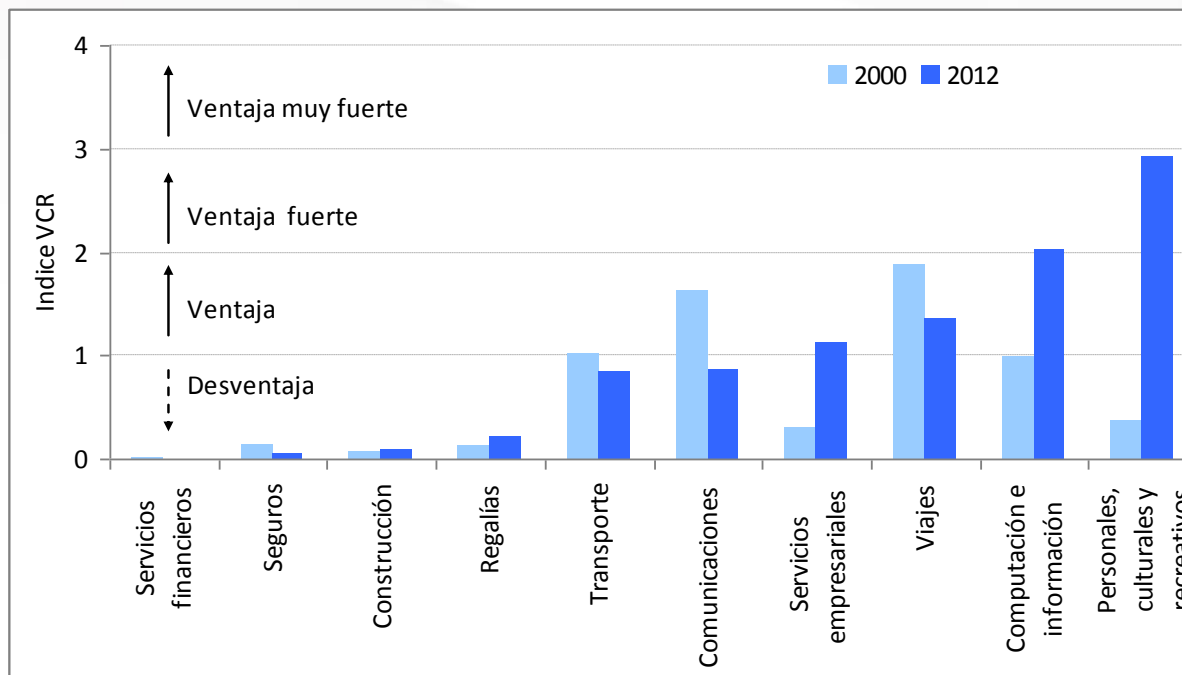
Los SBC en Argentina

➤ En 2012, los SBC representaron el 6,7% del empleo registrado de la economía



Los SBC en Argentina

➤ todos los sectores de SBC muestran ganancias de competitividad revelada en la década pasada, contra estancamientos o declinaciones en los servicios tradicionales



ENCUESTA – 1era Etapa

Los cada clúster se identificó

- Las actividades comprendidas
- Perfil del empleo
- Mercados de Exportación
- Fortalezas
- Debilidades
- Potenciadores a Futuro

Las Empresas de ARGENCON (Mayo 2013)

- Totalizan casi 33.000 personas empleadas de manera directa, un 56% de ellas dedicadas a la exportación.
- El empleo ha crecido el **250% ente el año 2000 y el 2012**
- contribución salarial pasó de USD 372 millones en 2000 a más de USD 1100 millones en 2012.
- El aumento se debió en su mayor parte a la expansión del mercado exportador, pero también al crecimiento del mercado interno y a un proceso de sustitución de importaciones.

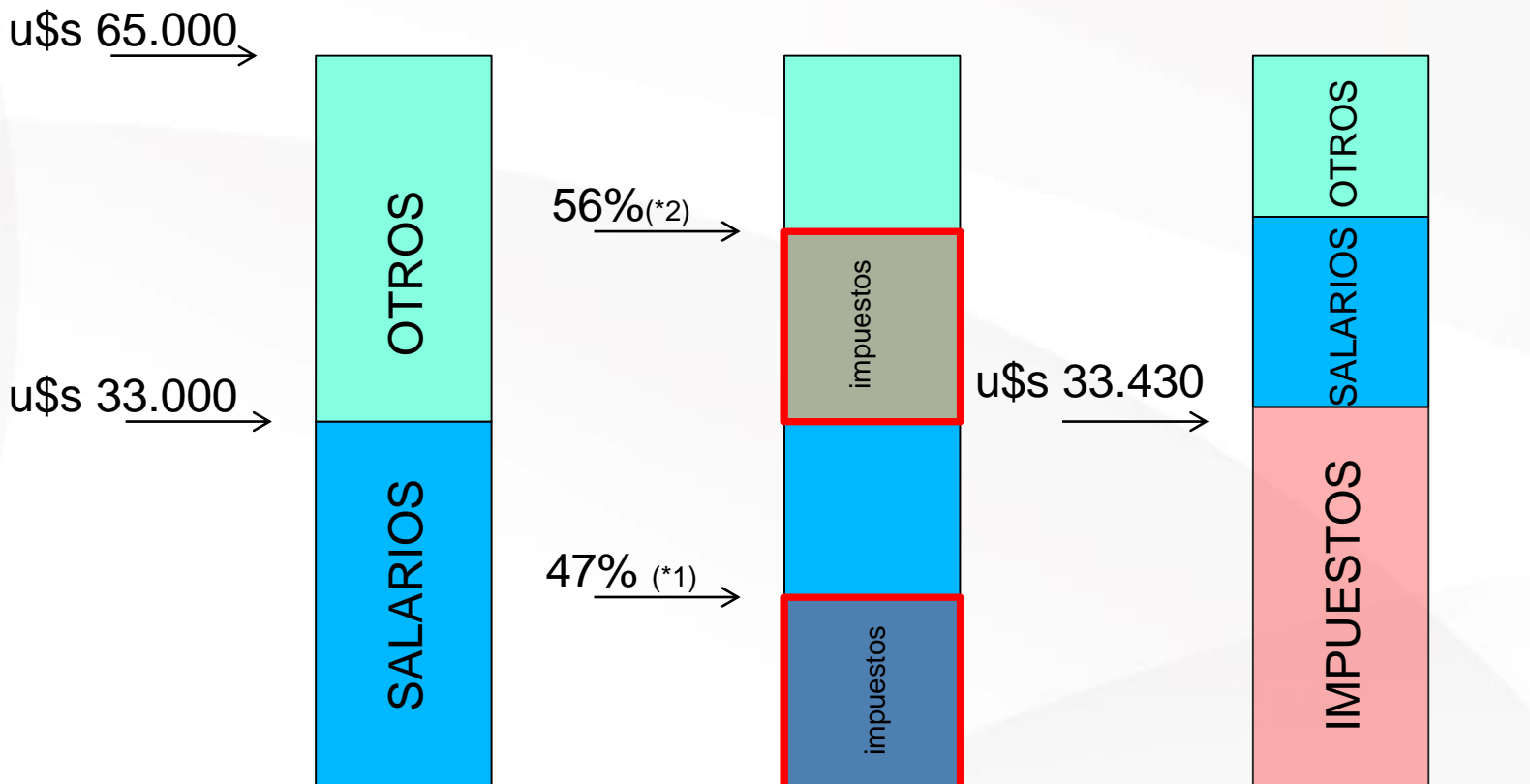


Las Empresas de ARGENCON

- Se generaron nuevos salarios desde 2002 por cerca de \$4.717.000.000, o s u\$s1.000.000.000.-.
- O de \$9.300.000.000.- de contribución total.
- O u\$s1.120.000.000.- de contribución neta por exportaciones
- Y 27.000 nuevos puestos de trabajo (2012)
- Es el primer empleador del sector privado
- Mas del 50% de los trabajadores tiene nivel universitario completo o superior.

Interpretación de Argencon

Valores anuales en u\$s
2012



(*1) Instituto Argentino de Análisis Fiscal (IARAF)
cada persona trabaja promedio 171 días/año por impuestos

(*2) Estimación, incluyendo cargas sociales

The image features three black silhouettes of men in business suits standing with their arms crossed. They are positioned in front of a light blue background that shows a faint world map. The silhouettes are centered horizontally. A semi-transparent grey rectangular box is overlaid on the lower half of the image, containing text in a bold, black, sans-serif font. The text is centered within the box and reads: 'Una persona exportando... derrama por año mínimo unos u\$65.000 en la economía ...pero hay 33.000 en las empresas de Argencon'.

**Una persona exportando...
derrama por año mínimo unos u\$65.000 en la economía
...pero hay 33.000 en las empresas de Argencon**

>160.000.000 de nuevos empleos proyectados para el mundo. Algunos pueden estar aquí

>1 de cada 4 dólares de superávit vienen de esta actividad

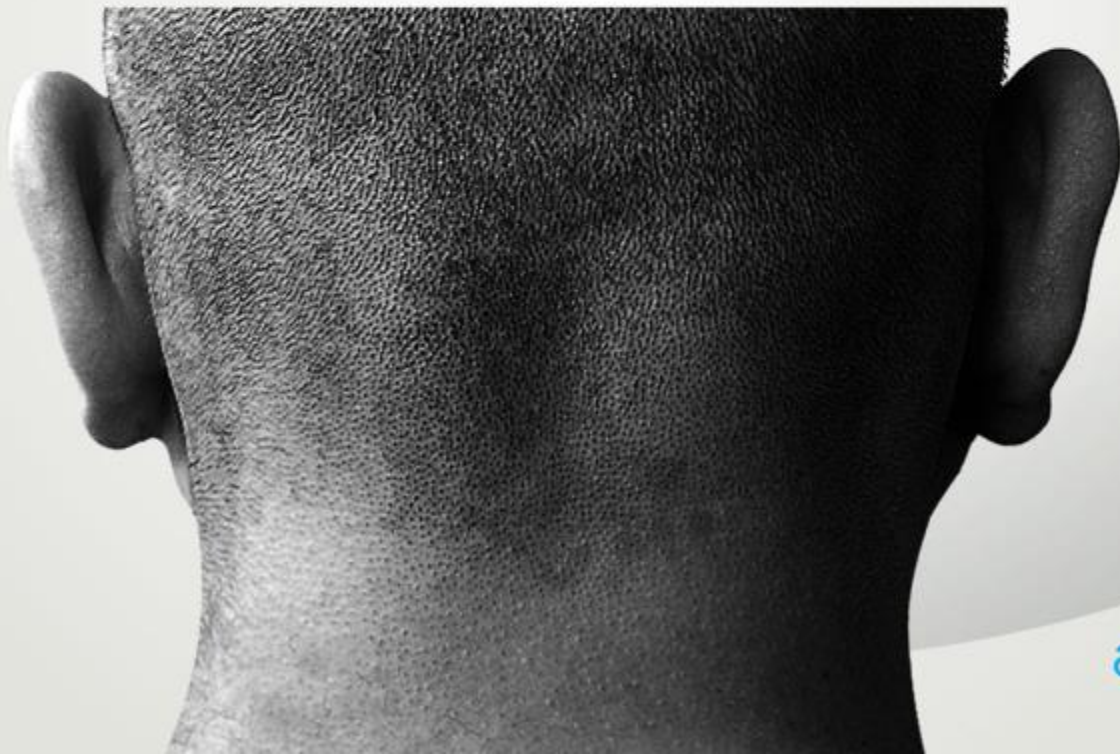
>1 persona trabajando en este sector, derrama mínimo u\$s65.000 en la economía

>Pero puede estar aquí o en otro país

Exportar conocimiento es la mejor manera de posicionar a la Argentina en el mapa de la nueva economía.



Exportamos
lo que se produce
en esta fábrica.



argencon

argencon

Exportamos
conocimiento
argentino.