

**Estrategia de E-Maquila:
Manufactura Ligera (OEM), Servicios Digitales (Outsourcing), y
Tercerización de los Procesos de Negocios (BPO)**

**Luis López Okrassa, Arquitecto MSc.
Nicaragua**

El presente trabajo fue desarrollado para ampliar las posibilidades de información, pertinencia, factibilidad de la Manufactura Ligera de Software y Hardware, Servicios Digitales (Outsourcing) y en especial la **Tercerización de los Procesos de Negocios (BPO)** como nuevas fuentes de empleo en Nicaragua, que tengan un mayor grado de calidad, competitividad y responsabilidad social. Para poder hacer un impacto verdadero a nivel local se tiene que conocer a fondo las tendencias y procesos a nivel Mundial. Esta investigación se vincula a otras dos propuestas elaboradas recientemente que son la Estrategia TIC 1.0 Nicaragua, y el Corredor Digital de Servicios Nicaragua (CDSN) propuestas estratégicas para Nicaragua que pueden ser aplicables para cualquier país Latinoamericano.

Nicaragua ha ingresado al grupo de países que han apostado a las zonas francas como una fuente alternativa de generación de empleo.

“La Maquila ha venido a crear miles de empleos directos e indirectos, beneficiando así a miles de familias. Sin estos empleos –a pesar de ser mal remunerados y estar comprobado cuan frecuentemente van ligados al maltrato- la ola de emigrantes sería aun mayor o el estancamiento económico habría desembocado en mayores índices de violencia. Según datos oficiales, en el año 2003 más de 47 mil nicaragüenses trabajaban en empresas de zona franca,” (*Bilbao, Rocha y Mayorga, 2003, Cuaderno MGS #20, 23*)

La ola de tercerización (Outsourcing) de la manufactura ligera de componentes de Hardware y Software así como la provisión de servicios digitales esta cambiando toda la Industria (Mundial) y también transformando la manera como trabajamos”. (*Engardio, 2006, BusinessWeek, 50-51, Enero 2006*)

La prestación de servicios y manufactura ligera en especial la de Textil-Vestuario tiene un alto índice de valor agregado, y brinda apoyo a los sub-sectores existentes, ya que es una realidad que su aporte al sector terciario (Servicios), y al Producto Interno Bruto (PIB) ya sobrepasó el 50% en 2007.

Debido a esta tendencia del sector Servicios a sobresalir como sector generador de Empleos y creación de Valor, es preciso reenfocar parte de nuestra Estrategia del Sector de Maquilas a la generación de servicios de alto valor agregado, como es el caso de los Servicios Digitales, la Manufactura de Software y Hardware (OEM)¹ y la Tercerización de los Procesos de Negocios (BPO)² entre otros servicios especializados.

¹ Original Equipment Manufacture OEM (Manufactura de Equipos con denominación de Origen) uno de los niveles primarios de los mercados terciarios (Outsourcing)

² Business Process Outsourcing

A continuación trataré de de desarrollar el Mapa de Ruta de la estrategia del Sub-Sector bajo los siguientes puntos:

- **Ejes Estratégicos (Estrategia TIC)**
 - Infraestructura
 - Capital Humano
 - Aplicaciones
 - Marco Legal

- **Tercerización de Productos, Servicios y Procesos (Outsourcing)**
 - Manufactura de Equipos con denominación de Origen o *Original Equipment Manufacture (OEM)*,
 - Manufactura de Equipos con Diseño de Origen o *Original Design Manufacture (ODM)*,
 - Manufactura de Equipos con Marca Registrada de Origen o *Original Brand Manufacture (OBM)*

- **Tercerización de los Procesos de Negocios o *Business Process Outsourcing (BPO)***
 - Necesidad de tercerizar los procesos
 - Procesos de Gestión
 - Capital Humano
 - Integración de Sistemas
 - Integración Horizontal

- El Presente y el Futuro de una posible **Estrategia de E-Maquila** para Nicaragua.