

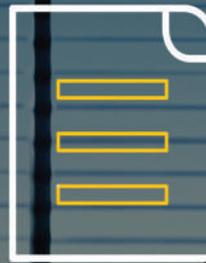
# ContactForum

revista

www.imt.com.mx



• Video Viral



• Blog

## 10° Index Data

25° Estudio Nacional de  
Centros de Contacto 2020  
BPO / KPO - ITO



• SEO

Talento y CX, prioridades  
en era post-COVID

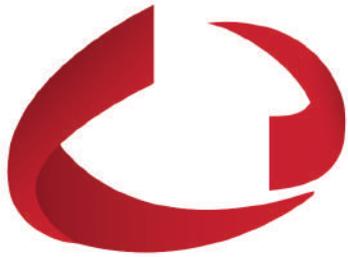


AD

• Roi

• Web AÑO 24 / NÚMERO 95 / ENERO - FEBRERO 2021

imt.



**PENTAFON**  
RESULTADOS A TU MEDIDA



En Pentafon  
somos expertos en generar  
**experiencias positivas**  
para tus clientes



- Certificados: PCI-DSS, ISO 27001, ISO9001 y Modelo Global CIC 2.0
- 14 años de experiencia y más de 2600 estaciones en México y Latinoamérica
- Atención a clientes, cobranza, ventas y telemarketing
- Plataforma Genesys, speech y text analytics, bussiness intelligence y artificial intelligence
- Reclutamiento, selección y gestión de personal



[Pentafon.com](http://Pentafon.com)



  @PentafonOficial

 Pentafon Contact Center & BPO

 800 736 8236

 [atencioncomercial@pentafon.com](mailto:atencioncomercial@pentafon.com)

Una solución más segura, confiable y eficiente.





## Editorial



**Eugenia García Aguirre**  
Directora General



**Lourdes Adame Goddard**  
Directora Editorial

Como todos los inicios de año, el IMT se ha dado a la tarea de presentar las principales tendencias, análisis y estudios que marcarán el rumbo del año que comienza. En esta edición de la revista ContactForum tenemos el gusto de publicar la *Décima Edición del Index Data*, presentando el 25° Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO, además de una serie de artículos de las firmas de análisis más prestigiadas del mercado, a quienes agradecemos sus colaboraciones.

Entre los hallazgos más sobresalientes del estudio realizado por el IMT se encuentra que para la industria de Centros de Contacto, al igual que para todos los sectores de la economía global, la pandemia tuvo impactos importantes en su operación: se modificaron radicalmente las prácticas, esfuerzos, acciones y estrategias con el propósito de garantizar la operación, buscando la salud física y emocional del personal, la seguridad de la información y la estabilidad del negocio.

Para este 2021, entre los numerosos desafíos que enfrentan las organizaciones, destacan: mantener e incrementar la cartera de clientes, la calidad de la operación en un esquema de teletrabajo, la atracción y retención del talento, la adecuación de los espacios de trabajo y la automatización de procesos.

Confiamos que esta edición de la revista ContactForum nos ayude a entender la importancia que el *Customer Experience* está teniendo, hoy más que nunca, para el éxito de las empresas y el gran potencial de crecimiento que representa para nuestro país.

EDICIÓN ENERO - FEBRERO 2021

**DIRECCIÓN GENERAL**

Ma. Eugenia García Aguirre

**DIRECCIÓN EDITORIAL**

Lourdes Adame Goddard

**EDITORIA**

Martha Isabel Schwebel

**DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN**

Susana Hidalgo

**PUBLICIDAD Y VENTAS**

Susana Delgado

Dulce Morales

**COLABORADORES**

Liliana Cabeza

Érika Falfán Mayer

Juan Manuel González

Steve Sasse

Alejandro Vargas González

**SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES**

**(55) 5340 2290**



Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

José María Velasco, No 13 - 401, Piso 4  
Col. San José Insurgentes,  
Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México.

ContactForum revista, publicación periódica Enero-Febrero 2021. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900, fecha de expedición 14 agosto 2019. Domicilio de la Publicación: José María Velasco. No 13 - 401, Piso 4, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, México, D.F. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Del. Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Del. Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.

[revistacforum@imt.com.mx](mailto:revistacforum@imt.com.mx)

# CONTENIDO



6

## TENDENCIAS

- 6 Las 5 principales oportunidades de crecimiento en la industria de la experiencia del cliente para 2021.
- 8 La pandemia global acelera la transformación digital.
- 12 En 2021, la ciberseguridad debe madurar como una estrategia de negocios.
- 16 Negocios de tecnología y telecomunicaciones son claves para la recuperación de México.



62

## CUSTOMER EXPERIENCE

- 60 Talento y CX, prioridades en era post-COVID.
- 62 Cómo mantener el crecimiento en tiempos difíciles.
- 64 Los retos de Eficasia ante la pandemia del COVID-19.
- 66 Konexo, Contact and Solution Center.
- 68 2021: la oportunidad de innovación en los BPO en México.



80

## MUJERES

- 74 Mujeres Frente al COVID.
- 76 3er Encuentro de Mujeres Líderes CX: el liderazgo femenino como oportunidad de crecimiento para las empresas.
- 78 Mujeres en tecnología: visibilidad para inspirar a las jóvenes mexicanas.

## ESTUDIOS

- 18 25° Estudio Nacional de Centros de Contacto 2020 BPO / KPO - ITO.
- 26 Administración de talento de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO.
- 30 Sección especial: Teletrabajo y acciones ante la nueva normalidad.
- 38 Cuadro de Empresas de Centros de Contacto BPO - KPO / ITO 2020.

## TECNOLOGÍA

- 70 El trabajo remoto cambia la cultura laboral.
- 72 Transformación digital: la pandemia crea una nueva competencia en el mercado.



Juan Manuel González,  
Director de Investigación  
para América Latina,  
Tecnologías de la  
Información y la  
Comunicación,  
Frost & Sullivan

# Las 5 principales oportunidades de crecimiento en la industria de la experiencia del cliente para 2021



## El estado de la industria de la CX hoy

Mejorar la experiencia del cliente (CX) y fomentar la lealtad hacia una marca son factores clave de éxito en la actualidad. Nuestros análisis muestran que mejorar la CX es el objetivo corporativo número uno durante los próximos dos años. ¿Quieren más pruebas de la importancia de la CX? Más del 50 por ciento de las empresas miden el éxito de su transformación digital a través de sus índices de satisfacción del cliente.

Entonces, ¿qué impide que las empresas inviertan en CX? Asegurar los presupuestos parece ser la tarea más difícil. Otro problema es tener instalados sistemas antiguos y lidiar con la complejidad de la integración de las nuevas soluciones. Las prioridades de negocio de la empresa parecen no coincidir con las prioridades establecidas en sus presupuestos; esto debe cambiar en 2021.

Por otro lado, en todo el mundo, los Centros de Contacto están adoptando soluciones en la nube. Los proveedores líderes están articulando estrategias de migración utilizando un enfoque híbrido para integrar aplicaciones basadas en la nube con sistemas *on-premise*, para facilitar la transición de los clientes que no quieren ir *"all-in"* hacia el *cloud computing*.

El crecimiento en este espacio está impulsado por los ciclos de finalización de la vida útil de las plataformas de sistemas *legacy* existentes, nuevas herramientas de administración de la fuerza de trabajo (WFO por sus siglas en inglés), escritorios

de agentes rediseñados, la adición continua de nuevos canales, integraciones más ricas a aplicaciones de terceros y nuevas capacidades de analíticos. Sin dudas, la Pandemia del COVID-19 ha acelerado el movimiento de aplicaciones a la nube, la integración de herramientas de autoservicio y la adopción definitiva del trabajo remoto.

### 1. La Experiencia del cliente es clave para la diferenciación competitiva

Lo que se ha hecho evidente en este último tiempo es que la dinámica competitiva de un gran número de industrias gira cada vez más alrededor de la CX. De hecho, ésta se ha convertido en el factor principal que impacta en la lealtad del consumidor y el diferenciador clave que puede decidir el destino de una empresa.

Por ello, no nos sorprende, que sean numerosas las empresas que ya reconocen que una mejor atención al cliente es una parte crucial de hacer negocios, en un mundo donde cambiar de marca nunca ha sido tan fácil.

Sin dudas, entender que el cliente debe estar en el centro de una estrategia competitiva es un paso importante. Mover a la CX de su estado actual a uno mejorado es un proceso con múltiples fases que puede impactar profundamente la cultura organizacional de una empresa.

### 2. Hacer realidad la omnicanalidad

Creo que estarán de acuerdo conmigo en que el consumidor de la era de la Pandemia es más impaciente y ansioso. Prioriza a las empresas que se muestran empáticas y se adaptan a él y a esta nueva realidad. Este consumidor demanda más y está mostrando una marcada predilección por canales digitales y asincrónicos, lo que le permite resolver sus inquietudes mientras continúa con su vida cotidiana.

Los consumidores buscan poder elegir cómo, dónde y cuándo interactuar con las empresas y exigen que su experiencia sea consistente. Para que ello suceda, el contexto y la historia de cada cliente deben acompañarlo a lo largo de sus variadas interacciones con una marca. De esta forma, contar con una estrategia omnicanal y asincrónica se ha convertido en un habilitador fundamental para brindar una experiencia al cliente de calidad.

En este marco, las empresas seguirán apostando por las interacciones digitales en 2021, por agregar nuevos canales y por la inteligencia artificial (IA) para responder a las necesidades de sus clientes. El relacionamiento con estos continuará evolucionando desde interacciones sueltas a través de distintos canales hasta viajes o *journeys* fluidos que son proactivos, asincrónicos y persistentes. Sólo mediante la adición de nuevas capacidades habilitadas por los dispositivos móviles, la nube, las redes sociales, el WebRTC, el Big Data y la personalización, y a través de integraciones más ricas, las empresas podrán impulsar la demanda y expandir su base de usuarios.

De este modo, la CX omnicanal es crucial para avanzar hacia un nuevo panorama digital y es otra clave para la diferenciación.

### 3. Elevar la experiencia del empleado (EX)

La fuerza laboral de un centro de contacto se basa cada vez más en *millennials* y generaciones más jóvenes, que demandan un entorno de trabajo más flexible, con un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Crear un entorno en el que los agentes se sientan empoderados, entusiasmados y comprometidos es vital para su retención.

Formar mejores empleados significa incorporar elementos que involucren, reconozcan, animen y, en última instancia, empoderen a la fuerza laboral. Ha quedado claro que la creación de una fuerza laboral comprometida y de alto rendimiento es un factor clave para brindar mejores experiencias al cliente. De hecho, el grado en que los empleados se sienten conectados y apoyados por la empresa es una medida precisa de cómo interactuarán normalmente con los consumidores. Por lo tanto, proporcionar mejores herramientas para agentes y empleados es extremadamente relevante para cumplir con las expectativas del cliente.

En resumidas cuentas, más allá de la tecnología, los procesos optimizados y la innovación de productos, la forma en que se comportan los agentes es en definitiva lo que le da a una empresa un salto de calidad en la relación con sus clientes. Esta es la razón por la que la experiencia del empleado es tan importante como la del cliente. Sin empleados satisfechos, será prácticamente imposible lograr resultados satisfactorios para los clientes.

### 4. La infusión de la Inteligencia Artificial en la jornada del cliente

En los últimos dos años, los proveedores de soluciones de CC han estado agregando varias funcionalidades potenciadas por IA a sus ofertas. Entre ellas, debemos incluir a los asistentes virtuales, los *chatbots*, los robots de voz, las aplicaciones que monitorean el comportamiento, el proce-

samiento de lenguaje natural, IVR inteligentes, el reconocimiento de voz y la traducción automática, y los modelos automatizados para la gestión de la fuerza laboral (incluyendo el alocamiento de turnos y el pronóstico de demanda futura).

Para las empresas, las aplicaciones impulsadas por IA permiten ahorrar tiempo y costos, ofrecer servicios al cliente más inteligentes, una gestión eficiente de la CX y la generación de información confiable y procesable que facilitan la toma de decisiones.

En América Latina, la IA aún se encuentra en una fase de crecimiento, lejos de su madurez, y debe ser vista como una herramienta tecnológica que respalda la actividad de los agentes en lugar de procurar su reemplazo. Sin dudas, la IA mejora el rendimiento de los agentes al proporcionar un enrutamiento perfecto e ideal, con conocimiento completo de la historia y el contexto de una interacción, además de permitir generar recomendaciones en tiempo real.

Sin embargo, la IA es tan inteligente como los datos que puede aprovechar y analizar. El poder de la IA proviene de la combinación de conocimientos analíticos, aprendizaje continuo y automatización. Frost & Sullivan espera un fuerte crecimiento en las capacidades y aplicaciones basadas en IA para ayudar a los consumidores y agentes en los próximos años. De hecho, el 86% de las empresas de todo el mundo planean invertir en capacidades de IA durante los próximos dos años.

### 5. Personalización, privacidad, compliance y seguridad

Si bien la personalización ofrece beneficios sustanciales para la optimización individual, también puede plantear problemas importantes para aquellos que están preocupados por la creciente cantidad de información que las organizaciones están recopilando. Generar confianza y alcanzar un equilibrio entre la personalización y la privacidad son prioridades para todas las organizaciones en nuestra región y el mundo.

Mantener la seguridad y la privacidad, y cumplir con las regulaciones gubernamentales y aquellas específicas para cada industria, son una preocupación cada vez mayor para las empresas. Hoy en día, se registran, retienen y monitorean más datos que nunca antes, lo que requiere que las empresas enfrenten un mayor costo para mantenerse en regla y deban adaptar sus operaciones a un entorno regulatorio que fluctúa continuamente. Sin duda, la gestión de la compliance es una prioridad fundamental que obliga a las empresas a considerar nuevas tecnologías para reducir las tareas manuales, mitigar riesgos y reducir costos.

Por otro lado, la seguridad de la información adquiere un renovado y esencial estatus en esta nueva normalidad. La creación de un conjunto sólido de herramientas de seguridad es hoy una prioridad para que las empresas puedan aprovechar lo mejor del trabajo remoto y aumentar significativamente el valor por dólar proporcionado a sus clientes. Si antes del COVID-19 la seguridad era un *"nice to have"*, ahora se ha convertido en un imperativo absoluto para hacer negocios. Nadie puede ya negar la naturaleza crítica de contar con estrictas políticas de seguridad y privacidad como un punto clave para el mejor rendimiento de los Centro de Contactos.

# La pandemia global **acelera la transformación digital**

Martha Isabel Schwebel

*“Hemos podido vislumbrar el futuro, y las organizaciones que están acelerando su transformación digital ahora estarán preparadas para el éxito en la era de datos que se revela ante nuestros ojos”. Michael Dell, presidente y director ejecutivo de Dell Technologies.*

La pandemia obligó a los negocios a transformarse digitalmente en los últimos meses, lo que normalmente hubieran llevado años para lograrlo. Pero, ¿se han transformado lo suficientemente rápido? Para entenderlo, Juan Francisco Aguilar, Director General de Dell Technologies México, presentó el estudio global *Digital Transformation Index 2020* que muestra cómo las organizaciones están dando marcha rápida a sus programas de transformación digital y están en camino de lograr en unos pocos meses lo que normalmente les llevaría años.



Juan Francisco Aguilar, Director General de Dell Technologies México.

El estudio se realizó en julio y agosto de 2020 y *Dell Technologies* se asoció con *Vanson Bourne*, que encuestó a 4,300 líderes de negocios de empresas grandes y medianas en 18 países, y creó una prueba global para indicar el estado de transformación de las empresas. Para clasificar los esfuerzos de ser negocios digitales de las empresas, *Vanson Bourne* examinó su estrategia de TI, las iniciativas de transformación de la fuerza de trabajo y el rendimiento percibido en comparación con un conjunto principal de atributos de negocios digitales. Esta es la tercera entrega del índice de *Digital Transformation Index 2020*.

Éste es uno de los primeros estudios globales que mide el comportamiento de las empresas como resultado de la pandemia y concluyó que el 87% de las organizaciones en México ha dado vía rápida a algún programa de transformación digital este año y el 88% está reinventando su modelo de negocio.

## Una nueva curva de transformación digital

Los resultados de este año marcan un aumento en la cantidad de líderes digitales (la organización más madura digitalmente) del 4% en 2018, a 6% en 2020. Los nuevos usuarios digitales (el segundo grupo más maduro digitalmente) han crecido del 31% en 2018 al 52% en 2020, un aumento de 21 puntos porcentuales.

“Los encuestados de México se sienten más desarrollados tecnológicamente en innovación y en todo lo que tienen que ver su agenda digital contra todos los encuestados a nivel global”, señaló Aguilar.

En el *Digital Transformation Index 2020* también se mostró que 87% de los negocios ha acelerado por lo menos algunos programas de Transformación Digital este año.

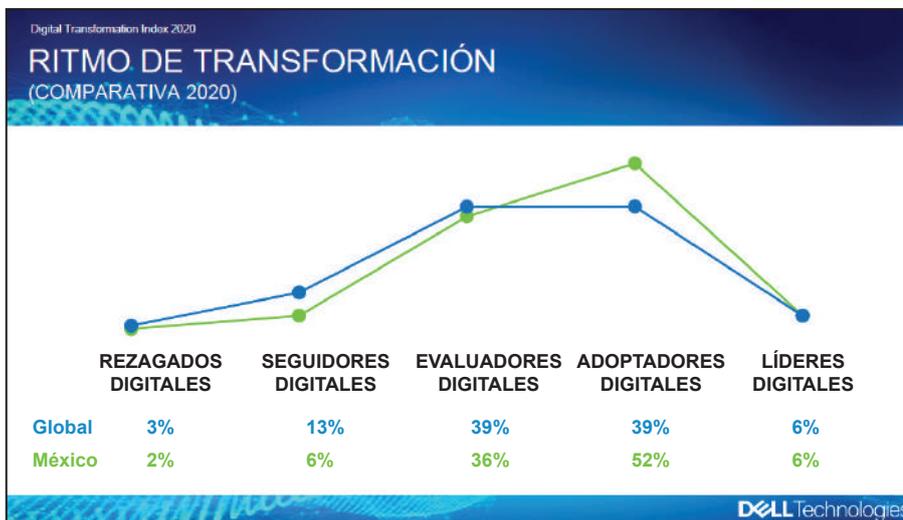
Y 40% aceleraron todos o casi todos sus programas de Transformación Digital. Los seis principales programas son:

1. Ciberseguridad
2. Trabajo remoto
3. Implementaciones de *Edge*
4. Modelos de servicio y consumo
5. Experiencias digitales a clientes y empleados
6. Manejo de datos de una forma completamente diferente
7. Extensión del dominio digital del negocio

## Obstáculos para la transformación

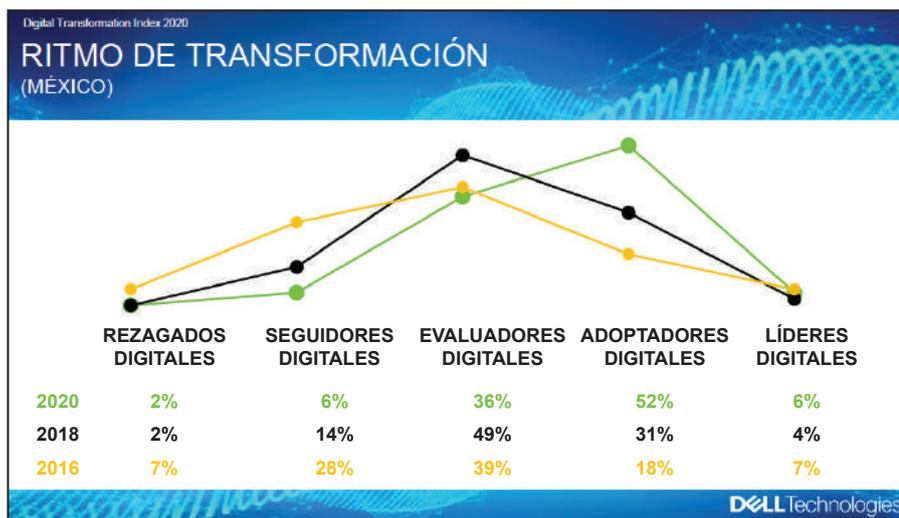
La pandemia puede haber catalizado la transformación digital en todo el mundo, pero la transformación presenta un desafío: el 96% de las organizaciones está haciendo frente a obstáculos arraigados para la transformación. Según el *Digital Transformation Index 2020*, los principales obstáculos para el éxito de la transformación digital son los siguientes:

1. Falta de habilidades y experiencia
2. Cierre temporal por COVID-19
3. Cultura digital inmadura: falta de colaboración a lo largo de la compañía (un salto de seis lugares desde 2016)
4. Privacidad de datos y preocupación de seguridad
5. Falta de presupuesto y recursos
6. Falta de crecimiento económico
7. Falta de capacidad para extraer



En la siguiente gráfica, se observa el ritmo de la transformación en México en los últimos años que han realizado el estudio. “La parte de líderes digitales prácticamente se mantiene igual. La que más incrementó es la parte de adaptadores porque muchos de los que se consideraban evaluadores se movieron a la de adaptadores. Seguidores digitales bajó comparados con los otros años y también los que se consideran rezagados, porque ya no estamos hablando del 7 por ciento de hace 4 años”, explicó Aguilar

“Esto se dio por la contingencia del Covid-19 y por la necesidad de las empresas para mover todas sus operaciones a home office”, indicó.





### Cómo dar respuesta en un mundo incierto

Antes de la pandemia, las inversiones de negocios se enfocaban firmemente en tecnologías fundacionales más que en tecnologías emergentes. La amplia mayoría, el 92%, reconoce que, como resultado de la interrupción de este año, se necesita una infraestructura de TI más ágil y escalable que permita las contingencias. Las principales inversiones tecnológicas para los próximos uno a tres años se enfocarán en:

1. Ciberseguridad
2. Software de privacidad
3. Software: containers y serverless
4. Hardware preparado para 5G
5. Infraestructura de 5G
6. Herramientas de administración de datos
7. Ambiente de nube múltiple

Y, reconociendo la importancia de las tecnologías emergentes, el 85% de los encuestados visualiza un mayor uso de la realidad aumentada para aprender cómo hacer o arreglar cosas en un instante; el 91% anticipa que las organizaciones usarán inteligencia artificial y modelos de datos para predecir posibles interrupciones; y el 90% opina que los libros de contabilidad distribuida, como *Blockchain*, harán que la "economía del trabajo esporádico" sea más justa (al eliminar a los intermediarios). A pesar de estas conclusiones, en México solo el 17% tiene planes para invertir en la realidad virtual/aumentada, apenas el 30% tiene intenciones de invertir en la inteligencia artificial, y solo un 12% planea invertir en libros de contabilidad distribuida en los próximos uno a tres años.

En respuesta a estos tiempos, hemos visto una importante aceleración en transformación digital. Hoy, nada es seguro. La continuidad empresarial para la resiliencia a largo plazo es primordial y todos debemos estar preparados para lo que sigue, porque el mundo puede cambiar en un instante.

Y las empresas ya demostraron que pueden adaptarse a las rutinas y ampliar las fronteras de lo que es posible, con TI oportuna y bajo demanda que se adapta para cumplir necesidades del negocio.



"En estos últimos meses los hemos acompañado en la adopción acelerada de nuevos modelos de negocios, asesorándolos sobre la tecnología que de forma simple, segura y responsable los ha habilitado para fortalecerse en el mercado. En este momento tan retador en la historia está dando forma al futuro: nuestro futuro digital, y ahora más que nunca las organizaciones se deben transformar digitalmente", concluyó Aguilar. 

# Soluciones IMT

Te acompañamos en la mejora de resultados a través de servicios Especializados en *Customer Experience* para Centros de Contacto y áreas de interacción con clientes

30 años ayudando a mejorar las relaciones empresa cliente.

## CONSULTORÍA

Trabajamos en los aspectos más críticos para las áreas de negocio:

- Evaluamos los niveles de valor, salud y eficiencia de tus indicadores.
- Al detectar áreas de oportunidad creamos un plan de mejora continua y te ayudamos a ejecutarlo con el fin de optimizar la experiencia de tu cliente

Contáctanos a través de: [consultoria@imt.com.mx](mailto:consultoria@imt.com.mx)



## BURÓ DE CALIDAD

La calidad y su monitoreo son de suma importancia para asegurar la eficiencia de los resultados:

- La calidad del servicio es un elemento fundamental para optimizar la rentabilidad de tu negocio.
- Asegura el cumplimiento de metas.
- Ayuda a la reducción de costos.

Contáctanos a través de: [calidad@imt.com.mx](mailto:calidad@imt.com.mx)

## MODELO GLOBAL CIC - CERTIFICACIÓN

Marco de referencia internacional para la implementación de directrices de excelencia y mejores prácticas en la gestión de Centros de Contacto y áreas de interacción con clientes.

- Realizar una evaluación objetiva del actual nivel de madurez de la organización vs los enfoques del Modelo Global CIC.
- Desarrolla las capacidades de gestión que se requieren para mejorar y enfrentar los retos del entorno.
- Alinea los esfuerzos, recursos, practicas, capacidades y cultura de la organización, en un modelo integral de gestión.

Contáctanos a través de: [certificacion@imt.com.mx](mailto:certificacion@imt.com.mx)



## ESTUDIOS DE MERCADO - INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

Unidad de investigación del IMT especializada en el análisis de datos que permiten dimensionar la información relevante para la industria

- Estudio Nacional de sueldos y compensaciones
- Estudio Nacional de centros de contacto In house
- Estudios personalizados
- Censo Nacional de Centros de Contacto, BPO-KPO / ITO
- Estudio e inteligencia de negocios

Contáctanos a través de: [estudios@imt.com.mx](mailto:estudios@imt.com.mx)

Informes a [mercadotecnia@imt.com.mx](mailto:mercadotecnia@imt.com.mx) / [www.imt.com.mx](http://www.imt.com.mx)

Tel 55 5340 2290 / WhatsApp 5572117446



# En 2021, la ciberseguridad debe madurar como una estrategia de negocios

Martha Isabel Schwebel



La pandemia ha resaltado los problemas de seguridad cibernética a medida que las empresas se han trasladado a un modelo de fuerza laboral distribuida. A muchas compañías les resultó difícil moverse con agilidad para proporcionar a los empleados los dispositivos e infraestructura de red necesarios para operar y comunicarse sin problemas cuando el COVID-19 apareció por primera vez.

Ahora nos es más difícil que nunca predecir el futuro. Incluso la naturaleza del trabajo está cambiando rápidamente y sin previo aviso. Pero en esta época de incertidumbre, hay una cosa de la que las empresas pueden estar seguras: las ciberamenazas proliferarán, exponiendo a cada organización a un importante riesgo para el negocio.

Casi todos los líderes de negocios y de seguridad mexicanos afirman que su organización ha experimentado un ciberataque o un riesgo de seguridad ha afectado a sus empresas en los últimos 12 meses; es decir, ha dado lugar a la pérdida de datos de clientes, empleados u otros datos confidenciales, la interrupción de las operaciones cotidianas, el pago de rescates por *ransomware*, pérdidas financieras o robos, o al robo de propiedad intelectual.

Durante los últimos meses, las amenazas cibernéticas han ido en aumento y una de las razones por las que se ha generado esta situación es la poca importancia que las empresas le dan a la ciberseguridad. De acuerdo a la 22° Encuesta Global de Seguridad de la Información de EY, solo el 36% de las compañías a nivel global incluye a la ciberseguridad en sus iniciativas empresariales desde la etapa de planificación, mientras que a nivel Latinoamérica este porcentaje es del 32%.

De la misma manera, el 59% de los encuestados a nivel global y regional afirmó que la relación entre la ciberseguridad y las líneas de negocios en sus organizaciones es inexistente o neutral. Paradójicamente, el 80% de las empresas encuestadas asegura que la prevención de crisis y el manejo de riesgos en las organizaciones logran impulsar un aumento de presupuestos en el área.

Vivimos en la era de la empresa digital, la cual opera en una matriz compleja, dinámica y altamente fragmentada de infraestructura en las instalaciones, en la nube e híbrida, aplicaciones, datos, sistemas móviles, Internet de las cosas (IoT) y sistemas convergentes TI/TO. Todo negocio digital debe proteger esta expansión de tecnologías interconectadas que conforman la superficie de ataque de nuestros días. Sin embargo, a pesar de todos los avances e inversiones del sector en materia de ciberseguridad, existe una desconexión masiva en la forma en que las empresas entienden y gestionan el riesgo cibernético.

La aparición de nuevos riesgos cibernéticos ha generado la necesidad de que las organizaciones cuenten con un CISO (*Chief Information Security Officer*); sin embargo, seis de cada diez organizaciones no cuenta con un responsable de ciberseguridad que reporte al Consejo de Administración o que esté posicionado a nivel de la gerencia ejecutiva, aunque el 48% de los encuestados afirma que el Consejo de Administración y los equipos de gerencia están completamente involucrados en evaluar los riesgos cibernéticos e implementan las medidas para defenderse de ellos.

El rol del CISO es ser un intermediario entre el equipo de ciberseguridad y el Consejo de Administración, pero para que el trabajo funcione, es necesario que este último comprenda y tome en cuenta a la ciberseguridad como un factor clave en los procesos de la empresa; no solo como un mecanismo preventivo, sino como un habilitador de innovación. Según la encuesta, solo un 7% de las organizaciones a nivel global, y un 4% en Latinoamérica, relaciona la ciberseguridad con la innovación.

En este contexto, EY hace algunas recomendaciones que cada organización puede priorizar para aprovechar al máximo la oportunidad:

- Evaluar la efectividad de la función de ciberseguridad para capacitar al CISO en nuevas competencias: llevar la ciberseguridad a la etapa de planificación de cada nueva iniciativa empresarial es el modelo óptimo, ya que reduce la energía y el gasto de resolver problemas después del hecho y genera confianza en un producto o servicio desde el principio.
- Construir relaciones de confianza con cada área de la organización: cuando la ciberseguridad está integrada en el negocio, el CISO estará en una posición sólida para ayudar a impulsar la innovación y estar mejor informados de las amenazas que enfrenta la organización.
- Implementar estructuras de gobernanza que sean aptas para el propósito: los Consejos de Administración y líderes del C-suite deberán reflejar el nuevo rol de la ciberseguridad en el corazón de la innovación. Una vez establecido, se deberán desarrollar los indicadores clave de desempeño y de riesgos que serán usados para comunicar una vista centrada en el riesgo.



- Enfocarse en la participación del Consejo de Administración: es vital que las organizaciones desarrollen informes y formas de cuantificar y comunicar el valor de la ciberseguridad que sea comprendido por el Consejo de Administración.
- Evaluar la efectividad de la ciberseguridad para capacitar a los CISO en nuevas competencias: los líderes de ciberseguridad deben tener sentido comercial, la capacidad de comunicarse en un lenguaje que comprenda la empresa y la voluntad de encontrar soluciones a los problemas de seguridad.

El director de seguridad de la información (CISO) actual ya no puede centrarse en una sola madeja: debe abogar por la seguridad tanto de la tecnología como de la empresa en sí, pasando de ser un experto en tecnología a un líder en seguridad con visión empresarial.

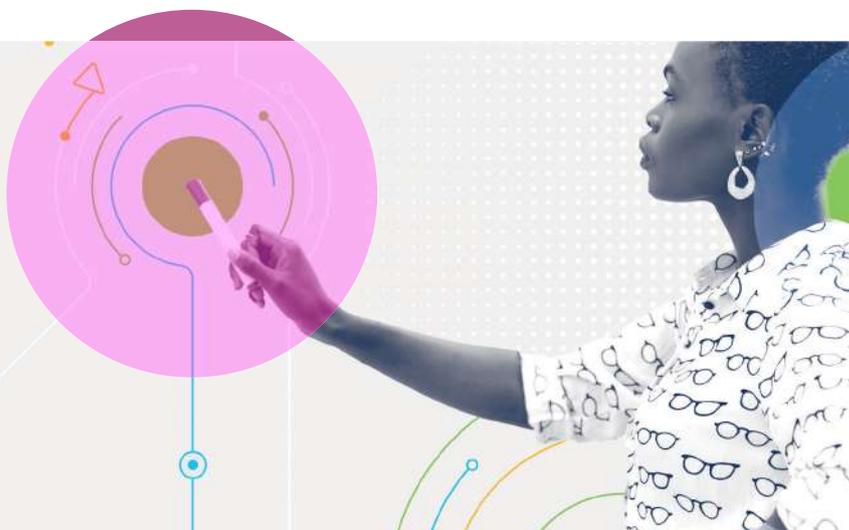
En este sentido, *Tenable* encomendó a *Forrester Consulting* realizar una encuesta en línea entre 416 ejecutivos de seguridad y 425 ejecutivos de negocios, así como entrevistas telefónicas con cinco ejecutivos de negocios y de seguridad para examinar las estrategias y prácticas de ciberseguridad en empresas medianas y grandes. Este análisis se centra en los resultados del estudio que contó con la participación de 104 líderes de organizaciones mexicanas. El estudio, llevado a cabo en abril de 2020, reveló cuatro puntos clave:

1. Las amenazas a la ciberseguridad prosperan en un clima de incertidumbre, lo que hace que sea un tema digno de visibilizar a nivel directivo: durante el año pasado, el 97% de los líderes en materia de seguridad fueron invitados por las altas gerencias o directorios de sus organizaciones a informar sobre el nivel de exposición de la empresa ante una amenaza específica o una vulnerabilidad publicitada. La mayor parte de los ejecutivos mexicanos (95%) afirma que sus empresas han sufrido un ciberataque o un riesgo de seguridad ha afectado a sus empresas en los últimos 12 meses; es decir, ha dado lugar a la pérdida de datos de clientes, empleados u otros datos confidenciales, la interrupción de las operaciones cotidianas, el pago de rescates por ransomware, pérdidas financieras o robos, o al robo de propiedad intelectual. Las dos terceras partes (67%) indican que estos ataques involucraron activos de tecnologías operativas (TO).
2. Los líderes de negocios desean tener un panorama claro de la postura de sus organizaciones en materia de ciberseguridad, pero sus homólogos en materia de seguridad tienen dificultades para proporcionar uno: solo cinco de cada 10 líderes de seguridad mexicanos mencionan que pueden responder a la pregunta: "¿Qué tan seguros, o en riesgo, estamos?" con un alto nivel de confianza. La confianza entre sus contrapartes empresariales es aún menor: solo el 37% de los líderes de negocios informan que confían mucho o totalmente en la capacidad de sus organizaciones de seguridad para responder a esta pregunta.

3. Existe una desconexión en la forma en que las empresas entienden y manejan el riesgo cibernético: menos del 50% de los líderes de seguridad de organizaciones mexicanas plantean el impacto de las amenazas a la ciberseguridad en el contexto de un riesgo para el negocio específico. Solo un poco más de la mitad (53%) afirma que sus organizaciones de seguridad trabajan con las partes interesadas de las empresas para alinear los objetivos de reducción de costos, desempeño y riesgos con las necesidades del negocio. Cuatro de cada diez (39%) informan que revisan regularmente las métricas de desempeño de la organización de seguridad con partes interesadas de la empresa.
4. La ciberseguridad necesita evolucionar como una estrategia de negocios: esto no puede suceder hasta que los líderes de seguridad tengan una mejor visibilidad de sus superficies de ataque. Solo el 51% de los líderes de seguridad mexicanos indican que sus organizaciones de seguridad poseen una comprensión y evaluación holística de todas las superficies de ataque de sus empresas y un 53% o menos utiliza métricas de amenazas contextuales para medir el riesgo cibernético de sus empresas. Esto significa que su capacidad para analizar los riesgos cibernéticos, y priorizar y ejecutar soluciones en función de la criticidad de los activos y el contexto de la amenaza es limitada.

#### Otros datos a considerar incluyen:

- Contar con tecnología bien integrada es el segundo factor más importante para el éxito de la ciberseguridad: tiene un impacto positivo en casi todos los resultados evaluados, aumentando la probabilidad de éxito general en un promedio del 10.5%. Curiosamente, las integraciones también benefician el reclutamiento y la retención de talento, ya que los equipos de seguridad quieren trabajar con la mejor tecnología y evitar la fatiga.
- La integración es el factor más importante para establecer una cultura de seguridad que abarque a toda la empresa: en lugar de los programas tradicionales de entrenamiento de seguridad, que no se correlacionaban con una cultura positiva, invertir en tecnología que sea flexible y sin inconvenientes.
- Como práctica independiente, el simple hecho de conocer los posibles riesgos cibernéticos parece ser lo que menos se correlaciona con el éxito general: esto parece sorprendente, pero demuestra la importancia de un programa integral de inteligencia de amenazas y manejo de incidentes con la capacidad de mitigar y remediar. De hecho, prácticas como la respuesta oportuna a los incidentes y la detección precisa de amenazas se correlacionan mucho más fuertemente con el éxito de la seguridad en general.



De acuerdo con una encuesta publicada por Cisco "Estudio de Resultados de Seguridad 2021" (*Security Outcomes Study*), la cual ofrece una visión práctica para que los profesionales decidan dónde enfocar sus esfuerzos el próximo año. La investigación reveló que el cambio es un factor primordial para el éxito de la ciberseguridad. En promedio, los programas que incluyen una estrategia proactiva de actualización tecnológica son 12.7% tiene más posibilidades de reportar éxito de seguridad general, el más alto de cualquier práctica.

Desafortunadamente, no todas las empresas tienen el presupuesto o la experiencia para hacer que suceda esto, que también es conocido como el "Resultado Final de Seguridad". Una estrategia para migrar a soluciones de seguridad en la nube y SaaS puede ayudar a cerrar esta brecha. Las soluciones basadas en suscripción son asequibles, fáciles de desplegar e integrar, mientras que las actualizaciones automáticas garantizan que la tecnología se modernice continuamente sin costos o esfuerzos adicionales.

Hacer esta transición no es sencillo, ni es igual para todas las organizaciones, lo que hagan hacia adelante tanto los CISO, como el Consejo de Administración, C-suites y roles individuales, dependerá del estado actual de sus funciones de ciberseguridad, de sus características y objetivos.

"Los expertos en seguridad necesitan tomar decisiones rápidas e informadas. Sin embargo, a menudo están armados con docenas de herramientas de múltiples proveedores, lo que requiere habilidades para unirlos y que trabajen juntos. Esto crea complejidad, costo y gastos generales", mencionó Mike Hanley, Director de Seguridad de la Información de Cisco.

Carlos López Cervantes, Socio Líder de Riesgos y Ciberseguridad en EY Latinoamérica Norte, explicó que las amenazas cibernéticas y de seguridad siguen expandiéndose. Aproximadamente 6 de cada 10 organizaciones (59 %) han enfrentado algún incidente significativo o grave en los últimos 12 meses y el 48 % cree que los ataques cibernéticos y violación de datos tendrán un impacto más que moderado en su negocio en los próximos doce meses.

Las amenazas modernas a la seguridad requieren de un nuevo enfoque. Los líderes de seguridad deben alinear sus estrategias de ciberseguridad con los objetivos y prioridades de negocios para evolucionar desde el antiguo enfoque reactivo y aislado de "detectar, proteger y defender" a una estrategia que permita a la seguridad y a las empresas adoptar una visión ofensiva del riesgo de la ciberseguridad y alinearla con las decisiones de negocios. 

# GLOBAL CX FORUM

25° CONGRESO MÉXICO

imt.

ORGANIZA

CONFERENCIAS - NETWORKING - EXPO VIRTUAL  
*Humanizing The Digital Experience*

**Festejamos 25 años continuos** con esta experiencia única, diseñada para reunir a la **Industria de Customer Experience & Contact Centers / BPO-KPO-ITO**, donde podrás fortalecer tu red de contactos, hacer networking y conocer las estrategias más innovadoras que han impulsado la **Humanización de la Experiencia Digital del Cliente**.

## TEMAS 2021:



Big Data & Analytics



Innovación



CX & User X



Realidad Virtual - IA



Cloud



Omnicanalidad



Ciber - seguridad



Teletrabajo Elearning



Regulaciones



Employee Engagement

¿Quieres ser patrocinador?  
Comunícate por WhatsApp 5572117446

24  
25  
MARZO  
2021

PATROCINADORES  
PLATINO

AVAYA  
Experiences That Matter

central.

VERINT.

zendesk

PATROCINADORES ORO

Auronix

Directo

GENESYS



Regístrate en [foros@imt.com.mx](mailto:foros@imt.com.mx) / Tel 55 5340 2290 / WhatsApp 5572117446  
[www.imt.com.mx](http://www.imt.com.mx)

f /imtcontactforum

in Instituto Mexicano de Telervicios (IMT)

@imt\_

IMTContactForum

imt\_cx



Alejandro Vargas  
González,  
Analista de Select

# Negocios de tecnología y telecomunicaciones son claves para la recuperación de México

En los meses de julio, agosto y septiembre, la facturación de los negocios de tecnología y telecomunicaciones creció 16% respecto al segundo trimestre de 2020.

En esta nueva realidad, es muy destacado el desempeño de los negocios de conectividad, pilar fundamental para realizar trabajo, educación y entretenimiento a distancia. Los operadores de telecomunicaciones han demostrado ser capaces de atender los incrementos de la demanda de servicios de internet, principalmente en el segmento fijo.

Los picos en las demandas de dispositivos personales, PC, tabletas y *smartphones*, el crecimiento inédito de plataformas de colaboración a distancia y otro tipo de soluciones tecnológicas para mantener operativas a las organizaciones, son evidencia de que la economía mexicana descansa aún más en servicios y plataformas digitales para realizar labores esenciales.

## Prioridades de inversión 2021

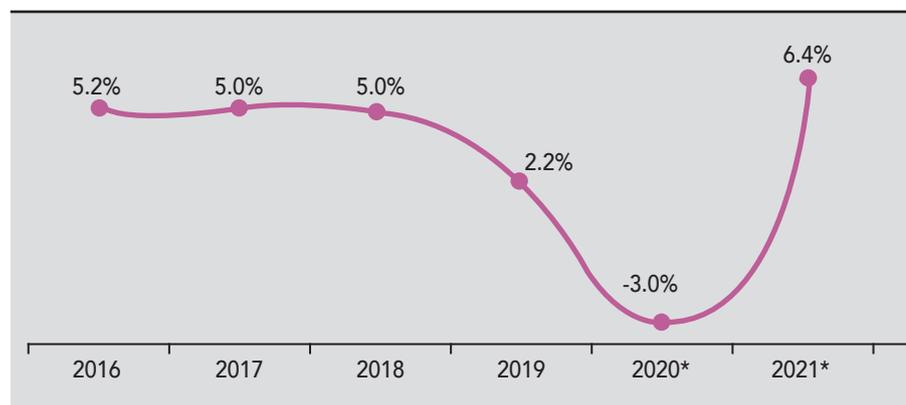
Entre las prioridades de inversión y proyectos digitales que marcarán tendencia en 2021 se encuentran:

- Lanzamiento de plataformas de atención omnicanal para enriquecer la experiencia de clientes.
- Rediseño de procesos de negocios punta a punta, apoyados con aplicaciones desde la nube y desarrollos a la medida.
- Asegurar la operación tecnológica, con foco en protección de datos y procesos.
- Gobernanza de datos y aprovechamiento de información con herramientas analíticas y de inteligencia artificial.

El fin parcial del confinamiento en México contribuyó a mejorar los volúmenes de venta al haber más comercios y establecimientos en operación, así como una constante demanda de servicios de nube y colaboración a distancia. Sin embargo, aún no se llegan a los niveles de facturación de 2019; si comparamos año contra año, la caída es de -2.3% hasta septiembre de 2020.

En este sentido, anticipamos un crecimiento de 6.4% para los mercados de tecnologías y telecomunicaciones en 2021, con incrementos importantes para tecnologías de nube, seguridad y analítica, más presupuestos para conectividad, y contratación de servicios profesionales, que además de contar con conocimiento de estas innovaciones, tienen *expertise* por industrias.

#### Proyección del crecimiento de mercados TIC en 2021



Fuente: Select, octubre 2020

\*Proyectado

La recuperación acelerada del sector TIC, además de ser prueba de la resiliencia de las empresas proveedoras de tecnología y telecomunicaciones, es una señal anticipada de la recuperación de la economía mexicana. La pregunta ahora es: ¿cómo apoyamos a los sectores y segmentos típicamente rezagados a subirse a esta acelerada digitalización de la economía? 



[www.ahksystems.com](http://www.ahksystems.com)

Contamos con amplia experiencia para ofrecer a nuestros clientes...

- **Telefonía Empresarial .**
- **Contact Center.**
- **Grabación y Analíticos.**
- **Automatización de Procesos IA & CRM.**  
Automatización de Procesos repetitivos.  
Optimización del uso del CRM.
- **Integración Multiplataformas.**  
PBX/ACD,IVR,CTI, Omnicanalidad,  
Grabación y Analíticos.
- **Asesoría en el apego a:**  
Compliance  
Marco Regulatorio.
- Soluciones On-Premise, Nube e híbridas.
- Soporte y Mantenimiento Preventivo/Correctivo.
- Servicios Administrados.



¡Contáctanos!

Tel. 55566 90939  
[contacto@ahksystems.com](mailto:contacto@ahksystems.com)  
[ventas@ahksystems.com](mailto:ventas@ahksystems.com)  
[www.ahksystems.com](http://www.ahksystems.com)

**NICE**

**AVAYA**

# 25° Estudio Nacional de Centros de Contacto 2020

## BPO / KPO - ITO



Estudio auspiciado por:



Gracias al apoyo de Genesys y la generosa participación de 81 empresas nacionales e internacionales incluidas en el estudio, el IMT reitera el compromiso de proveer información actualizada del sector, sus características y tendencias; así como identificar los retos comunes que enfrentan las organizaciones en los diferentes aspectos (estratégicos, comerciales, operativos, tecnológicos y de talento). El desarrollo de este estudio incluye el levantamiento de información, en el que participa el nivel directivo de cada empresa, responsables de la calidad y certeza de la información recabada en un cuestionario electrónico, lo que garantiza la confiabilidad en el proceso.

La información recibida por el IMT fue procesada por el equipo de analistas, realizando un estudio comparativo con años anteriores.

El levantamiento de la información comprende el periodo de septiembre a diciembre 2020.

Además de las secciones que tradicionalmente se presentan en este reporte de la industria, expectativas de crecimiento y características del *offshore*, se incluye la sección de "Teletrabajo y nueva Normalidad", que busca ofrecer el impacto de la contingencia durante y post pandemia.

Por último, en esta edición se publica el INDEX DATA 2020 que incluye los sectores atendidos, los servicios y los canales de contacto, entre otros.

### Objetivos del estudio

Con el propósito de aportar elementos de valor para la generación de estrategias de negocio, este estudio tiene como objetivo principal:

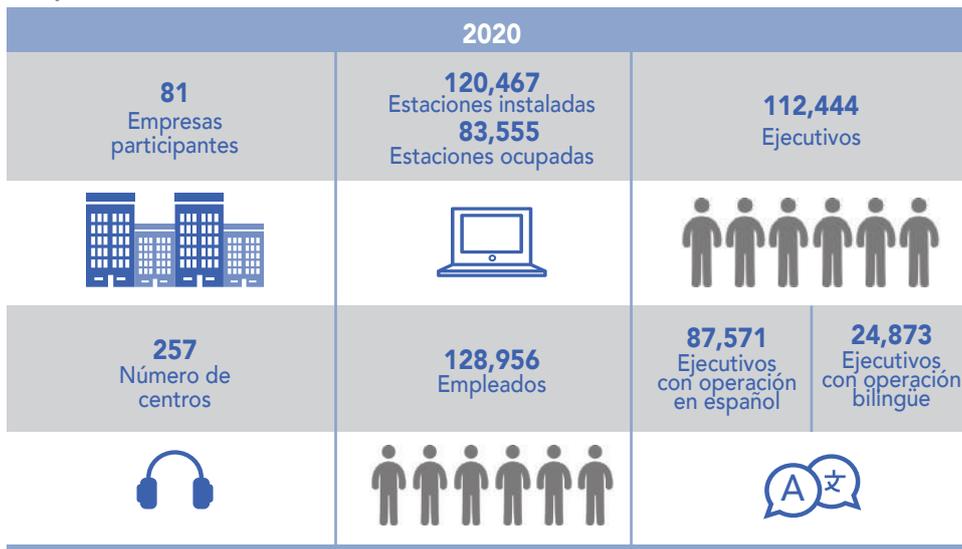
#### Conocer

- ▶ El impacto del COVID – 19 en la industria durante el 2020.
- ▶ Las acciones a la nueva normalidad y preparación para el 2021.
- ▶ El comportamiento de la oferta de servicios de Centros de Contacto BPO/KPO-ITO, incluyendo características de las empresas, así como el portafolio de los servicios que ofrecen, sus funciones, sectores a los que dan servicio y canales de interacción.

#### Los indicadores de crecimiento de la industria

- ▶ La distribución geográfica regional y por estado de los centros.
- ▶ Las tendencias de los servicios *offshore* que se ofrecen desde México.
- ▶ Retos de las organizaciones.

### Composición de la muestra



N=81 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.

Gráfico: Composición de la muestra

### Capacidad instalada

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	EMPRESAS		ESTACIONES		EMPLEADOS	
Más de 2 mil estaciones	15	19%	82,046	68%	89,084	69%
De mil a 1,999 estaciones	16	20%	21,638	18%	23,723	18%
De 500 a 999 estaciones	13	16%	9,646	8%	8,854	7%
De 250 a 499 estaciones	13	16%	4,329	4%	4,677	4%
Menos de 249 estaciones	24	29%	2,808	2%	2,618	2%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>	<b>120,467</b>	<b>100%</b>	<b>128,956</b>	<b>100%</b>

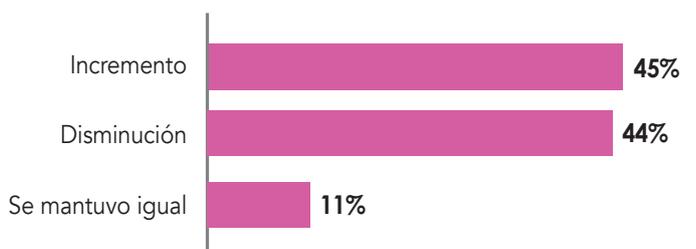
N=81 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020

Gráfico: Capacidad instalada

La capacidad instalada se vio ampliada por un gran número de organizaciones que implementaron el modelo de teletrabajo y, por otro lado, los espacios en sitio se vieron reducidos por la regulación sanitaria.

Tan solo el 19% de las empresas concentra alrededor del 70% de los empleos en la industria

### Crecimiento en número de estaciones

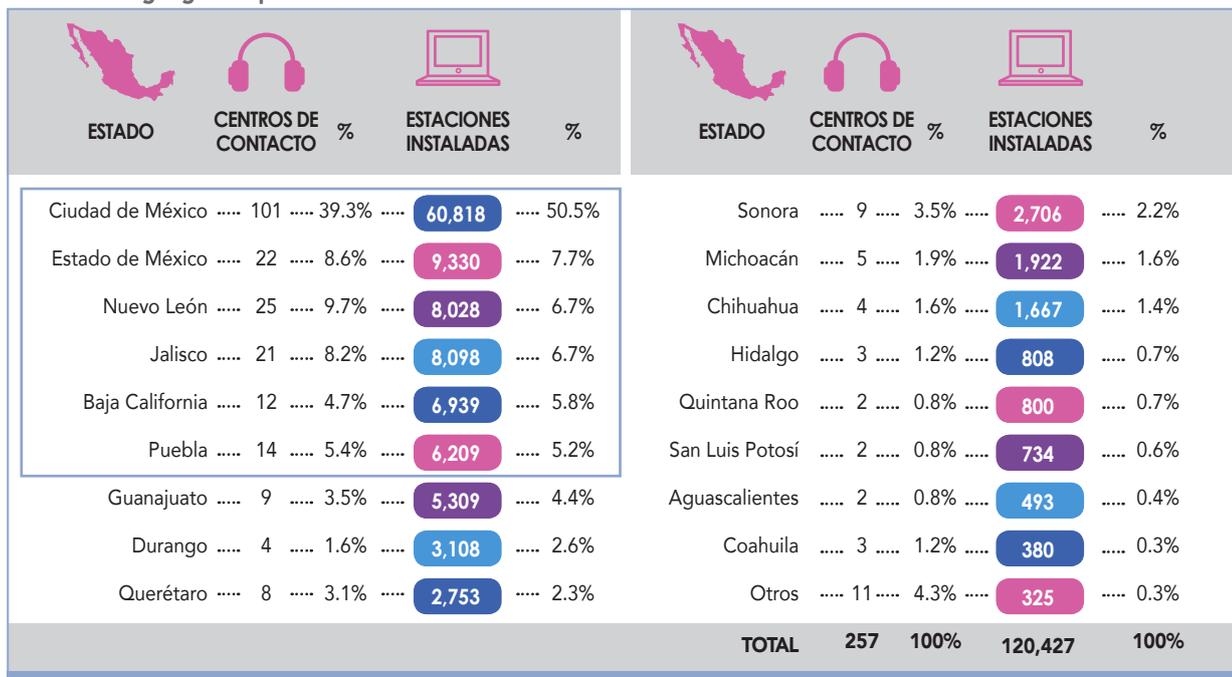


N=55 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020

Gráfico: Crecimiento en número de estaciones con respecto a 2019

El 45% de los participantes reportó crecimiento en el número de estaciones y, el 44% decrecimiento, lo que nos muestra que se mantuvo la capacidad instalada.

## Distribución geográfica por estado



N=81 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020

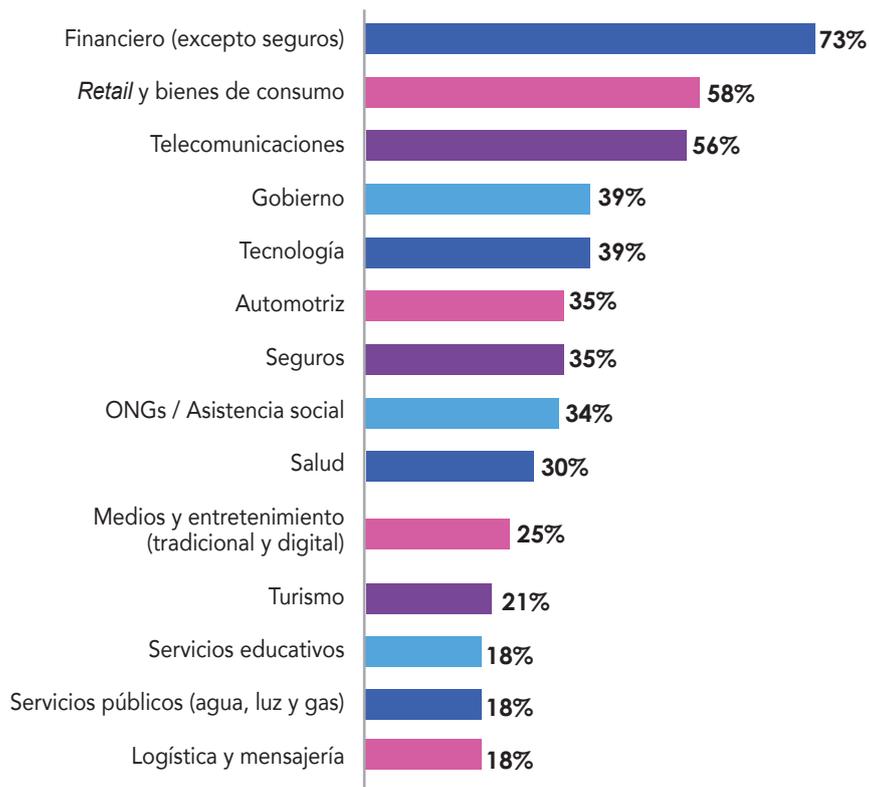
Gráfico: Distribución geográfica por estado

La Ciudad de México concentra el 50% de las estaciones instaladas en 2020. El Estado de México subió de la 4ta posición a la 2da en el 2020. Nuevo León, se mantiene en 3ero y Jalisco bajó al 4to lugar.

Se observa que la región centro y norte del país concentra significativamente la mayor parte de la operación de Centros de Contacto, de manera que existe una oportunidad para el desarrollo del sector en los estados de la región sur del país.

\*Otros: Tabasco, Veracruz, Oaxaca, Sinaloa, Nayarit, Chiapas y Baja California Sur.

## Sectorios atendidos



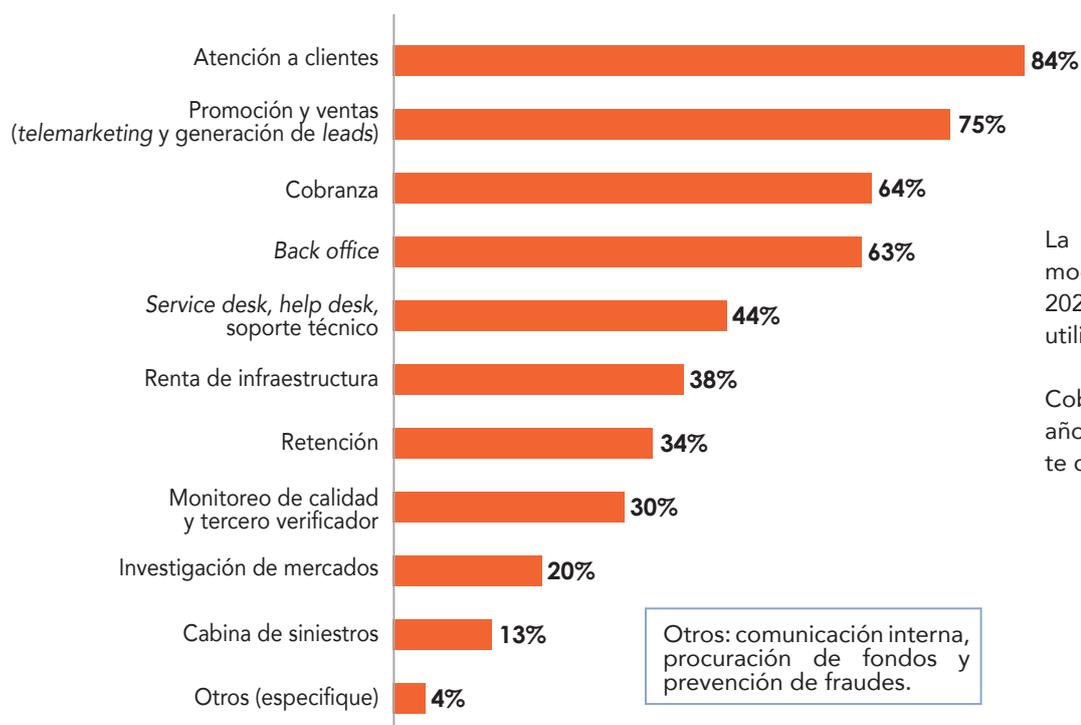
N= 80, Respuesta múltiple, IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020

Gráfico: Sectorios atendidos



Los sectores financiero, retail y bienes de consumo siguen siendo los más atendidos

## Funciones



La atención a clientes, y promoción y ventas prevalecen, en 2020, como las funciones más utilizadas.

Cobranza sube su posición este año a la tercera más importante con el 64%

N= 80, Respuesta múltiple, IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020  
Gráfico: Funciones



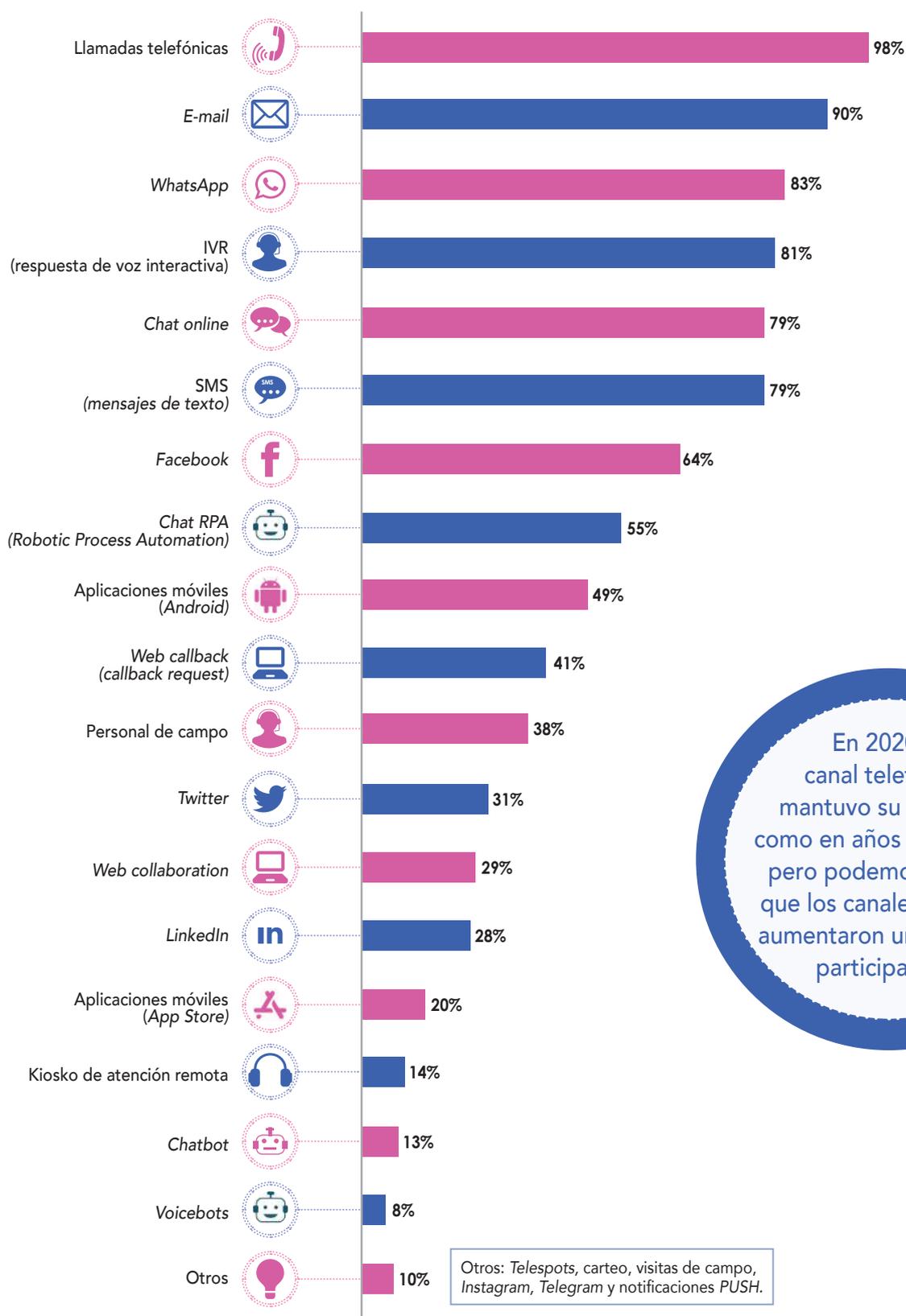
## Especialidad de la operación



Durante 2020, la atención a clientes creció su participación al 50% versus el 39% que ocupaba en 2019. En cambio, promoción y ventas disminuyó al 20% del 24% (2019). Cobranza mantuvo su posición en 3er lugar.

N= 80, IIMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020  
Gráfico: Especialidad

## Canales de contacto tradicionales y digitales

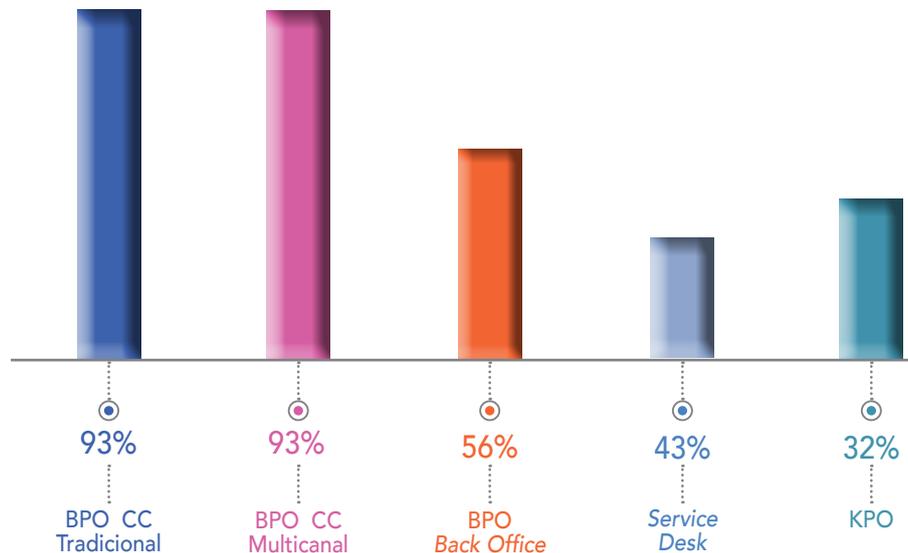


En 2020 el canal telefónico mantuvo su posición como en años anteriores; pero podemos resaltar que los canales digitales aumentaron un 16.5% su participación.

N= 80, Respuesta múltiple, I IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO 2020.

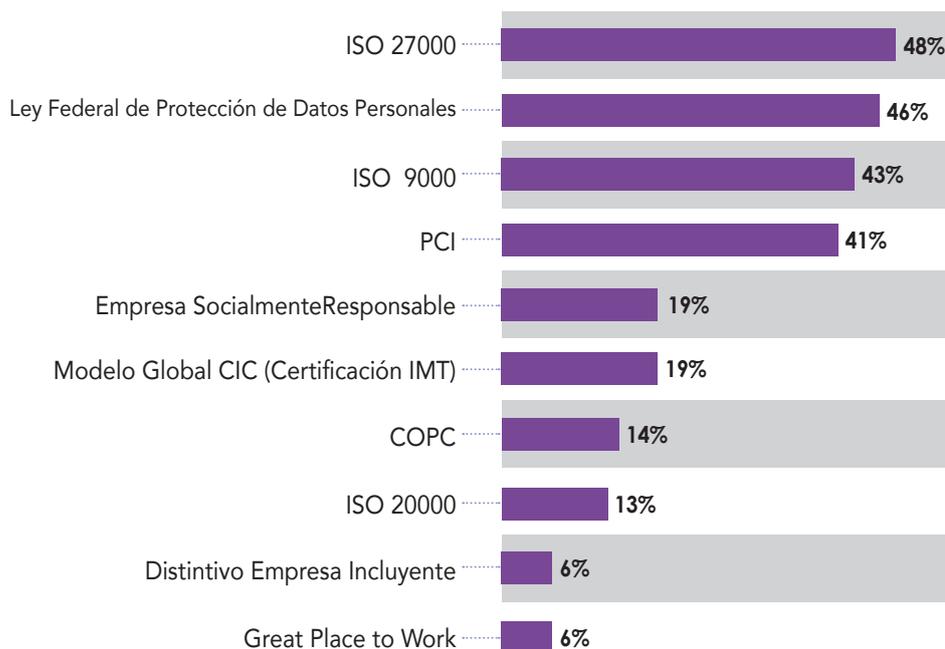
Gráfico: Canales de contacto

### Evolución de los servicios



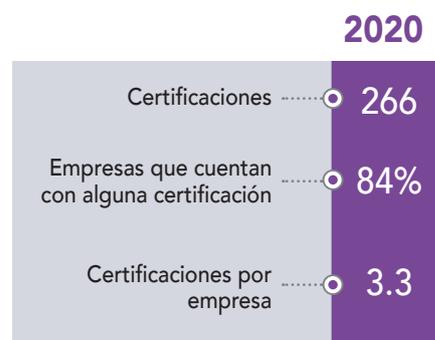
N= 81, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Evolución de los servicios

### Certificaciones de las empresas



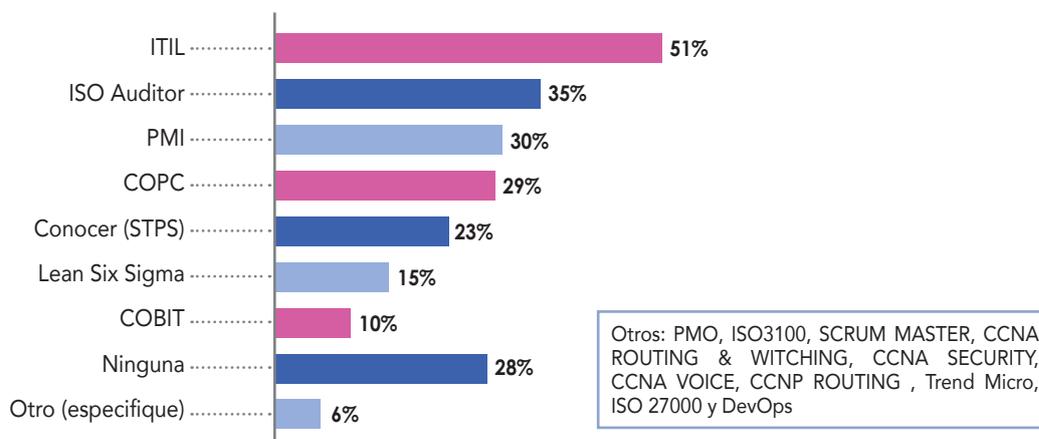
Los estándares en materia de seguridad son las certificaciones que con mayor frecuencia eligen las empresas.

Para este periodo, ISO 27000 superó a ISO 9000. La Ley Federal de Protección de Datos Personales y PCI siguieron siendo relevantes. Finalmente, el 16% no cuenta con alguna certificación y cabe resaltar que este porcentaje es menor al 25% del 2019.



N= 79, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Certificaciones de las empresas

### Certificaciones del personal



N= 79, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.

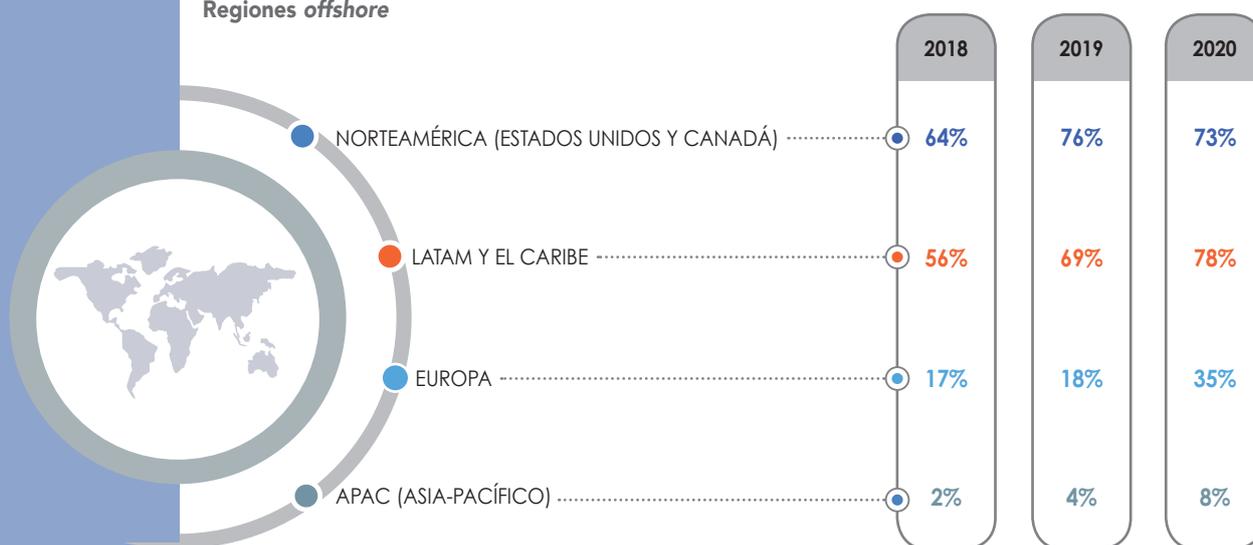
Gráfico: Certificaciones del personal

**47%** de las empresas brinda servicios de *offshore*

La región **LATAM** y **El Caribe** superó a Norteamérica.

### Servicios offshore / nearshore

#### Regiones offshore



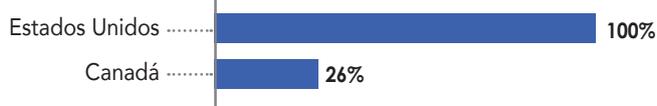
N= 37, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.

Gráfico: Regiones offshore / nearshore

En 2020 la región de LATAM y El Caribe superó a Norteamérica con respecto al 2019, dejándolo en 2do lugar.

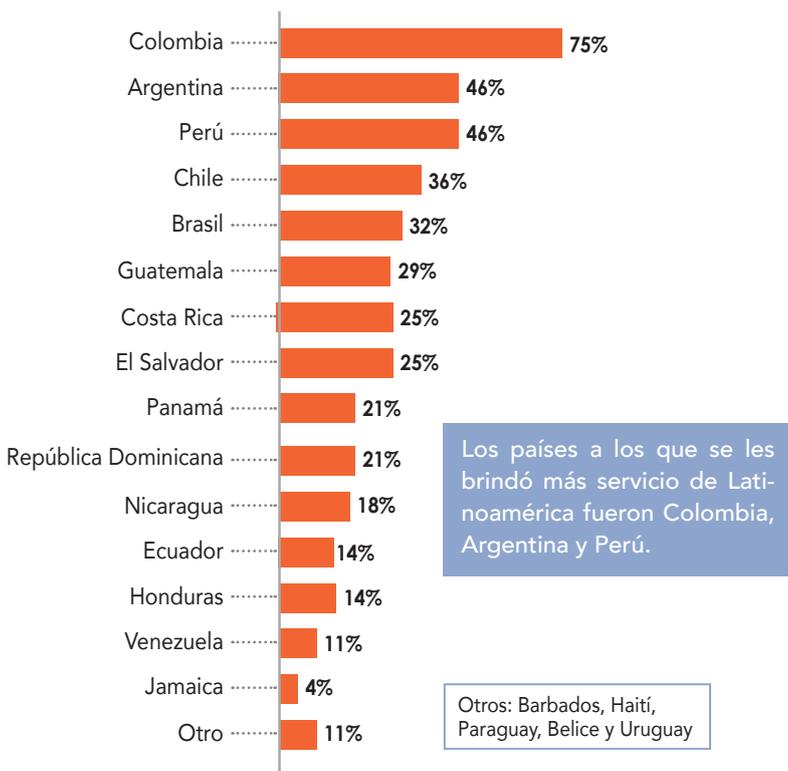
En general, existe una mayor diversificación en las diferentes regiones del mundo a las que se les brinda servicio.

### Países de Norteamérica



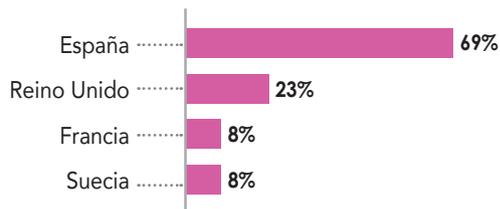
N= 27, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Países de Norteamérica

### Países de LATAM y el Caribe



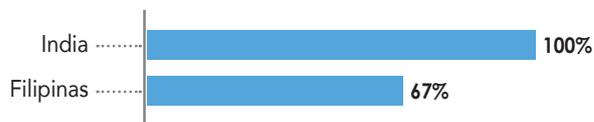
N= 28, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Países de LATAM y El Caribe

### Países de Europa



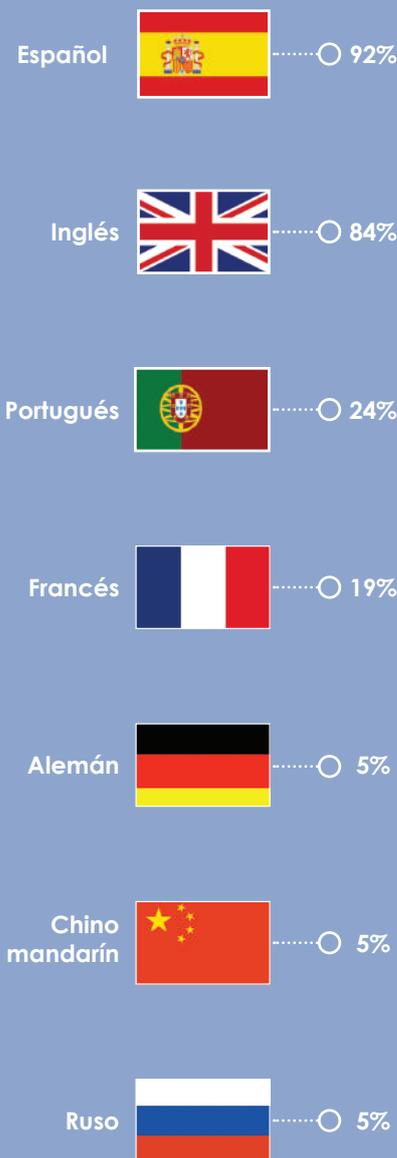
N= 13, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Países de Europa

### Países de APAC (Asia - Pacífico)



N= 3, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Países de APAC (Asia - Pacífico)

### Idioma de soporte offshore



N= 37, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Idiomas

El español y el inglés siguen siendo los idiomas con mayor importancia y uso para los servicios offshore.

# Administración de talento de Centros de Contacto

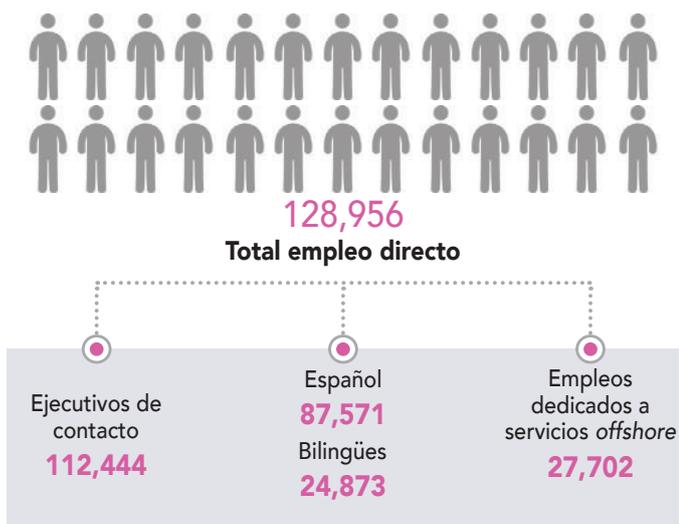
## BPO / KPO - ITO

Durante 2020, la industria de Centros de Contacto fue fundamental en la generación de empleos. En esta edición se incluyeron los indicadores más importantes de la gestión de talento y tendencias durante el COVID-19.



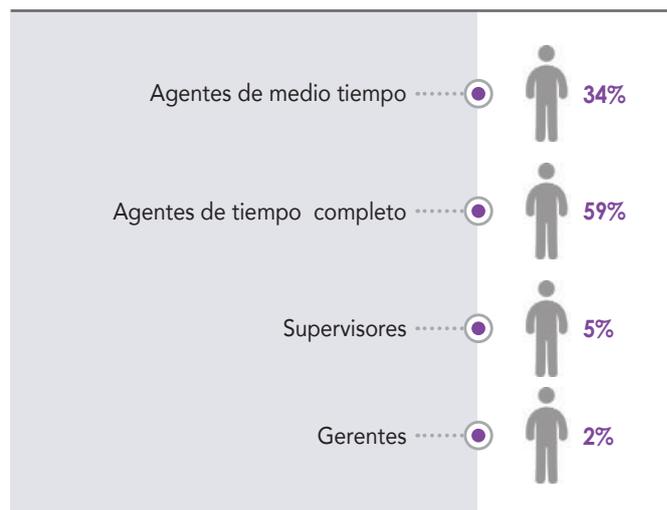
La distribución del personal operativo de los Centros de Contacto, en específico de los agentes de medio y tiempo completo, mostró un crecimiento del 93% con respecto al 2019 (88%). Solo el 7% está conformado por *staff* operativo (gerentes y supervisores).

### Empleo



Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO 2020.  
Gráfico: Empleo

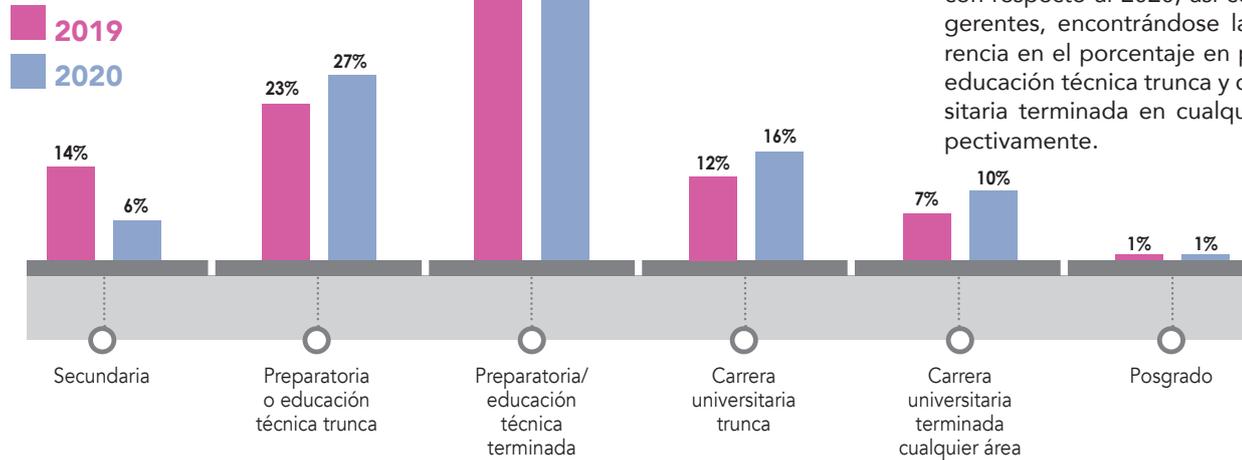
### Distribución de la fuerza de trabajo



N= 71 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO 2020.  
Gráfico: Distribución de la fuerza de trabajo

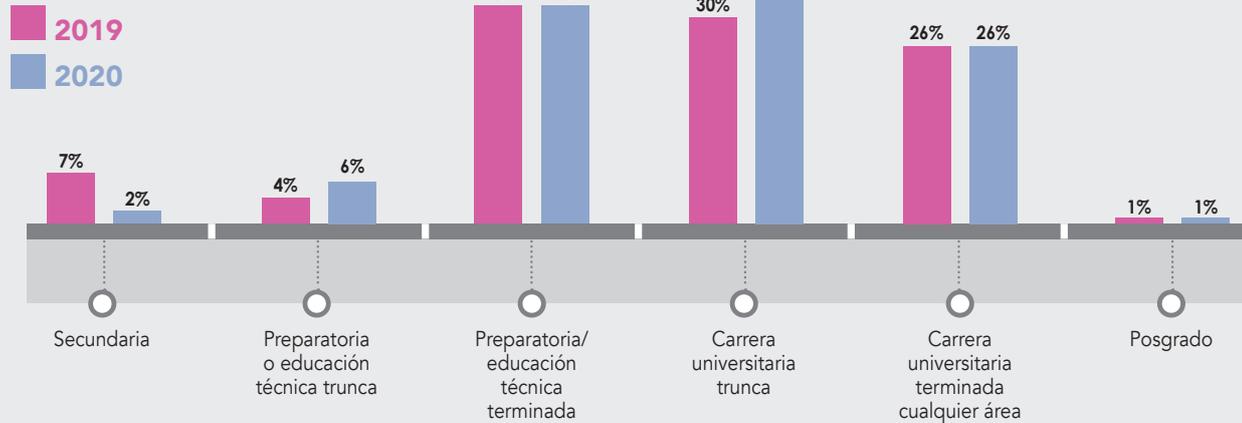
Nivel de escolaridad de los empleados

AGENTES

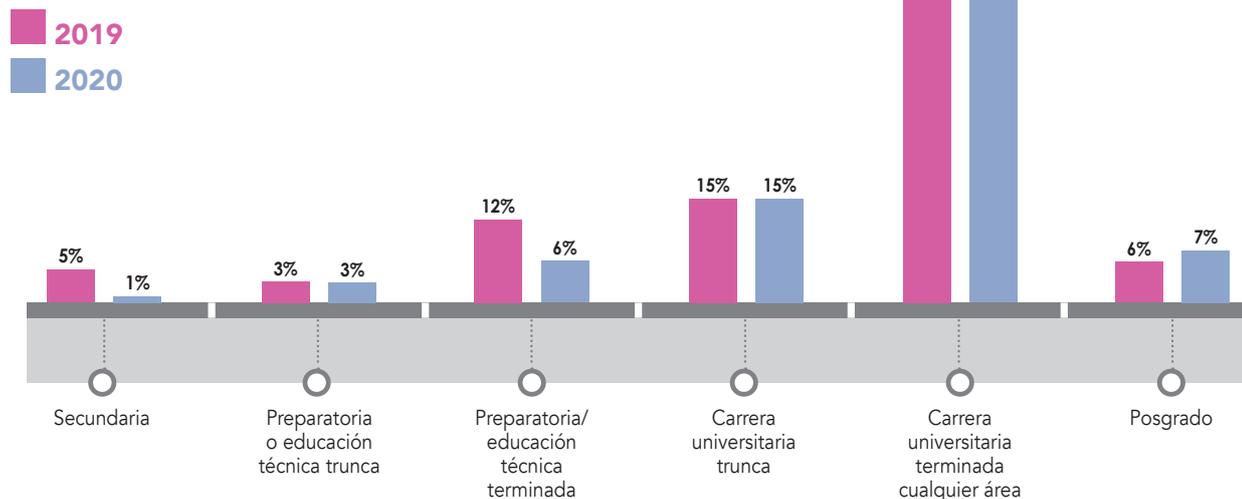


En años anteriores, el nivel académico reportado de los agentes era menor con respecto al 2020, así como el de los gerentes, encontrándose la mayor diferencia en el porcentaje en preparatoria / educación técnica trunca y carrera universitaria terminada en cualquier área, respectivamente.

SUPERVISORES



GERENTES

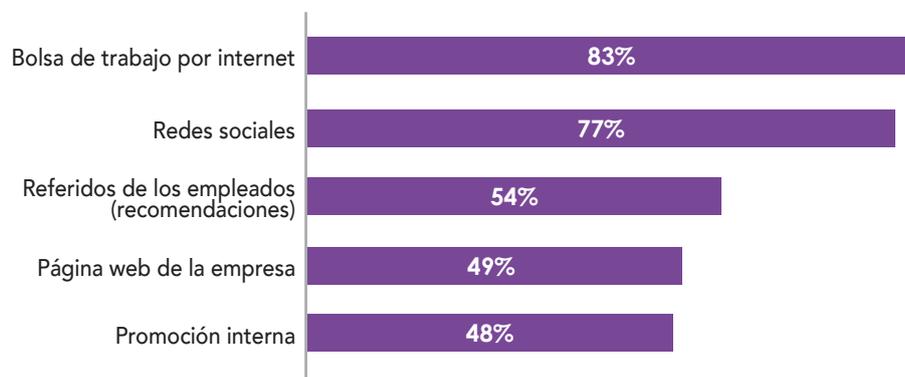


N = 71 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO 2020.  
Gráfico: Nivel de escolaridad de los empleados

Durante 2020, los medios de reclutamiento digitales dominan nuevamente el *ranking* de medios de atracción de talento. La bolsa de trabajo por Internet mantiene su posición de 1er. lugar con respecto al 2019, seguido por redes sociales.

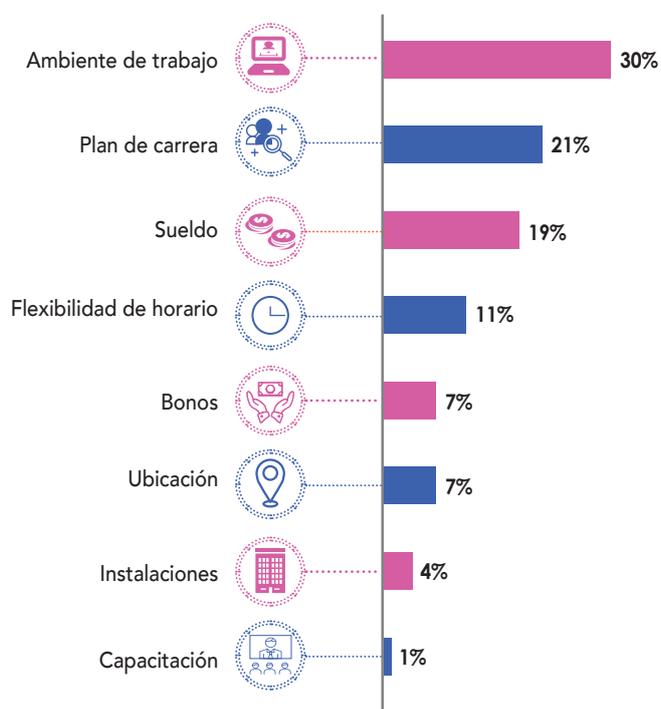
Además, el ambiente de trabajo mantuvo su posición como el elemento de mayor competitividad. El plan de carrera subió de posición del 5to. lugar que tenía en 2019. El factor "sueldo" escaló al 3er lugar, del sexto que ocupó en 2019.

### Medios de reclutamiento



N= 71, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Medios de reclutamiento

### Elementos que contribuyen a la retención de talento



N= 71 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Elementos que contribuyen a la retención de talento

### Capacitación mediante plataformas de e-learning

Para este estudio se incluyó esta nueva pregunta, la cual muestra que el 54% de los participantes implementó la capacitación vía *e-learning*, a raíz de la pandemia.

Conoce nuestras soluciones para el desarrollo de competencias especializadas en CX, Centros de Contacto y áreas de interacción con clientes.

## CURSOS IN HOUSE:



Diseño de cursos a la medida con formatos y metodologías ante esta nueva normalidad.

- Capacitamos a tu personal a distancia en los temas de tu interés en los horarios y fechas que requieras.
- Diseñamos el contenido de acuerdo al perfil y *expertise* de tu personal.
- Promovemos el aprendizaje por medio de metodologías de aprendizaje acelerado y diseño instruccional adecuado.



## Máster en Dirección Estratégica de Customer Experience y centros de contacto

Al concluir Diplomado 1 y 2 obtén el grado máster avalado por el IMT y la universidad de Anáhuac.

- Actualízate en temas de alta dirección para Centros de Contacto y áreas de interacción con clientes.
- Conviértete en un especialista del *Customer Experience*, mediante la formación académica de clase mundial proporcionada por la Universidad de Anáhuac.
- Interactúa en tiempo real con especialistas e Intercambiar experiencia con colegas.

## IMT Academy - Nueva Plataforma de educación continua



Cursa una de las 8 especialidades o toma alguno de los 16 cursos especializados que van desde nivel operativo hasta nivel directivo.

- Desarrolla habilidades y competencias en lugar y hora que lo requieras.
- Sé especialista en cualquiera de las áreas de tu interés y mejora tus oportunidades laborales.
- Adquiere nuevos conocimientos y ponlos en práctica al momento y recibe asesoría de un experto.



## IMT - learning

Accede a uno de los cursos *On Demand* que tenemos para ti y tu personal

- Capacítate y desarrolla a tu personal en el lugar, la hora y el tiempo que lo requieras.
- Desarrolla habilidades y competencias específicas.
- Si lo requieres podemos producir material *e-learning* para tu propia plataforma.

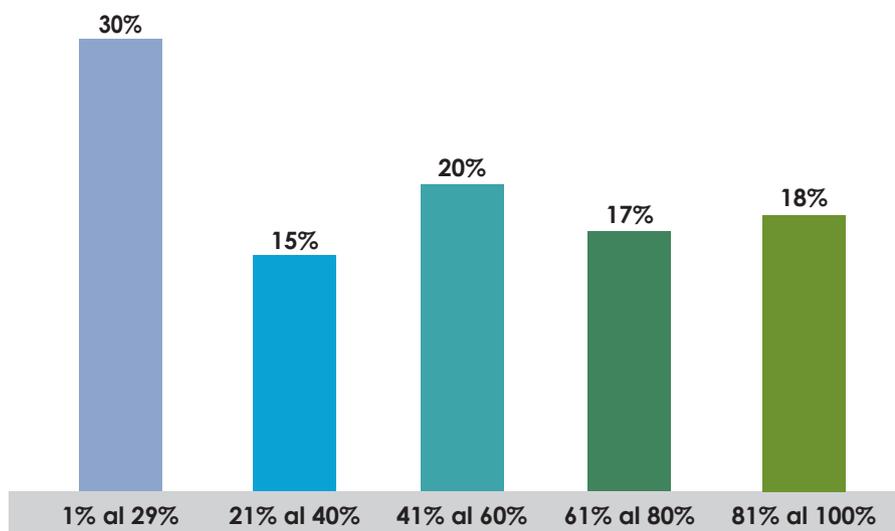
## Sección especial:

# Teletrabajo y acciones ante la nueva normalidad

Con el surgimiento de la contingencia sanitaria por COVID-19, este año se experimentaron muchos cambios en todas las industrias, en el caso de los Centros de Contacto no fue la excepción. Por ello, el estudio incorporó nuevas secciones para conocer el impacto, las acciones y los retos que enfrentan las empresas en esta nueva etapa. El teletrabajo fue adoptado por la mayoría de los Centros participantes.



Porcentaje de la operación en teletrabajo

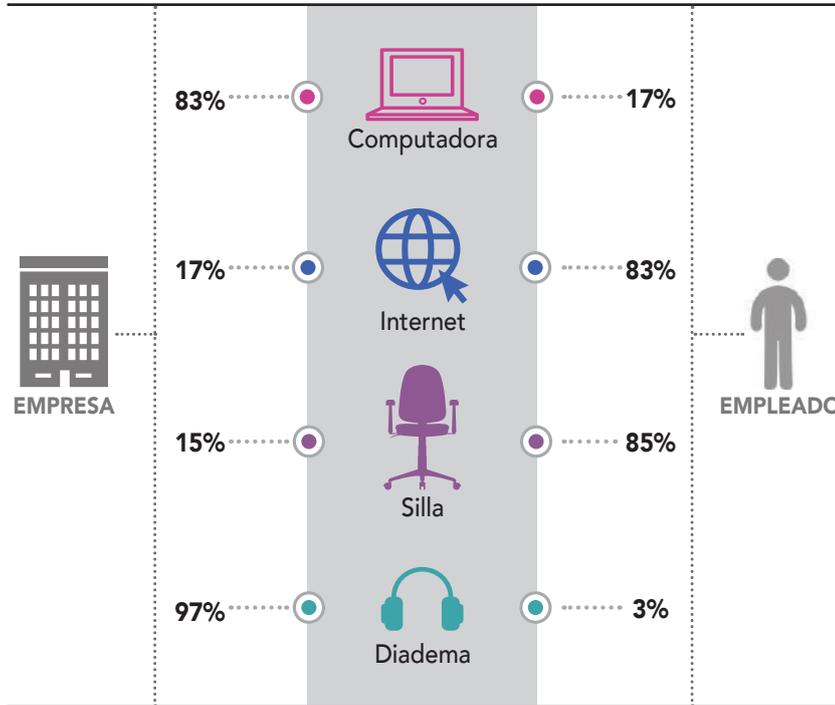


**9 de cada 10 empresas confirmaron haber implementado la modalidad de teletrabajo en 2020.**

Dentro de las empresas que afirmaron haber llevado su operación a teletrabajo, un 18% lo hizo prácticamente completa, es decir, del 80 al 100%. En cambio, un 30% solo trasladó el mínimo de su operación del 1% al 20%.

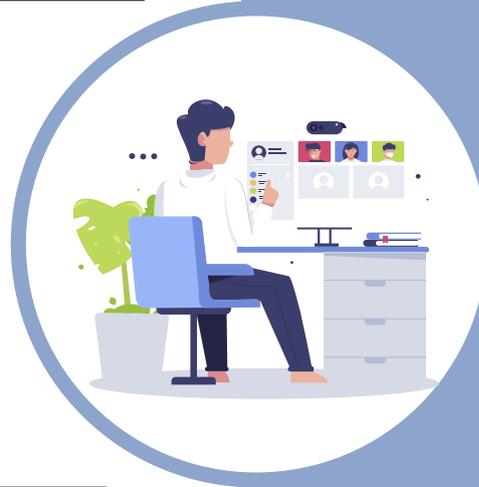
N=66 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO - ITO 2020.  
Gráfico: Porcentaje de la operación en teletrabajo

Origen de los recursos para laborar en teletrabajo

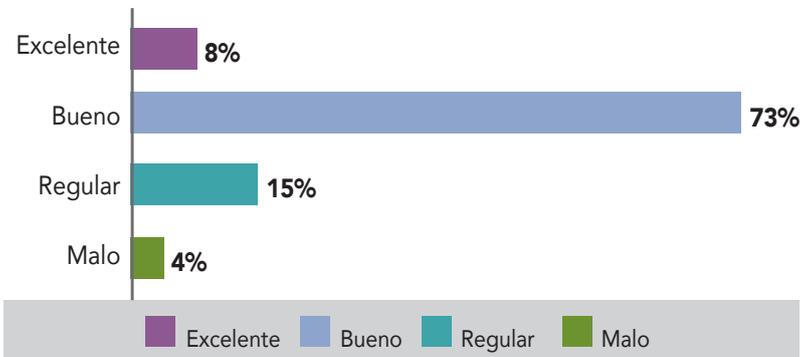


N=60 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Origen de los recursos para laborar en teletrabajo

Los recursos que principalmente las empresas proveen a los empleados en la modalidad de teletrabajo son computadora y diadema.



Calidad de las interacciones de los empleados en teletrabajo



N=60 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Calidad de las interacciones de los empleados en teletrabajo

Aunque el 81% de los encuestados asegura un resultado positivo en la calidad de las interacciones del teletrabajo, se detectan áreas de oportunidad para mejorar la calidad.

### Reportes de problemas en teletrabajo



#### Conectividad en general



#### Latencia o robotización de la voz



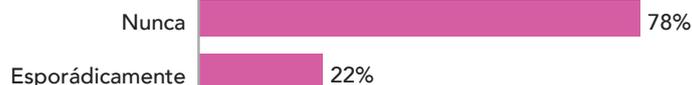
A pesar de tener un resultado positivo del 81% en la calidad de las interacciones del teletrabajo, aún se detectan áreas de oportunidad para mejorar la calidad.



#### Interrupciones eléctricas



#### Saturación o problemas por licenciamiento

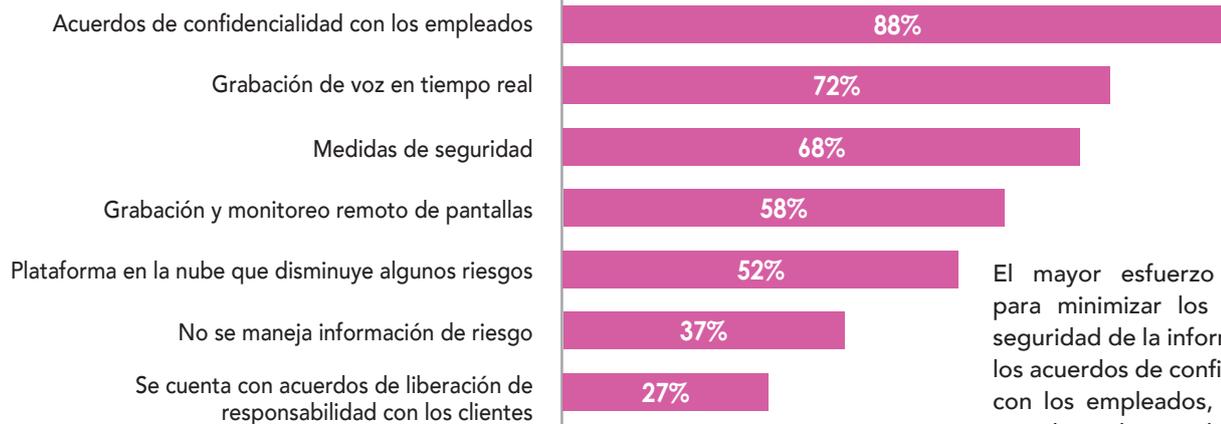


#### Accesibilidad a aplicativos (programas)



N=60 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Reporte de problemas en teletrabajo

### Estrategias para minimizar los riesgos de seguridad de la información en teletrabajo

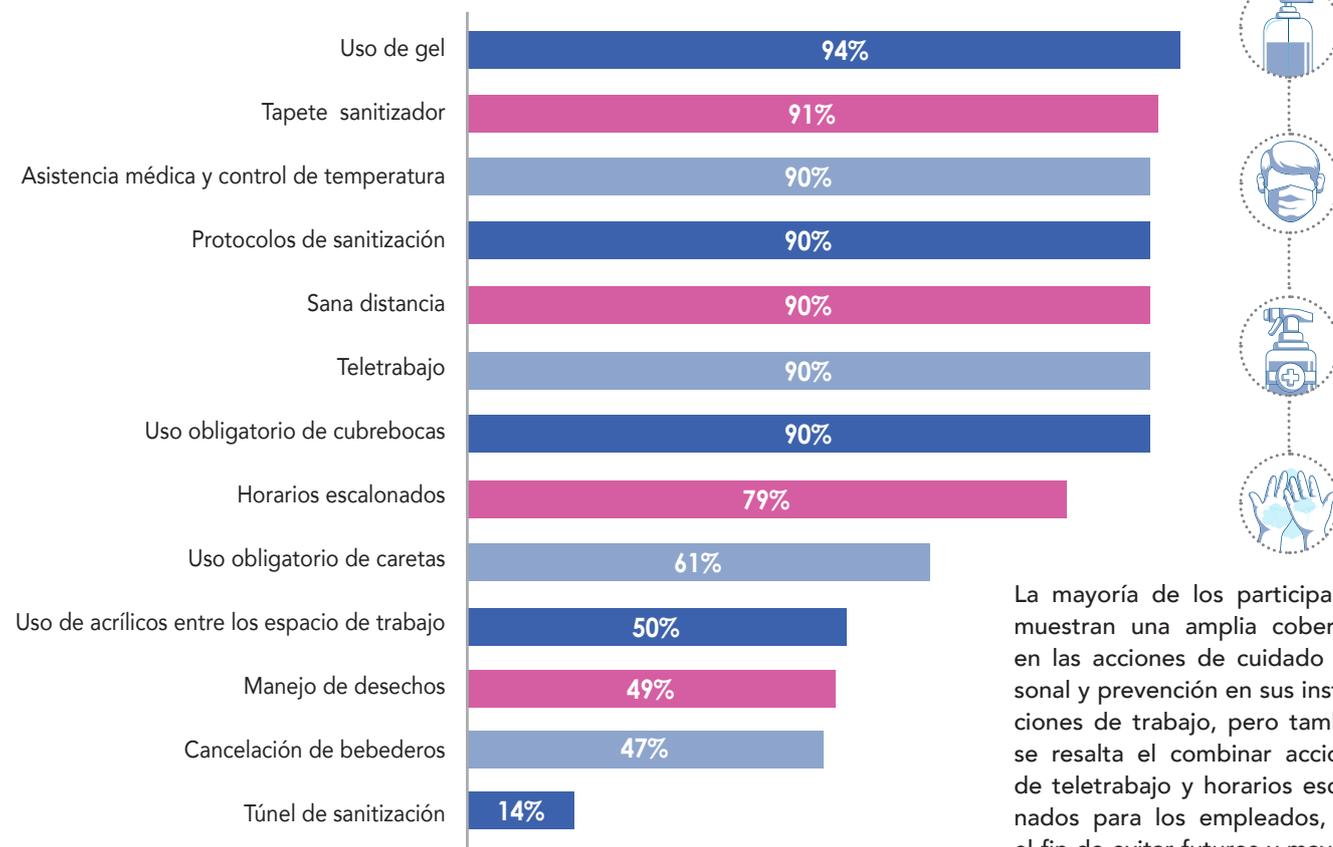


El mayor esfuerzo detectado para minimizar los riesgos de seguridad de la información, son los acuerdos de confidencialidad con los empleados, combinado con el uso de tecnología.

N=60, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Estrategias para minimizar los riesgos de seguridad de la información en teletrabajo

## MEDIDAS PREVENTIVAS

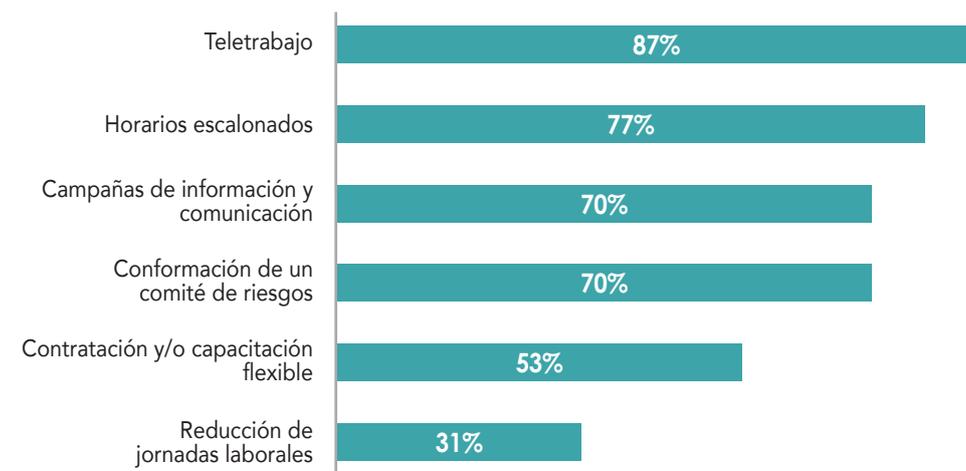
## Acciones de las empresas para el cuidado del personal y prevención de brotes por COVID-19 en sitio



La mayoría de los participantes muestran una amplia cobertura en las acciones de cuidado personal y prevención en sus instalaciones de trabajo, pero también se resalta el combinar acciones de teletrabajo y horarios escalonados para los empleados, con el fin de evitar futuros y mayores brotes de COVID -19.

N=70, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Acciones de las empresas

## Acciones de las empresas para dar continuidad al negocio ante la contingencia



Flexibilidad para trabajar desde casa es la medida general más impulsada, seguida por la implementación de horarios y jornadas flexibles (horarios escalonados) para evitar brotes de COVID – 19.

N=70, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Acciones de las empresas para dar continuidad al negocio ante la contingencia



El 73% de los participantes confirma un crecimiento, tanto en clientes nuevos como en el aumento de campañas de clientes existentes, durante la contingencia. Solo el 21% de los participantes mostró decrecimiento en sus operaciones.

Atención a clientes fue el tipo de campaña que mostró mayor crecimiento en aquellas empresas que tuvieron aumento de campañas de clientes existentes y las que obtuvieron clientes nuevos.

### BCP (Business Continuity Plan) y DRP (Disaster Recovery Plan)

Esta sección se incluyó con el fin de conocer cuántas empresas estaban preparadas para dar continuidad a la operación ante una eventualidad como la que se presentó.

**El 75% de los participantes confirmó tener un plan de BCP y/o DRP vigente y aprobado por sus clientes**

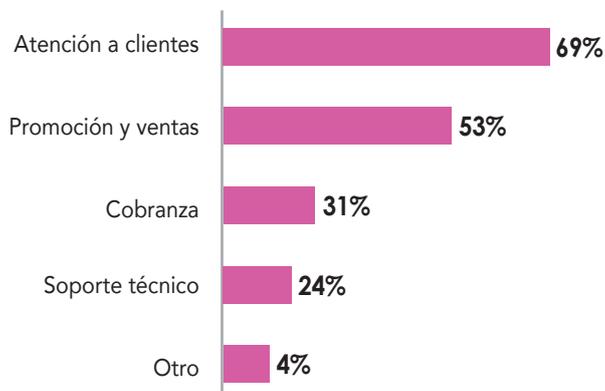
### Cambios en el volumen de la operación como consecuencia de la contingencia sanitaria



N= 69 | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.

Gráfico: Cambios en el volumen de la operación como consecuencia de la contingencia sanitaria

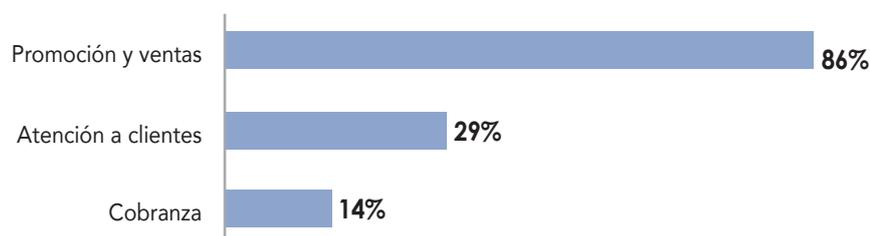
### Campañas que aumentaron en volumen de operación



N= 51, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.

Gráfico: Campañas que aumentaron en volumen de operación

### Campañas que disminuyeron en volumen de operación



N= 51, Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Campañas que disminuyeron en volumen de operación

### ACCIONES QUE TOMARAN LAS EMPRESAS CON RESPECTO AL TELETRABAJO

#### Futuro del teletrabajo al concluir la contingencia sanitaria



N= 66 respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Futuro del teletrabajo al concluir la contingencia sanitaria

#### Consideraciones de las empresas para estar preparadas para el futuro



N= 66 Respuesta múltiple | IMT, Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO / KPO – ITO 2020.  
Gráfico: Consideraciones de las empresas para estar preparadas para el futuro

Del 21% que reportó disminución de campañas contratadas durante la contingencia y pérdida de clientes, el 86% mencionó que promoción y ventas fue la función que más decreció.

El 92% de los participantes cuenta o está en proceso de un plan de reingreso a la nueva normalidad, mientras que el 8% no tiene previsto ninguno.

Se detecta que la mayoría de las acciones de los participantes van encaminadas hacia realizar cambios internos estratégicos para fortalecer la estructura de negocio, acompañados de tecnología. La revisión de la estrategia comercial aparece en 2do lugar, con un enfoque externo.

## RETOS DE LAS ORGANIZACIONES

A continuación presentamos los cinco retos principales compartidos por el nivel directivo de las empresas. Se encuentran divididos en: estratégicos y comerciales, operativos, tecnológicos, económicos, talento y teletrabajo.



### RETOS ESTRATÉGICOS Y COMERCIALES

- 81%** Aumentar la cartera (clientes nuevos)
- 57%** Mantener la lealtad de los clientes
- 52%** Aumentar la oferta de servicios
- 45%** Adaptar la estructura organizacional
- 45%** Garantizar la continuidad de la operación durante y después de la contingencia sanitaria



### RETOS ECONÓMICOS

- 52%** Incremento en la rentabilidad / reducción de costo
- 50%** Contracción de la economía
- 48%** Liquidez y flujo de efectivo
- 48%** Panorama socioeconómico del país
- 43%** Asuntos legales y políticos gubernamentales derivados del COVID-19



### RETOS OPERATIVOS

- 49%** Mejora de procesos
- 48%** Adecuación de los espacios de trabajo
- 42%** Certificaciones
- 38%** Mejora del desempeño operativo ( KPI)
- 35%** Gestión de equipos remotos



### RETOS DE TALENTO

- 64%** Atracción y retención de talento
- 43%** Incertidumbre de los empleados ante la nueva normalidad
- 38%** Competitividad laboral (sueldos, compensaciones y beneficios)
- 35%** Certificación del personal
- 35%** Regulaciones laborales (contratos, sindicatos, demandas, etc.)



### RETOS TECNOLÓGICOS

- 45%** Automatización
- 42%** Mejora y actualización de la tecnología / Inversión tecnológica
- 36%** Estabilidad de plataformas tecnológicas
- 33%** Implementación de herramientas tecnológicas para teletrabajo
- 33%** Seguridad de información y datos personales



### RETOS DE TELETRABAJO

- 71%** Calidad de la operación en teletrabajo
- 43%** Problemas de conectividad en general
- 25%** Accesibilidad a aplicativos (programas)
- 19%** Latencia o robotización de la voz
- 14%** Interrupciones eléctricas

## CONCLUSIONES



- Sin duda, la contingencia provocada por la pandemia tuvo impactos muy importantes en 2020 para la industria mexicana de Centros de Contacto, al igual que para el resto de los países del mundo. En todas las áreas que se relacionan con la operación, se modificaron radicalmente las prácticas, esfuerzos, acciones y estrategias, con el propósito de garantizar la continuidad de la operación, buscando la salud física y emocional del personal, la seguridad de la información y la estabilidad del negocio. El reto ha sido enorme en todos sentidos y seguramente continuará siéndolo en los próximos años. Afortunadamente, el sector sigue siendo sumamente importante e incluso presenta un gran potencial de crecimiento, en la medida en que se desarrollen estrategias creativas y efectivas en la administración del talento, la incorporación de tecnologías emergentes y nuevos modelos de operación. Todo ello, con el propósito de manejar lo más importante en las organizaciones: la experiencia del cliente.

**A continuación, los hallazgos más relevantes de este estudio:**
- La capacidad instalada en número de estaciones ocupadas a nivel general no presentó crecimiento, prácticamente se mantuvo; ello, debido a que el número de estaciones para ser ocupadas en sitio se redujo. Por otra parte, mediante el esquema de teletrabajo unas empresas reportaron crecimiento en su operación y otras, decrecimiento.
- En cuanto a la distribución geográfica, las regiones Centro y Norte del país siguen siendo las que tienen mayor concentración de operación de Centros de Contacto, mientras que la región Sur está prácticamente disponible para el establecimiento de este tipo de organizaciones.
- El canal telefónico mantuvo su posición como en años anteriores, sin embargo, los canales digitales tuvieron un crecimiento importante de un 16.5% en promedio.
- La mitad de las empresas brinda servicios al extranjero desde México. Este año, por primera vez, se reportó una mayor diversificación en la prestación de servicios *Offshore* hacia las diferentes regiones del mundo; la región de LATAM y el Caribe superó a Norteamérica, dejándolo en 2do. lugar; los países con mayor número de menciones de Latinoamérica fueron Colombia, Argentina y Perú.
- En cuanto al nivel de profesionalización de la industria, este se vio sustancialmente incrementado, pasando del 75% al 84% las empresas certificadas en 2020, además el número de certificaciones por empresa subió del 2.1 a 3.3 y hubo un crecimiento también en el rubro de certificación especializada de personas. Esto indica que hay un nivel más alto en todos los puestos de los Centros de Contacto: ejecutivos, supervisores y gerentes.
- Otro dato relevante es que el 50% de las organizaciones aprovecha el *e-learning* como parte de sus acciones de capacitación.
- El teletrabajo llegó para quedarse: el 91% de los participantes mencionó haber implementado esta modalidad en 2020. El 18% confirmó haber llevado su operación del 80 al 100% a teletrabajo.
- El 92% de los participantes cuenta o está en proceso de un plan de reingreso a la nueva normalidad. El 89% de los participantes planea generar o mejorar el esquema actual de teletrabajo. Solo el 17% regresará en su totalidad al lugar de oficinas, mientras que 71% tendrá un regreso parcial con esquemas y consideraciones particulares.
- Un dato relevante destaca la combinación de acciones de teletrabajo y horarios escalonados para los empleados, con el fin de evitar futuros y mayores brotes de COVID-19.
- El 74% de los participantes confirma un crecimiento tanto en clientes nuevos y/o aumento de campaña de clientes existentes durante la contingencia. Atención a clientes fue el tipo de campaña que demostró mayor crecimiento, seguido de la promoción y ventas.
- Entre la infinidad de desafíos que enfrentan las organizaciones para este 2021, destacan en orden de importancia: mantener e incrementar la cartera de clientes, la calidad de la operación en un esquema de teletrabajo, la atracción y retención del talento, el entorno económico, político y social del país; la adecuación de los espacios de trabajo y la automatización de procesos.
- Cabe resaltar y reconocer la visión y capacidad de reacción rápida ante las exigencias de la nueva normalidad que las empresas tuvieron que enfrentar, tomando una serie de acciones que permitieran reducir al máximo los riesgos de contagio, aplicar las medidas sanitarias más estrictas, implementar el modelo de teletrabajo ágilmente, con todo lo que esto implica, garantizar la seguridad de la información, entre muchas más, en un estrés y ambiente emocional particular por la situación generalizada.

**El sector de CX sigue siendo fundamental para el éxito de las empresas y presenta un gran potencial de crecimiento.**



## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
1	Teleperformance	 <a href="http://www.teleperformance.com.mx">www.teleperformance.com.mx</a>	16,719	★	★	★		★	★	★	★	★	★		★	★	★	★
2	Atento México	 <a href="http://www.atento.com">www.atento.com</a>	11,437	★		★		★		★	★	★	★			★	★	★
3	TKM Customer Solutions	 <a href="http://www.tkm.com.mx">www.tkm.com.mx</a>	6,859			★			★	★	★	★	★			★	★	
4	Grupo Vanguardia	 VANGUARDIA	6,400	★				★	★		★					★		
5	Corporativo Muñoz	 <a href="http://www.mca.com.mx">www.mca.com.mx</a>	5,130			★	★				★		★					
6	Telvista	 <a href="http://www.telvista.com">www.telvista.com</a>	5,025	★		★				★	★	★	★			★	★	★
7	Bconnect Konecta	 <a href="http://www.bconnect.com">www.bconnect.com</a>	4,976	★		★	★			★	★	★	★		★	★	★	★
8	Bufete Empresarial GTI	 <a href="http://www.bufetegti.com">www.bufetegti.com</a>	4,550			★	★											

Servicios

Canales de contacto

Servicios										Canales de contacto																										
Atención a clientes	Back office	Cabina de siniestros	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)	Renta de infraestructura	Retención	Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo	Ubicación de los centros	Alemán	Chino mandarín	Español	Francés	Inglés	Portugués	Servicios Offshore/Nearshore	Aplicaciones móviles (Android)	Aplicaciones móviles (App Store)	Chat online	Chat RPA (Robotic Process Automation)	Chatbots	E-mail	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioscos de atención remota	Llamadas telefónicas	Personal de campo	Redes sociales	SMS (mensajes de texto)	Voicebots	Web callback (callback request)	Web collaboration	WhatsApp			
★	★		★			★	★	★	★	Aguascalientes, CDMX, Chihuahua, Durango, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Sonora	★	★	★	★	★	★		★	★	★	★				★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	
★	★		★			★		★	★	CDMX, Estado de México, Nuevo León, Puebla				★						★	★				★	★		★	★	★	★			★	★	
★	★	★	★			★	★	★	★	CDMX	★		★	★		★		★	★						★	★		★	★	★			★	★		
★	★					★			★	CDMX, Quintana Roo								★		★	★				★	★	★	★	★	★	★	★			★	
★	★		★			★	★			Guanajuato				★						★					★	★		★	★	★	★	★	★	★	★	
★	★	★	★			★	★	★	★	CDMX, Quintana Roo	★	★	★	★	★	★		★	★	★					★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★			★	★	★	★	CDMX, Durango, Puebla								★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★						★				CDMX, Estado de México									★	★					★		★				★					

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
9	TPS Contact Center	 <a href="http://www.tpscc.com.mx">www.tpscc.com.mx</a>	4,500	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
10	GABSSA	 <a href="http://www.gabssa.com.mx">www.gabssa.com.mx</a>	3,610	★		★	★		★	★	★	★		★				★
11	Atel Soluciones	 <a href="http://www.atelsoluciones.com">www.atelsoluciones.com</a>	3,000			★					★							★
12	UPAX	 <a href="http://www.upax.com.mx">www.upax.com.mx</a>	2,900															
13	Eficasia	 <a href="http://www.eficasia.com">www.eficasia.com</a>	2,850			★	★				★							
14	Pentafon	 <a href="http://www.pentafon.com">www.pentafon.com</a>	2,500			★	★		★	★	★	★	★					★
15	Anexa BPO	 <a href="http://www.anexabpo.com">www.anexabpo.com</a>	2,440				★				★		★	★				★
16	Impulse Telecom	 <a href="http://www.impulse-telecom.com">www.impulse-telecom.com</a>	2,050			★							★					★

Servicios										Canales de contacto																										
Atención a clientes	Back office	Cabina de siniestros	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)	Renta de infraestructura	Retención	Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo	Ubicación de los centros	Alemán	Chino mandarín	Español	Francés	Inglés	Portugués	Aplicaciones móviles (Android)	Aplicaciones móviles (App Store)	Chat online	Chat RPA (Robotic Process Automation)	Chatbots	E-mail	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioscos de atención remota	Llamadas telefónicas	Personal de campo	Redes sociales	SMS (mensajes de texto)	Voicebots	Web callback (callback request)	Web collaboration	WhatsApp				
★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	CDMX	🇪🇸							★	★					★	★			★	★	★	★					
★	★		★			★	★	★	★	CDMX, Jalisco, Nuevo León	🇪🇸	🇬🇧						★	★	★	★			★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	
★	★					★	★			CDMX, Chihuahua, Durango, Jalisco		🇬🇧						★		★	★						★								★	
★	★	★	★	★	★	★			★	CDMX, Estado de México								★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	CDMX, Estado de México	🇪🇸	🇬🇧						★		★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★		★			★	★	CDMX, Michoacán, Nuevo León								★	★	★	★			★	★	★	★			★	★	★	★	★	★	★
★	★		★		★			★	★	Baja California, Baja California Sur, CDMX, Jalisco, Nuevo León, Sonora	🇪🇸	🇬🇧							★	★				★	★		★			★					★	
★	★	★		★		★			★	CDMX, Querétaro	🇪🇸	🇬🇧						★	★	★						★	★		★	★	★	★	★	★	★	★

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
17	<b>Intugo</b>	 <a href="http://www.intugo.co">www.intugo.co</a>	1,995		★				★	★	★	★	★	★		★	★	
18	<b>Call Center Services International</b>	 <a href="http://www.ccsi.com">www.ccsi.com</a>	1,750		★						★			★			★	
19	<b>Grupo Concentra</b>	 <a href="http://www.grupoconcentra.mx">www.grupoconcentra.mx</a>	1,738		★	★					★		★	★			★	
20	<b>Konexo Contact and Solution Center</b>	 <a href="http://www.konexo.mx">www.konexo.mx</a>	1,703		★	★					★		★					★
21	<b>Callfasst</b>	 <a href="http://www.callfasst.com">www.callfasst.com</a>	1,640	★		★	★	★	★	★	★	★			★	★	★	★
22	<b>Econtact Professional Services</b>	 <a href="http://www.econtactsol.com">www.econtactsol.com</a>	1,449		★			★	★				★		★	★	★	★
23	<b>Grupo Comdata</b>	 <a href="http://www.comdatagroup.com">www.comdatagroup.com</a>	1,350			★	★				★		★	★			★	★
24	<b>Beliveo</b>	 <a href="http://www.beliveo.com">www.beliveo.com</a>	1,200	★	★				★	★			★	★	★	★	★	★

Servicios										Canales de contacto																								
Atención a clientes	Back office	Cabina de siniestros	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)	Renta de infraestructura	Retención	Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo	Ubicación de los centros	Alemán	Chino mandarín	Español	Francés	Inglés	Portugués	Servicios Offshore/ Nearshore	Aplicaciones móviles (Android)	Aplicaciones móviles (App Store)	Chat online	Chat RPA (Robotic Process Automation)	Chatbots	E-mail	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioscos de atención remota	Llamadas telefónicas	Personal de campo	Redes sociales	SMS (mensajes de texto)	Voicebots	Web callback (callback request)	Web collaboration	WhatsApp	
★	★		★	★	★	★	★		★	Jalisco, Sonora								★	★						★				★					
	★			★					★	Baja California, CDMX										★				★	★		★						★	
★	★		★				★			CDMX, Nuevo León								★	★	★			★	★		★	★	★	★	★	★	★	★	★
	★			★						Michoacán								★	★	★	★			★	★	★	★		★	★		★	★	★
	★			★						Querétaro, San Luis Potosí								★	★	★	★			★	★		★	★		★		★		★
★	★		★						★	CDMX, Puebla									★	★				★	★		★	★	★	★		★		★
	★			★						CDMX									★	★				★	★		★	★					★	
	★	★	★							Jalisco, Nuevo León									★	★	★			★	★		★	★		★		★		★

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
25	Kenos Grupo Scanda	 KENOS <a href="http://www.scanda.com.mx">www.scanda.com.mx</a>	1,200			★					★					★		★
26	Smart Center	 Smart CENTER <a href="http://www.smart-center.com.mx">www.smart-center.com.mx</a>	1,200			★			★	★			★		★		★	
27	TECSA	 TECSA <a href="http://www.tecsa.mx">www.tecsa.mx</a>	1,150					★							★		★	
28	Call Center de México	 ccm Call Center de México <a href="http://www.callcenterdemexico.com.mx">www.callcenterdemexico.com.mx</a>	1,100	★		★							★					
29	Vervent	 VERVENT	1,100	★		★	★	★				★	★	★		★	★	
30	Wise Interactions	 wise interactions <a href="http://www.wiseinteractions.com">www.wiseinteractions.com</a>	1,063			★	★		★	★					★	★	★	
31	2bGlobal	 2b global <a href="http://www.2bglobal.com.mx">www.2bglobal.com.mx</a>	1,000	★		★		★				★						
32	CONTACTUS Contact Center	 CONTACTUS Contact Center <a href="http://www.contactus.com.mx">www.contactus.com.mx</a>	1,000	★										★		★		★

Servicios	Ubicación de los centros	Servicios Offshore/ Nearshore	Canales de contacto
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a clientes</li> <li>Back office</li> <li>Cabina de siniestros</li> <li>Cobranza</li> <li>Investigación de mercados</li> <li>Monitoreo de calidad y tercero verificador</li> <li>Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)</li> <li>Renta de infraestructura</li> <li>Retención</li> <li>Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo</li> </ul>	 <p>Ubicación de los centros</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Alemán</li> <li> Chino mandarín</li> <li> Español</li> <li> Francés</li> <li> Inglés</li> <li> Portugués</li> </ul>  <p>Servicios Offshore/ Nearshore</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicaciones móviles (Android)</li> <li>Aplicaciones móviles (App Store)</li> <li>Chat online</li> <li>Chat RPA (Robotic Process Automation)</li> <li>Chatbots</li> <li>E-mail</li> <li>IVR (respuesta de voz interactiva)</li> <li>Kioscos de atención remota</li> <li>Llamadas telefónicas</li> <li>Personal de campo</li> <li>Redes sociales</li> <li>SMS (mensajes de texto)</li> <li>Voicebots</li> <li>Web callback (callback request)</li> <li>Web collaboration</li> <li>WhatsApp</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>	CDMX, Estado de México, Nuevo León		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	CDMX, Estado de México		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	Nuevo León, Querétaro		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	Estado de México		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	Baja California		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	CDMX, Estado de México	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	Estado de México		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>	Puebla	     	<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
33	GGA Solutions	 <a href="http://www.ggasolutions.com">www.ggasolutions.com</a>	990			★				★	★	★	★		★	★	★	
34	Asecon	 <a href="http://www.asecon2006.com.mx">www.asecon2006.com.mx</a>	975	★		★	★				★							★
35	Legaxxi	 <a href="http://www.legaxxi.com">www.legaxxi.com</a>	921	★		★	★								★			★
36	CMG	 <a href="http://www.cmg.mx">www.cmg.mx</a>	900	★		★												
37	Agencia B12	 <a href="http://www.agenciab12.mx">www.agenciab12.mx</a>	800							★				★	★	★	★	★
38	MEDMarketing	 <a href="http://www.med-marketing.com.mx">www.med-marketing.com.mx</a>	780			★												
39	STO	 <a href="http://www.sto.com.mx">www.sto.com.mx</a>	710			★								★				

Servicios

Canales de contacto

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo



Ubicación de los centros

-  Alemán
  -  Chino mandarín
  -  Español
  -  Francés
  -  Inglés
  -  Portugués
- 
- Servicios Offshore/ Nearshore

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

★ ★ ★ ★ ★	Baja California		★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	CDMX, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz		★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	Aguascalientes, Baja California, CDMX, Chiapas, Chihuahua, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Veracruz, Yucatán		★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	CDMX, Nuevo León		★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	CDMX	 	★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	CDMX		★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★	Jalisco		★ ★ ★ ★ ★

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
40	Callcom Contact Center & BPO	 www.callcom.mx	700														★	★
41	Zoom Solutions	 www.zoomsol.com.mx	700				★										★	
42	Bentoint	 www.bentoint.com	630			★							★					
43	Active World Working	 www.aww.com.mx	540							★								
44	Megadirect	 www.megadirect.com.mx	500			★	★	★										
45	UNO Contact Solutions Bureau	 www.1csb.mx	500			★	★			★			★					
46	Errescuer	 www.errescuer.com	450							★	★	★					★	★
47	MAC Carteras	 www.maccarteras.com	450			★				★							★	★

**Servicios**

**Canales de contacto**

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo



- Alemán
- Chino mandarín
- Español
- Francés
- Inglés
- Portugués



Servicios Offshore/ Nearshore

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

Servicios	Ubicación de los centros	Servicios Offshore/ Nearshore	Canales de contacto
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> </ul>	Nuevo León		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>	CDMX		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> </ul>	CDMX		<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>	CDMX, Estado de México		<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> </ul>	CDMX		<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>	CDMX	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li></li> </ul>	Jalisco	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li></li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> <li></li> <li>★</li> </ul>

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
48	CAFI	 <a href="http://www.cafi.com.mx">www.cafi.com.mx</a>	425	★		★	★				★							
49	Centro de Soluciones en Informática	 <a href="http://www.grupocsi.com">www.grupocsi.com</a>	360			★	★			★		★				★	★	
50	CIA	 	350	★		★	★				★							
51	ECI Contact Center	 <a href="http://www.ecicontact.com">www.ecicontact.com</a>	350															★
52	Sutherland Global Services	 <a href="http://www.sutherlandglobal.com">www.sutherlandglobal.com</a>	345			★				★	★	★				★	★	
53	Estratégica	 <a href="http://www.estrategica.com">www.estrategica.com</a>	340	★		★								★			★	
54	RSS	 web: <a href="http://www.rci.com">www.rci.com</a>	300															★
55	Data Voice	 <a href="http://www.datavoice.com.mx">www.datavoice.com.mx</a>	282			★	★	★	★	★	★	★	★			★	★	★

Servicios

Canales de contacto

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo



Ubicación de los centros

-  Alemán
  -  Chino mandarín
  -  Español
  -  Francés
  -  Inglés
  -  Portugués
- 
- Servicios Offshore/ Nearshore

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

Servicios										Canales de contacto																										
★			★	★						Baja California, CDMX, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Nayarit, Nuevo León, Sonora, Veracruz											★			★	★			★	★			★			★	
	★	★							★	CDMX											★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	
	★			★						CDMX, Estado de México											★	★			★			★	★	★	★		★	★		
	★								★	Puebla												★			★	★		★	★	★		★				
	★			★	★				★	CDMX, Nuevo León	  	★	★	★	★		★		★	★	★	★	★	★	★	★			★	★	★		★			
			★		★					CDMX	 		★			★							★			★			★	★	★	★		★		
★	★	★		★	★				★	CDMX	   		★		★	★	★		★		★		★		★	★	★		★	★			★		★	
	★	★	★	★	★				★	Estado de México	 	★	★	★	★		★		★	★	★	★	★	★	★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	

## EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo	
56	Zocallo	 <a href="http://www.zocallo.com">www.zocallo.com</a>	260							★		★						★	
57	CCS	 <a href="http://www.ccscontactcenter.com">www.ccscontactcenter.com</a>	257	★		★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
58	Gabinete de Cobranza	 <a href="http://www.gabinetedecobranza.com">www.gabinetedecobranza.com</a>	250	★		★	★											★	
59	Teleprompting Contact Center	 <a href="http://www.telepromptingcontact.com">www.telepromptingcontact.com</a>	250			★	★												
60	Sytec Comservices	 <a href="http://www.corporativosytec.com">www.corporativosytec.com</a>	240				★											★	
61	KoneXion	 <a href="http://www.konnexion.com.mx">www.konnexion.com.mx</a>	236									★						★	
62	Delta Contact	 <a href="http://www.delta-contact.com">www.delta-contact.com</a>	200			★			★	★	★	★		★				★	
63	Líder en atención al cliente	 <a href="http://www.lidrenatencion.com">www.lidrenatencion.com</a>	180	★		★			★									★	

**Servicios**

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo



Ubicación de los centros

- Alemán
- Chino mandarín
- Español
- Francés
- Inglés
- Portugués



Servicios Offshore/ Nearshore

**Canales de contacto**

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

Servicios	Ubicación de los centros	Servicios Offshore/ Nearshore	Canales de contacto
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	CDMX		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	CDMX, Jalisco		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	CDMX		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	Estado de México		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	Nuevo León, Sonora		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	Nuevo León		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	CDMX, Coahuila		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	Hidalgo		★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
64	Omnifon	 <a href="http://www.omnifon.com">www.omnifon.com</a>	180					★								★	★	
65	QIR	 <a href="http://www.qir.mx">www.qir.mx</a>	170	★		★	★		★	★	★						★	★
66	Beyra Logística Jurídica	 <a href="http://www.beyra.com.mx">www.beyra.com.mx</a>	157	★		★				★								
67	Connecta Contact Center	 <a href="http://www.connectacenter.com">www.connectacenter.com</a>	150	★		★	★		★	★	★	★	★					
68	Dialect Teleservices	 <a href="http://www.dialect.com.mx">www.dialect.com.mx</a>	150				★						★					
69	Mainbit	 <a href="http://www.mainbit.com.mx">www.mainbit.com.mx</a>	140														★	
70	Infocomm	 <a href="http://www.infocomm.com.mx">www.infocomm.com.mx</a>	125						★		★							★

Servicios

Canales de contacto

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo



Ubicación de los centros

-  Alemán
  -  Chino mandarín
  -  Español
  -  Francés
  -  Inglés
  -  Portugués
- 
- Servicios Offshore/ Nearshore

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

Servicios										Canales de contacto																			
★								★																					
★	★		★																	★									★
			★																				★	★		★	★		★
★		★		★	★															★	★		★	★		★		★	★
★		★						★												★	★		★	★		★	★		★
								★	★													★	★			★			
★				★																		★	★	★		★		★	

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
71	Recave		120			★												
72	bSide	 www.bside.com.mx	100														★	
73	Connect Center	 www.connectcenter.mx	100			★					★					★	★	
74	Front Face Business	 www.frontfacebusiness.com.mx	100	★	★						★		★	★				★
75	Operadora GEO		100			★		★		★							★	★
76	Adentcom	 www.adentcom.net	85	★					★	★			★	★		★		
77	Mensajes Masivos	 www.mensajesmasivos.com.mx	75	★							★							★

- Atención a clientes
- Back office
- Cabina de siniestros
- Cobranza
- Investigación de mercados
- Monitoreo de calidad y tercero verificador
- Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)
- Renta de infraestructura
- Retención
- Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo

-  Alemán
-  Chino mandarín
-  Español
-  Francés
-  Inglés
-  Portugués



Ubicación de los centros



Servicios Offshore/Nearshore

- Aplicaciones móviles (Android)
- Aplicaciones móviles (App Store)
- Chat online
- Chat RPA (Robotic Process Automation)
- Chatbots
- E-mail
- IVR (respuesta de voz interactiva)
- Kioscos de atención remota
- Llamadas telefónicas
- Personal de campo
- Redes sociales
- SMS (mensajes de texto)
- Voicebots
- Web callback (callback request)
- Web collaboration
- WhatsApp

Servicios										Canales de contacto										Ubicación	Idiomas
★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	Nuevo León	Alemán, Español, Inglés
★	★								★	★	★								★	CDMX	Español, Inglés
	★														★				★	CDMX	Español, Inglés
★	★																		★	CDMX	Español, Inglés
			★						★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	Coahuila	Español, Inglés
	★	★																	★	Nuevo León	Español, Inglés
★									★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	CDMX	Español, Inglés

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO - KPO / ITO 2020

★ ESPECIALIDAD DE LAS EMPRESAS

	 Empresa	 Página Web	 Estaciones Instaladas	Automotriz	Construcción y bienes raíces	Financiero	Gobierno	Logística y mensajería	Medios y entretenimiento (tradicional y digital)	ONGs y asistencia social	Retail y bienes de consumo	Salud	Seguros	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz y gas)	Tecnología	Telecomunicaciones	Turismo
78	<b>Appel Teleservices</b>  <a href="http://www.appelteleservices.com">www.appelteleservices.com</a>	60	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★															
79	<b>Call Center Excel</b>  <a href="http://www.callcenterexcel.com.mx">www.callcenterexcel.com.mx</a>	60	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★															
80	<b>WAYAK</b>  <a href="http://www.wayak.pro">www.wayak.pro</a>	55	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★															
81	<b>Soluciones Empresariales Brainstore</b>  <a href="http://www.brainstore.com.mx">www.brainstore.com.mx</a>	50	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★															
82	<b>Point Capital</b>  <a href="http://www.pointcapital.mx">www.pointcapital.mx</a>	40	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★															



Si desea participar  
 contáctanos en:  
**estudios@imt.com.mx**



Servicios										Canales de contacto																												
Atención a clientes	Back office	Cabina de siniestros	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción y ventas (telemarketing y generación de leads)	Renta de infraestructura	Retención	Service desk, help desk, soporte técnico y desarrollo		Alemán	Chino mandarín	Español	Francés	Inglés	Portugués		Ubicación de los centros	Servicios Offshore/Nearshore		Aplicaciones móviles (Android)	Aplicaciones móviles (App Store)	Chat online	Chat RPA (Robotic Process Automation)	Chatbots	E-mail	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioscos de atención remota	Llamadas telefónicas	Personal de campo	Redes sociales	SMS (mensajes de texto)	Voicebots	Web callback (callback request)	Web collaboration	WhatsApp		
★						★				Jalisco			★		★						★					★												
★	★		★			★				CDMX												★				★												
★			★	★	★	★	★			CDMX			★								★	★			★	★	★	★		★	★						★	
★	★				★	★				CDMX	★		★		★						★			★	★	★						★					★	
★					★	★	★		★	Guanajuato											★	★	★		★	★												

¡Muchas gracias!  
a las empresas  
que participaron en este estudio



# Talento y CX, prioridades en era post-COVID

Lourdes Adame Goddard



Por más de 12 años, la reducción de costos fue la principal iniciativa empresarial que empujaba las inversiones de tecnologías de la información (TI); pero en 2020 el principal objetivo fue mejorar la capacidad de la organización para atraer y retener el talento, junto con la experiencia del cliente, destacaron analistas de IDC, durante el *IDC Future of Industry Ecosystems Latam*.

La pandemia de Covid-19 está dejando cambios permanentes en todas las compañías y, principalmente, están acelerando su digitalización. Por ello, los temas que dominarán la agenda digital en el 2021 son: los programas de confianza digital, la resiliencia de infraestructura digital, los programas de datos (para obtener información de operaciones comerciales, productos y/o ecosistemas), la transformación del lugar de trabajo y las capacidades de desarrollo de software para impulsar la innovación.

Alejandro Floreán, Vicepresidente de consultoría y soluciones estratégicas para América Latina, destacó que la reducción de costos dejó de ser el principal objetivo de las inversiones de TI (que en este año pasó a la quinta posición de las prioridades de los CIO), después de más de 12 años de sostenerse en la primera posición, y ahora las prioridades son:

- 55%** Las iniciativas para atraer y retener el talento
- 47%** La entrega de servicios digitales personalizados
- 43%** Mejorar la adquisición y retención de clientes



Alejandro Floreán, Vicepresidente de consultoría y soluciones estratégicas para América Latina.

Actualmente, las organizaciones enfrentan un entorno complicado por los efectos profundos que el coronavirus está dejando en la economía, como una conectividad improvisada e insegura que tuvieron que establecer muchas empresas, además de una infraestructura de TI legada y con potencial de riesgo.

Todas las organizaciones tienen que pasar por tres cambios permanentes – sostiene Floreán- que no pueden ignorarse:

- Diseñar nuevas experiencias para las demandas de sus clientes.
- Acelerar la automatización.
- Y transformar digitalmente su fuerza de trabajo.

Para impulsar mejoras en la experiencia de los clientes, las compañías están integrando soluciones de *machine learning* e inteligencia artificial (IA) para lograr experiencias más ágiles y responder a los cambios permanentes en los hábitos de consumo, como: el crecimiento del comercio digital, la hiperpersonalización en las interacciones comerciales, la integración de aplicaciones de negocio con IA y otras soluciones.

Además las compañías harán cambios permanentes en su política de recursos humanos sobre teletrabajo (80%), crearán un modelo de trabajo dinámico y reconfigurable (63%) y conectarán con los individuos sin importar ubicación, situación o contexto (52%).

Por otra parte, Jorge Gómez, director de soluciones empresariales de IDC México, detalló que algunas de las conductas que llegaron para quedarse con la pandemia en 2020, de acuerdo con sus encuestas son:

**30.5%** De las personas desean que se mantengan las opciones de recolección de mercancía en tienda.

**85%** De marcas de *hospitality* implementarán soluciones de *self-service* para 2021.

**30%** De los restaurantes tendrán una app propia de *delivery* hacia 2023.

**85%** De los comercios contarán con opciones de pago sin contacto en 2023.

A consecuencia de estos cambios, las tecnologías favorecidas para responder a la nueva realidad son la analítica & *big data*, con un aumento de 35% respecto al año anterior, para entender a nuevos consumidores, lograr eficiencias operativas y hacer planeación basada en escenarios.

Un 65% de las empresas está invirtiendo en experiencias “sin contacto” vía app, 68% de las compañías en la región integrarán el trabajo remoto como política de RH y habrá una mayor inversión en tecnologías como servicio para su viabilidad financiera. 

Más de

20

AÑOS  
siendo

EL CONTACTO  
CON LOS CLIENTES  
DE NUESTROS CLIENTES

TELEMARKETING  
COBRANZA

ATENCIÓN A CLIENTES  
SOPORTE TÉCNICO



CALLFASST  
CONTACT CENTER

[www.callfasst.com](http://www.callfasst.com)

[info@callfasst.com](mailto:info@callfasst.com)

# Cómo mantener el crecimiento en tiempos difíciles

*“Al dificultarse la atención en sucursales, nuestros clientes bancarios y nuestros clientes de retail tuvieron que fortalecer sus aplicaciones digitales y dirigir a sus clientes de atención presencial a atención en línea, lo que provocó un incremento en las interacciones en los centros de contacto. De esta manera, el usuario aceleró el proceso que venía creciendo de utilizar aplicaciones para satisfacer sus necesidades de manera más sencilla que los métodos tradicionales.”*

Lourdes Adame Goddard



En este último año, el ser humano ha cambiado y modificado su forma de vivir, de comunicarse, de trabajar y, por tanto, de interactuar. Nadie se imaginaba que las empresas se verían tan afectadas en la manera de contactar y atender a sus clientes como ha venido sucediendo, y que los Centros de Contacto serían los encargados de mantener a las empresas y marcas con sus clientes. Por otra parte, al encontrar limitados los servicios presenciales, el consumidor aceleró la adopción de los medios digitales.

**E**n una entrevista con Antonio Fajer, Presidente de Pentafon, nos comparte la forma cómo este Centro de Contacto BPO ha logrado responder a las exigencias de este nuevo consumidor, e incluso alcanzar niveles importantes de crecimiento, en medio de las condiciones que nos impuso esta pandemia.



Antonio Fajer, Presidente de Pentafon.

*“Una vez utilizando las aplicaciones y por razones de costo o eficiencia, el mayor crecimiento ha venido del cambio de la voz a los datos, donde las aplicaciones con omnicanalidad real y total han sido fundamentales para mejorar la experiencia del cliente. Cuando los clientes utilizan los diferentes medios de acceso por datos solo regresan a la voz para temas críticos o de mayor valor”, sostuvo Fajer.*

El principal reto que enfrentó PentaFon fue garantizar la salud de sus colaboradores, asegurando la continuidad de las operaciones de los clientes. Esto lo lograron gracias a una fuerte infraestructura tecnológica que les permitió mover a más de 1500 empleados a sus casas y garantizar la sana distancia en los centros, sin afectar las operaciones de los clientes.

*“Una vez operando, los dos retos más importantes han sido: mantener cero contagios internos en el centro, que se ha logrado con la colaboración de más de 50 especialistas en salud que controlan accesos, centros de operación y oficinas para asegurar que se cumplan las políticas, dos consultorios médicos para hacer evaluaciones y pruebas preventivas y la adquisición de nebulizadores y sistemas de rayos UV para mantener los espacios sanitizados.*

*El otro gran reto fue asegurar la productividad y la seguridad de las operaciones en el hogar, lo que se logró gracias a la infraestructura de nube privada en alta disponibilidad, tecnología de punta basada en Genesys y un sistema propio de Command Center que nos permite controlar en línea el 100% de los indicadores de los operadores en los hogares”, aseguró Fajer.*

Desde el punto de vista de la operación, la pandemia provocó un aumento en los costos, pero por otro lado, le permitió a PentaFon tener un crecimiento en sus operaciones.

Fajer nos compartió que mantener más de 170 personas vulnerables en sus casas con goce de sueldo, tener más de 1500 estaciones en los hogares con internet y computadoras individuales, rentar centros adicionales para garantizar la sana distancia, contratar más de 50 personas del sector salud para atención a los colaboradores, realizar más de 50 pruebas COVID mensuales para prevención y equipar con nebulizadores y rayos ultravioleta los centros de operaciones, ha tenido un costo de más de \$ 3 millones de pesos mensuales.

Sin embargo, también los llevó al crecimiento de sus operaciones en más del 40% ya que muchos de sus clientes, sobre todo de autoservicio, departamentales y de banca, crecieron sus estaciones para garantizar los niveles de servicio. *“Nuevos grandes clientes migraron con nosotros a partir del segundo semestre de 2020, al no encontrar que sus proveedores tuvieran soluciones eficientes y seguras para operar en el hogar; o tecnología de punta para ofrecer a sus clientes una solución omnicanal real y total para atender todos los medios en una consola única; o no tenían una estrategia de salud para garantizar la continuidad de las operaciones en época de COVID”* señaló Fajer.

Ante esta nueva situación de teletrabajo y los resultados que han obtenido con esta nueva forma de trabajo, el directivo de PentaFon expresó: *“Los resultados son extraordinarios, afor-*

*tunadamente estábamos preparados con la tecnología adecuada (Genesys), con una nube privada que permitió mover los servicios en cuestión de días y el contar con un centro de comando centralizado que supervisa de manera remota los mismos indicadores en línea que se utilizan en el centro, fue la diferencia. Esto tuvo como consecuencia que las personas que operan desde su hogar hayan incrementado sus ingresos y calidad de vida, ofreciendo indicadores de calidad y productividad mayores a los que tenemos en el centro. Ahora seguimos invirtiendo, ampliando los anchos de banda de internet de sus casas, implementando soluciones de soporte y comunicación remota, y en nuevos sistemas que garanticen la seguridad de la información, para que cuando regresemos a la normalidad continuemos con el trabajo en el hogar en cuando menos el 40% de nuestras operaciones”.*

### Expectativas para 2021

Respecto al 2021, Fajer se mostró muy optimista: *“Nuestras expectativas son muy positivas. Anualizando los contratos que firmamos en el último trimestre creceremos 38% en este año. A esta cifra habría que agregar nuevos contratos”.*

Indicó también que este crecimiento se debe a la migración de clientes de otros centros a PentaFon, fundamentalmente por tres razones:

- **Seguridad.** Cada día crece más el riesgo de fraudes, por lo que las certificaciones PSI-DSS nivel 1 con ISO27000, sumado a la aplicación de Inteligencia Artificial desde la selección hasta la operación, garantiza la seguridad de la información y de las transacciones de nuestros clientes.
- **Omnicanalidad real.** COVID provocó un crecimiento de atención en los centros, donde el poder dar atención a través de todos los medios de voz y datos incluyendo WhatsApp, redes sociales, mail, etc., en una consola única, se vuelve crítico para reducir costos y mejorar la experiencia del cliente.
- **Infraestructura Tecnológica.** COVID demostró que las inversiones en infraestructura y tecnología en alta disponibilidad es crítica para seguir operando y atendiendo a los clientes, sobre todo cuando se tuvo la necesidad de migrar rápidamente operaciones masivas a home office.

De esta manera, concluye Fajer: *“si bien la automatización y la inteligencia artificial (donde nosotros tenemos fuertes inversiones y soluciones a nuestros clientes), genera una reducción de estaciones tradicionales, la migración de la atención física en tiendas o sucursales a los centros, contrarresta este efecto. Será un futuro difícil para aquellos centros que no cuenten con infraestructura para garantizar la seguridad y continuidad de las operaciones de los clientes”.*

Aquí puedes ver la entrevista que le realizamos a Antonio Fajer sobre el crecimiento de PentaFon



# Los retos de Eficasia ante la pandemia del COVID-19



Sin duda todas las actividades económicas se han visto afectadas por la pandemia ocasionada por COVID-19 y los *Contact Centers* no son la excepción. De acuerdo a Alejandro Espinosa, Director de TI en Eficasia, la crisis sanitaria ha sido un reto para la sociedad en general y para la industria.

*"A pesar de dirigir actividades con planes de continuidad y contemplar posibles riesgos en el sector de los Contact Centers, nos enfrentamos a la necesidad de adecuarnos a esta nueva normalidad, trabajando para mantener los niveles de servicio, respondiendo de manera inmediata y llevar nuestra operación a la modalidad de teletrabajo con el fin de seguir brindando atención a la ciudadanía en nuestras campañas, garantizando la integridad y seguridad de la información de los clientes en la implementación del modelo de trabajo a distancia",* explicó Alejandro Espinosa, Director de TI en Eficasia.



Alejandro Espinosa, Director de TI en Eficasia.

## Efectos de su operación durante la pandemia

Indicó, además, que en el proceso de adaptación a esta nueva normalidad, han surgido aspectos positivos, entre ellos: la posibilidad de ofrecer a sus clientes modelos de negocio basados 100% en teletrabajo; además de operaciones consolidadas, que mantienen sus niveles de calidad, seguridad y confiabilidad.

*“Por otro lado, las medidas y lineamientos de salud e higiene adoptadas en los centros de trabajo han permitido que el personal que labora en nuestros diferentes sitios, se desarrolle en un ambiente seguro y de confianza”, aseguró.*

## ¿Qué resultados les ha dado el teletrabajo?

El teletrabajo abre posibilidades de mejorar la inclusión: contar con empleados que antes no estaban disponibles por razones de distancia, dificultad de traslado o impedimento físico. Las prácticas de búsqueda de talento y reclutamiento pueden ser adaptadas para superar las barreras de la locación de la oficina, rompiendo las brechas geográficas, sociales, educativas, culturales y económicas.

Para Espinosa, desde el punto de vista tecnológico, el teletrabajo les ha brindado resultados positivos, ya que la capacidad de sus centros se pudo adecuar de manera rápida a conexiones a distancia sin inconvenientes. *“En cuanto a productividad, nuestras colaboradoras/es han mantenido el compromiso, enfoque y responsabilidad con sus actividades, lo que ha fortalecido a la organización”.*

## ¿Y los consumidores?

Los consumidores post-COVID tendrán una actitud diferente respecto a las marcas en comparación con la etapa de cuarentena. En esta primera fase muchos consumidores hicieron de su hogar su espacio de entretenimiento, de trabajo, de compras y hasta de ejercicios. El cuidado físico y mental se ha convertido en una actividad imprescindible en la vida de muchas personas.

Además, cada vez es más demandante la necesidad del uso de medios de comunicación que estén al alcance de todos como un dispositivo móvil, ya que sin la necesidad de tener una línea fija telefónica o una computadora, también se pueden atender a los clientes.

***“Actualmente existe un gran auge en el uso de redes sociales y mensajería instantánea. La interacción con IVR’s y bots son una tendencia entre los consumidores, a la que nos adaptamos para estar a la vanguardia y lograr satisfacer las necesidades tanto de nuestros clientes como de los usuarios”,*** mencionó Espinosa.

## Expectativas para 2021

La principal expectativa para el próximo año de Eficasia es continuar creciendo y fortaleciendo su portafolio de soluciones, así como ampliar sus alternativas de atención con la finalidad de cumplir las necesidades de sus clientes, garantizando la integridad de su operación a través de las normas internacionales que los respaldan. *“Para nuestro personal es continuar brindándoles un ambiente laboral con la seguridad de desenvolverse en un entorno favorable y seguir aprendiendo de esta nueva forma de trabajo que seguramente se quedará implementada en la empresa”,* agregó.

Sin duda, este año ha sido difícil para todos los sectores a nivel mundial, sin embargo las nuevas tecnologías y su implementación en los Contact Centers ha fortalecido a la industria, favoreciendo los procesos y llevándolos al siguiente nivel. *“Esto nos permitirá exigirnos mejorar continuamente, pues más allá de mantenernos posicionados como un referente en el sector, tenemos un gran compromiso y responsabilidad tanto con los clientes como con la ciudadanía”,* concluyó Alexandro Espinosa.

Comienza a maximizar la **eficasia** de tus operaciones, te ofrecemos soluciones personalizadas para tu negocio.



Contamos con  
la **MEJOR**

**EFICASIA**  
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

**TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA**  
para garantizar los mejores resultados.

### TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA

- Email, chat y redes sociales
- Blaster SMS
- IVR Transaccional
- Marcación masiva

### TAMBIÉN TE APOYAMOS CON:

- Atención telefónica
- BPO

No importa el giro de tu empresa nosotros te ayudamos a hacer más eficientes los procesos de tu negocio.

**EFICASIA**  
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

CONTÁCTANOS: Tel. 5322 0450  
E-mail: [atencion@eficasiacentrodecontacto.mx](mailto:atencion@eficasiacentrodecontacto.mx)

# Konexo, Contact and Solution Center



Konexo, *Contact and Solution Center* es un Centro de interacciones/BPO y KPO comprometido con los objetivos estratégicos de nuestros socios de negocio, a través de la atención personalizada, operando con soluciones innovadoras y propuestas de valor sustentadas en el análisis de información derivado del servicio ofrecido en instalaciones de nivel mundial.

**E**s reconocido dentro de la industria como un jugador líder en su ramo a nivel nacional y sólido competidor a nivel global. Parte importante de la estrategia que nos permite ser el aliado idóneo de nuestros socios comerciales, son las economías a escala que podemos generar al compartir los costos de plataformas tecnológicas, logrando ahorros que transmitimos directamente a nuestros aliados estratégicos.

[www.konexo.mx](http://www.konexo.mx)

Nuestro marco operativo está respaldado por las certificaciones que más valor aportan a la estrategia comercial de nuestros clientes, por ello, año tras año, y con base en una fuerte pasión por el servicio y la entrega de nuestro equipo en cada una de nuestras actividades, se logran las recertificaciones en *Customer Operation Performance Center (COPC)*, la cual nos marca el conjunto de prácticas de gestión, métricas/mediciones clave y capacitación para operaciones de servicio centradas en el cliente, y diseñadas para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente y del usuario final.



Konexo está reconocido por el Instituto Mexicano de Teleservicios, organización líder en la industria de *Customer Experience & Contact Centers* en México y Latinoamérica, como el centro de interacciones con el más alto puntaje en la historia de la norma Modelo Global para la Calidad en la Interacción con Clientes (MGCIC), de todas las organizaciones certificadas por dicha entidad. Asimismo, como parte de la evaluación continua en Latinoamérica por S21SEC, empresa especializada en servicios y tecnología de ciberseguridad, este año, Konexo fue seleccionado como la empresa #1 en materia de "certificación PCI DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) y madurez en procesos internos de una organización". Este reconocimiento coloca a Konexo como el primer lugar en "interaction centers" de la región y como líder en cuanto a seguridad de transacciones electrónicas.



En Konexo estamos listos para hacer frente a los retos que plantea la actualidad, tenemos una fuerte estructura que nos permite superar las metas que se nos planteamos todos los días, una estrategia basada en el cumplimiento de objetivos de negocio, una familia de colaboradores que día a día coloca al cliente final en el centro de todos nuestros procesos, Konexo nace de una sólida estructura de procesos, pero lo que lo hace diferente, es nuestra cultura, donde vivimos en todo momento nuestros valores de atención, servicio, pasión y entrega.



Contáctanos:  
55 3225 8060

# 2021: la oportunidad de innovación en los BPO en México



Durante el 2020, el mundo de los tercerizadores de servicios de *Contact Center* y BPO han atravesado cambios relevantes y significativos en su última década. Aunque el mercado se vio fuertemente afectado por la pandemia, el impacto se atenuó debido a que la crisis del COVID-19 generó y/o aceleró algunas tendencias positivas. Por ejemplo, las regulaciones de distanciamiento social en la región no permitieron a los consumidores (durante buena parte del año) visitar las tiendas físicas y centros comerciales, dejando así la conexión remota como la única forma de interactuar con las marcas. Esta situación no solo generó importantes oportunidades de crecimiento para muchos BPO, sino que también elevó el rol de estas empresas en la economía mexicana.



Verónica Lumbreras, VP Country Manager México.

Aun así, la industria de BPO tuvo que adaptarse a diversos desafíos generados por el distanciamiento social, las nuevas regulaciones y las consecuentes cuarentenas. En este marco, el trabajo remoto o WAHA (*work at home agent*) se perfiló como la principal reacción de las empresas. Como resultado, a fines del mes de junio de 2020, cerca del 50% de las empresas que conforman la industria de BPO en México adoptó esta nueva política para todos sus empleados, incluyendo administrativos y operativos<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Estudio COVID-19, perspectivas ante la nueva normalidad de las operaciones de BPO - Centros de Contacto en México-Revista ContactForum Julio-Agosto 2020.

La solidez, la profundidad y la rapidez con la que se adoptaron las iniciativas de WAHA se volvieron parte fundamental de la propuesta de valor de un BPO. Es de resaltar que la situación de mercado de las empresas es diversa, mientras algunas empresas lograron adquirir campañas o clientes (60%), un 30% redujo sus campañas e inclusive un 10% de las empresas perdió clientes, pronosticando una afectación al negocio a nivel de P&L que puede ascender en un 50%.

La anterior situación de mercado y la rápida adopción de éste por parte de las empresas BPO en México y en general en LATAM no es ajeno a Genesys, durante el 2020, Genesys promocionó y lanzó al mercado programas de apoyo a la industria con los siguientes resultados que demuestran la madurez y solidez de la plataforma de experiencia al cliente en la nube, que además fue reconocida nuevamente por Gartner como la plataforma más visionaria y líder en la industria.

- **Aeroméxico**, la aerolínea Mexicana líder en la aviación Latinoamericana, implementó *Genesys Cloud* en su Centro Global de Soporte a Ventas, lo que permitió a los agentes trabajar desde casa, en una semana, como resultado del brote de COVID.
- **B Connect**, habilitó *Konecta Cloud* que les permitió a los agentes trabajar indistintamente desde sus domicilios, los centros de contacto u oficinas de sus clientes, permitiendo una capacidad de adaptación del puesto de trabajo a los requerimientos y circunstancias de cada situación.
- **City Express Hoteles**, logró transferir a sus agentes del centro de contacto a trabajar desde sus casas, en 4 días, gracias a la plataforma de *Genesys Cloud*.
- **Pentafon**, uno de los líderes de servicios BPO en México, adoptó *Genesys Engage*, que le aporta 92% de ahorro de tiempo en la creación de programas: de 3 días a 2 horas; precisión mejorada para el control del presupuesto; mejor desempeño del agente y seguimiento en tiempo y revisiones diarias.



Genesys ha sido testigo de la rápida adopción por parte del mercado de nuevas tecnologías exponenciales, como es el caso de las soluciones de experiencia al cliente en *Cloud*, en donde entrega los diferentes beneficios de este modelo, tales como la agilidad, flexibilidad, integración de Inteligencia Artificial e innovación continua. Esta adopción se puede evidenciar en las siguientes cifras que reflejan la madurez de nuestra plataforma *Genesys Cloud*:

TÓPICO	FEBRERO 2020	DICIEMBRE 2020	% DE CRECIMIENTO
Agentes Concurrentes (Medidos en Clientes Nuevos 2020)	65,200	+160,000	140%
I+D Nuevas Funcionalidades liberadas	31	205	661% Promedio de 1 nueva funcionalidad cada 1,7 días
Requerimientos de los clientes a la API de <i>Genesys Cloud</i>	8,5M	12,2M	31%

En respuesta a la situación del mercado de BPO en México y a la creciente adopción de las tecnologías exponenciales como *cloud*, Genesys visualiza al 2021 como un mercado enmarcado por el teletrabajo, la digitalización y la gestión de la experiencia del empleado. El consumidor hoy está más impaciente y ansioso, prioriza a las empresas que se muestran empáticas y se adaptan a él y a la nueva realidad. Este consumidor exige más y está mostrando una marcada predilección por canales digitales, lo que le permite resolver sus inquietudes mientras continua con su vida cotidiana. Los clientes de hoy buscan poder elegir el medio de contacto por el cual interactuar y exigen que su experiencia sea consistente sin importar el canal que utilicen. En este marco, contar con una estrategia omnicanal en modalidad servicio se ha convertido hoy en día, en un habilitador fundamental para brindar una experiencia al cliente de calidad.

Conscientes de esta realidad, Genesys lanza su programa de apoyo a la industria de BPO, programa que busca acompañar en los retos que enfrentan los líderes de las empresas en el ajuste de sus costos, así como la capacidad de respuesta de incorporar innovación y construir una ruta de evolución hacia las tendencias del consumidor del futuro, este programa cuenta con acompañamiento consultivo basado en COPC, plataforma tecnológica con meses de gracia e incentivos comerciales que le den herramientas a las empresas para dar el paso a la nube, consulte más acerca del programa en:

<https://www.genesys.com/es-mx/campaign/obtenga-workforce-engagement-management>



# El trabajo remoto cambia la cultura laboral

Lourdes Adame Goddard

A raíz de la pandemia del COVID-19 se han tenido que hacer diversos ajustes en la forma de trabajo y realizarlo desde casa. Para conocer la opinión de los empleados, Cisco comisionó una encuesta titulada *Fuerza laboral del Futuro (Workforce of the future)*, en la que participaron más de 25,000 personas de 27 mercados, entre ellos México. Los resultados muestran que este 2021 será un momento decisivo para retar a las normas culturales sobre el lugar de trabajo.



Isidro Quintana, Director General de Cisco México.

**A**nivel global 88% de los empleados desea tener la oportunidad de elegir entre trabajar en casa o en una oficina, y administrar sus horas después de que se reanuden las actividades en las oficinas. En el caso de México esta cifra se elevó al 90%.

Los encuestados señalaron tener un mejor balance de vida-trabajo en el momento actual, 64% sumó el ejercicio a la rutina diaria; en México esta cifra es aún mayor, del 78.53%.

Por otra parte, la implementación de herramientas tecnológicas innovadoras y trabajar en equipo a pesar de estar dispersos, son dos de los principales beneficios que han detectado más del 80% de los mexicanos, de acuerdo a esta encuesta. Adicionalmente, aprendió a colaborar como equipo sin que las personas tengan que estar en el mismo espacio. Y mencionan como elementos prioritarios para asegurar la efectividad en esta nueva forma de trabajo a la comunicación y colaboración como las herramientas más efectivas.

Del porcentaje de los encuestados, en México solo el 4.61% trabajaba en forma remota anteriormente, ahora ocho de cada diez encuestados del país desea tener una mayor decisión en definir cómo y cuándo quiere usar los espacios de trabajo. De hecho, la encuesta encontró una mezcla entre estar en la oficina y trabajar de manera remota. Solo el 36% opinó que desea trabajar en casa la mayor parte del tiempo y solo ir a la oficina una vez a la semana para reuniones clave y el 15% desea que se les permita cada semana decidir las horas de trabajo y desde dónde hacerlo.

Analizando los últimos seis meses del año, en México el 81% de los empleados tiene una mejor apreciación de los beneficios y retos del teletrabajo. Se han producido cambios positivos como el hecho de que los líderes han demostrado mayor confianza en sus equipos de trabajo para realizarlo desde la distancia.

Sobre este estudio, Isidro Quintana, Director General de Cisco México comentó: *“La pandemia y la rápida adopción de tecnologías digitales están cambiando la forma de trabajar. Vemos que están surgiendo nuevos esquemas: la gente quiere tener flexibilidad y elegir desde dónde trabajar. Además, al estar los equipos más dispersos, pueden necesitar una nueva cultura laboral. Es crítico que la tecnología utilice inteligencia artificial, sensores de ambiente y analítica avanzada para empoderar a los empleados, trabajar por objetivos, mantener a los equipos conectados y productivos en cada locación con ciberseguridad, al tiempo que en los espacios de oficina se deben incrementar las medidas de seguridad desde el punto de vista de la salud y en ello la tecnología también puede apoyar”.*

### Tecnologías de colaboración y habilidades digitales

Resultado también de este estudio es la opinión de 89.9% de los mexicanos que considera que las organizaciones necesitan proveer a sus empleados con la misma tecnología que tienen en el trabajo para su casa, y así asegurar que los empleados puedan comunicarse y colaborar entre sí.

Otro aspecto a resaltar es que el 41% de los participantes mexicanos se siente más saludable desde que está trabajando en su casa y el 42% opina que tiene mayor apoyo. Además, el 90% piensa que la capacitación y entrenamiento en tecnología y desarrollo de habilidades digitales es fundamental para el éxito de los negocios en 2021. 



**Directo**

Somos un carrier de clase mundial con más de **20 años de experiencia en las telecomunicaciones**

Innovamos tecnología para mejorar el contacto con tus clientes vía **teléfono y SMS**

Servicio de Telefonía    Plataforma de grabación    Plataforma de SMS    Blaster

[www.directo.com](http://www.directo.com)    [sales@directo.com](mailto:sales@directo.com)  
+52-55-52014550  
Desde tu celular \*Directo

# Transformación digital: la pandemia crea una nueva competencia en el mercado



Steve Sasse,  
Director para  
América Latina y el  
Caribe de Equinix



Las empresas latinoamericanas deberán acelerar su transformación digital y prepararse para competencias no lineales de todo el mundo.

El impacto económico provocado por la pandemia del COVID-19 ha generado profundas transformaciones de mercado que van mucho más allá de la no tan simple caída de diferentes sectores y el surgimiento de otros. Esto se debe a que, con nuevas configuraciones y comportamientos sociales sin precedentes, empresas de diferentes sectores terminaron viéndose en un escenario digital altamente competitivo; por lo tanto, debieron adoptar estrategias ágiles para adaptar sus infraestructuras de TI a la nueva configuración del mercado, que se guiará por transformaciones digitales cada vez más constantes y requerirá más flexibilidad y automatización de las empresas.

Si antes de la pandemia el mundo estaba en un nivel relativamente analógico, hoy se ha lanzado irreversiblemente a lo digital. Por ejemplo, la adopción de métodos de pago digitales sin contacto (reconocimiento facial y códigos QR) para prevenir nuevas infecciones se ha vuelto más popular que nunca, dejando el efectivo como una segunda opción en varias ocasiones.

Otro ejemplo de los cambios en la lógica del mercado durante este período es el establecimiento de nuevas competencias no lineales. Las plataformas de videoconferencia han resultado ser competidores poco probables de las aerolíneas. El éxito de estas tecnologías ha demostrado a las empresas que los viajes constantes de los empleados no son necesarios para muchas reuniones y eventos.

Por lo tanto, los servicios digitales se posicionan como competidores de los mercados tradicionales:

- Las aplicaciones de entrega crecen a expensas de las tiendas físicas.
- El *streaming* compete con teatros y cines.
- El trabajo remoto requiere un nuevo *software* y así sucesivamente.

Según *IDC Latin America* [1], “la región se ha caracterizado por sus entornos heterogéneos, en los que coexisten la TI tradicional y la TI *multicloud*”. Además, se atravesó un proceso de transformación digital a un ritmo más lento que otros, ahora tiene que acelerar, aprovechar el momento para crear una ruptura en el mercado y prepararse para la competencia no lineal que viene de todo el mundo a través de los canales digitales.

También según IDC, el 75% de las empresas de la región crearán entornos de TI “nativos digitales” para prosperar en la economía global; casi el 70% de todo el gasto en TI en América Latina se transferirá a tecnologías de terceros para 2022.

Además, de acuerdo al “Índice de Interconexión Global” (GXI) Vol. 4, es posible predecir que el ancho de banda de interconexión [2] en América Latina crezca a una tasa impresionante de 50% CAGR — más rápido que en cualquier otra región, con una mayor demanda de servicios *Edge* (Borde), contenido y conectividad de última milla para transportar volúmenes crecientes de datos. Este escenario lleva a la necesidad de una transformación *multi-cloud* híbrida entre regiones.

### La infraestructura digital impulsa el nuevo mundo

A medida que avanza la evolución digital, las empresas tendrán aún más herramientas a su disposición para establecer ecosistemas innovadores que las preparen mejor para cambiar el rumbo de su negocio y asegurar la mejor experiencia a los clientes de una manera ágil y eficaz, lo que también requiere una TI más eficiente y robusta para garantizar una baja latencia y seguridad en un escenario de conexión distribuida.

Evidentemente, el aumento del tráfico de datos generado por la mayor presencia digital deberá gestionarse de forma eficiente, algo posible mediante el uso de servicios digitales y descentralizados. Sin embargo, una infraestructura digital más compleja requerirá más operaciones y profesionales dedicados a la gestión de entornos híbridos, flexibles y eficientes.

Teniendo todo esto en cuenta, los líderes serán responsables de orientar las inversiones con base en sus estrategias de automatización de TI, lo que asegura que los procesos de rutina se puedan desarrollar de manera más eficiente y con más autonomía, y hace que la estructura sea más escalable y adecuada a las necesidades de los negocios digitales.

Todos los sectores están reevaluando sus entornos operativos, reequipando sus negocios para navegar en tiempos volátiles e inciertos y prestando atención a las tendencias y los cambios rápidos.

### Pensando en el ahora, pensando en el mañana

Si su negocio necesita implementaciones que optimicen el trabajo remoto, una fuerza para adaptarse a un nuevo escenario de competencia o simplemente considerar que la pandemia cambiará nuestras vidas de forma permanente, tenga en cuenta que mantener estructuras fijas ya no

beneficia a nadie. Después de todo, es necesario garantizar baja latencia, estabilidad, escalabilidad y menores costos de mantenimiento y actualización. Todo esto se logra mediante un mejor acceso a una plataforma de infraestructura digital ágil capaz de proporcionar la mayor densidad de conexiones seguras y los ecosistemas globales más ricos.

Es necesario dejar atrás la fase de experimentación de tecnologías de terceros, como la nube, móvil, social y *Big Data*. Los entornos de TI centrados en este tipo de enfoque son fundamentales en la actualidad. A pesar de ello, existen herramientas emergentes que no son capaces de dar respuesta a todos los retos que impone la gestión híbrida de las infraestructuras digitales. Por lo tanto, los líderes de infraestructura y operaciones (I&O) deben evaluar cuidadosamente la funcionalidad ofrecida por sus futuros socios y tener en cuenta que sus equipos pueden terminar viéndose obligados a llenar los vacíos de integración de herramientas y aumentar (no reemplazar) sus puntos de referencia.

[1] “*Interconnectivity Boosts Innovation in LATAM Digital Economy*”. IDC Latin America, noviembre de 2019.

[2] El ancho de banda de interconexión es la capacidad total aprovisionada para el intercambio de tráfico directo y privado, con un conjunto diverso de socios y proveedores, en puntos de intercambio de TI distribuidos dentro de los centros de datos de colocación neutrales del operador.

**SOMOS 2bglobal**  
EVOLUCIONANDO EL BPO

- ✓ MAS DE 1,000 ESTACIONES DE TRABAJO.
- ✓ EXPERTOS EN PROCESOS DE CUSTOMER EXPERIENCE Y SEGURIDAD DE OPERACIONES FÍSICAS Y REMOTAS.
- ✓ OPERACIONES CERTIFICADAS (PCI, MGCIC)
- ✓ RETORNO DE INVERSIÓN GARANTIZADA.

CONVENTO DE TEPOTZOTLAN 13, JARDINES DE STA. MONICA, TLALNEPANTLA, EDO. DE MÉXICO C.P. 54050  
TEL. (55)5358-5703 (55)6609-8275  
2bglobal.com.mx info@2bglobal.com.mx

# Mujeres Frente al COVID-19

Muchas mujeres que trabajan desde casa tienen la necesidad de estar conectadas todo el día, pues les preocupa la posibilidad de un despido, lo cual impactaría negativamente en la economía familiar.

Parece imposible poder manejar tantas responsabilidades al mismo tiempo, debido a que el trabajo remoto exige estar disponible a toda hora y esto complica el manejo de tanta presión y la ansiedad generadas por la situación laboral, familiar y la pandemia. A pesar de tener mayor inteligencia emocional que los hombres, en aproximadamente un 15 a 20 por ciento, esto no ha sido suficiente para sobrellevar tanta presión sin afectar nuestra calidad de vida.

Muchas mujeres tomaron la decisión de no continuar trabajando. De hecho, las estadísticas de Latinoamérica indican que el 80 por ciento de las bajas laborales son mujeres, principalmente debido a que el exceso de labores dentro del hogar les impidió continuar con sus responsabilidades profesionales.

Tan grande es el impacto, que un estudio de McKinsey 2020 clasifica las seis mayores preocupaciones y retos de las mujeres causadas por la pandemia: ansiedad por despidos o permisos, *burnout* (agotamiento emocional), salud mental, responsabilidades de cuidado infantil y/o educación en el hogar, salud física y mental de sus seres queridos, e inseguridad financiera.

Sin embargo, no todo está perdido. A pesar de tener momentos difíciles, esta pandemia también nos ha dejado grandes aprendizajes, los cuales nos enseñan que es necesario utilizar diferentes habilidades y competencias para salir victoriosas de esta crisis.



Liliana Cabeza,  
Fundadora de  
Siblinks.comunidad

¿Quién podría imaginar que una pandemia como la actual nos regresaría varios años en el tema de equidad de género? El 2020 fue un año donde muchas mujeres experimentamos momentos muy duros, porque la crisis provocada por COVID-19 nos impactó de manera extrema, ya que modificó rutinas y actividades que comúnmente no realizábamos y que resultaron ser grandes desafíos como las responsabilidades de la casa, el cuidado infantil, la educación en el hogar y el cuidado de la salud, entre otras, que influyeron en nuestras decisiones sobre cómo enfrentar las nuevas tareas y salir adelante dentro del entorno que vivimos.

Al respecto, encontramos algunos casos de éxito que vale la pena mencionar. Por ejemplo, las mujeres demostramos que durante la pandemia hemos tenido la capacidad de manejar la crisis por coronavirus mejor que los hombres, como lo han demostrado las líderes de países como Nueva Zelanda, Alemania y Taiwán, por mencionar algunas. Como ellas, ser líderes de alto calibre requiere de entender y empatizar con los sentimientos de la gente y tener la habilidad de hacer varias cosas a la vez, como escuchar las opiniones de las personas, organizarse y tomar decisiones basadas en realidades y necesidades que ayuden a toda la comunidad, no sólo a unos cuantos individuos.

Es un hecho que nuestra vida, nuestro lugar de trabajo y el mundo no volverán a ser lo que fue antes de la pandemia, por eso las grandes preguntas son: ¿Cómo reinventarnos para sacar el mejor provecho de la nueva realidad? ¿Cuál es el tipo de liderazgo femenino que hará la diferencia para ser efectivas frente a una contingencia como la actual?

Históricamente, las mujeres hemos sido actores de cambio y frente a esta emergencia no podemos ser la excepción. La pandemia es una gran oportunidad para demostrar que podemos apoyarnos unas con otras, enseñar nuestra experiencia y talentos y ayudar a otras mujeres para que no se conformen con lograr la equidad de género o las mismas condiciones que tienen los hombres, sino que demostramos que somos capaces de hacer transformaciones de fondo que apoyen y empujen a las nuevas generaciones a salir adelante.

Tenemos que entender nuestro rol como actores de cambio, es decir, incluir a otras mujeres en la toma de decisiones, hacerles espacio para que opinen y se escuche su voz. Debemos lograr cambios profundos que impacten positivamente en la economía de los países. Es una realidad que debemos incluir a más mujeres en la recuperación económica y alcanzar un desarrollo sostenido.

En definitiva, el liderazgo de las mujeres será relevante para poder salir de la crisis económica en la que se encuentra nuestro país. Ya tenemos ejemplos concretos de mujeres en cargos importantes, como la actual Secretaría y la Ex secretaria de Economía de nuestro país, que presidió una junta con el Ministro de Relaciones Exteriores de Japón, nuestro cuarto socio comercial, en el mes de diciembre. En esa junta hubo cuatro mujeres que negociaron con éxito beneficios comerciales y económicos para México. Otro ejemplo, son las catorce mujeres que entre ellas está Martha Delgado Subsecretaria de SER, que hicieron posible la compra de la vacuna contra el COVID, la cual ayudará sustancialmente a la salud de los mexicanos.

Cuando analizamos que han hecho bien esas mujeres exitosas y qué tipo de liderazgo han utilizado, encontramos que todas ellas son mujeres resilientes, que han entendido que la unión entre mujeres hace que las cosas sean posibles. La forma en como ellas lo sacaron adelante fue a través de la cohesión, la disciplina, la firmeza en las negociaciones, la dedicación y la capacidad de resolución de problemas complejos. A todo



esto le sumamos el trabajo en equipo que demostraron al lograr los objetivos planteados desde un inicio. Así que cuando escuchamos que una mujer es la peor enemiga de otra mujer, esa es una falsa creencia. Todo lo contrario, hacemos un gran equipo.

Es el momento de sobresalir, aprovechar esta coyuntura para tomar nuestro lugar y accionar para lograr un cambio de fondo. Las mujeres tenemos habilidades que nos permiten lograr muchas cosas en poco tiempo. Somos más colectivas, nos preocupamos por el bien común y tenemos habilidades de comunicación que ayudan a transmitir mensajes para llegar a resultados más rápidos.

En este 2021 tenemos un rol que debemos hacerlo valer. Permitamos que personas con mayor experiencia nos ayuden a definir los caminos y desarrollar nuestras habilidades para llegar más rápido y lograr un cambio. No podemos quedarnos como observadoras y con los brazos cruzados. Las cosas no cambian sino ponemos nuestro granito de arena. Este es nuestro año, hagamos la diferencia y cambiemos la vida de muchas mujeres, porque #síseuede.



# 3<sup>er</sup> Encuentro de Mujeres: el liderazgo femenino como oportunidad de crecimiento para las empresas

ENCUENTRO DE  
**MUJERES**  
#CustomerExperience



La pandemia impactó de diversas formas a millones de personas alrededor del mundo, pero especialmente a las mujeres. Ellas, además de trabajar, se convirtieron en profesoras y supervisoras de sus propios hijos, en cocineras, en cuidadoras de niños y/o adultos mayores -generalmente, familiares-, y en administradoras y participantes activas de otras tareas del hogar.

Tomando en consideración este panorama, el papel de las organizaciones adquiere una mayor relevancia para apoyar e impulsar el desarrollo de su personal femenino, siempre con una visión hacia el futuro, pero retomando el aprendizaje de las experiencias vividas en los últimos meses.



En este sentido, el pasado 10 de diciembre 2020 se realizó el 3<sup>er</sup> Encuentro de Mujeres Líderes de forma virtual. Ma. Eugenia García, Directora General del IMT, dio la bienvenida a las 47 mujeres de 37 empresas que se conectaron para discutir temas de relevancia y fortalecer el compromiso de mejorar la relación entre las colegas de la industria.

*"Hace tres años surgió esta iniciativa con el propósito de reconocer a las mujeres que están involucradas en las áreas de Customer Experience, las cuales representan el 51% en nuestra industria. Y es que a las mujeres nos une el deseo compartido de transformar la experiencia del cliente, pero también un lazo más profundo y sensible: el deseo de ser mejores, de contar nuestra historia, de aprender y compartir, de inspirar y celebrar lo que significa ser Mujeres Líderes CX",* enfatizó García.

Durante el evento se contó con la participación de Liana Cabeza, Directora Comercial y de Experiencia del Consumidor de Philip Morris, quien habló sobre las "Aportaciones de la mujer en puestos directivos".

4 de cada 10 mujeres en México están en la fuerza laboral y solo el 16% está en el sector empresarial. “Desafortunadamente el potencial femenino no está maximizado porque esto no está relacionado con la cantidad de mujeres que están involucradas en el mundo corporativo o en las empresas”, indicó.

Sin embargo, añadió, hemos observado que nueve de cada diez mujeres quisieran convertirse en ejecutivas de alto nivel, pero sólo tres de cada diez lo pueden lograr, y es que únicamente una de cada tres empresas tienen objetivos y programas para incluir a las mujeres en puestos directivos.

La ONU, en sus programas de equidad de género, habla de que las compañías deben de tener programas específicos para desarrollar mujeres, no solamente en habilidades técnicas, sino en temas específicos que puedan desarrollar sus competencias.

Por lo tanto, las empresas deben trabajar para impulsar la igualdad de género; buscar la misma remuneración económica tanto para hombres como para mujeres; promover la educación, la formación y el desarrollo de las mujeres; además si en sus manos está poder contratar mujeres, hacerlo.

En este sentido, Liliana compartió las catorce habilidades para lograr ser una ejecutiva exitosa:

1. **Materializar tu visión:** tener un plan de vida y carrera.
2. **Tener un enfoque integral:** dominar el pensamiento estratégico y analítico.
3. **Inteligencia emocional:** entender tu ser interior.
4. **Entender las reglas del juego:** comprender las estructuras de poder y los códigos de comportamiento.
5. **El poder de la comunicación:** expresarse de manera efectiva e impactante.
6. **Negociación:** confiar en el valor de tu trabajo.
7. **Visibilidad:** la importancia de hacerte presente.
8. **Rompiendo paradigmas:** el valor de superar las barreras.
9. **Eres única:** seguridad y autoestima.
10. **Evolución y crecimiento:** aprendizaje continuo y desarrollo intelectual.
11. **Tu vida en balance:** salud física, emocional y financiera.
12. **Manejo de equipos:** la fortaleza de trabajar en conjunto.
13. **Liderazgo:** el éxito como tu brújula.
14. **Imagen:** proyecta la mejor versión de ti misma.

Las organizaciones y los líderes tienen la gran tarea de apoyar a las mujeres que se encuentran en el mercado laboral para adaptarse y prosperar en un contexto caracterizado por múltiples desafíos. Este es uno de los caminos más recomendables que se tienen para mantener los avances que se han alcanzado en cuestiones de inclusión y paridad de género



*“Tenemos un rol para poder impactar en la vida de muchas mujeres y somos mujeres ayudando a mujeres. Si tenemos el papel de inspirar, usémoslo y cambiemos su vida”,* concluyó Liliana Cabeza.

Posteriormente, Valeria Pérez, Investigadora y coach organizacional, indicó que debemos ver el liderazgo femenino como una oportunidad de crecimiento para las empresas y sobre este tema, organizó la dinámica de roundtables, donde todas las invitadas compartieron sus experiencias de lo que han vivido durante la pandemia y cómo ha impactado en sus diferentes roles de vida.

Las conclusiones de esta actividad fueron:

- Dar prioridades a las múltiples tareas que tienen las mujeres.
- Planear las actividades laborales que se pueden quedar de forma remota o en sitio.
- Crear nuevos procesos y normas para que las personas sean más autogestionables, autosuficientes e independientes.
- Balancear los compromisos de trabajo y vida personal.
- Mantener al equipo de trabajo unido.
- Capacitar al equipo de trabajo en temas de liderazgo sin importar el género.
- Buscar el empoderamiento, liderazgo y crecimiento personal.
- Hacerse cargo de los cambios permanentes.
- Trabajar en vínculos emocionales con los empleados y preocuparse por ellos.

Al finalizar, las mujeres líderes disfrutaron de una experiencia sensorial de té, en la cual Chan Trujillo, facilitadora evolutiva y de mindfulness organizacional, las llevó a vivir una experiencia a través de sus sentidos y tuvieron la oportunidad de conectarse con su interior y descubrir los aromas, texturas y sabores del té de una forma relajada y divertida.

**¡Gracias a todas por su participación y a NICE por hacer posible el evento!**

**NICE**



# Mujeres en tecnología: visibilidad para inspirar a las jóvenes mexicanas



Érika Falfán Mayer,  
Directora de  
e-commerce  
de Sam's Club México



La industria de la tecnología es dinámica e innovadora; igual que las mujeres mexicanas.

Lo cual no va en concordancia con las posiciones de liderazgo en la industria, ya que en México el 73 por ciento de los puestos directivos de tecnología está ocupado por hombres.

**P**or eso es importante que todas las mujeres que estamos en la industria de la tecnología seamos visibles y compartamos nuestra experiencia con las jóvenes estudiantes, porque de esa forma ellas podrán darse cuenta de que pueden elegir carreras STEM (relacionadas con ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas) que las impulsen en su desarrollo profesional dentro de esta industria.

Compartir historias de éxito actuales ayuda. En México hay grandes exponentes de la tecnología que inspiran a jóvenes estudiantes con sus logros profesionales, son mujeres que lideran equipos de trabajo y que contribuyen a cerrar la brecha de género que existe en nuestro país.

La oportunidad para incluir mujeres en la industria de tecnología es grande y durante este año tan atípico en el que esta industria ha crecido exponencialmente se han abierto más oportunidades para profesionales en tecnologías de la información (TI). También, en el mediano plazo muchas empresas buscarán cada vez más a profesionales en esta área para satisfacer las demandas de los consumidores en todo el mundo.

La diversidad de género tiene varios beneficios para las empresas como mayor creatividad, compromiso y retorno de inversión. De hecho, la consultora McKinsey publicó en su estudio "Why diversity matters" que las empresas con mayor diversidad de género son 15 por ciento más propensas a obtener retornos financieros por encima de la media en sus respectivas industrias.

En nuestro país existen diferentes iniciativas que buscan dar visibilidad a mujeres en tecnología. Pero también es responsabilidad nuestra acercarnos a nuestros lugares de trabajo, gobierno y comunidad para lograr generar esa relación con las niñas que las pueda inspirar a elegir carreras en esta industria que tanto las necesita. Incluir a más mujeres en la industria de tecnología es positivo para México porque es una industria que aporta al desarrollo económico del país a través de innovación. 

# PREMIO NACIONAL CX

imt.

16<sup>º</sup>  
EDICIÓN

El Premio Nacional CX es el reconocimiento anual que se otorga como símbolo de prestigio y distinción a través del cual se transmite una cultura de excelencia y competitividad

**¡Inscribe tus casos!**  
**Fecha límite 18 de febrero**

**¡Sé reconocido por  
tu esfuerzo y dedicación!**



Lourdes Delgado  
l.delgado@imt.com.mx  
55 53 40 22 90 ext. 5010

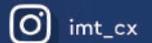
Diana Torres  
d.torres@imt.com.mx  
55 53 40 22 90 ext. 5020

[www.imt.com.mx](http://www.imt.com.mx)

Auditado por:



Auspiciado por:





# Descubre la evolución del trabajo en casa

Con el modelo Work-at-Home de Teleperformance, Cloud Campus, contratar, capacitar y administrar equipos remotos es más simple, rápido y seguro.

## Beneficios:

- Flexibilidad y continuidad del negocio.
- Más amigable con el planeta y con la gente.
- Seguridad mejorada.

## Descubre Teleperformance

 [teleperformance.com.mx](https://teleperformance.com.mx)

 [/teleperformance](https://www.linkedin.com/company/teleperformance)

 [@TP\\_Mexico](https://twitter.com/TP_Mexico)



 Ver ahora

