

ContactForum revista



AÑO 20 / NÚMERO 78 / ENERO-FEBRERO 2018

**COMPETITIVIDAD GLOBAL
DE LA INDUSTRIA DE
CENTROS DE CONTACTO**
BPO-KPO/ITO 2ª EDICIÓN

**EL FUTURO DE MÉXICO
Y AMÉRICA LATINA**

**CENSO NACIONAL
DE EMPRESAS
DE CENTROS DE
CONTACTO**
BPO-KPO/ITO 2017



7° INDEX DATA

imt.

www.imt.com.mx

22nd Global Connection Forum

THE REBELLION OF THE CUSTOMERS

¿Cuál será el futuro de las relaciones Empresa-Cliente? ¿Utilizarán tecnología de vanguardia para aumentar la participación de sus clientes? ¿O estarán estancados en el pasado? Aunque muchos aspectos del futuro son difíciles de predecir, una cosa es cierta: los clientes serán dueños de sus propias experiencias. Desde la elección del punto de entrada del canal, a la resolución, el cliente tomará el control total de su viaje para comprar productos, resolver problemas y buscar soporte.

Asiste al evento que reúne cada año a los principales actores de la industria de Relacionamiento con Clientes, con el propósito de impulsar el desarrollo de mejores prácticas en la industria de interacción con clientes en México y Latinoamérica.



- 7 Talleres especializados
- Más de 30 Conferencias con expertos de talla mundial
- Eventos de networking
- Presentaciones de productos, servicios y casos de éxito
- Pabellón Expo Soluciones
- 13ª Edición del Premio Nacional a la "Excelencia en la Relación Empresa-Cliente y Centros de Contacto"

PATROCINADORES



AUSPICIADORES



EDITORIAL



La transformación digital es un tema que este 2018 será crucial para muchas empresas. De acuerdo con los artículos de analistas y especialistas, América Latina se encuentra listo para la transformación de los negocios digitales y la evolución de los roles en las organizaciones están obligando al mercado a pasar de las tecnologías tradicionales a la tecnologías digitales. Sin embargo, muchas empresas aún no logran ver cómo y cuándo comenzar esta transformación, y cómo se verán afectadas por la disrupción digital.

En este número de la revista ContactForum, por séptimo año consecutivo, publicamos la edición especial del INDEX DATA con la intención de brindar a nuestros lectores una serie de artículos de análisis que les permitan tener una visión de los temas que afectarán a nuestra industria en este año que comienza. Agradecemos en forma especial a nuestros colaboradores por su apoyo para enriquecer nuestro contenido editorial.

Asimismo, presentamos los estudios más relevantes que realizó el IMT durante 2017, que en este caso incluye: "Competitividad Global de la Industria de Centros de Contacto", el Censo Nacional de Centros de Contacto, que ahora incluye como apartado especial a los *Service Desks*, y las "Operaciones *Inhouse* y servicios compartidos".

Estamos seguros que este ejemplar de la revista ContactForum será de gran ayuda para analizar la industria y la toma de decisiones de la forma más acertada posible. Deseamos que este 2018 sea un gran año para el crecimiento y desarrollo de nuestra industria.

Ma. Eugenia García Aguirre
Directora General

Lourdes Adamme Goddard
Directora Editorial

ContactForum

revista



DIRECCIÓN GENERAL

MA. EUGENIA GARCÍA AGUIRRE

DIRECCIÓN EDITORIAL

LOURDES ADAME GODDARD

EDITORIA

MARTHA ISABEL
SCHWEBEL

ESTUDIOS

ALEJANDRA ROMERO

CORRECCIÓN DE ESTILO

RICARDO GARCÍA

DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN

SUSANA HIDALGO

PUBLICIDAD Y VENTAS

SUSANA DELGADO
DULCE MORALES
VERÓNICA TRUJILLO

COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN



CARLOS ARQUINDEGUI



ÓSCAR GÓMEZ



JUAN MANUEL
GONZÁLEZ



DIEGO MAJDALANI



PETER RYAN



HÉCTOR SÁNCHEZ



E-mail: revistacforum@imt.com.mx

Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum, revista publicación periódica enero-febrero 2018. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2017-040516253300-102. Fecha de Expedición 5 de abril de 2017, 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.



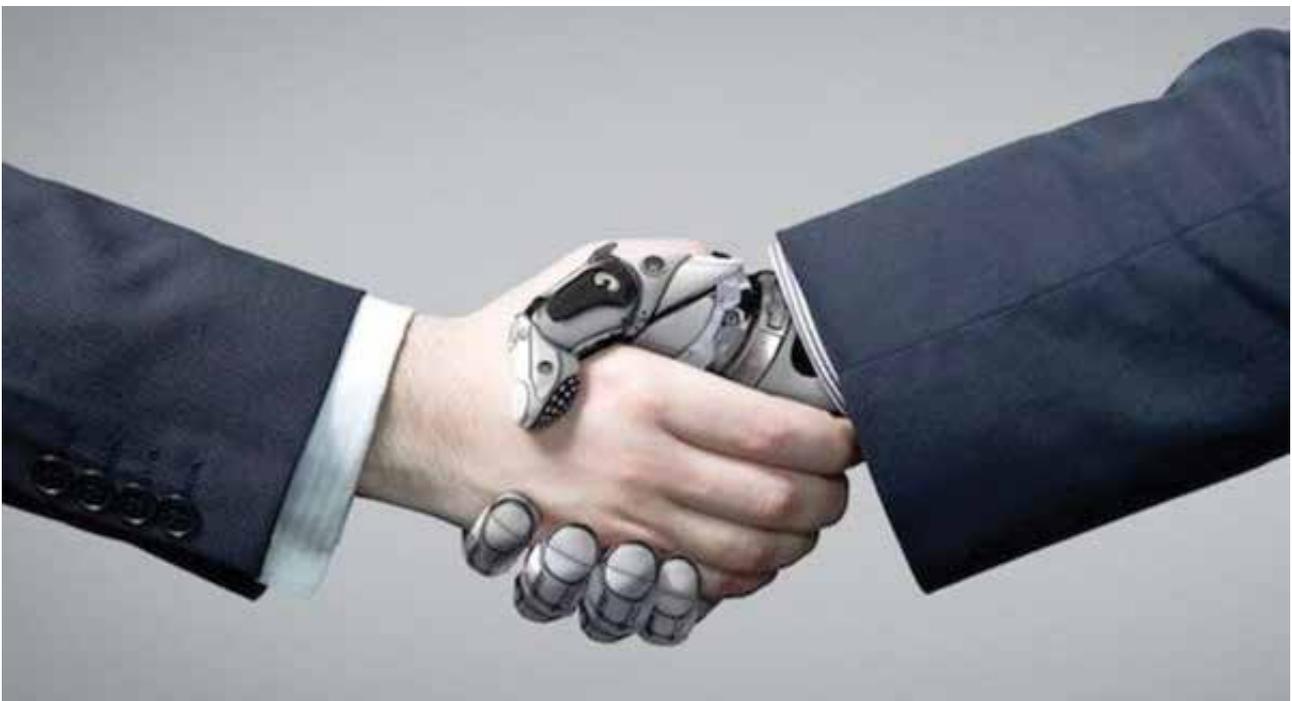
**SUSCRIPCIONES Y
SERVICIO A CLIENTES**
(55) 5340 2290

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

2018: ACERCÁNDONOS A LA PRÓXIMA ERA DE ASOCIACIONES ENTRE HUMANOS Y MÁQUINAS

Diego Majdalani*

EN EL INSTITUTO PARA EL FUTURO (ITFF), PRONOSTICARON RECIENTEMENTE QUE ESTAMOS ENTRANDO EN LA PRÓXIMA ERA DE LA ASOCIACIÓN ENTRE HUMANOS Y MÁQUINAS Y QUE, ENTRE HOY Y EL 2030, LOS HUMANOS Y LAS MÁQUINAS TRABAJARÁN DE MANERA MÁS CERCANA UNOS CON OTROS, TRANSFORMANDO NUESTRAS VIDAS.



Hemos trabajado con máquinas durante siglos, pero estamos a punto de entrar en una fase completamente nueva, caracterizada más que nunca, por grandes niveles de eficiencia y oportunidades.

Tecnologías emergentes, como la Inteligencia Artificial (IA), Realidad Aumentada (RA), Realidad Virtual (RV), avances en el Internet de las Cosas (IoT) y computación en la nube, que han sido posible gracias a desarrollos exponenciales en *software*, análisis y potencia de procesamiento, están aumentando y acelerando hacia esta dirección.

Esto ya es evidente en nuestros automóviles, hogares, negocios y transacciones bancarias conectadas; incluso transformando cómo los agricultores manejan sus cultivos. Dado este vertiginoso ritmo de progreso, nuestras predicciones son:

1.-LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL REAIZARÁ FUNCIONES DE RAZONAMIENTO Y PENSAMIENTO A GRAN VELOCIDAD

En los próximos años, la IA cambiará la forma en que utilizamos nuestro tiempo para interactuar con datos. Las empresas aprovecharán la inteligencia artificial para realizar operaciones que antes eran considera-

das propias del ser humano, lo que reducirá significativamente el tiempo que dedican al análisis y planificación de escenarios y nuevas innovaciones. Permitirá que las personas tomen más decisiones y se muevan más rápido, lográndose el avance y la consolidación de nuevas ideas y proyectos.

Algunos expertos afirman que la IA reemplazará empleos, pero estas innovadoras tecnologías también pueden crear nuevos puestos de trabajo, desatando nuevas oportunidades para los humanos. Por ejemplo, veremos un nuevo tipo de profesional de TI enfocado en la capacitación y el ajuste de inteligencia artificial.

2.- INCORPORACIÓN DEL INTERNET DE LAS COSAS

A partir de 2018, daremos pasos gigantescos para incorporar la inteligencia casi instantánea, en ciudades, organizaciones, hogares y vehículos mejorados con IoT. Con la disminución en los costos de la potencia de procesamiento, pronto tendremos 100 mil millones de dispositivos conectados, y luego un billón. La magnitud de todos los datos combinados, el poder de procesamiento con el poder de la IA, ayudarán a las máquinas a orquestar mejor nuestros recursos físicos y humanos. Nos convertiremos en 'conductores digitales' de la tecnología, y de los entornos que nos rodean. La tecnología funcionará como una extensión de nosotros mismos. Cada objeto se volverá inteligente y nos permitirá vivir vidas más inteligentes.

Antes de lo que nos imaginamos, nos acostumbraremos a los autos que reservarán su cita para la realización de algún servicio, informando al centro de servicio lo que se les debe hacer y programando sus propias actualizaciones de software.

3.- UTILIZAREMOS AUDÍFONOS DE REALIDAD AUMENTADA

Tampoco pasará mucho tiempo hasta que las líneas entre la realidad "real" y la realidad aumentada comiencen a difuminarse. Por ejemplo, equipos de trabajadores de la construcción, arquitectos e ingenieros están utilizando audífonos de RA para visualizar nuevas construcciones, coordinar esfuerzos basados en una visión única de un desarrollo, y capacitar a los empleados en el trabajo cuando un técnico no puede estar en el sitio ese día.

La RV también tiene buenas perspectivas. Sin duda, transformará el espacio de entretenimiento y juegos en el corto plazo, gracias a las experiencias inmersivas que ofrece, pero las apuestas inteligentes están sobre la RA, convirtiéndose en la forma que, de facto, permitirá maximizar la eficiencia humana, y potenciará el 'conocimiento tribal' de una fuerza de trabajo en evolución.

4.- UNA RELACIÓN MÁS PROFUNDA CON LOS CLIENTES

El índice de transformación digital de Dell Technologies, muestra que el 45% de los líderes de las medianas y grandes organizaciones cree que podrían quedar obsoletos dentro de 5 años, y el 78% considera que las nuevas empresas son una amenaza para sus negocios. Nunca ha sido más importante anteponer la experiencia del cliente.

Durante el próximo año, con el análisis predictivo, el aprendizaje automático y la IA, las empresas entenderán y prestarán mejor servicio a los clientes. El servicio al cliente se centrará en perfeccionar la mezcla entre el hombre y la máquina. Por lo tanto, en lugar de descargar las interacciones del cliente a bots conversacionales de primera generación y a mensajes predeterminados, los humanos y los agentes virtuales inteligentes automatizados trabajarán en conjunto, como un solo equipo.

5.- EL CONTROL DE SESGO SE CONVERTIRÁ EN EL PRÓXIMO CORRECTOR ORTOGRÁFICO

Durante la próxima década, las tecnologías emergentes como la RV, IA, ayudarán a las personas a encontrar y actuar sobre la información sin la interferencia de las emociones o los prejuicios externos, al tiempo que los faculta para ejercer el juicio humano cuando corresponda.

En el corto plazo, veremos que la IA se aplica a los procedimientos de contratación y promoción para detectar prejuicios conscientes e inconscientes. Al usar tecnologías emergentes para estos fines, el 'control de sesgo' podría convertirse algún día en una herramienta de rutina, como el 'corrector ortográfico', pero con beneficios para toda la sociedad.



6.- LOS MEDIOS Y EL ENTRETENIMIENTO TENDRÁN, NUEVOS CAMINOS CON LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS “ESPORTS”

En 2018, veremos un número cada vez mayor de jugadores sentados detrás de pantallas o usando aurífonos de RV para competir en un universo generado por computación de alta definición. A medida que cientos de millones de jugadores y televidentes se sintonicen, los deportes electrónicos entrarán en la vía principal.

El fenómeno “esports” apunta a una tendencia más amplia. Es decir, no es necesario que tengas un determinado físico o aptitud. Si tienes buenas habilidades y destrezas motrices, puedes jugar y alcanzar

la victoria. Además, los deportes tradicionales, como el ciclismo, han mejorado su juego recogiendo datos para identificar logros que van en ascenso, pero que cambian el juego. En el futuro, cada negocio será un negocio de tecnología, y nuestro tiempo libre se convertirá en una experiencia conectada.

7.- VIAJAREMOS HACIA LA “MEGA-NUBE”

La nube no es un destino. Es un modelo de TI donde la orquestación, la automatización y la inteligencia se integran profundamente en la infraestructura de TI. En 2018, las empresas se están moviendo abrumadoramente hacia un enfoque de múltiples nubes, aprovechando el valor de todos los modelos de público a privado, alojado, administrado y SaaS. Sin embargo, a medida que más aplicaciones y cargas de trabajo se mueven en varias nubes, la proliferación de silos en la nube se volverá inevitable, inhibiendo así la capacidad de la organización de explotar al máximo el análisis de datos y las iniciativas de inteligencia artificial. Esto también puede dar lugar a que las aplicaciones y los datos que aterrizan en la nube incorrecta, provoquen malos resultados.

Como siguiente paso, veremos el surgimiento de la “mega-nube”, que entrelazará múltiples nubes privadas y públicas para comportarse como un sistema coherente y holístico. La mega-nube ofrecerá una vista federada e inteligente de todo un entorno de TI.

8.- EL AÑO PARA TOMAR EN CUENTA LAS COSAS PEQUEÑAS

En este mundo cada vez más interconectado, nuestra dependencia de terceros nunca ha sido tan grande. Las organizaciones no son simples instancias atómi-



cas; más bien, son sistemas altamente interconectados que existen como parte de algo aún más grande. Ahora que la tecnología nos conecta de maneras asombrosas, los rastros del caos se han extendido más y más rápido. Debemos tener en cuenta que una de las violaciones de datos más importantes de la historia, se produjo porque los atacantes usaron credenciales para iniciar sesión en un sistema ventilación y aires acondicionados de terceros.

Debido a nuestra relación cada vez más interconectada con las máquinas, las pequeñas y sutiles fallas pueden conducir a mega fracasos. Para que las organizaciones logren crecimiento durante 2018, deberán priorizar en la implementación de herramientas y tecnologías de seguridad cibernética que les permitan proteger, de manera efectiva, sus datos y prevenir las amenazas.

Estamos a punto de ver un cambio radical en nuestra relación con las máquinas, entrando en una fase completamente nueva de asociaciones humano-máquina caracterizada por una sólida y eficiente relación, que influenciará a los negocios, el trabajo y a nuestra sociedad.



* Diego Majdalani, Vicepresidente Dell EMC Latinoamérica.



Especialistas en mejorar la expectativa tecnológica de nuestros clientes



Optimización de CC

- Grabación Voz, Pantalla y Calidad
- PCI Compliance
- Speech Analytics
- Biométrico de Voz & Prevención de Fraudes
- Robotics Automation
- Workforce Management
- Back Office



Soluciones en la NUBE

- Colaboración
- Videoconferencia
- Atención por Chat
- Telefonía
- Wireless
- Encuestas
- XaaS



Centro de Contacto

- Omnicanal
- Visualización de contexto
- Chatbots / Auto atención
- IVR
- Marcación Predictiva
- Reporteo



Especialistas

- Contact Center Multicanal
- Financiero
- Enterprise
- PYME
- Gobierno
- TELCO

Distribuidor Autorizado

NICE

Ramón Alcázar 24
Col. Tabacalera
Tel.: (55) 7160 0703

ventas@tecapps.com.mx

Distribuidor Autorizado



CISCO

AMÉRICA LATINA LISTA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Lourdes Adame



ANALISTAS DE GARTNER, AFIRMARON QUE AMÉRICA LATINA SE ENCUENTRA EN UN MOMENTO CRÍTICO PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SUS NEGOCIOS DIGITALES.

El pronóstico de gasto, de TI, de Gartner para Latinoamérica muestra una mayor concentración en los últimos años, que debe ser identificada por proveedores y socios de canal, para convertirla en una ventaja.

De acuerdo con Gartner, el gasto en TI en América Latina, disminuyó 59 mil millones en el periodo 2014 a 2016. América Latina -explicó Meehan, vicepresidente y analista de Gartner- se encuentra en un punto crítico y positivo, y no en una desaceleración de TI. La digitalización, la TI bimodal y la evolución de los roles en las organizaciones, están obligando al mercado a pasar de las tradicionales a las tecnologías digitales.

Para identificar las oportunidades de crecimiento en el mercado de TI, los planificadores estratégicos deben:

- ▶ Examinar quiénes son los influyentes potenciales (*stakeholders*) para comprar la tecnología o servicio, incluyendo las áreas de negocio y el departamento de TI.
- ▶ Seleccionar un líder individual para involucrar a las unidades de negocio y al departamento de TI, que logre el liderazgo en la gestión de la transformación digital, innovación y TI bimodal.
- ▶ Implementar estos desarrollos transformacionales, mediante la planificación y ejecución, para fomentar y permitir la generación de nuevos modelos de negocio e innovación.

"Existen únicamente dos vías que conducen al negocio digital: ser un disruptor o unirse al ecosistema del disruptor. Los CIO desempeñan un papel fundamental en la transformación de la empresa (y TI), independientemente de la vía que opte por tomar el equipo ejecutivo de su equipo" afirmó Meehan. La vía que hayan elegido determina la necesidad de inversiones en recursos humanos, procesos, tecnologías y gobierno.

La comprensión de estos desarrollos es esencial en los proveedores de servicios, para construir estrategias de negocio alineadas con la forma en que estas fuerzas influirán en la demanda, en los diversos mercados de TI. De hecho, todo lo que se haga en 2018 en este sentido, será una ventaja para el éxito del negocio en los próximos años.

EL PAPEL DEL CIO EN LA ERA DE INTERNET DE LAS COSAS

Debido a que el Internet de las cosas (IoT) conecta millones de actores y datos a través de un panorama digital en expansión, aumenta el poder y la complejidad del CIO.



DE ACUERDO CON LOS ANALISTAS DE GARTNER, PARA EL 2020, MÁS DEL 65% DE LAS EMPRESAS (HOY SON EL 30%) ADOPTARÁ PRODUCTOS IoT.

En 2022, más del 25% de los nuevos activos de alto valor (cotizados en más de 100 mil dólares) fabricados o adquiridos por empresas de tamaño de mediano a grandes, estarán habilitados para IoT.

Según los datos extraídos por las encuestas de la consultora, el impacto del IoT hiperconectado es todavía naciente, pero continuará expandiéndose rápidamente haciendo surgir nuevas e imprevistas posibilidades, -oportunidades o amenazas-, para cada empresa participante en el ecosistema de negocios digitales.

Dentro de la empresa, la difusión del dominio de IoT, exige la atención del CIO. Los dominios IoT emergentes y especializados con distintas capacidades, abarcan plataformas y servicios de gestión de IoT; seguridad y redes; análisis dinámico de datos distribuidos, e Inteligencia Artificial y "bots".

Los analistas de Gartner concluyen: En el mundo del Internet de las Cosas, los datos nunca serán completos, ni el análisis será perfecto. El CIO que dirigirá la adopción de IoT en su compañía, necesita desarrollar nuevos enfoques de administración de datos, que incluyan análisis dinámicos; acceso transitorio y temporal a analítica de datos, y mensajes potencialmente críticos a los puntos finales participantes. El objetivo es tener una estrategia empresarial que lleve al negocio a un nuevo nivel.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A CENTROS DE CONTACTO:



• *Aumenta tu Calidad de Servicio*

• *Disminuye tu Costo de Operación*

• *Abarca un Mayor Mercado*

CHATBOTS PERSONALIZADOS PARA TUS SERVICIOS DE
CHAT, EMAIL, REDES SOCIALES, APPS Y SMS.

INFORMES: +52(55)6070-7615,
ventas@xira.com.mx
www.xira-intelligence.com

EL FUTURO DE MÉXICO Y AMÉRICA LATINA

Juan Manuel González*

EL 2017 HA TOCADO SU PUNTO FINAL. MÉXICO Y RESTO DE AMÉRICA LATINA, SERÁN UN FOCO DE ATENCIÓN GLOBAL, POR LO QUE COMPARTO LA VISIÓN SOBRE EL FUTURO DE LA REGIÓN, A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE CIERTAS MEGA TENDENCIAS QUE ESTÁN IMPULSANDO EL CRECIMIENTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.



Las Mega Tendencias son fuerzas globales y transformadoras que definen el futuro del mundo, por su impacto en los negocios, sociedades, economías, culturas y nuestras propias vidas.

El Análisis sobre las Mega Tendencias de Frost & Sullivan, ofrece una mirada futurista al 2025 sobre los cambios que acontecerán en el espacio digital, social y económico, el crecimiento de la urbanización, el futuro del transporte, la salud y la Industria Bancaria durante la próxima década.

1.- CONECTIVIDAD Y CONVERGENCIA

Para modernizarse de cara al futuro, las economías de América Latina deben perseguir reformas estructurales que promuevan la inclusión, re-enfoquen la educación hacia la creación de las capacidades correctas para los jóvenes, y estimulen el emprendimiento, la innovación y el uso de la tecnología para un mayor impacto social. Con la mitad de nuestra población por debajo de los 27 años de edad, los jóvenes latinoamericanos necesitan buena educación y oportunidades de trabajo. Para todos ellos, el futuro tiene mucho de conectividad y convergencia.

En el 2025, esperamos contar en la región con más de 2,500 millones de dispositivos conectados a la red, lo que significa que habrá, en promedio, 3.5 dispositivos conectados por persona. La mitad de esos serán móviles. Además, el 85% de los hogares latinoamericanos, tendrá internet, y se contará con cerca de 500 millones de usuarios de internet móvil (de los cuales 130 millones serán mexicanos).

Nuestra economía será cada vez más móvil, para 2025, se espera que al menos el 5% del PIB de la región, esté ligado al ecosistema móvil (que incluye a: los operadores de redes móviles, industrias relacionadas y los ingresos generados a través del uso de tecnología móvil), estamos hablando de valores que superaran los 360 mil millones de dólares.

Por su parte, el Comercio B2C Online en México facturará más de 30 mil millones de dólares. Los segmentos clave serán: 1)ropa, accesorios y productos de belleza, 2)libros, juguetes y equipamiento deportivo, y 3)electrónicos, que en su conjunto representarán dos tercios del total de las ventas. Cabe destacar, que México es responsable de más del 15% del total de las compras online de la región. Y América Latina, como un todo, representa el 5% del comercio electrónico mundial.

La conectividad seguirá transformando verticales de negocio, como es el caso del Sector Agrícola, que ha encontrado importantes desafíos para reducir su dependencia de la mano de obra. De hecho, se espera que las innovaciones generadas a partir de la digitalización en el sector agrícola, mejoren su productividad entre el 5 y el 7% en los próximos 5 años en América Latina.

Finalmente, Latinoamérica será el mercado de ciber-seguridad que más crezca en el mundo durante la próxima década, duplicando los crecimientos de Europa y Estados Unidos, hasta alcanzar una facturación de 2.600 millones de dólares en 2025 (lo que representará un 10% del mercado global). México significará poco más del 22% de ese total, cerca de 600 millones de dólares.

2.- URBANIZACIÓN

Después de los Estados Unidos, nuestra región es ya la segunda sociedad más urbanizada a nivel global, con más del 80% de la población viviendo en ciudades. En Europa el 74% del total, vive en ciudades y sólo el 50% lo hace en Asia. Por ello, nuestras ciudades, que crecerán tanto en población como económicamente, serán motores fundamentales del desarrollo regional.

Frost & Sullivan espera que existan 7 Mega Ciudades hacia 2025 que representarán más del 38% del PIB del continente. Las Mega Ciudades, son aquellas con una población de más de 8 millones de habitantes y un producto bruto superior a los 250 mil millones de dólares. Estas, incluyen a la Ciudad de México, Sao Paulo, Buenos Aires, Río, Bogotá, Lima y Santiago de Chile. La relevancia de estas ciudades es tal, que algunas de ellas como Buenos Aires y Santiago, podrían llegar a representar hasta el 50% del PIB de sus respectivos países.

Además, la Región tendrá 4 Mega Regiones, que acumularán el 15% del total de la población. Las Mega Regiones son ciudades que crecen hasta amalgamarse y formar una región con una población mayor a los 15 millones de habitantes como la región Central de México, que incluye además de a la Ciudad de México, a Puebla, Cuernavaca, Toluca y Pachuca, que en conjunto suman 31 millones de habitantes.

Por si esto fuera poco, veremos también 2 Mega Corredores (que conectarán, 2 Mega Ciudades o 2 Mega Regiones) en la región, para 2025, que acumularan entre ambos más de 76 millones de habitantes, lo que permitirá facilitar enormemente el transporte y el comercio. Uno de esos dos corredores, será el corredor Toluca - Ciudad de México - Puebla que contribuirá con cerca del 40% del PIB de México (el otro será el de Río de Janeiro-Sao Paulo-Campinas, que representará cerca del 57% del PIB de Brasil, con una población de 45 millones de habitantes en conjunto).



Atención a Clientes
Cobranza
Telemarketing
Soporte Técnico



Más de 17 años siendo:
El contacto con los clientes
de nuestros clientes®

info@callfasst.com
www.callfasst.com

Las grandes ciudades serán el foco del crecimiento y la inversión. Más de 300 millones de personas (43% del total de la población de la región) vivirán en las 15 principales ciudades latinoamericanas. Este *ranking*, incluirá 7 ciudades Brasileñas, 3 Mexicanas (CDMX, Guadalajara y Monterrey), 2 Colombianas, más Buenos Aires, Santiago de Chile y Lima.

Este crecimiento no solo se da en las principales urbes se estima que las ciudades de entre 1 y 5 millones de habitantes, crecerán un 16% en promedio, hasta el 2025. Para el 2050, se espera que el 90% de los latinos vivan en ciudades, haciendo de nuestra región, la más urbanizada del mundo.

3.- TENDENCIAS SOCIALES

En la próxima década, junto con el crecimiento de las ciudades, el aumento de la población mayor, y el de la clase media, traerán consigo un cambio masivo en el patrón de consumo. Veamos algunos datos:

- ▶ El 13% de la Población Mexicana tendrá más de 60 años en el 2025. Lo que generará diversas oportunidades, ya que el ingreso promedio de este segmento, verá un incremento del 55% hacia el 2025. Se cree que la demanda se concentrará en el área de la salud, el ocio (incluyendo turismo y educación) y en productos específicamente creados para esta población tales como seguros de vida y equipamiento médico.
- ▶ Hacia el 2025, más del 70% de la población latinoamericana, pertenecerá a la clase media (por encima del 60% en México), lo que también causará un profundo impacto en las tendencias de consumo y gastos discrecionales. Esto será provocado principalmente por el crecimiento del poder adquisitivo regional, ya que al menos, el 40% de la población tendrá ingresos en promedio superiores a los 32,000 dólares anuales.

LAS MUJERES, POR SUPARTE, REPRESENTARÁN EL 50% DE LA MASA LABORAL Y OCUPARÁ UNA DE CADA TRES POSICIONES DE LIDERAZGO A NIVEL NACIONAL.



TENDENCIAS SOCIALES

- ▶ Cambios demográficos, (tales como el crecimiento de las familias con un solo hijo, el incremento en la edad promedio de la mujer a la hora de concebir o de casarse, y en el número de hogares con madres solteras), están empujando, a nivel global, el empoderamiento de la mujer. En México, hoy, las mujeres ya representan el 38% de la población económicamente activa, y el 49% de la población ocupada, con educación terciaria. De hecho, el 78% de las mujeres ocupadas, cuenta con educación terciaria, mientras que solo el 49% de los hombres empleados, ha alcanzado ese nivel educativo.
- ▶ Por otro lado, el toque humano, aún tiene un peso relevante en un sinfín de actividades (como por ejemplo, en el área del servicio al cliente), los trabajos o procesos que requieran características humanas únicas como la empatía, el tono, la intuición o el sentido común, serán los menos amenazados por la automatización, ya que aún no se ha logrado capturarlos apropiadamente en una base de datos.
- ▶ Finalmente, el gasto discrecional de los consumidores latinos subirá hasta el 70% del gasto privado total, hacia el 2025. Esto significa que podremos dedicar un porcentaje cada vez mayor de nuestros ingresos a elementos que no sean de primera necesidad. Lo que indudablemente permitirá un marcado crecimiento de los sectores del Retail y del Consumo Masivo en la región.

4.- ECONOMÍA Y COMERCIO

En lo económico, América Latina parece haber dado vuelta la página. En 2017 todos los países de la región presentaron tasas positivas de crecimiento, con excepción de Venezuela y dos países del Caribe (Santa Lucía y Surinam). En 2018, la región se expandirá el 1.1 %, seguido por un crecimiento de al menos el 2% al 2.5%. En este marco, se estima que el PIB nominal de la región, alcance 7.3 Billones de dólares y el de México el 20% del total.

El sector de los Servicios generará el 68% del PIB y empleará más del 60% del total de la población. En el caso de México, este sector ya es responsable del 63.5% del PIB y de más del 61% de los empleos totales.

Las economías más pequeñas, tendrán mejor desempeño en los años venideros. Panamá, Bolivia y Costa Rica liderarán el crecimiento económico en los próximos 10 años.

El Acuerdo del Pacífico, o TPP, traerá más comercio y mejores oportunidades con Asia y el Pacífico (aún sin los Estados Unidos dentro de él). La Unión Europea y el Mercosur han intensificado las conversaciones, para alcanzar un acuerdo de comercio éste, o el próximo año, tras 18 años de arduas negociaciones.

No podemos dejar de mencionar la creciente influencia de China en la región. El comercio entre el gigante asiático y América Latina se ha multiplicado 22 veces desde el 2000, mientras que en el mismo periodo, solo se ha duplicado el comercio con los Estados Unidos y Europa, lo que habla de un marcado contraste.

Solo durante el 2016, los gobiernos de la región han recibido préstamos de Bancos Chinos por un monto superior a los 21 mil millones de dólares. Y se espera que China, hasta el 2025, invierta 250 mil millones de dólares adicionales, en América Latina, en las áreas de Energía, Infraestructura, Innovación y Agricultura.

5.- LA BANCA

Por su parte, el Sector Bancario y Financiero también está atravesando una profunda transformación, desde su modelo tradicional de sucursales hasta un modelo digital basado en la banca omnicanal. Durante 2016, los usuarios mexicanos de banca por internet subieron un 17% con respecto a 2015.

SE ESPERA QUE LA BANCA MÓVIL ALCANCE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, A NIVEL REGIONAL, UNA PENETRACIÓN SUPERIOR AL 50%, ENTRE LOS USUARIOS BANCARIZADOS.



LA BANCA

Y México estará a la vanguardia de esta tendencia, ya que para el 2025 el 64% de los mexicanos bancarizados serán usuarios de banca móvil. Por ello, no sorprende que México y Brasil, sean los principales hubs de FinTech a nivel regional. En México, las FinTech pretenden capturar el 30% del mercado bancario, hacia 2025.

Por su parte, las Plataformas de micro-finanzas crecerán fuertemente en los próximos 10 años, en México, Perú y Colombia, consolidándose como los países líderes a nivel regional. Para el 2025, se estima que estas plataformas contarán con un portafolios de créditos por un total de 40 mil millones de dólares.

La era de la Banca Inteligente dependerá fuertemente de tecnologías biométricas tales como el reconocimiento de huellas dactilares, de voz, de latidos y hasta de retina para una autenticación precisa y sin esfuerzo. De hecho, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México, emitió una regulación en agosto del 2017 para prevenir el robo de identidad.

Las instituciones deberán instalar lectores de huellas digitales, para cotejar la identidad de los usuarios contra la base de datos del Instituto Nacional Electoral. Esta disposición se aplicará en la apertura de nuevas cuentas bancarias, contratación de tarjetas de crédito y créditos personales, entre otros, y requerirá una inversión de mil millones de pesos en tecnología. Además, de acuerdo con esta regulación, ya hay bancos (BBVA) probando la tecnología de reconocimiento facial a través de fotografías (*selfies*) para facilitar la autenticación en los aplicativos móviles.

Por último, el mayor desafío que enfrenta y seguirá enfrentando esta industria en México y el reto de América Latina, tiene que ver con el bajo nivel de bancarización. Casi la mitad de la población aún no estará bancarizada en 2020.

6.- LA SALUD

Entre los principales cambios que observaremos en el área de la Salud, destacan los siguientes: a) se pasará, de contar con estructuras centradas en procesos, a poner al cliente en el centro de los mismos; b) de curar a prevenir; c) de ofrecer una atención limitada a hospitales y clínicas, a una atención remota, disponible en cualquier momento y desde cualquier lugar, y d) de consultas esporádicas, a procesos holísticos y menos invasivos.

En este nuevo paradigma, la tecnología tiene un rol clave. Estamos presenciando el desarrollo de un ecosistema de nuevas tecnologías conectadas y aplicadas a la salud, que permiten a los consumidores ser protagonistas del proceso de toma de decisión acerca de la misma.

En este marco, el gasto en Salud de los 5 principales países de la región llegará a los 400 mil millones en 2025. Solo en México el Gasto superará los 80 mil millones de dólares. Si bien es cierto que el gasto promedio en salud por persona, en América Latina y el Caribe se ha triplicado en los últimos 20 años, aún es 13 veces menor que en Estados Unidos y 6 veces menor que en Europa.

Los gobiernos de la región, hoy no cuentan con la infraestructura necesaria, ni con las capacidades fundamentales para ofrecer acceso a toda la población, los servicios de salud. Allí, es donde radican oportunidades interesantes para el futuro del sector, vía acuerdos público-privados.

VEREMOS TAMBIÉN, EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, LA CONSOLIDACIÓN DE LOS MERCADOS DE MHEALTH Y DEL INTERNET OF MEDICAL THINGS (IoMT).



Solo el mercado de en México, superará los 1,000 millones de dólares hacia 2022.

Con miras a mejorar la prevención, la Industria está buscando ser más efectiva y aumentará el foco en los Cuidados Primarios y el monitoreo de Paciente Crónicos. Para estas y otras aplicaciones, la inversión en equipamiento e insumos médicos en México alcanzará en 2025, los 21,000 millones de dólares.

Finalmente, veremos en nuestra región una fuerte apuesta por la telemedicina y la atención remota a pacientes. Dada la falta de infraestructura y de mano de obra capacitada, la adopción de tecnología, aparece cada vez más como una herramienta fundamental para adecuar la oferta de salud a los crecientes desafíos de América Latina.

7.- TRANSPORTE

Por su parte, el transporte en nuestra región, aun depende de medios tradicionales, tales como camiones, trenes, metros, subterráneos y nuestros propios autos. Durante los últimos 2 años, un cambio hacia formas compartidas de movilidad ha sido detectado. El deseo personal de poseer un carro se ha puesto en duda, por los crecientes desafíos que ello implica (altos costos de mantenimiento, servicio, seguro, estacionamiento, etc.) y por las crecientes alternativas de transporte que ya están disponibles.

Esta realidad, no hace más que presentar interesantes oportunidades para innovar, a través de nuevos modelos de negocios. Estos dependen, en buena medida, de la propia infraestructura de las ciudades. Hoy existen más de 3500 kilómetros de bici-sendas, y

se espera duplicar ese número hacia el 2025. En este contexto, nuevos modelos de negocios de transporte están desarrollándose. En México, considerando únicamente el mercado de *e-hailing* (que incluye Uber, Cabify, Easy Taxi y Yaxi, entre otros) se estima una oportunidad de 2,300 millones de dólares.

Otro aspecto clave del futuro de la movilidad serán los Autos con Servicios Conectados, es decir, vehículos que disponen de uno o más sistemas de conexión inalámbrica, transmisión de datos y comunicación con el exterior. Si bien, existen numerosos servicios ya disponibles (como llamadas de emergencia, *tracking* del vehículo e inmovilización), en los próximos años veremos más ofertas relacionadas con servicios de salud y seguridad conectada.

Hay que mencionar la Legislación y la regulación del futuro de la movilidad. En este sentido, la Ciudad de México ha sentado un precedente muy interesante a nivel regional. Con base en una Visión de Cero Accidentes, el gobierno local está implementando una política de seguridad vial. Esto ha sido el comienzo de un nuevo modelo de movilidad, enfocado en mover personas y no vehículos. En este modelo, se otorga prioridad al peatón, el ciclista y las personas usuarias del transporte público, sobre el transporte de carga y el automóvil particular.

¿Cómo se van a utilizar los datos que los autos ya están creando? Existe un espacio muy interesante para que las soluciones de *Big Data* entreguen real valor a los usuarios.

Finalmente, cabe agregar que la movilidad del mañana tendrá mucho de integrada. Por movilidad integrada entendemos una plataforma única que ofrezca a los consumidores opciones de movilidad punto a punto, costo-efectivas, flexibles y sin inconvenientes. Estamos hablando de aplicaciones que no solo integren los camiones, autobuses, los trenes o subterráneos sino también los servicios de transporte compartidos y de estacionamiento y podamos diseñar un plan para ir de un punto A a un punto B utilizando distintos modos de transporte y formas de pago. Soluciones como Moovit y VIADF son solo el primer paso en este camino hacia una movilidad plenamente integrada.



Juan Manuel González, Director de Investigación del área de las Tecnologías de Comunicación y la Información en América Latina, Frost & Sullivan



PENTAFON
RESULTADOS A TU MEDIDA

+52(55)5015-3205

www.pentafon.com

ventas@pentafon.com

in · f



Ofrece un servicio
de clase mundial

Conoce a tus clientes

Incrementa tus ventas

Disminuye tu cartera vencida

Complementa tu centro de contacto interno

Contact Center & BPO

Laguna de Mayran #258, Piso 2, Col. Anáhuac
C.P. 11320, México, CDMX



LA TERCERIZACIÓN DE SERVICIOS EN MÉXICO CONTINÚA AFIANZÁNDOSE

Peter Ryan*

EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS, MÉXICO SE HA CONVERTIDO EN SINÓNIMO DE EXCELENCIA EN CENTROS DE CONTACTO.



No solamente los actores locales han sido capaces de incursionar con éxito en su propio sector doméstico, sino que el volumen de servicio a consumidores *offshore* continúa creciendo; esto no es de sorprender, considerando los esfuerzos de México: por parte de los profesionales en CRM, la industria misma y algunos apoyos gubernamentales.

El fundamento detrás de la de la presencia de México en el mercado global, tiene que ver con su legado histórico como un país diverso y orgulloso de sí mismo. Empresas y proveedores de servicios tercerizados han elegido ubicar sus operaciones en México atendiendo al valor, proximidad y la facilidad para hacer negocios entre otras razones.

PARA EL 2018 Y MÁS ADELANTE, EL FUTURO SE MUESTRA PROMETEDOR PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TERCERIZADOS DE CENTROS DE CONTACTO DESDE MÉXICO.

La economía doméstica continúa siendo robusta, lo que significa que la demanda de los consumidores impulsará las interac-

ciones de voz y no-voz. La demanda actual de Norte América tampoco debe ser subestimada, dado que los agentes mexicanos proporcionan soporte multilingüe para los usuarios finales en Estados Unidos y Canadá. A grandes rasgos, el patrimonio histórico del sector de *Contact Center* en México no muestra ninguna señal de agotamiento o disminución, por el contrario.

► EL POSICIONAMIENTO ÚNICO DEL NEARSHORE EN MÉXICO

Respecto a los servicios *nearshore*, México cuenta con un estatus único en el mercado global de *Business Process Outsourcing* (BPO): su cercanía con Estados Unidos y su fácil acceso por tierra y aire, resultan en una accesibilidad óptima para los ejecutivos que personalmente desean dar un vistazo a sus operaciones *nearshore*. Cabe mencionar, que las conexiones aéreas entre los dos países nunca han sido mejores que hoy día, esto significa que existen más vuelos directos entre las principales ciudades de ambos lados de la frontera y con ello, menores tiempos de viaje. En un día cualquiera, un ejecutivo BPO basado en Estados Unidos puede viajar a México por la mañana y volver esa misma noche, para dormir en su propia cama.

Sobresalen los esfuerzos más recientes que las ciudades de México que se encuentran a lo largo de la frontera con Estados Unidos, han realizado para abrir *delivery centers* de servicios BPO. Lo que era impensable hace unos pocos años, se ha realizado en ciudades como Tijuana y Ciudad Juárez, surgiendo como algunas de las alternativas más interesantes en prestación de servicios *nearshore*.

Igualmente, como socios del TLCAN, la relación de gestión de clientes de México con Canadá tampoco debe ser olvidada. México ha demostrado ser un destino en dónde se puede realizar un trabajo confiable en lengua inglesa para los consumidores americanos y canadienses, y los ejecutivos de esa región seguirán buscando puntos de entrega alternativos, México seguirá siendo un fuerte candidato en la lista para muchos de ellos.

► UN LEGADO DE EXCELENCIA EN BPO

Nadie en el sector de tercerización de servicios, puede subestimar el impacto de la historia de México por atraer a muchos de los jugadores más grandes de servicios de centros de contacto. Para ser francos, los ejecutivos BPO raramente deciden invertir en un país donde no hay un abundante talento humano bien educado, multilingüe, buen mercado inmobiliario y un clima de negocios estable.

En el caso de México, claramente los BPO han sido capaces de suministrar el capital humano, la infraestructura y la estabilidad. Después de todo, los nombres de las empresas que han elegido establecerse en México son empresas líderes en BPO, incluyendo las provenientes de Estados Unidos, Europa y Asia-Pacífico. Esto no minimiza el desarrollo del propio sector de *outsourcing* mexicano, que es uno de los mercados locales más dinámicos del mundo.

► CAPACIDAD Y DIVERSIDAD REGIONAL

No se puede minimizar la imperiosa necesidad de los *outsourcers* por aumentar su volumen dentro de un mercado particular; esta es un área en la que México tiene una gran ventaja sobre muchos de sus competidores de *nearshore*, considerando que México ofrece –literalmente– decenas de zonas urbanas desde dónde se pueden entregar servicios de *contact center* multilingüe.

Sólo unos pocos países en el mundo pueden proporcionar una plataforma tan diversa y a esa escala, dentro de los países de la zona que dan servicio a América del Norte, México es uno de los pocos que puede aprovechar esta enorme ventaja.

► MIRADA HACIA UNA NUEVA ALINEACIÓN DEL SERVICIO

Para el 2018, la industria de Centros de Contacto en México, está preparada para aprovechar el crecimiento en la demanda de servicios no tradicionales; necesitará conducir sus propias capacidades internas hacia la incorporación de soluciones tecnológicamente robustas, como: la automatización, la inteligencia artificial y el análisis avanzado. La entre-

ga de servicios *front-line* será clave para desarrollar un valor mexicano para ofrecer al resto del mundo, así también será la habilidad requerida por los operadores de México y sus agentes para gestionar estos cambios tecnológicos. Sin embargo, es necesario actuar con rapidez; a menos que la industria mexicana colectivamente se mueva más rápidamente para adaptarse, corre el riesgo de quedarse atrás.

► CONCLUSIÓN

Visto bajo la perspectiva del mercado global de centros de contacto, México tiene mucho por qué estar orgulloso: una industria grande y creciente que sirve a una multitud de mercados tanto nacionales como extranjeros, es un logro increíble.

Sin embargo, los actores del sector no pueden permanecer inactivos y deben adoptar rápidamente los avances en tecnología de punta para la mejor experiencia del cliente. Eso asegurará, que este país mantenga su condición internacional como uno de los principales destinos de la industria.



*Peter Ryan, Director Ryan Strategic Advisory

Más de 10 años proporcionando soluciones innovadoras y garantizando una experiencia extraordinaria para nuestros clientes.

Contamos con más de 3,500 estaciones



Más canales, más interacciones, más clientes satisfechos...



Sólo con los mejores servicios.


Atención a Clientes


Chat


Ventas


E-mail


Biométrica de voz


Redes Sociales


Soporte Técnico

www.eficasia.com • contacto@eficasia.com • Tel. (55) 5322 0450







COMPETITIVIDAD GLOBAL DE LA INDUSTRIA DE CENTROS DE CONTACTO BPO-KPO/ITO 2ª EDICIÓN

PATROCINADO POR:



POR SEGUNDA OCASIÓN, EL INSTITUTO MEXICANO DE TELESERVICIOS REALIZÓ EL ESTUDIO SOBRE LA COMPETITIVIDAD GLOBAL DE LA INDUSTRIA DE CENTROS DE CONTACTO BPO-KPO/ITO, EN EL QUE SE PRESENTA EL RANKING DE POSICIONES DE LOS PAÍSES COMPETIDORES.

En esta edición de la revista, presentamos un resumen del Estudio, incluyendo algunos de los factores más relevantes, en los que la industria mexicana destaca.

► **Aportar** elementos de valor para la generación de estrategias de negocios sustentadas en el comportamiento del mercado y los retos de la industria, expresados por los principales jugadores.

METODOLOGÍA

El Estudio se desarrolló en tres etapas:

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- **Mejorar** la metodología desarrollada para la generación de este estudio.
- **Identificar** las variables que inciden en el desarrollo de la competitividad en los Centros de Contacto BPO en los países más destacados a nivel internacional.
- **Conocer** la posición de México en el ranking mundial.



Gráfica: 2017 IMT Metodología del Estudio de Competitividad

SELECCIÓN DE PAÍSES

Para este estudio se eligieron 14 países, de acuerdo a los siguientes criterios de selección:

GRUPO	DESCRIPCIÓN	PAÍSES
Mercado potencial	Representan una oportunidad para la exportación de servicios	Estados Unidos y España
Buenas prácticas	Han destacado por su nivel de desarrollo en la industria de Centros de Contacto BPO, a través de acciones estratégicas sectoriales	Irlanda
Competidores directos	Representan competencia para México y entre sí en temas de atracción de operaciones <i>nearshore/offshore</i> .	Argentina, Canadá, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Filipinas, Guatemala, India, México, Perú y República Dominicana

Gráfica: 2017 EC Criterios para la selección de países

SELECCIÓN DE PAÍSES



Gráfica: 2017 EC Países seleccionados

FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD

Para la ponderación de los diferentes factores que inciden en la competitividad de la industria, se incluyeron aquellos que se utilizan para evaluar la factibilidad de una operación exitosa de un Centro de Contacto BPO, la mayoría de ellos ya considerados en la primera edición y que se enriquecieron en ésta. Todos estos factores se agruparon en tres rubros, con sus siguientes ponderaciones:



Gráfica: IMT EC Factores que inciden en la competitividad

ESTUDIOS

FACTORES RELEVANTES

A continuación, se presentan algunos de los factores más relevantes que se incluyeron en alguno de los rubros anteriores.

Índice Mundial de Competitividad – World Economic Forum

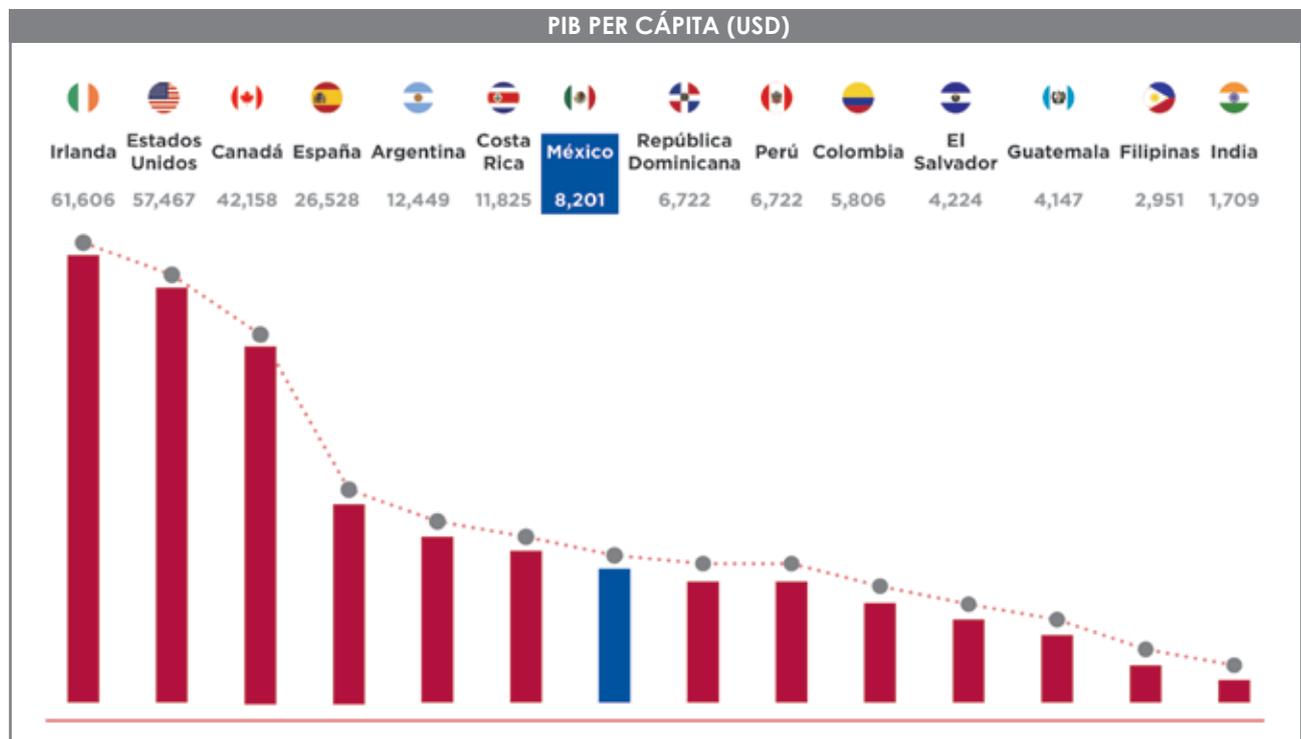
México ocupa actualmente el lugar 57 del Índice Mundial de Competitividad del WEF, tres posiciones más arriba que el año anterior.



Fuente: "The Global Competitiveness Report 2016-2017" World Economic Forum
 *Ranking ascendente, siendo 7 el mejor.
 **Ranking descendente, siendo 1 el mejor

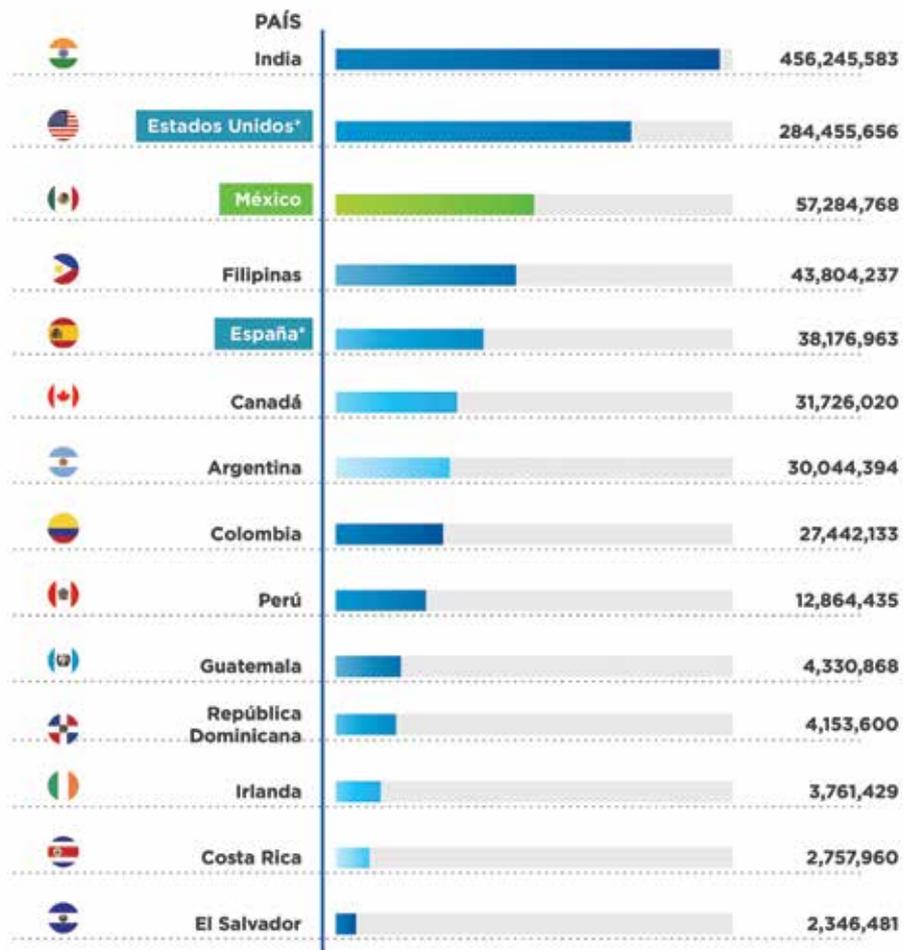
PIB PER CÁPITA

Este factor se incluyó dentro de los factores críticos a considerar del rubro de Ambiente de Negocios.



Fuente: 2015 "PIB per cápita (USD a precios actuales)" Banco Mundial

NÚMERO DE HABITANTES CON ACCESO A INTERNET



*MERCADO POTENCIAL

Fuente: "The Global Competitiveness Report 2016-2017" World Economic Forum

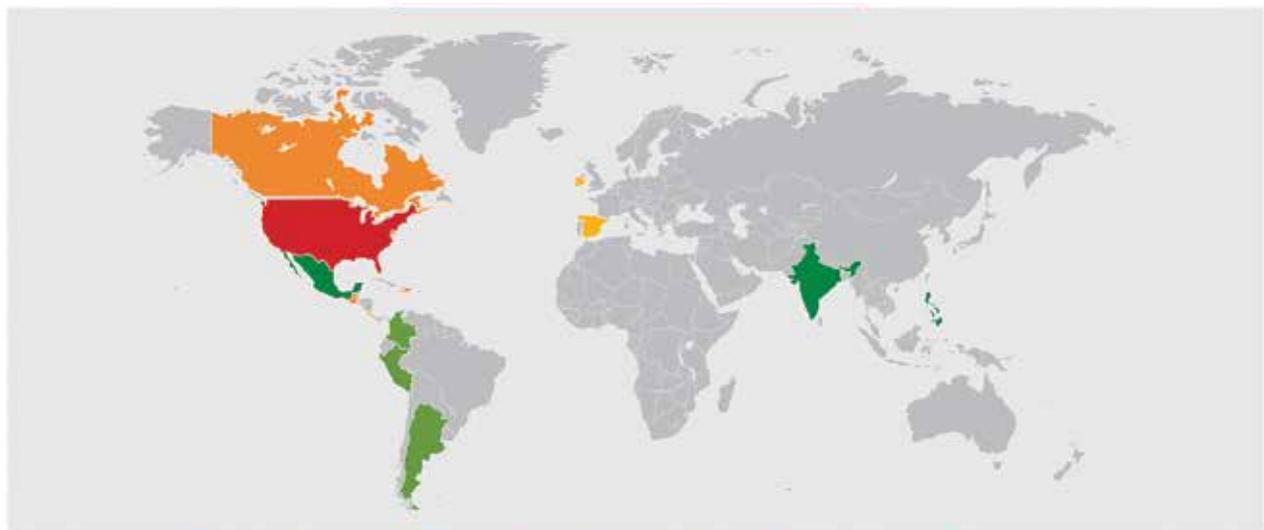
*Ranking ascendente, siendo 7 el mejor

**Ranking descendente, siendo 1 el mejor

COSTO DE VIDA

Un indicador frecuentemente utilizado para evaluar el Costo de Vida de un país, es el Índice Big Mac, en el que México encabeza la lista.

COSTO DE VIDA - ÍNDICE BIG MAC



PAÍS	México	India	Filipinas	Perú	Colombia	Argentina	Costa Rica	El Salvador	España	Irlanda	República Dominicana	Guatemala	Canadá	Estados Unidos
ÍNDICE	\$2.23	\$2.49	\$2.68	\$3.24	\$3.31	\$3.47	\$4.06	\$4.06	\$4.14	\$4.19	\$4.48	\$4.48	\$4.51	\$5.06

Fuente: 2017 "Índice Big Mac", The Economist
*Precio en dólares de una hamburguesa Big Mac

ÍNDICE DE FACILIDAD PARA HACER NEGOCIO



De acuerdo al Índice de Facilidad para Hacer Negocios del Banco Mundial, México está en la cuarta posición de los países del Ranking

*MERCADO POTENCIAL

Fuente: 2016. Índice de facilidad para hacer negocios, Banco Mundial

POBLACIÓN TOTAL DEL PAÍS (MILLONES)

País	Población	PEA (Población Económicamente Activa)
India	1,311	511
Estados Unidos	321	163
México	127	58
Filipinas	101	45
Colombia	48	25
España	46	23
Argentina	43	20
Canadá	36	20
Perú	31	17
Guatemala	16	7
República Dominicana	11	5
El Salvador	6	3
Costa Rica	5	2
Irlanda	5	2

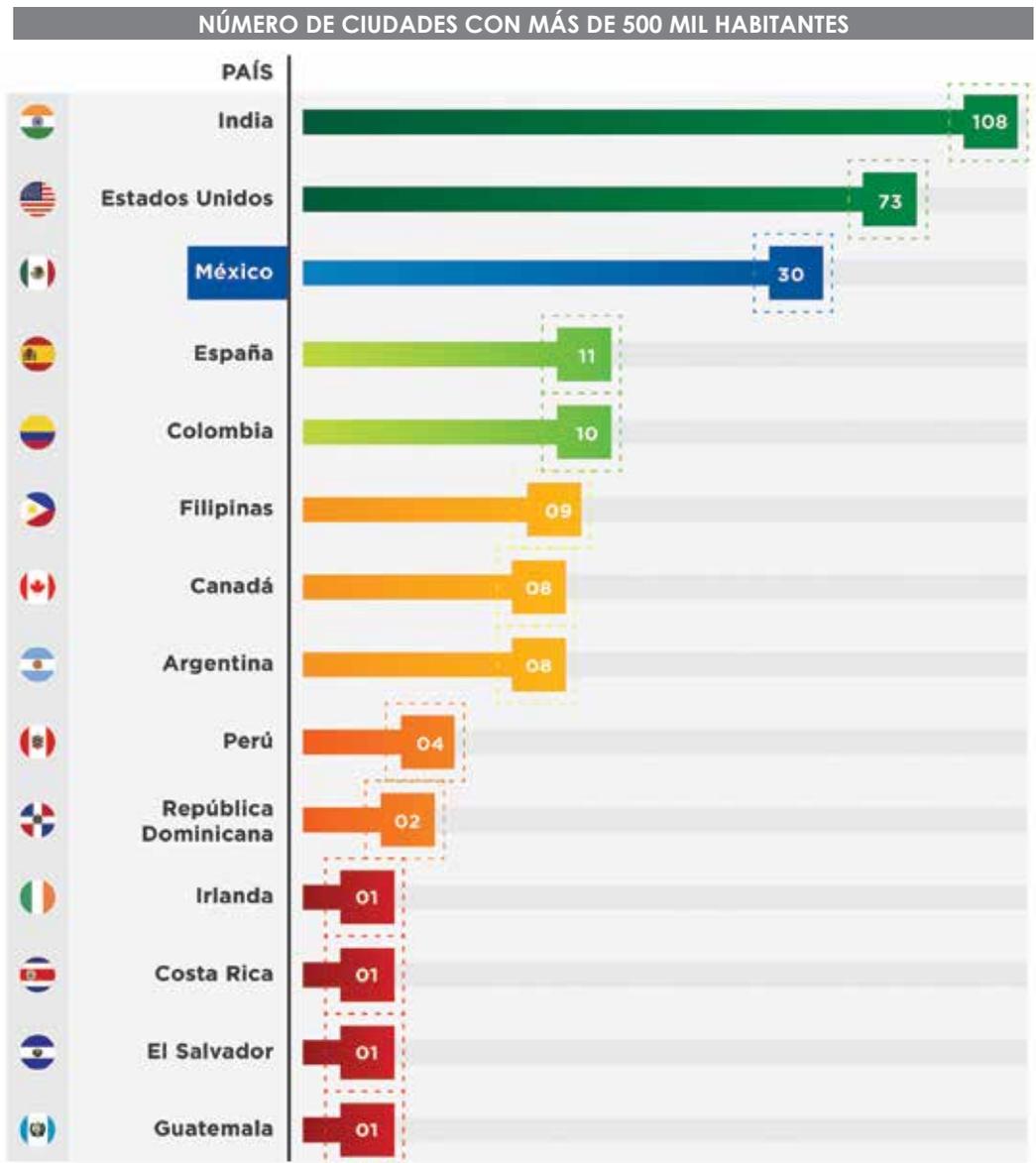
TALENTO

Después de India y Estados Unidos, México es el país con mayor población y PEA de los países del Estudio.

Gráfica: Población Mundial
Fuente: 2015 Población Total, Banco Mundial

CIUDADES CON MÁS DE 500 MIL HABITANTES

Uno de los elementos que mayor aprecian las empresas cuando seleccionan nuevos países *nearshore/offshore*, es contar con la posibilidad de poder elegir la mejor opción entre diferentes ciudades y no establecerse en zonas que tiendan a saturarse. México, en este contexto, ofrece 30 ciudades con más de 500 mil habitantes, incluyendo varias megalópolis.



Gráfica: Ciudades con más de 500 mil habitantes
Fuente: 2015 "World Urban Areas" Demographia



Nombre Título
 Empresa Cargo
 Calle y Núm. Colonia
 Ciudad Estado C.P
 Tel. Fax.
 Giro empresa e-mail

Datos de facturación

Favor de realizar su pago en BBVA Bancomer a la cuenta de cheques No. 0444105060, Sucursal 3436 Valle Beistegui, a nombre del Instituto Mexicano de Telemarketing, S.C. y enviar copia de su depósito al fax: 5543-4822, junto con este formato de solicitud de suscripción.

Anualidad \$350.00

"Las mejores prácticas en Centros de Contacto y relaciones Empresa-Cliente"

- Centros de Contacto
- Servicio a Clientes
- Relaciones Empresa - Cliente
- Tecnología
- Telefonía IP
- Estudios

Informes: 5340-2290

GASTO EN EDUCACIÓN



GASTO EN EDUCACIÓN

Siendo el talento, uno de los tres pilares utilizados para la formación del ranking, la inversión en educación se hace un factor relevante de evaluación. A este respecto, el porcentaje PIB invertido en educación que hace nuestro país, es igual al que hacen Estados Unidos, Canadá o Irlanda.

Fuente: 2016 "Gasto público en educación, total (% del PIB)"
Banco Mundial
*Porcentaje del PIB dedicado a educación

CAPACIDAD INSTALADA Y GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL PAÍS

La capacidad total instalada de México (159 mil estaciones de BPO), es utilizada de manera balanceada entre el mercado doméstico y el de offshore.

País	Capacidad instalada (millones de estaciones)	Offshore	Doméstico
India	703	56%	44%
Estados Unidos	454	3%	97%
Filipinas	410	89%	11%
México	159	40%	60%
Colombia	105	32%	68%
España	50	2%	98%
Canadá	46	16%	84%
Irlanda	45	80%	20%
Argentina	36	5%	95%
Perú	29	45%	55%
Guatemala	19	80%	20%
Costa Rica	15	98%	2%
República Dominicana	15	96%	4%
El Salvador	10	90%	10%

Fuente: 2017 IMT "Estudio sobre la Competitividad Global de la Industria de los Centros de Contacto BPO / KPO - ITO"

CRECIMIENTO ANUAL DE LA INDUSTRIA POR PAÍS

La industria en general, presenta ritmos de crecimiento mayores a otras industrias y tienen un comportamiento diverso en los diferentes países. Estas variaciones oscilan desde un crecimiento del 14% para Filipinas por ejemplo, hasta una contracción, como fue el caso de Argentina.

POSICIÓN DE MÉXICO

De acuerdo a los resultados, México ocupa el tercer lugar mundial en el Índice de Competitividad Internacional, y el primero en Latinoamérica:

RANKING			
NIVEL MUNDIAL			
	País	Posición	Puntaje
	India	1	74
	Filipinas	2	72
	México	3	69

LATAM			
	País	Posición	Puntaje
	México	1	69
	Colombia	2	58
	Costa Rica	3	52
	Perú	4	48
	Guatemala	5	46
	Argentina	6	45
	El Salvador	7	41
	República Dominicana	8	40

CRECIMIENTO ANUAL		
	País	Crecimiento
	Filipinas	14.00%
	Colombia	10.30%
	Irlanda	9.60%
	México	9.30%
	Panamá	9.00%
	India	8.00%
	Guatemala	8.00%
	Perú	8.00%
	República Dominicana	7.00%
	Canadá	4.00%
	Estados Unidos	3.00%
	España	3.00%
	El Salvador	2.00%
	Argentina	-2.00%

Gráfica: Crecimiento de la industria
Fuente: IMT, Estudio competitividad 2017

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ELEVAR LA COMPETITIVIDAD

A continuación, enlistamos algunas de las estrategias que, de implementarse exitosamente, elevarían aún más el nivel de competitividad de nuestro país:

- ▶ Fomentar una mayor integración del sector
- ▶ Profesionalizar el talento
- ▶ Mejorar el nivel de bilingüismo
- ▶ Aprovechar la fuerza de trabajo de los repatriados
- ▶ Combatir la alta rotación: políticas de empleo y compensación justas
- ▶ Desarrollar en mayor medida servicios de valor agregado
- ▶ Resaltar los factores positivos en los que desataca competitividad al país
- ▶ Promover el sector en el exterior
- ▶ Ofrecer apoyos e incentivos gubernamentales.

CENSO NACIONAL DE CENTROS DE CONTACTO BPO-KPO/ITO 2017

INCLUYE *SERVICE DESK*



PATROCINADO POR:

EN ESTA EDICIÓN DEL CENSO NACIONAL DE EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO-KPO/ITO 2017, QUE INCLUYE A 111 EMPRESAS, COMPARTIMOS LAS TENDENCIAS MÁS RELEVANTES EN CUANTO AL CRECIMIENTO, SERVICIOS OFRECIDOS, FUNCIONES Y CANALES DE INTERACCIÓN (TRADICIONALES Y DIGITALES), ADEMÁS DE LAS TENDENCIAS DE LOS SERVICIOS *OFFSHORE*.



Dedicamos un segmento especial a los *Service Desks*, debido a su importante crecimiento en la industria de relacionamiento con clientes, al potencial de atracción de personal calificado para ofrecer un portafolio de mayor valor agregado y al significativo impacto económico en los proveedores de este tipo de servicios, con el consecuente potencial de exportación que este subsector representa.

También se incluyó el rango de costos promedio de hora operación de campañas en español y bilingües.

Por último, compartimos los retos de la industria, que los directivos de los Centros de Contacto han visualizado para este año.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Conocer:

- ▶ El comportamiento de la oferta de servicios de los Centros de Contacto, BPO, KPO, ITO, incluyendo: tipos de servicio que ofrecen, funciones, sectores a los que dan servicio, entre otros.
- ▶ El factor de crecimiento de la industria y la distribución geográfica nacional.
- ▶ Algunas tendencias relativas a talento, tecnología y desempeño operativo.
- ▶ La evolución de la industria y de los servicios tradicionales BPO a servicios de mayor valor agregado (KPO, ITO) e identificar por primera vez, algunos de los elementos que caracterizan a los *Service Desks*.
- ▶ Las tendencias de los servicios *offshore* que se ofrecen desde México.

Además:

- ▶ Identificar los rangos de costo de operación.
- ▶ Aportar elementos de valor para la generación de estrategias de negocios sustentadas en el comportamiento del mercado y los retos de la industria, expresados por los principales jugadores.

METODOLOGÍA

Para el levantamiento de información del presente estudio, se requirió al nivel directivo de las empresas participantes llenar el cuestionario electrónico; se realizaron entrevistas telefónicas para completar la información, se recurrió a la investigación documental y se realizó un análisis comparativo con el año anterior.

Este año se incluyeron 111 organizaciones en el estudio, que reportaron un total de 137,504 estaciones. Dichas organizaciones operan en México con un mínimo de 30 estaciones de trabajo.

Las organizaciones participantes son empresas públicas y privadas, con corporativos nacionales o extranjeros.



Tabla "Información de la muestra"
N=111



Tabla "Composición de la muestra por número de estaciones"

N=111

Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

Algunos datos relevantes respecto al 2017:

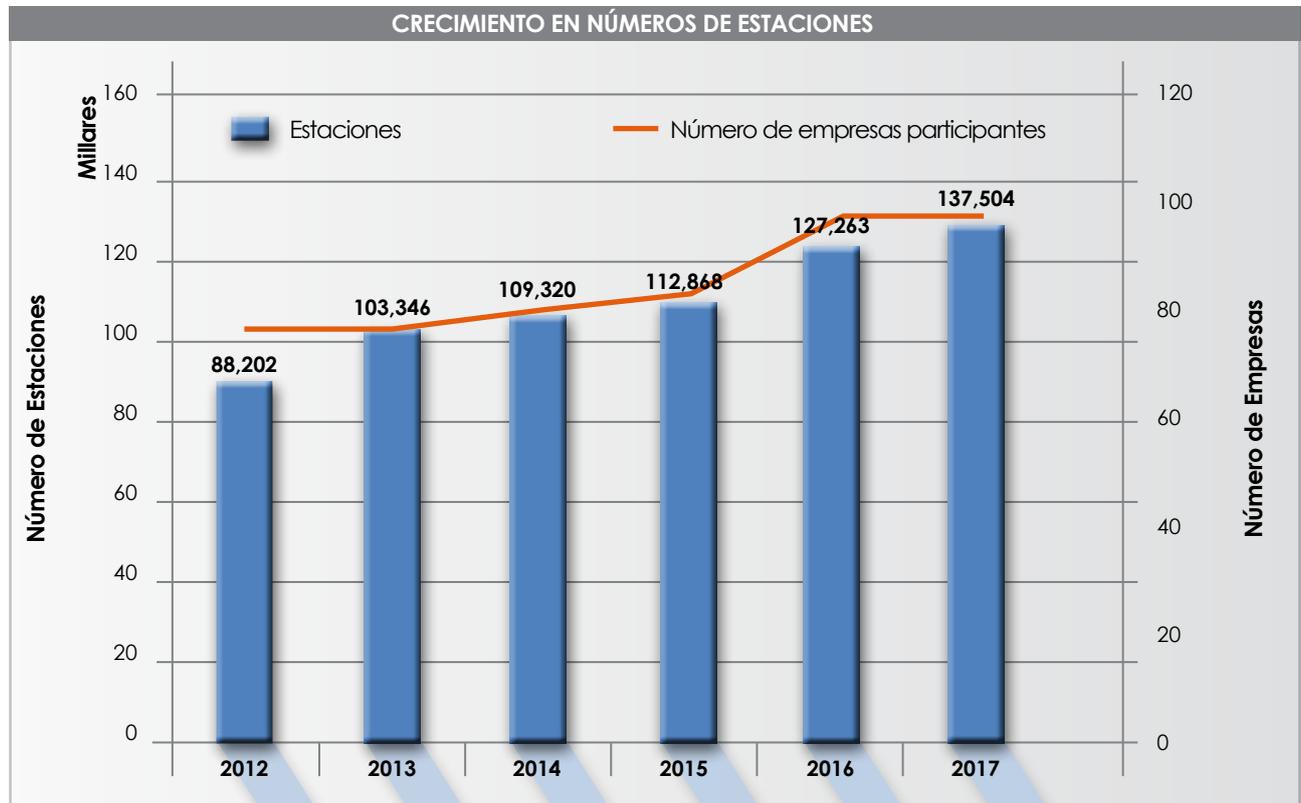
- ▶ El 83% del total de la capacidad instalada lo tiene 35% de las empresas que emplea al 84% de los ejecutivos de la industria.
- ▶ La capacidad instalada en las empresas del rango de más de 2 mil estaciones, creció un 10% (de

76,985 del año anterior, a 84,985 en 2017), representando ahora el 62% de la capacidad instalada del país; asimismo, en este rango se aprecia un mayor nivel de ocupación.

- ▶ El segmento con mayor número de empresas (33%), es el de las de menos de 250 estaciones, aunque incluye el menor número de estaciones.

CRECIMIENTO

Como cada año, la industria tuvo un crecimiento considerable, hoy se contabilizan 137 mil estaciones en las empresas participantes en este estudio.

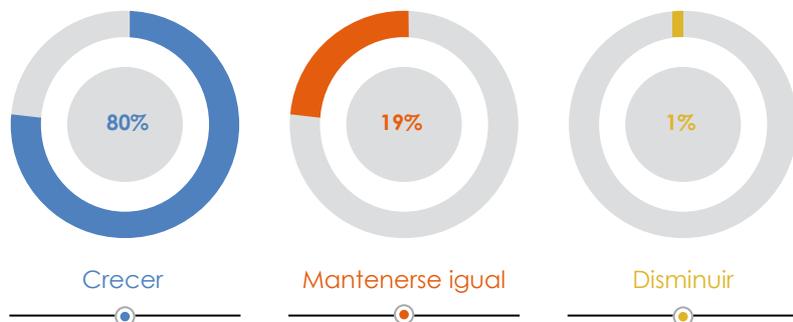


Gráfica: Crecimiento de número de estaciones
N=111
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

- 39 empresas reportaron crecimiento, con un total de 11,647 estaciones en su conjunto, lo que representó un 11% neto.
- 18 empresas reportaron una disminución de estaciones instaladas, que sumaron 4,976 estaciones.
- 40 empresas se mantuvieron igual o no reportaron cambios.
- 12 empresas nuevas se sumaron a la base de participantes.
- Una empresa reportó una fusión / adquisición y otra empresa reportó cierre de operaciones.

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

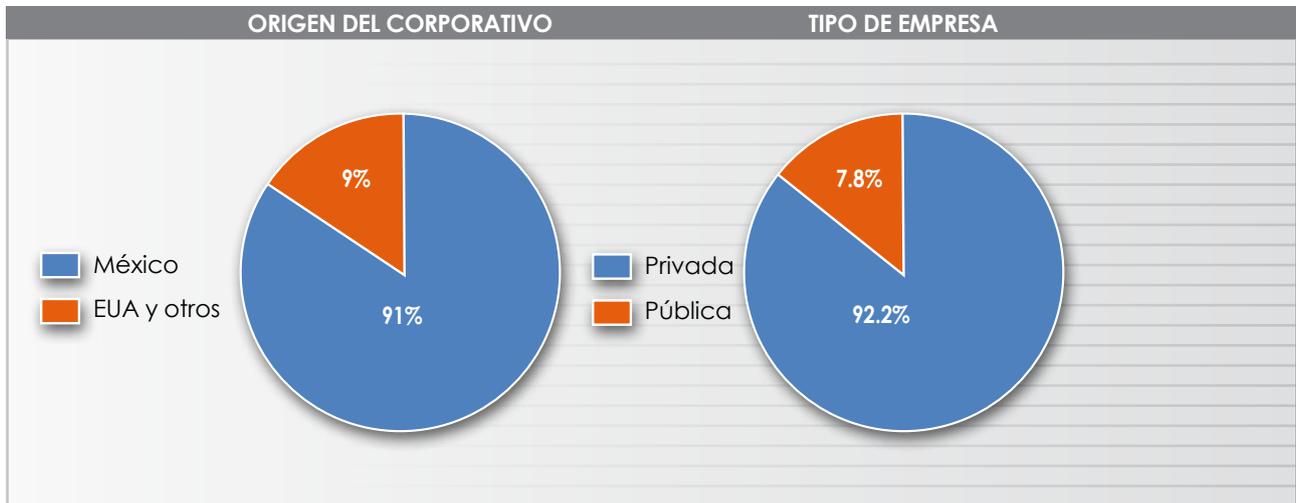
Las expectativas de crecimiento son muy optimistas: el 80% de las empresas piensa crecer, de las cuales, 27% estima abrir un centro el próximo año.



Gráfica: Expectativas de crecimiento
N=74
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

ORIGEN DE LAS EMPRESAS

De las empresas participantes, el 91% es de origen mexicano y sólo el 9% es de capital extranjero; y del total el 92.2% de las empresas es privada (no cotiza en bolsa).



Gráficas: Origen del Corporativo y Tipo de empresa
N= 77
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

AHK Systems

OUR PEOPLE - YOUR STRENGTH

Somos

Una empresa especializada enfocada en la satisfacción de nuestros Clientes implementando Soluciones de:

- ▶ Contact Center multicanal
- ▶ Analytics multicanal
- ▶ Autenticación de huella de voz y Prevención de Fraudes
- ▶ Automatización de Procesos (Robotic Automation)
- ▶ Soluciones de grabación
- ▶ Gestion de Compensación de Incentivos
- ▶ Soluciones para cumplimiento (PCI Compliance)

- ▶ PBX IP/SIP
- ▶ Comunicaciones Unificadas
- ▶ Videoconferencia
- ▶ Back Office monitoring
- ▶ Voz del Cliente (Encuestas de satisfacción multicanal)
- ▶ WFM

NICE AUTHORIZED PLATINUM PARTNER

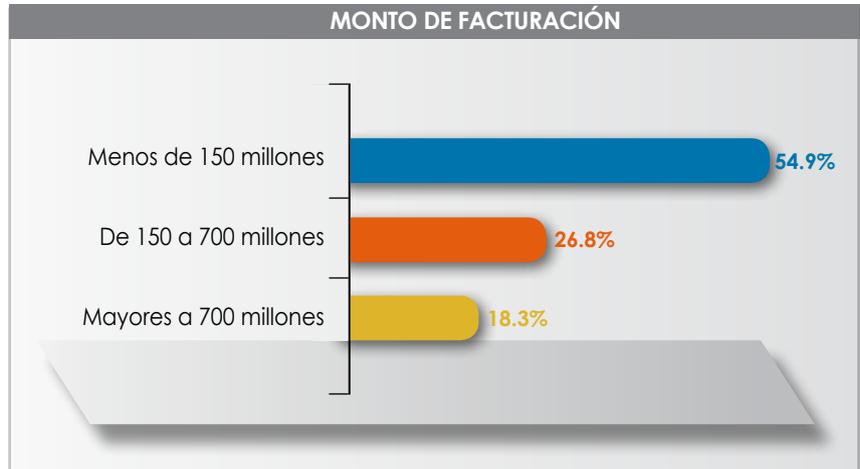
AVAYA
Gold Panther

México

Patriotismo #767 Edif A-101
Col. Mixcoac, C.P.03910
Ciudad de México
Telf 52 55 5669 0939
ventas@ahksystems.com

PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS POR MONTO DE FACTURACIÓN ANUAL

El 54.9% de las empresas mexicanas tiene una facturación menor a los 150 millones de pesos; en contraste, un 18.3% factura 700 millones de pesos anuales o más.



Gráfica: Monto de facturación
N= 71
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA Y OCUPACIÓN

Las regiones Centro Sur, Noroeste y Noreste abarca el 78% de la capacidad instalada de la República Mexicana siendo la región Centro Sur la de que tuvo mayor crecimiento (del 49% al 54%). La ocupación de la capacidad instalada fue del 80%, igual al año anterior.

Respecto a la distribución geográfica de la capacidad instalada, la concentración es la siguiente:

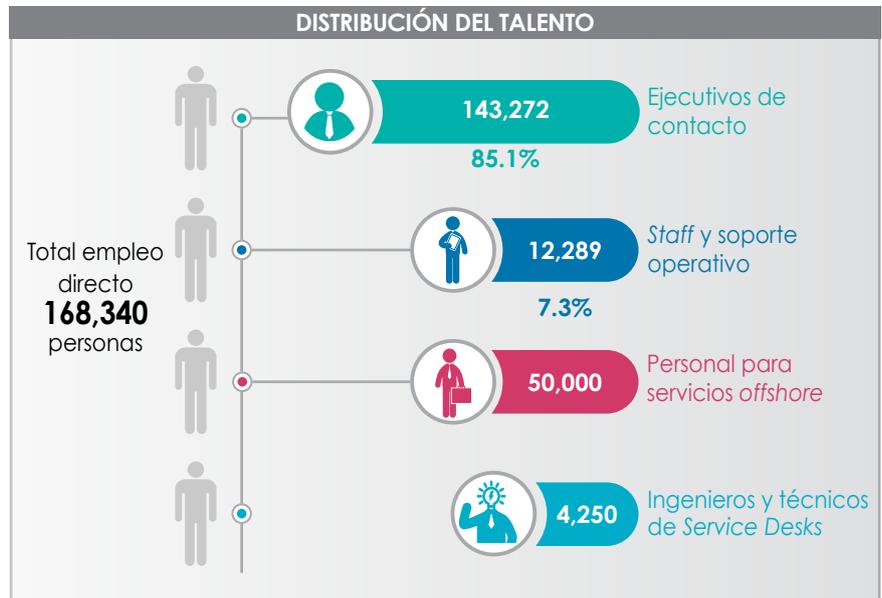
Regiones	Centros	%	Número de estaciones instaladas	%	Número de Ejecutivos	%
Centro Sur	141	46%	73,587	54%	80,913	56%
Noroeste	48	15%	19,783	14%	20,780	15%
Noreste	34	11%	12,912	10%	11,093	8%
Centro Norte	23	7%	9,898	7%	9,975	7%
Occidente	31	10%	9,663	7%	10,057	7%
Oriente	21	7%	9,692	7%	9,628	6%
Sur	12	4%	1,969	1%	826	1%
Total	310	100%	137,504	100%	143,272	100%



Gráfica: Distribución geográfica
N= 111
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

DISTRIBUCIÓN DEL TALENTO

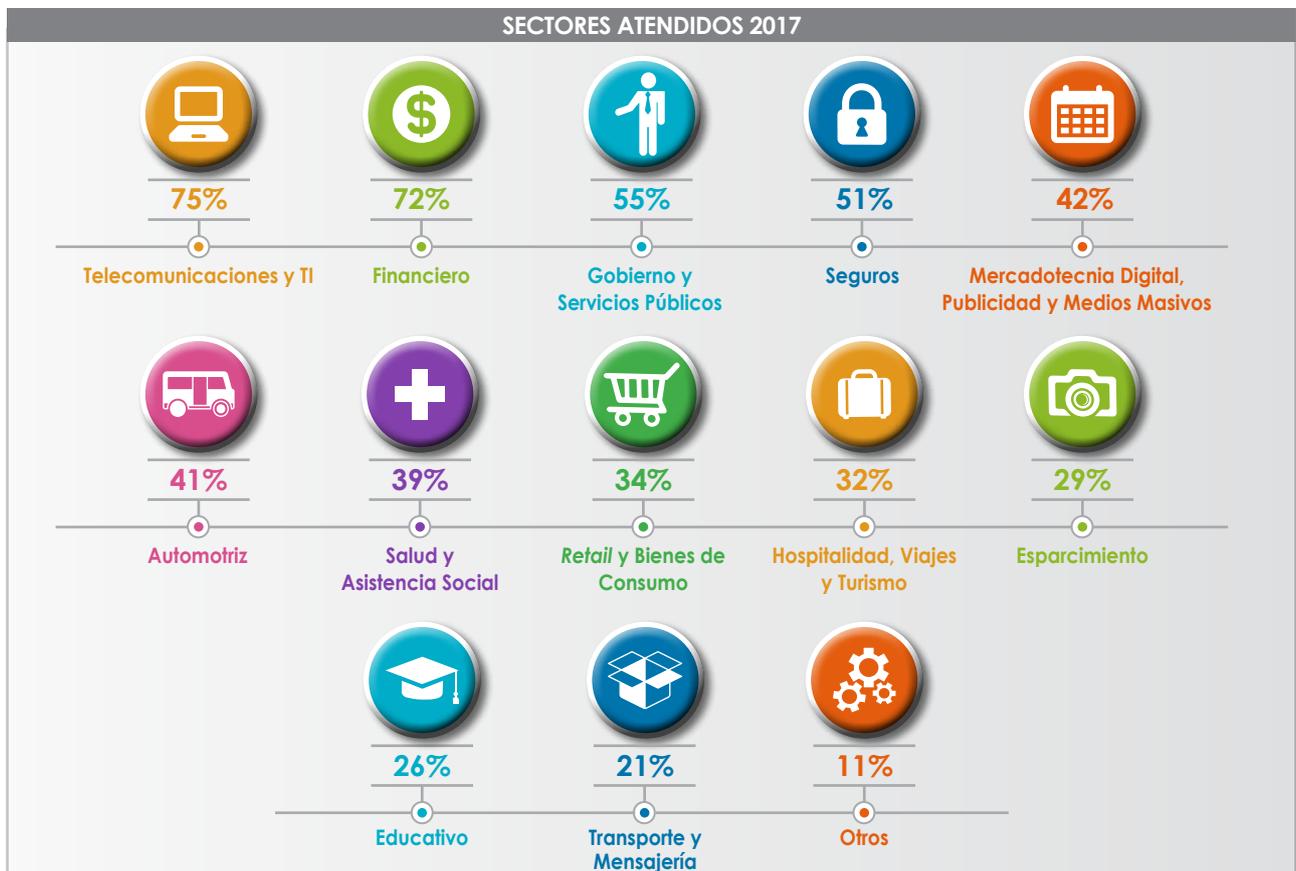
De acuerdo a este Censo Nacional 2017, las empresas participantes generan un total de 168,340 empleos, de los cuales el 85.1% corresponde a ejecutivos de contacto. Asimismo, se estima que los servicios *offshore* emplean alrededor de 50 mil personas.



Gráfica Distribución de talento
N=81
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

SECTORES ATENDIDOS

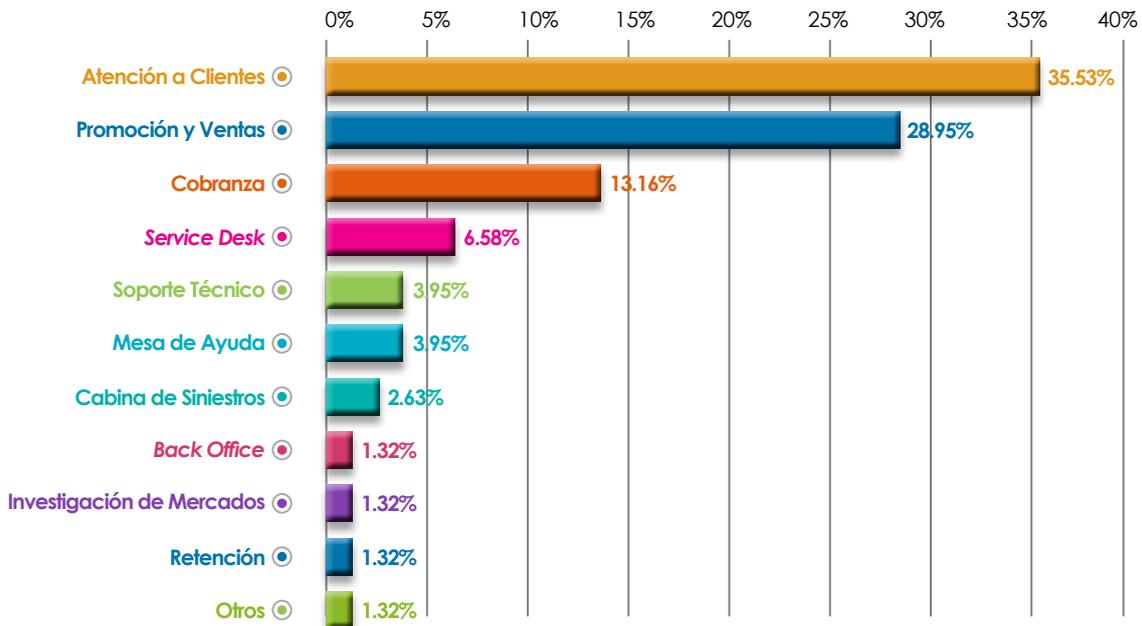
Respecto a los sectores atendidos, el de TI y Telecomunicaciones, el Financiero y el de *Retail* reportaron mayor participación; Salud y Asistencia Social y Automotriz nuevamente reportaron un crecimiento significativo, así como Transporte y Mensajería.



Gráfica: Sectores atendidos
N=81 Respuesta múltiple
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

ESPECIALIZACIÓN

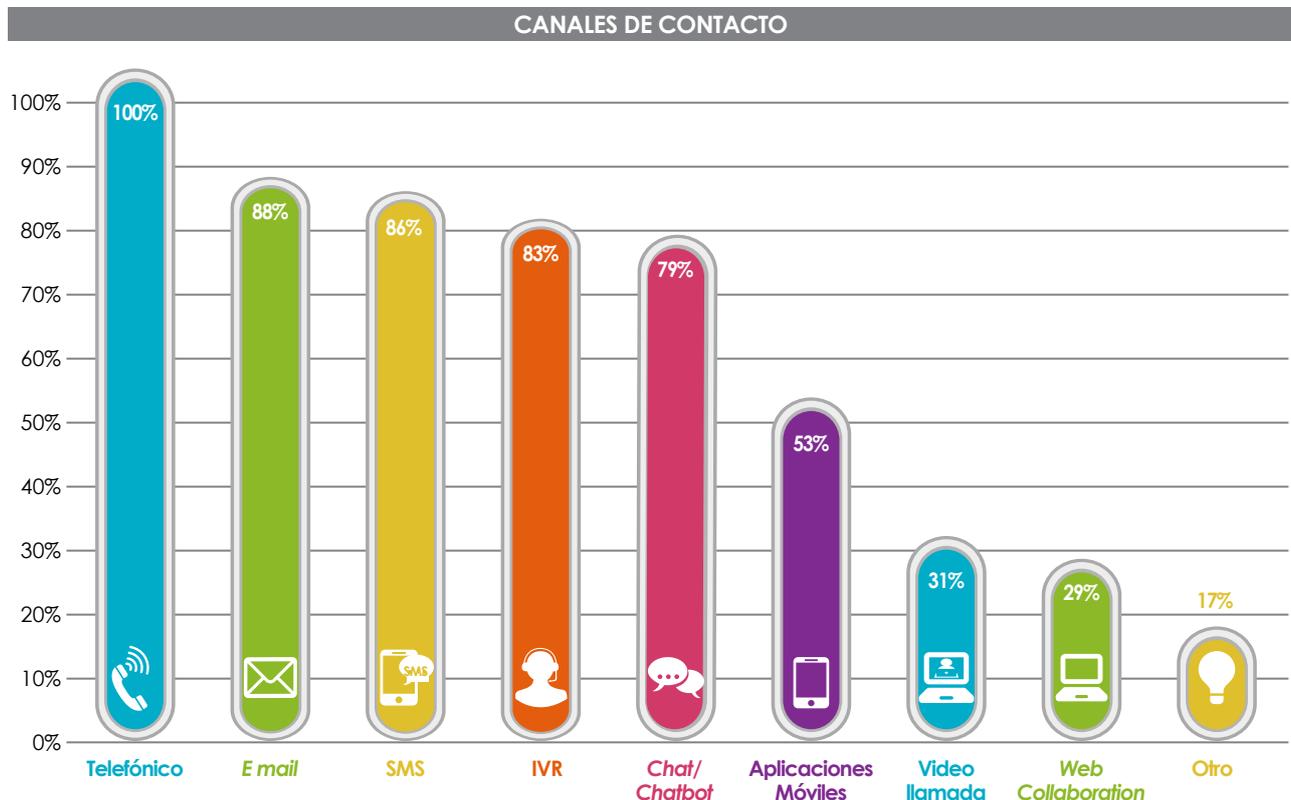
Las organizaciones tienden a especializarse principalmente en las áreas de Atención a Clientes (35.53%) y Promoción y Ventas (28.95%), y se identificó que un 6.58% de las organizaciones participantes tiene "Service Desk", como su principal área de especialización.



Gráfica: Especialización
 N=81 Respuesta múltiple
 Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

CANALES DE CONTACTO

Respecto a las interacciones tradicionales, la voz continúa siendo la más importante, con una tendencia creciente mediante otros canales, principalmente las de aplicaciones móviles.



Gráfica: Canales de Contacto
 N= 81 Respuesta múltiple
 Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

COSTOS DE OPERACIÓN

Como un área de particular interés, las empresas nos compartieron el costo por hora - estación tanto en español como bilingüe, lo que nos indica el alto nivel de competitividad de la industria mexicana.



Costo / hora (*)			
Idioma	Mínimo	Promedio	Máximo
Español	3.33	5.56	10.28
Bilingüe	4.72	8.44	19.44

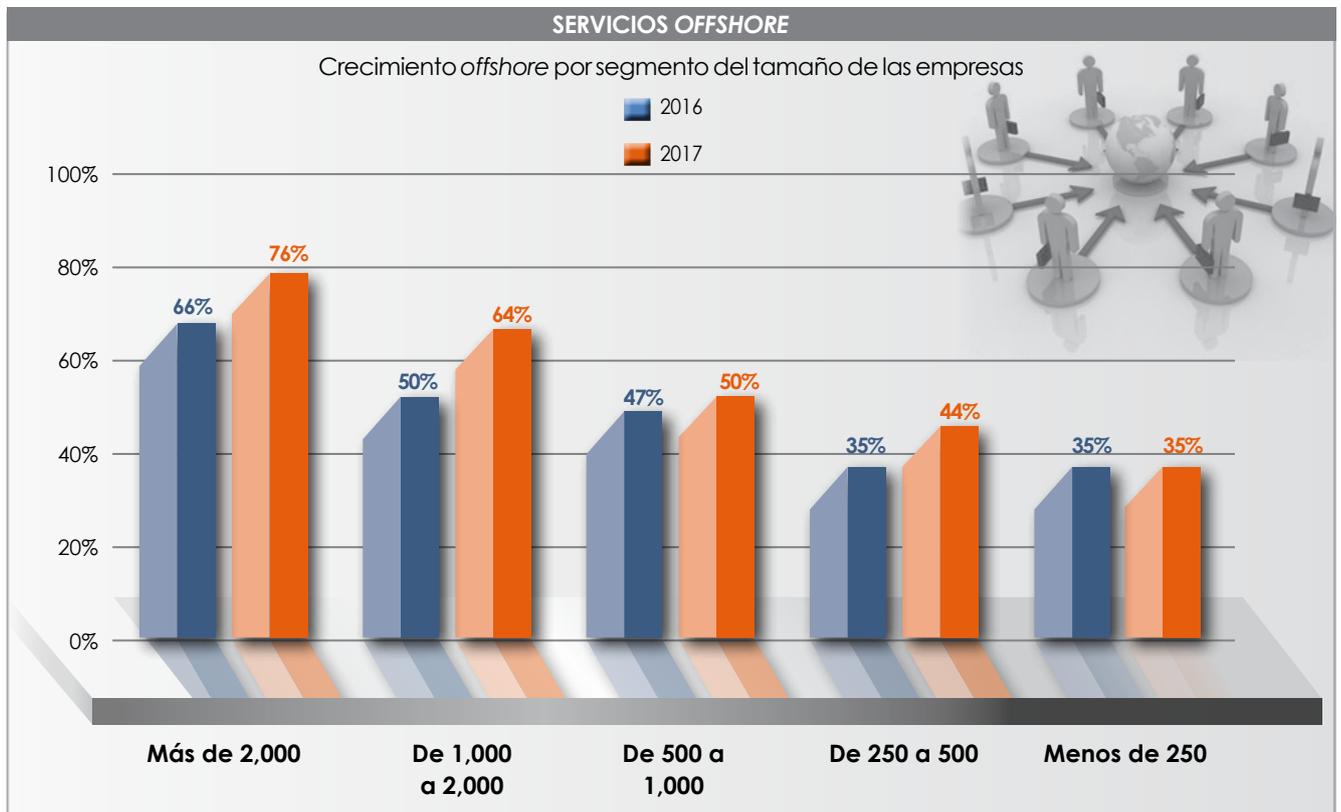
(*) Costos expresados en dólares americanos.

Tabla: "Costos de operación"
N=79

Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

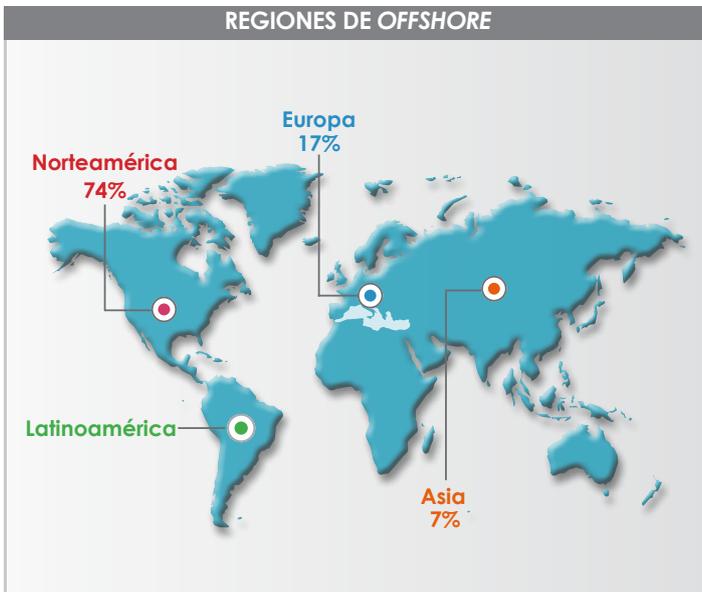
SERVICIOS OFFSHORE

Del total de empresas participantes en el Censo Nacional, 47 empresas centros de contacto (incluyendo Service Desk) ofrecen servicios offshore, desde México.



Gráfica: Empresas que realizan offshore
N=47 Respuesta múltiple

Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017



Gráfica: Regiones Offshore
 N=47 Respuesta múltiple
 Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

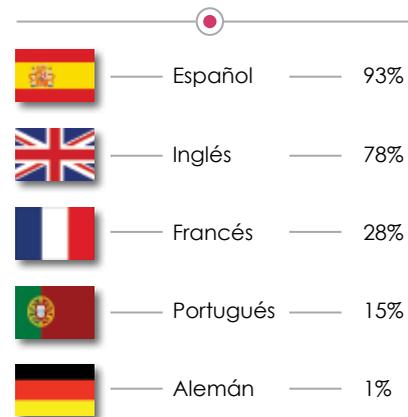
Norteamérica sigue siendo el destino más importante para México, seguido ya por Latinoamérica, que alcanza un 65%; es de destacar que 7% de las organizaciones exportadoras de servicios de BPO lo hace a la región de Asia Pacífico.



IDIOMAS

Con el incremento de las operaciones *offshore* en español (principalmente en Latinoamérica), éste ya representa el 93%, el inglés se encuentra en segundo lugar con un 78% y por primera vez el alemán aparece entre los idiomas de soporte, con un 1%.

Idiomas para servicios de Offshore



Gráfica: Idiomas para servicios offshore
 N=46 Respuesta múltiple
 Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

RETOS

Los retos identificados se concentraron en: económicos, operativos, laborales, comerciales y tecnológicos, como sigue:

ESTRATÉGICOS Y COMERCIALES

- ▶ Incrementar la cartera de nuevos clientes
- ▶ Incursionar o crecer en nuevos mercados
- ▶ Mantener la lealtad de los clientes actuales

LABORALES:

- ▶ Atracción de talento
- ▶ Retención
- ▶ Sueldos y compensaciones
- ▶ Profesionalización, capacitación y certificación

ECONÓMICOS:

- ▶ Incremento de la rentabilidad
- ▶ Tipo de cambio e inflación
- ▶ Liquidez, problemas de flujo, financiamiento, cobranza y optimización de las inversiones

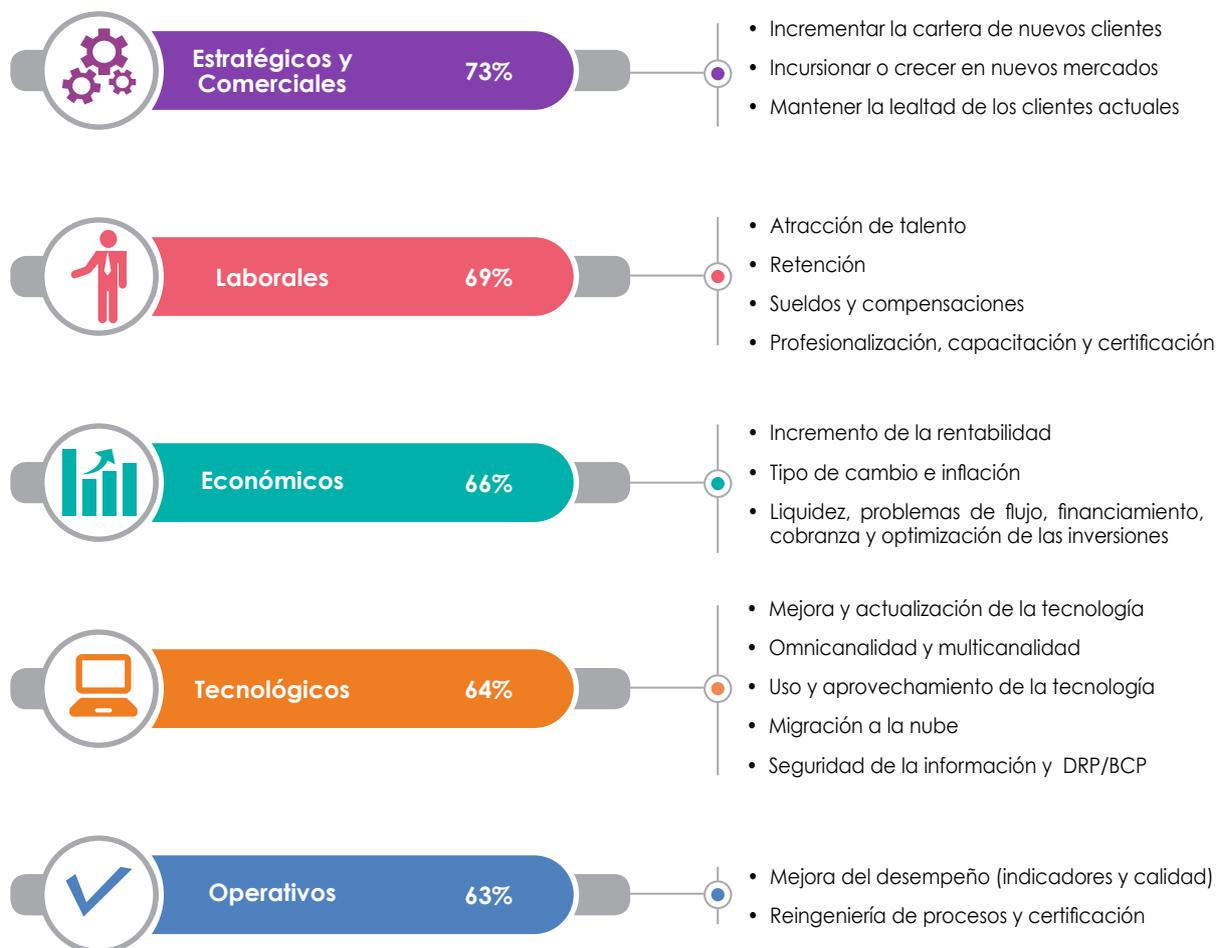
TECNOLÓGICOS:

- ▶ Mejora y actualización de la tecnología
- ▶ Omnicanalidad y multicanalidad
- ▶ Uso y aprovechamiento de la tecnología
- ▶ Migración a la nube
- ▶ Seguridad de la información y DRP/BCP

OPERATIVOS:

- ▶ Mejora del desempeño (indicadores y calidad)
- ▶ Reingeniería de procesos y certificación

RETOS DE LA INDUSTRIA



Gráfica: Retos de industria
N=80 Respuesta múltiple
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

CONCLUSIONES

- ▶ El crecimiento de la industria en 2017, fue del 9.4%; con un incremento del 7.1% en el número de estaciones, similar a los años anteriores y del 12.8% en el empleo. Para el próximo año, 80% de las empresas tienen, expectativas de crecimiento.
- ▶ El crecimiento mayor se presentó en empresas de más de mil estaciones, y el segmento más pulverizado es el de menos de 250 (33%)
- ▶ 7.8% de las empresas son públicas (cotizan en bolsa).
- ▶ Del total, 18.3% tiene una facturación mayor a 700 millones de pesos.
- ▶ La concentración de la capacidad instalada está en la zona Centro del país con un 54%, principalmente en la Ciudad de México, seguida por la zona Noroeste (15%)
- ▶ En cuanto a talento, la industria emplea 168 mil personas, de las cuales ya 50 mil se dedican a los servicios *offshore*.
- ▶ Los sectores de TI y Financiero siguen siendo los que mayor demandan los servicios de BPO.
- ▶ El costo de operación oscila entre un mínimo de 3.33 USD por hora estación para español, y el máximo de 19.40 USD en inglés 

SECCIÓN ESPECIAL

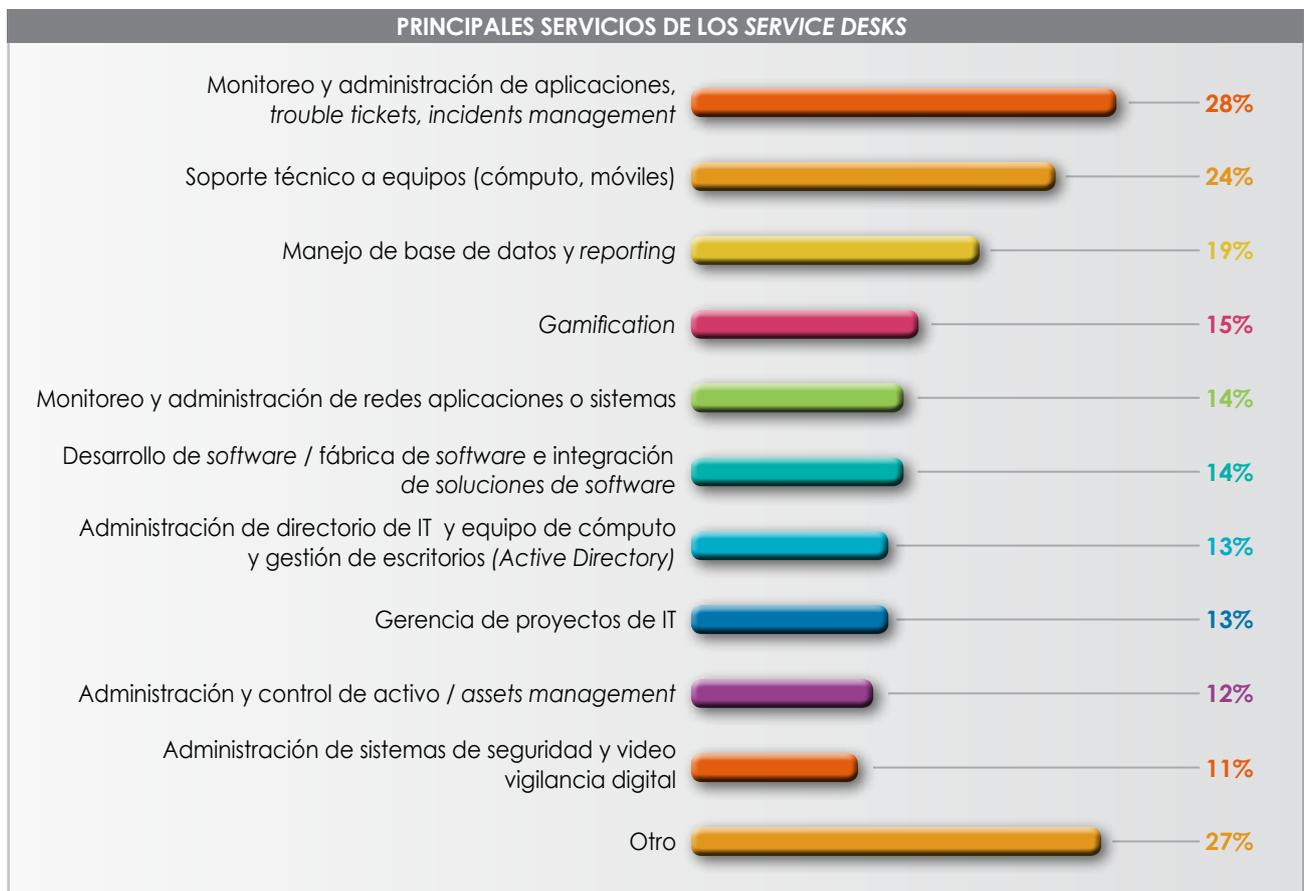
SERVICE DESK-2017

INTRODUCCIÓN

El Censo Nacional arrojó que 30 empresas realizan algún tipo de servicio de Service Desk de las cuales 16 empresas dedican 15% ó más de su capacidad, a este tipo de servicios.

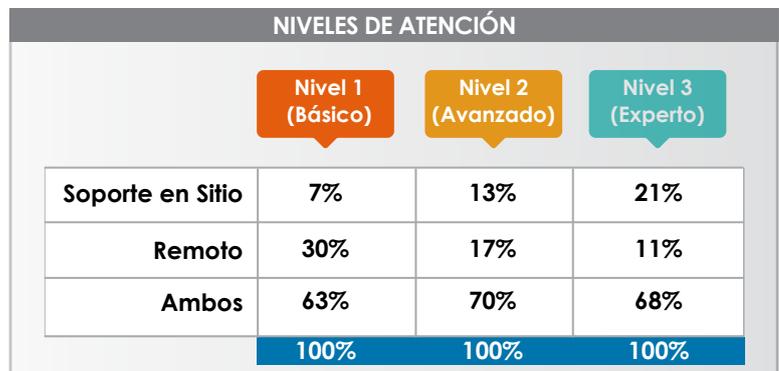
El 31% del total de este grupo, considera que los Servicios de Service Desks es su principal actividad.

Los servicios prestados en orden de importancia son los siguientes (%):



Gráfica Servicios de Service Desks
Respuesta múltiple
N=30

NIVELES DE ATENCIÓN



Gráfica Niveles de atención
Respuesta múltiple
N=26

Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

LOS PRINCIPALES INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIDOS POR LOS SERVICE DESKS

DE PRODUCTIVIDAD:

- ▶ Número de llamadas
- ▶ Número de reportes atendidos y resueltos

DE EFICIENCIA:

- ▶ FCR = *First Call Resolution* (en la atención remota)
- ▶ AHT = *Average Handle Time* (en la atención remota)
- ▶ Número de reportes atendidos y resueltos / número de reportes recibidos

DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN POR PARTE DEL CLIENTE:

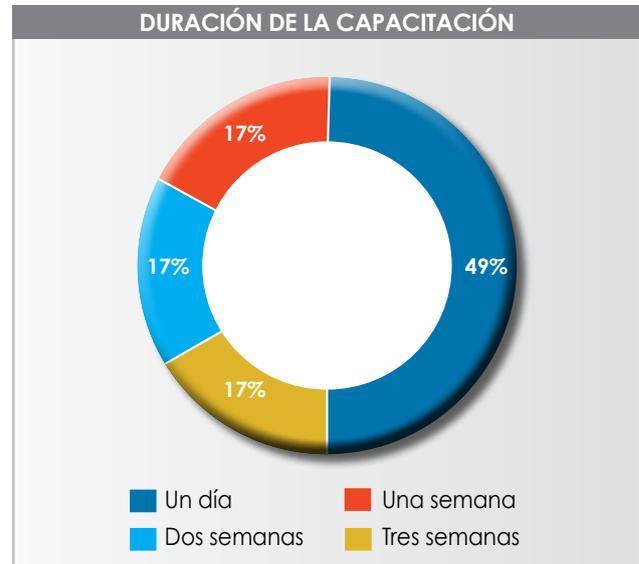
- ▶ Evaluación por parte del cliente
- ▶ C-SAT = *Customer Satisfaction*
- ▶ NPS = *Net Promoter Score*

PRINCIPALES CERTIFICACIONES Y ESTÁNDARES UTILIZADOS EN LOS SERVICE DESKS

- ▶ ITIL = *-Foundations, Advance & Master- Information Technology Infrastructure Library*
- ▶ Cisco
- ▶ Risk Management

- ▶ COBIT -*Control Objective for Information and Related Technologies-*
- ▶ CEH -*Certified Ethical Hacking-*
- ▶ CMMI -*Capability Maturity Model Integration- by Carnegie Mellon University*

El 67% de los Service Desks invierte entre dos y tres semanas de capacitación



Gráfica: Duración de la capacitación
N=26

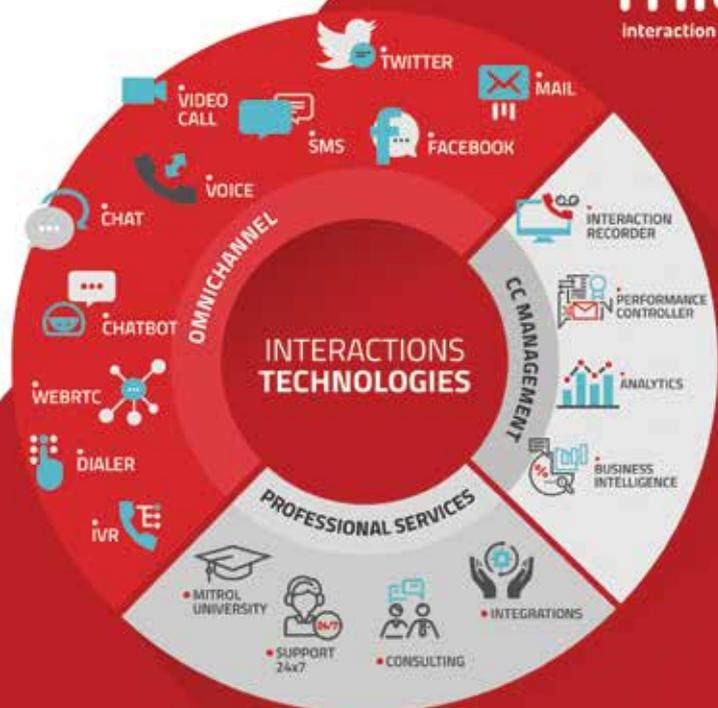
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

SIMPLE Y OMNICANAL

BRINDAMOS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PERSONALIZADAS PARA LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE TODAS LAS INTERACCIONES DE CONTACTO.

Mejoramos la productividad de su negocio con estrategias omnicanales y acompañamiento personalizado, asesorándolo en cada nuevo proyecto para que obtenga el máximo retorno de su inversión.

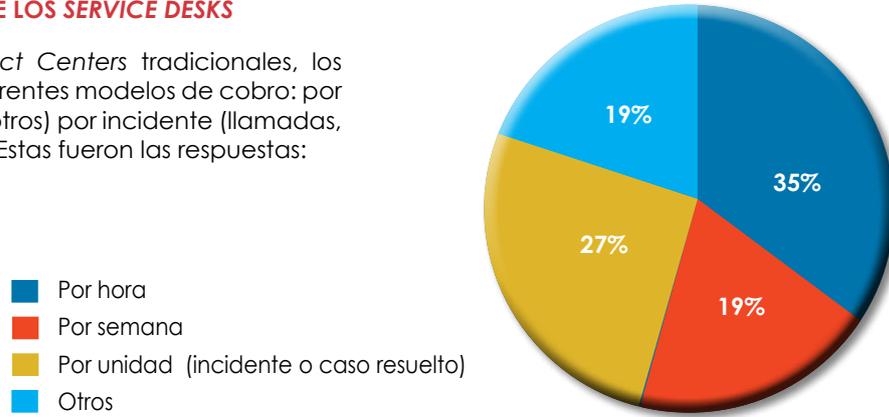
Nuestro sistema de capacitación continua le permite obtener el mayor beneficio de la plataforma, optimizando los factores claves de su operación para que su gestión sea exitosa.



El promedio del personal asignado para soporte telefónico es de 55% y el de campo es de 25%; mientras que el ratio de gerentes y supervisores oscila en un promedio de 1:16

ESQUEMAS DE COBRO DE LOS SERVICE DESKS

Al igual que los *Contact Centers* tradicionales, los *Service Desks* tienen diferentes modelos de cobro: por tiempo (hora, semana, otros) por incidente (llamadas, casos resueltos u otros). Estas fueron las respuestas:



Otros incluye: Por proyecto, por iguala mensual, por posición y por persona asignada

Gráfica: Esquemas de cobro Service Desks
N=26
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017

PRINCIPALES RETOS DE LOS SERVICE DESKS



Tabla: Retos de los Service Desks
N=26
Fuente: IMT Censo Nacional de Centros de Contacto 2017



contact + solution center ®

Somos un Centro de Contacto/BPO/KPO enfocado a fortalecer las relaciones entre nuestros socios comerciales y sus clientes, utilizando soluciones innovadoras, procesos sustentados en el talento y una cultura de excelencia alineada a sus estrategias de negocio para contribuir al incremento de sus ingresos y posicionamiento de su marca. Gracias a nuestro talento multicultural somos capaces de dar servicio a clientes nacionales y extranjeros.

- **Ventas**
- **Retención de clientes**
- **Atención y seguimiento**
- **Programas de Lealtad**
- **Telemarketing**
- **Cobranza**
- **Retail**
- **Encuestas**
- **Back Office**
- **Outbound**
- **Social Media**
- **Email y Chat**
- **Mailing, SMS**



www.konexo.com

contacto.konexo@konexo.com

01800 3 56 63 96

				SECTORES ATENDIDOS 												
	 Empresa	 Número de posiciones instaladas	 Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"	Financiero	Tel y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Españamiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
1	Teleperformance 	13,568	Oro: Mejor Estrategia de Ventas Bronce: Mejor Estrategia de Operación BPO - KPO - ITO	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
2	Atento México 	11,499	Oro: Mejor Estrategia de Servicio a Clientes Bronce: Mejor Administración del Talento	★	★	★			★		★	★	★	★		★
3	B-Connect Services 	5,532		★	★		★	★		★	★	★		★	★	★
4	Grupo Vanguardia 	5,500					★									★
5	TKM Customer Solutions 	5,400		★	★	★	★	★	★	★	★					★
6	Telvista 	5,368	Oro: Mejor Contribución en Responsabilidad Social Plata: Mejor Estrategia de Ventas Plata: Mejor Administración del Talento Bronce: Mejor Estrategia de Servicio a Clientes	★	★	★	★			★			★	★	★	★

SERVICIOS 

IDIOMAS 

<p>Atención a Clientes</p> <p>Promoción y Ventas</p> <p>Cobranza</p> <p>Soporte Técnico</p> <p>Help Desk</p> <p>Back Office</p> <p>Service Desks</p> <p>Investigación de mercados</p> <p>Retención</p> <p>Cabina de siniestros</p>	<p>Ubicación</p>	<p>Países a los que brinda Servicios Offshore</p>	<p>Español</p> <p>Inglés</p> <p>Francés</p> <p>Portugués</p>	<p>Presencia en otros Países</p>	<p>Certificaciones</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Aguascalientes, Ciudad de México, Chihuahua, Durango, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Sonora</p>	<p>Argentina, Belice, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Uruguay, Venezuela</p>	<p>   </p>	<p>74 países</p>	<p>Empresa: ISO 9000, ISO 27000, COPC, PCI</p> <p>Personas: COPC, ITIL, Cisco, PCI</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León</p>	<p>Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos</p>	<p>  </p>	<p>Argentina, Brasil, Colombia, Chile, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Perú, Puerto Rico</p>	<p>Empresa: ISO 9000, ISO 27000, Ley Federal de Protección de Datos Personales</p> <p>Personas: COPC, ITIL, PCI</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Durango, Puebla</p>	<p>Argentina, Brasil</p>	<p>  </p>		<p>Empresa: MGCIC, ISO 9000, ISO 27000, ITIL, ICREA, Conocer/SEP/ST (EC0217, EC0301, EC0076)</p> <p>Personas: MGCIC, COPC, ITIL, Cisco, PCI, Six Sigma</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Estado de México, Yucatán</p>				<p>Empresa: ISO 9000, ISO 20000, ISO 27000, COPC, Ley Federal de Protección de Datos Personales, Conocer</p> <p>Personas: COPC, ITIL, Cisco</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México</p>	<p>Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay</p>	<p> </p>		<p>Empresa: ISO 9000, ISO 27000, COPC, Great Place to Work</p>
<p>★ ★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Baja California</p>	<p>Brasil, Estados Unidos, Francia e Inglaterra</p>	<p>   </p>	<p>Estados Unidos</p>	<p>Empresa: MGCIC, ISO 9000, Ley Federal de Protección de Datos Personales</p> <p>Persona: MGCIC, ITIL, Cisco, PCI</p>

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de Sinistros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español



Inglés



Francés



Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2017

				SECTORES ATENDIDOS 														
 Empresa		 Número de posiciones instaladas		 Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"		Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Españamiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
15	Atención Telefónica																	
		2,350			★	★	★									★		
16	Intugo																	
		2,300			★	★	★			★								
17	Sertec																	
		2,190			★			★		★							★	
18	Impulse																	
		1,950			★	★	★			★					★			
19	CompuCom Mexico																	
		1,880			★	★	★	★		★					★			★
20	Econtact Professional Services																	
		1,798			★	★	★		★					★	★		★	
21	Sykes México																	
		1,700			★	★	★			★				★	★			★
22	Grupo Gabssa																	
		1,600			★	★		★		★							★	
23	Next Contact																	
		1,500			★	★	★	★	★	★				★	★			

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de Sinistros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español Inglés Francés Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

★ ★ ★	Baja California, Ciudad de México, Chihuahua, Durango, Jalisco	Estados Unidos e India				Empresa: MGCIC, COPC, ESR Personas: COPC, PCI
	★ Baja California, Jalisco, Sonora	Canadá, Estados Unidos			Estados Unidos	Empresa: ISO 9000
★ ★	Ciudad de México, Jalisco, Nuevo León,				Guatemala	Personas: COPC, ITIL, Lean Six Sigma, PMI
★ ★	Ciudad de México, Querétaro					Empresa: ISO 9000, ISO 27000
	★ ★ ★	Ciudad de México	Canadá, Chile, Costa Rica, Estados Unidos, India		Canadá, Estados Unidos, India	Empresa: MGCIC, ISO 9000, ISO 27000, Ley Federal de Protección de Datos Personales Personas: ITIL, Cisco, PCI
★ ★ ★	★ ★	Ciudad de México, Puebla	Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú			Empresa: MGCIC, ISO 9000, ISO 27000, ISO 22301 Personas: MGCIC, ITIL, Cisco
★ ★ ★	★	Estado de México	Canadá, Estados Unidos		Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Costa Rica, China, Dinamarca, Egipto, El Salvador, Estados Unidos, Filipinas, Finlandia, Hungría, India, Noruega, Reino Unido, Rumania, Suecia, Venezuela	Empresa: MGCIC Personas: COPC
★	★	Ciudad de México, Nuevo León, Jalisco				Empresa: ISO 9000, ISO 27000 Personas: ITIL
★ ★	★	Ciudad de México				Empresa: ISO 9000, ISO 27000 Personas: Performance Excellence

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2017

				SECTORES ATENDIDOS 												
				Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Espacimientos	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
				Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"												
				Número de posiciones instaladas												
				Empresa 												
24	Call Center de México		1,430	★	★		★	★	★						★	
25	Phonex		1,400	★	★	★	★		★	★	★		★		★	
26	KJFM		1,300				★									
27	Konexo Contact & Solution Center		1,258	Bronce: Mejor Contribución Tecnológica		★	★	★	★						★	
28	Legaxxi		1,167	★			★								★	
29	Prosa		1,080	Oro: Mejor Administración del Talento		★	★	★								
30	Kenos		1,050	★		★		★				★	★		★	

SERVICIOS 

IDIOMAS 

<p>Atención a Clientes</p> <p>Promoción y Ventas</p> <p>Cobranza</p> <p>Soporte Técnico</p> <p>Help Desk</p> <p>Back Office</p> <p>Service Desks</p> <p>Investigación de mercados</p> <p>Retención</p> <p>Cabina de Sinistros</p>	 <p>Ubicación</p>	 <p>Países a los que brinda Servicios Offshore</p>	<p>Español</p> <p>Inglés</p> <p>Francés</p> <p>Portugués</p>	 <p>Presencia en otros Países</p>	 <p>Certificaciones</p>
<p>★ ★</p> <p>★</p> <p>★</p>	<p>Ciudad de México, Estado de México,</p>	<p>Estados Unidos</p>	<p> </p>		<p>Personas: PCI, COPC</p>
<p>★ ★</p> <p>★ ★ ★</p> <p>★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México</p>	<p>Uruguay</p>	<p></p>		<p>Empresa: ISO 9000, ISO 27000, Ley Federal de Protección de Datos Personales</p> <p>Personas: COPC, ITIL, PCI</p>
<p>★</p> <p>★</p>	<p>Ciudad de México</p>				<p>Empresa: MGCIC, ISO 9000, ISO 27000</p> <p>Personas: COPC</p>
<p>★ ★ ★</p> <p>★</p> <p>★</p>	<p>Michoacán</p>	<p>Brasil, Canadá, España, Estados Unidos</p>	<p>  </p>		<p>Empresa: MGCIC, COPC, Ley Federal de Protección de Datos Personales, EFR, ESR, Conocer, ITIL, PCI</p> <p>Personas: ITIL, Cisco</p>
<p>★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Chiapas, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Veracruz, Yucatán</p>				
<p>★ ★</p> <p>★ ★</p> <p>★</p> <p>★</p>	<p>Aguascalientes, Ciudad de México</p>				<p>Empresa: MGCIC, ISO 9000, ISO 27000, PCI</p>
<p>★</p> <p>★ ★ ★ ★</p>	<p>Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León, Querétaro</p>	<p>Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela</p>	<p>  </p>	<p>Colombia</p>	<p>Empresa: MGCIC, ISO 20000, Ley Federal de Protección de Datos Personales</p> <p>Personas: ITIL, Cisco, PCI, COBIT, RISK MGMT, ETHICAL HACKING"</p>

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2017

				SECTORES ATENDIDOS 														
						Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Esparcimiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
		Empresa	Número de posiciones instaladas	Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"														
31	Contacto		1,000			★	★	★								★	★	
32	Pentafon		974			★	★	★	★		★					★		
33	TPS Contact Center		950			★	★	★	★	★	★	★	★		★	★		★
34	VCIP		857			★		★		★	★							
35	ASECON		827			★	★	★	★	★	★	★	★		★	★	★	
36	CCSolutions		750				★		★	★		★		★	★	★		★
37	First Kontakt Center		750				★		★		★			★				
38	Teleprompting Contact Center		750			★	★				★							

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de siniestros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español

Inglés

Francés

Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

				SECTORES ATENDIDOS 														
 Empresa		 Número de posiciones instaladas		 Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"		Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Esparcimiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
39	Qualfon																	
		600				★				★			★				★	
40	ECI Contact Center																	
		600				★	★	★										
41	STO																	
		470				★	★	★						★		★		★
42	Alcom																	
		450				★	★	★	★	★			★	★	★	★	★	
43	iVoice																	
		430				★	★					★					★	
44	CMG																	
		400				★			★								★	★
45	Sutherland Global Services																	
		395				★	★	★	★			★		★	★	★	★	★
46	Estratégica																	
		330	Oro: Mejor Estrategia Multicanal / Omnicanal			★	★			★		★	★	★	★	★	★	

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de siniestros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español

Inglés

Francés

Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2017

				SECTORES ATENDIDOS 														
						Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Españamiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución
		Empresa	Número de posiciones instaladas	Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"														
47	Escotel		320			★	★	★	★	★		★	★		★		★	★
48	Grupo CSI		300			★		★	★									
49	Milla		300			★	★											
50	PeopleConnect		300			★	★	★		★							★	
51	One Contact		300			★	★	★	★		★	★	★	★	★		★	
52	Ideal Contact Center		288			★	★	★	★									
53	Calltech		270				★											
54	Calloccasion		240			★	★						★					

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de Sinistros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español



Inglés



Francés



Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

- ★
- ★
- ★
- ★
- ★
- ★
- ★
-
- ★
- ★

Ciudad de México

- ★
- ★
-
- ★
- ★
- ★
-
-
-
-

Ciudad de México

- ★

Ciudad de México

- ★
- ★
-
- ★
- ★
- ★
- ★
-
-
-

Ciudad de México

Estados Unidos



- ★
- ★
-
-
-
- ★
-
-
-
-

Nuevo León

Estados Unidos



Empresa: ISO 27000

Personas: Cisco

- ★
- ★
- ★
- ★
- ★
-
-
-
-
-

Chihuahua

Estados Unidos



Empresa: ISO 9000, ISO 27000, Ley Federal de Protección de Datos Personales

Personas: PCI

- ★

Nuevo León

Empresa: Ley Federal de Protección de Datos Personales

Personas: ITIL, Cisco, Genesys

- ★
- ★

Querétaro

Estados Unidos



SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de Sinistros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español

Inglés

Francés

Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

EMPRESAS DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2017

				SECTORES ATENDIDOS 													
	 Empresa	 Número de posiciones instaladas	 Premio Nacional "Excelencia en la Relación Empresa - Clientes y Centros de Contacto"	Financiero	Ti y Telecomunicaciones	Seguros	Gobierno y Servicios Públicos	Esporcimiento	Mercadotecnia, Publicidad y Medios Masivos	Salud y Asistencia Social	Educación	Transporte, Logística y Mensajería	Hospitalidad, Viajes y Turismo	Bienes de Consumo	Automatiz	Retail y Distribución	
71	Conect@ Center																
		90		★			★ ★				★				★ ★		
72	Mainbit																
		90			★												
73	Ocampo Cano y Asociados																
		70		★													
74	Argentum																
		67				★											
75	TXM																
		60					★										
76	STT Soluciones																
		45			★		★								★		
77	CCT360g																
		30									★						
78	Pen Healthcare																
		30									★						
79	Blinked Contact Center																
		30			★		★				★			★			

SERVICIOS 

IDIOMAS 

- Atención a Clientes
- Promoción y Ventas
- Cobranza
- Soporte Técnico
- Help Desk
- Back Office
- Service Desks
- Investigación de mercados
- Retención
- Cabina de Sinistros



Ubicación



Países a los que brinda Servicios Offshore



Español



Inglés



Francés



Portugués



Presencia en otros Países



Certificaciones

OPERACIONES INHOUSE Y SERVICIOS COMPARTIDOS

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL INSTITUTO MEXICANO DE TELESERVICIOS HA REALIZADO ESTUDIOS A PROFUNDIDAD DEL COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA DE RELACIONAMIENTO A CLIENTES EN LAS OPERACIONES INHOUSE.

Con base en la información del IMT, diversas entrevistas con directivos de las áreas de interacción a clientes, y con la aportación de expertos y analistas de la industria, compartimos en esta edición, algunos elementos relevantes en este segmento de empresas.

CONTEXTO DE LAS OPERACIONES INHOUSE

Del total de estaciones instaladas en el país (519 mil), 360 mil se operan de forma interna (*inhouse*).

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

La concentración de las operaciones *inhouse* es definitivamente en la zona Centro del país, principalmente en la Ciudad de México.

Región	%	Número de estaciones
Centro Sur	80%	73,286
Norte, Noroeste y Noreste	12%	10,993
Resto del país	8%	7,329
Total	100%	91,608



Fuente: IMT Research - 2017



Fuente: IMT Estudio de Área de Interacción InCompany - 2017

OPERACIÓN INHOUSE

El IMT tiene identificadas 170 empresas con operación *inhouse* o mixta (*inhouse* + BPO), todas de diversos sectores y que utilizan aproximadamente 132 mil estaciones.

El 25% de las 170 empresas tiene menos 50 estaciones.

La distribución entre la operación interna y la tercerizada es como sigue:



Fuente: IMT Research - 2017

DISTRIBUCIÓN DE TALENTO

Las operaciones *inhouse* generan 115,426 empleos directos, de los cuales el 18% corresponde a servicios *offshore*.



Fuente: IMT Research - 2017

SERVICIOS COMPARTIDOS (SC)

Los Servicios Compartidos (SC) constituyen otro segmento de las operaciones *inhouse*, que se originan por motivos estratégicos, financieros y operativos; estas operaciones ofrecen servicios internos como soporte contable y financiero, administración de recursos humanos, tecnología, compras y hasta diseño y *marketing* a las organizaciones.

Los servicios compartidos son definidos como un modelo operativo que consiste en brindar servicios transaccionales a diferentes unidades de negocio de la misma organización.

Las operaciones *inhouse* de servicios compartidos tienen los principales objetivos:

- Hacer más eficiente a la organización
- Abatir costos
- Evitar duplicidad de funciones
- Consolidar en una sola entidad y de manera sistemática, dichas transacciones
- Mejorar el control operativo y la calidad

Respecto a los servicios compartidos se identificaron los siguientes:

- Contabilidad y finanzas
- Recursos humanos
- Tecnología y soporte técnico remoto
- Compras
- Diseño y mercadotecnia

OFFSHORE

Además de la atención y soporte a clientes, los servicios compartidos también son susceptibles de ser exportados. En general, las operaciones *inhouse* (incluyendo SC) realiza *offshore* principalmente hacia EUA y otros países de la región. A diferencia de los BPO, la exportación de servicios en operaciones de modalidad *inhouse* se hace predominantemente hacia Latinoamérica y Caribe sobre las exportaciones a EUA. Una de las razones que explica este fenómeno, es porque muchos corporativos regionales tienen sede en México.

Gracias a las facilidades tecnológicas actuales, a la capacidad del talento y al costo operativo de México, se abre una ventana de oportunidad para este tipo de servicios.



SERVICIO AL CLIENTE 4.0: CUANDO LA SATISFACCIÓN NO DEPENDE **SOLO DEL** **PRODUCTO**

Héctor Sánchez*

LA FORTALEZA DE CADA NEGOCIO RADICA EN LAS CUALIDADES INDIVIDUALES QUE CADA EMPLEADO POSEE Y APORTA, PERO HAY CIERTAS HABILIDADES INDISPENSABLES QUE TIENEN UN GRAN IMPACTO EN LA IMAGEN Y REPUTACIÓN DE CUALQUIER NEGOCIO: " EL SERVICIO AL CLIENTE".



De no contar con personal con herramientas profesionales, los negocios corren el riesgo de tener un problema futuro, ya que simplemente su imagen se verá afectada debido a un deficiente servicio al cliente.

Más del 40% de clientes alrededor del mundo espera contar con un servicio excelente, amigable y eficaz. Ofrecer a los usuarios el mejor servicio posible requiere de un cierto conjunto de habilidades de los representantes de servicio al cliente. Hablar con una amplia gama de personas, todos con diferentes actitudes y niveles de satisfacción puede ser un reto. Sin embargo, los representantes pueden trabajar para desarrollar cualidades que mejoren la experiencia de sus clientes.

Ante este panorama, hay una serie de habilidades que todo representante de servicio al cliente debe tener y que sin lugar a duda los usuarios agradecerán en un futuro:

► **PACIENCIA:** No sólo la paciencia es importante para los clientes, quienes a menudo solicitan apoyo cuando se encuentran confundidos y frustrados, sino también es importante para el negocio en general. La atención especializada está muy por encima de un servicio rápido y de poca calidad. Sin embargo, la paciencia no debe utilizarse como una excusa para otorgar un servicio lento. El servicio que requiere más tiempo puede utilizarse para entender mejor las necesidades y problemas de los clientes.

► **ATENCIÓN:** La capacidad de escuchar es muy importante para proporcionar un buen servicio por diferentes razones. Prestar atención a la conversación (observando el lenguaje / términos que los clientes usan para describir sus problemas), detectar elementos clave en los comentarios ayudará a tomar la mejor determinación y orientación para los problemas específicos en cada caso que se presente.

► **COMUNICACIÓN CLARA:** Se debe asegurar que un problema se atiende directamente; los clientes no necesitan información adicional sobre otro tema. Lo que es más importante, es ser precavido en la forma en la que se interactúa con el cliente ya que algunos mensajes pueden ser malinterpretados, es decir, se debe mostrar precaución siempre que se cuestione una situación y prestar atención a los detalles para no ofrecer soluciones equivocadas.

► **CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO:** Los mejores representantes de servicio al cliente tienen un profundo conocimiento de su producto/servicio y cómo funciona. Esto no quiere decir que cada miembro del equipo deba ser capaz de especificar todos los detalles del mismo, sino que deben ofrecer un panorama amplio de lo que hablan constantemente, así como conocer las necesidades básicas de los clientes con quienes interactúan.

► **LENGUAJE POSITIVO:** El poder de un lenguaje correcto no debe subestimarse, ya que este tiene la capacidad de cambiar los patrones conductuales de las personas y generar clientes felices. El lenguaje es una parte muy importante de la persuasión, y las personas (especialmente los clientes) crean percepciones sobre las empresas basándose en el lenguaje que utilizan.

► **CAPACIDAD DE REACCIÓN:** Muchas veces se presentan escenarios en donde resulta casi imposible dejar satisfecho a un cliente. Situaciones fuera de control que se ven permeadas por un "mal día" de parte de algún usuario. Mantener la ecuanimidad frente a un escenario de frustración, puede resultar en la entrega de una buena atención que, muy probablemente, mejore la mala actitud de un cliente enojado.

► **ENFOQUE ORIENTADO A OBJETIVOS:** Otorgar a los representantes de servicio al cliente con objetivos concretos les permitirá trabajar con mayor libertad y manejar a los clientes caso por caso. Además, facilitará sus tareas ya que podrán priorizar los problemas de acuerdo con el grado de complejidad y asegurar así una atención personalizada.

► **HABILIDADES DE PERSUASIÓN:** Una de las habilidades más importantes para el servicio al cliente es el poder de la persuasión. Convencer y dejar ver que los productos o servicios que la empresa ofrece son los mejores por encima de la competencia es una tarea difícil, sin embargo, una vez que se logren anticipar las necesidades y problemas de los clientes, se generará una sinergia natural que permitirá el crecimiento de la confiabilidad de su marca.

► **CAPACIDAD DE APRENDIZAJE:** Aprender de los errores, fallas, consejos y comentarios de los usuarios es la mejor forma de mejorar el servicio que se ofrecerá en futuras ocasiones. Se debe recordar que la percepción de los clientes sobre cualquier marca es el punto más importante de cara a la evolución de cualquier modelo de negocio.

EN CONCLUSIÓN, UN REPRESENTANTE DE SERVICIO AL CLIENTE QUE ES PACIENTE, CREATIVO, CAPAZ DE COMUNICARSE, POSITIVO, ORGANIZADO, EFICIENTE Y EMPÁTICO CON LOS CLIENTES ESTÁ PREPARADO PARA OFRECER A EL MEJOR SERVICIO POSIBLE.



Héctor Sánchez,
Vicepresidente de Ventas
para BroadSoft en
Latinoamérica.

plantronics



Aprovecha el 20% en inalámbricos Plantronics:
CS500 Series y Savi W700 Series



**¡Además, lifter ó cable EHS
con 40% de descuento!**

*No aplica con otras promociones

*No es retroactivo

*Descuento aplicable a la lista de precios de tu categoría

*Envía tu OC con el descuento ya incluido

-Sujeto a cambios sin previo aviso

Contacto Latintel de México

Cd. de México (55) 15296940

efren.araujo@latinteldemexico.com

Monterrey (81) 8375-9223

carlos.gomez@latinteldemexico.com

Guadalajara (33) 8526-1047

perla.revilla@latinteldemexico.com



CUSTOMER EXPERIENCE, ¿MODA O TENDENCIA VITAL?

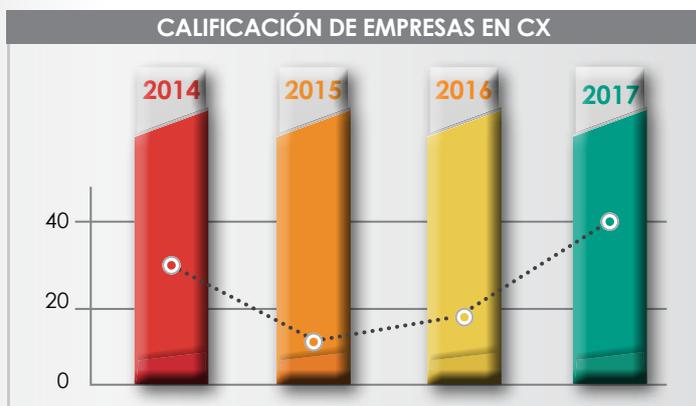
José Angel Segura

ALGUNAS EMPRESAS CONSIDERANRON ALGO PASAJERO EL CUSTOMER EXPERIENCE, OTRAS SE HAN IMPULSADO DE ESTA TENDENCIA ¿QUIÉN SUBIÓ AL TREN CORRECTO?

El principal activo de una empresa son sus clientes, quienes por mucho tiempo permanecieron pasivos y se conformaron con las ofertas a su alcance; pero los tiempos han cambiado: gracias a la tecnología hay más ofertas, sugerencias y un espacio nuevo para compartir experiencias de compra. Por esta razón, las compañías se están enfocando en cómo ganar nuevos clientes y, quizás más importante, en cómo retener clientes existentes.

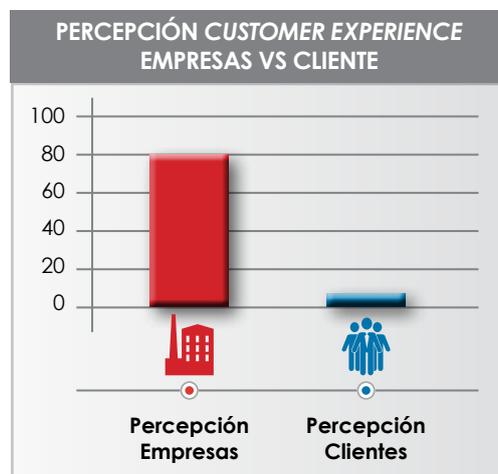
Aunque muchas tendencias marcaban en 2015 al Customer Experience como una burbuja y no fue realmente considerado de importancia, en 2017 se mostró que la tendencia para mejorar este factor sí es de gran valor, ya que las empresas que no se adaptaron a ella tuvieron muchas pérdidas, y nuevos competidores (muchos de ellos con empresas emergentes) se han visto beneficiados por este factor que juega a su favor.

Ahora nuestros clientes buscan que sus expectativas sean superadas, ellos saben que tienen el control con su decisión de compra, que un post se convierte en la interacción "boca a boca" más rápida en la historia, y la competencia fortalece a las empresas que dominan el Customer Experience.



Fuente: Estudio de Evaluación de la experiencia del cliente del Temkin Group, 2017

Las empresas que buscan calificaciones "buenas" o "excelentes" van en aumento: del 18% en 2016 a 38% en 2017.



Fuente: Bain & Company

Las organizaciones consideran que están brindando una experiencia superior respecto a la calidad de la experiencia del cliente en 80%, sin embargo, solo el 8% de los clientes cree que están recibiendo una excelente experiencia de cliente.

Hoy existen tecnologías como Speech Analytics, que dan la oportunidad de conocer más a los clientes. Mediante el IMT las ponemos a su alcance en forma personalizada, conforme a la propia necesidad y presupuesto, así, será posible explotar la información del comportamiento, gustos e intereses del cliente, y estar atento a la calidad con la que el personal interactúa. Se generarán experiencias, excelentes y personalizadas, convirtiendo a su cliente en fan de la marca.



El obtener más información que ayude a conocer el comportamiento del cliente (incluso antes de que él lo sepa); sugerir algo que por estadística, el prefiera; descubrir junto a él nuevos caminos que lo lleven a vivir experiencias únicas y personalizadas, es cultivar una relación a "largo plazo", promoviendo siempre "experiencias de servicio inigualables" ofrecidas por su compañía.

Se busca que la experiencia del cliente sea una parte integral de *Customer Relationship Management* (CRM), ya que al brindarla constantemente, se convertirá en mayores oportunidades de negocio.

Contamos con historias de éxito comprobado, pues el llevar a los clientes a una experiencia de calidad produce una mayor satisfacción, un menor abandono o búsqueda de nuevas opciones y por ende, un mayor número de recomendaciones.

LA NECESARIA EVOLUCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE A CUSTOMER EXPERIENCE

Debemos entender la naturaleza actual del servicio al cliente, el cual "reacciona" a una aclaración, queja o comentario, y evolucionar hacia la integración de un sistema proactivo que se anteponga a conocer las conductas de nuestros clientes, investigar sus gustos e intereses y sorprenderlos. Está muy claro que no será tarea fácil prever el universo de posibles escenarios, y que una buena atención al cliente es el pilar del *Customer Experience*. La tendencia nos indica que madurando nuestro enfoque, el Servicio al Cliente estará aún vigente como plan de acción por muchos años más.

Hoy la tecnología nos brinda un abanico de ventanillas para contactarnos, y el dominio de estas nuevas herramientas será de suma utilidad para mejorar el factor *Customer Experience*, el IMT también implementa este enfoque de negocios, ayudando a conectar las conductas del cliente con la propuesta de valor de su compañía. Nos encantaría conocer su caso particular, transformar la experiencia de sus clientes en mayor competitividad y rentabilidad para su negocio.

José Angel Segura Peña, Gerencia de Consultoría, Instituto Mexicano de Teleservicios

☎ 52 (55) 5340-2290 ext. 5040

✉ j.segura@imt.com.mx

SIMPLIFICA TU CONTACT CENTER



EL SOFTWARE MÁS PODEROSO PARA CENTROS DE CONTACTO

- 100% en la nube
- Sin hardware
- Rápida implementación
- El más simple e intuitivo software de uso
- Crece y decrece las licencias / posiciones de acuerdo a tu necesidad
- Integración con CRM



Con la mejor herramienta de video contact center

¡Los precios más agresivos del mercado de Telefonía y SMS!

Marcador predictivo • Dashboards • Grabación • Monitoreo • Encuestas
CTI • ACD • IVR • Web chat • SMS • Blaster

Además te damos por una sola renta:

¡Conócenos!


Telefonía


Internet y enlaces


Equipos de red


Teléfonos y diademas

Todas tus comunicaciones. **Un sólo proveedor.**



COMMUNICATIONS
MADE SIMPLE.

+52 (55) 5147 8040
www.C3NTR0.com

¿CUÁL ES EL MEJOR MOMENTO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

Óscar Gómez *

A PESAR DE ESTAR VIVIENDO UNA SATURACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, LAS EMPRESAS CONTINÚAN CON GRANDES INTERROGANTES AL RESPECTO SOBRE: ¿CUÁNDO SE VERÁN AFECTADAS POR LA DISRUPCIÓN DIGITAL? O ¿POR DÓNDE Y CÓMO INICIAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?



No existen respuestas que apliquen en forma general a todas las industrias, ya que la transformación digital está afectando en diversas maneras y a diferente ritmo, a cada una de ellas. Entonces, ¿cómo podemos preparar a nuestra empresa para este proceso de transformación digital?

Primeramente, debemos entender cuáles son las industrias que están siendo más afectadas por la transformación digital, y sobre esta base determinar, a groso modo, el tiempo aproximado que tendrá la empresa para iniciar su propia transformación.



Para darnos una idea, El *Global Center for Digital Business Transformation*, hizo un estudio, en 2015, denominado "Digital Vortex", en el cual se determinó el orden en que las industrias serán impactadas en esta transformación digital:

- Tecnología
- Medios y Entretenimiento
- Retail (Venta Minorista)
- Servicios Financieros
- Telecomunicaciones
- Educación
- Hotelería y viajes
- Manufactura
- Sector Salud
- Servicios (*Utilities*)
- Industria Petrolera (*Oil & Gas*)
- Farmacéuticas

Una vez que analicemos cuál es el nivel de riesgo que corre nuestra empresa, bajo el modelo de negocio actual, se debe trabajar en la generación de nuevos modelos de negocio innovadores, que nos permitan mantenernos en el juego, una vez que las nuevas empresas digitales empiecen a posicionarse en nuestro sector.

Para ello, es necesario desarrollar una serie de habilidades en la empresa como:

- ▶ **DESIGN THINKING:** Metodología que permite crear productos y servicios que tienden a satisfacer en mejor manera las necesidades de los clientes, haciéndolos parte activa de los procesos de creación de la idea.
- ▶ **METODOLOGÍA CANVAS:** Herramienta práctica para el desarrollo del modelo de negocios, de las ideas con más viabilidad que se hayan desarrollado en el ejercicio de *Design Thinking*.
- ▶ **METODOLOGÍA DE GESTIÓN DE PROYECTOS (SCRUM):** Se centra en aspectos como la flexibilidad en la introducción de cambios y nuevos requisitos durante un proyecto, el factor humano, el producto final, la colaboración con el cliente y el desarrollo incremental, como formas de asegurar los buenos resultados en proyectos con requisitos muy cambiantes, o cuando se exige reducir los tiempos de desarrollo manteniendo una alta calidad.
- ▶ **ALINEACIÓN DE PROCESOS:** Una vez que se tenga una nueva iniciativa de negocio, hay que diseñar una reingeniería estratégica de procesos. Los procesos y la estrategia organizacional, deben converger hasta lograr alinearse, y así conseguir un trabajo unificado. Hay que rescatar los procesos que sean útiles para la implementación del nuevo modelo de negocios, y desarrollar los necesarios.
- ▶ **ANÁLISIS DE RESULTADOS:** Monitoreo de los resultados del nuevo modelo de negocios, para realizar los ajustes requeridos.

El proceso de transformación digital no es un proceso lineal, sino circular, que requiere de un trabajo en forma continua, ya que los cambios se están dando con tal rapidez en nuestro entorno, que no podemos dejar de innovar para mantener nuestra empresa vigente en esta era digital.



Elabore su plan de ruta para desarrollar y/o mejorar la transformación digital de su empresa.

Participe en el Taller de Transformación Digital que se llevará a cabo durante, Global Connection Forum, 12 de marzo, hotel Camino Real CDMX.

Informes: foros@imt.com.mx



*Óscar Gómez, *Customer Engagement & Digital Transformation Sales Specialist*

2018: EL AÑO EN QUE EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO SERÁ MÁS IMPORTANTE QUE EL INTERNET

Carlos Arguindegui*

EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO DEFINIRÁ EL 2018, COMO LA TECNOLOGÍA QUE MÁS CAMBIOS TRAERA EN LA MANERA EN QUE, HASTA EL MOMENTO, VIVIMOS Y TRABAJAMOS.

Para entenderlo, hay que empezar por olvidar las teorías que dicen que los robots reemplazarán a las personas en sus puestos de trabajo.

La innovación y el uso de herramientas para facilitar la vida diaria, han sido un indicador de progreso a lo largo de la historia. Si bien estamos pasando por una revolución informática que traerá como consecuencia cambios en el ámbito laboral actual, hay que recordar que estos, crearán, nuevos trabajos, modelos comerciales e industrias enteras. El aprendizaje automático, lejos de hacer obsoleta la fuerza de trabajo actual, hará que las personas sean mucho más eficaces y eficientes.

Aunque lo que más se escucha y se sabe del aprendizaje automático, es acerca de la creación de robots y vehículos autónomos, es importante tener en cuenta que existen otros campos que son permeados, como la incorporación de *software* en teléfonos móviles, autos, casas y computadoras de trabajo. Su capacidad para reducir drásticamente el tiempo y mejorar la efectividad de nuestra toma de decisiones, puede sonar menos atractivo que los autos sin conductor, pero es lo que hará que el aprendizaje automático sea una tecnología que defina la era.

Según Gartner, en el 2020, las tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) estarán presentes en "prácticamente todos los nuevos productos de *software*", lo que hace de

este un tiempo decisivo y crucial para las empresas al momento de adquirir productos. Estas, deben aprovechar el poder del aprendizaje automático, para tomar la delantera en sus industrias.

Conforme la adquisición de tecnologías en la nube incrementa, también aumenta la adopción del aprendizaje automático. La integración impecable de aplicaciones, plataformas e infraestructura en la nube es crucial para el crecimiento y la efectividad del aprendizaje automático. Esto trae como consecuencia, eliminar silos y captar información de toda la organización y sus redes.

LOS ALGORITMOS QUE IMPULSAN EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO OBTIENEN DATOS -TODOS Y DE TODAS LAS FUENTES, QUE SEAN POSIBLES- Y SE VUELVEN MÁS INTELIGENTES, CON MAYOR POTENCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Con lo cual, las compañías se pueden enfocar en la parte más importante: la estrategia. Así, las empresas, están en capacidad de transformar fundamentalmente funciones o procesos críticos.

En este sentido, la implementación de Inteligencia Artificial permite a las organizaciones automatizar procesos manuales, reducir el tiempo en la creación de pronósticos precisos y fidedignos, mejorar la planificación y preparación de presupuestos, así como la asignación de recursos de manera efectiva e identificación de tendencias o anomalías de entre amplios conjuntos de datos.

Pero, ¿cómo se traduce esto en la actualidad? El área de atención al cliente es un claro ejemplo. En ella se clasifican una gran cantidad de consultas simples y predecibles en diversas categorías para ser respondidas por *Chatbots*, que impulsados por Inteligencia Artificial, refinan y agudizan respuestas para los clientes.

En consecuencia, los tiempos de espera se reducen, y los agentes de servicio al cliente pueden atender peticiones especializadas que requieren un grado más analítico, por citar un ejemplo.

Actualmente, el único riesgo que existe es ignorar su presencia. 2018 debe ser el año en el que las empresas se comprometan a explorar y descifrar el valor del aprendizaje automático, si aún no lo han hecho.



*Carlos Arguindegui, Vicepresidente Aplicaciones, Oracle Latinoamérica.

22 y 23 de febrero / Taller práctico:
Ventas de Alto Impacto (Cross-Selling/ Up-Selling)



Entender y considerar los valores del cliente para comunicar la propuesta de valor de los productos y servicios de la organización.



Comprender, Personalizar la metodología para la generación de Venta de Alto Impacto.



Comprender y Analizar la aplicación de los procesos de Cross-Selling y Up-Selling.

¡Próximo taller práctico 19 y 20 de abril!
Liderazgo para las Nuevas Generaciones

capacitacion@imt.com.mx | Ext. 6010 y 6020

www.imt.com.mx | Whats IMT 55-8468-0731 | Tel. 5340-2290

imt.

¡Interactúa y comparte tus conocimientos con los colegas de la industria!

imt.

En alianza con
la Universidad
Aháhuac



- ¡Ahora disponible en línea o presencial!
- Inscripciones abiertas
- Diplomados *InCompany*

**Nuevo
Contenido**

Diplomado 1 + Diplomado 2 =
Máster Gestión Estratégica de *Customer
Experience* y Centros de Contacto

D1

*Customer Experience Management,
Centros de Contacto y Áreas de
Interacción con Clientes*

D2

*Gestión Avanzada en Customer
Experience Management Centros
de Contacto y Áreas de Interacción
con Clientes*

Informes e Inscripciones: Tel. +52 (55) 5340-2290 Ext. 6100 y 6101
Whats IMT 55-8468-0731 | diplomados@imt.com.mx



/imtcontactforum



@imt_



IMTContactForum



Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



imtcontactforum

PRESENTAN UNA SOLUCIÓN CUSTOMER ENGAGEMENT PARA CONTACT CENTER EN LA NUBE



PURECLOUD BY GENESYS PERMITE CONECTAR TELÉFONOS, MAIL, CHAT, WEB Y REDES SOCIALES EN UNA SOLA PLATAFORMA OMNICANAL.



PureCloud es la única solución con arquitectura de microservicios distribuidos, y construida sobre la nube de Amazon Web Services (AWS).

En un desayuno en el Hotel Four Seasons de la CDMX organizado por el IMT, Kranon presentó *PureCloud* a un selecto grupo de clientes. Especialistas, tanto de Genesys como de Kranon, demostraron que *PureCloud* es la única solución en su tipo para el mercado de los Centros de Contacto, al contar con múltiples beneficios para los agentes, supervisores, administradores y sobre todo para cliente final.

CON PURECLOUD LAS EMPRESAS PUEDEN:

- Comprender el contexto y gestionar las conversaciones con sus clientes en forma eficiente.
- Realizar campañas *outbound*, *inbound*, autoservicio de voz, entre otras funciones.
- Brindar a sus clientes conversaciones en tiempo real a través del *web chat*, efectuar procesos de soporte, ventas, servicio al cliente.
- Simplificar sus procesos con una plataforma omnicanal.

Además, su fácil integración con la actual y futura infraestructura tecnológica, permite una implementación en cuestión de días y la hace una solución sencilla y potente.



"*PureCloud* by Genesys está revolucionando el concepto del Centro de Contacto, adaptándose a los nuevos requerimientos de los clientes que buscan atención omnicanal sin interrupciones. Además, al ser una plataforma totalmente en la nube, brinda a los Centros de Contacto beneficios de bajos costos y esquemas de contratación fácil", comentó Oscar Parra, especialista de *PureCloud* en Genesys.

Kranon, con más de 29 años en el mercado de Centros de Contacto, está convencida de que la experiencia brindada al cliente es lo primordial en una empresa, y mejor, cuando va de la mano de tecnologías innovadoras que permiten minimizar costos operativos, y simultáneamente, incrementar las ventas y fortalecer las estrategias de fidelidad al cliente.



¡GRACIAS POR CELEBRAR CON NOSOTROS UN AÑO MÁS!



Mauricio Eichner, María Eugenia García y Mauricio Veloz.



Abraham Crespo, Fernanda Monroy y Óscar Rojas.



Carlos Cruz, Luis Eduardo Bustos, Norma Pineda, José Luis Uriegas, Ivone Ceja, Víctor Pimentel y Miguel Tellez.



Alberto Calva, Saúl Olivera y Mario Palma.



José Antonio Klimos, Brenda Zetina y Gustavo Carriles.



Benito Sánchez, Beatriz Silva, Julio Flores y Berenice Hernández.



Antonio Baez, Rebeca Bey y Pilar Mac Donald.



Rogelio Álvarez, Alejandro Casado, José Ángel Segura, Roberto Hernández Tena, Verónica Trujillo y Octavio Aguado.

"Cuanto mayor es la dificultad, mayor es la gloria"

Ceremonia de Premiación 13 de Marzo 2018



13a. Edición 2018 PREMIO NACIONAL

"Excelencia en la Relación
Empresa - Cliente y Centros
de Contacto"

Organizado por: **imt.**

¡No te quedes fuera!

La fecha límite para entregar Fichas Técnicas "Casos y Talento" es el 20 de febrero 2018

Categorías:

 Mejor Estrategia de Servicio a Clientes / Ciudadanos	 Mejor Estrategia de Ventas	 Mejor Estrategia de Cobranza	 Mejor Administración del Talento	 Mejor Estrategia de Operación In Company	 Mejor Talento	 Mejor estrategia Service Desk
 Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO	 Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno	 Mejor Contribución Tecnológica	 Mejor Estrategia Multicanal / Omnicanal	 Mejor Contribución en Responsabilidad Social	 Mejor estrategia de Customer Experience CX	

1 Elige la categoría

Premio Nacional: Reconocimiento anual que se otorga como símbolo de prestigio y distinción para todas aquellas empresas y personas que demuestran un desempeño sobresaliente y transmiten las mejores prácticas y estrategias de relacionamiento con clientes, a través de una cultura de excelencia y competitividad.

2 Paga tu participación

Tel. +52 (55) 5340-2290 | Whats IMT 55-8468-0731 | www.imt.com.mx
Información general: Lourdes Delgado - l.delgado@imt.com.mx - Ext. 5010
Información de patrocinios: Israel Pérez - i.perez@imt.com.mx - Ext. 3000

3 Llena tu ficha técnica y envíala

4 Asiste a la ceremonia de premiación

Auspiciado por:





Teleperformance

Transforming Passion into Excellence



Transformamos experiencias en resultados.

Somos el líder mundial en la industria del servicio al cliente. Trabajamos con personas apasionadas y las mejores herramientas para garantizar la excelencia. Ofrecemos soluciones multicanal que generan valor y resultados para tus clientes, proporcionando una experiencia excepcional en cada interacción.

Tenemos 16 Centros de Contacto de Clase Mundial Ubicados en :

Aguascalientes
Ciudad de México

Chihuahua
Durango

Guadalajara
Hermosillo

Monterrey
Puebla

Presencia Global

217,000
Empleados

163,000
Estaciones de
trabajo

74
Países en los que
operamos

160
Mercados que
servimos

39
Años de
experiencia

340
Centros de
Contacto

265
Idiomas y
dialectos

Mail: bizdev@tpmex.com
01 800 111 0202



@Teleperformance
@Tp_Mex



/teleperformanceglobal
/teleperformance.mx