CONTACT FORUM

12º INDEX DATA

Estudio Nacional de
Centros de Contacto BPO
2022

Estudio Nacional de
Centros de Contacto *Inhouse*
2022

IMT

CALENDARIO 2023

CAPACITACIÓN IMT

Bríndale a tu equipo de trabajo el conocimiento y las herramientas necesarias para alcanzar sus objetivos este 2023.

Conoce la formación más completa de *Customer Experience & Contact Centers* a nivel LATAM, cada mes tienes la oportunidad de crecer.

Virtual - **Gratuito**
Presencial - **Con costo**
Virtual - **Con costo**

FEB

Certificación Internacional White Belt
- 4 Horas
- 10 febrero
- 9:00 - 13:00 Hrs.

MAR

Curso - El camino a la transformación y medición del Customer Experience
- 16 Horas
- 23 y 24 de marzo
- 9:00 - 18:00 Hrs.

ABR

Certificación Internacional White Belt
- 4 Horas
- 22 abril
- 9:00 - 13:00 Hrs.

Diplomado 1: Gestión de CX, CC y Áreas de Interacción con Clientes
- 108 Horas
- 25 abr - 24 ago

MAY

Certificación - Leadership and Management N1
- 16 Horas
- 8, 15, 22 de abril y 6 de mayo
- 9:00 - 13:00 Hrs.

JUN

Certificación - Leadership and Management N2
- 16 Horas
- 13, 20, 27 de mayo y 3 de junio
- 9:00 - 13:00 Hrs.

Diplomado Transformación Digital
- 90 Horas
- 19 jun - 27 sep
- 19:00 a 22:00 hrs.

JUL

Diplomado Habilidades Gerenciales
- 108 Horas
- 11 jul - 14 nov
- 19:00 a 22:00 hrs

AGO

Taller - Workforce Management CX
- 8 Horas
- 17 y 18 agosto
- 9:00 - 13:00 Hrs.

SEP

Certificación Internacional White Belt
- 4 Horas
- 9 de septiembre
- 9:00 - 13:00 Hrs.

Diplomado 2: Gestión avanzada de CX, CC y Áreas de Interacción con clientes
- 108 Horas
- 22 sep - 9 dic

OCT

Taller - El ABC de la planeación estratégica que no sabías que era fundamental
- 6 Horas
- 21 y 28 de octubre
- 9:00 - 12:00 Hrs.

¡Aprovecha tu presupuesto para desarrollar a tu personal!

Más información:

capacitacion@imt.com.mx | (52) 55 5340 2290 Ext. 6000

EDITORIAL

Eugenia García Aguirre
Directora General

Lourdes Adame Goddard
Directora Editorial

La transformación digital ha tenido un gran impacto en todas las industrias, influenciando a los negocios, a la sociedad y al mundo en general. Asimismo, ha tenido un efecto profundo y duradero en la industria de Experiencia del cliente (CX) y los Centros de Contacto en nuestros país.

Uno de los cambios más positivos para la industria mexicana de CX, son los esfuerzos en materia de transformación digital, así como la incorporación e integración de tecnologías en favor de la omnicanalidad. El aumento de canales digitales ha ayudado a tener una mayor cobertura y atención a diferentes sectores de la población, incluso de acuerdo con la generación a la que pertenecen.

La importancia de los Centros de Contacto en el país es relevante en cuestión de empleos, ya que significa la generación de 750 mil empleos directos: 65% *Inhouse* y 35% BPO. Actualmente hay 145 mil empleados en México atendiendo a empresas extranjeras en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

De acuerdo con el último Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022, realizado recientemente por el Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), y publicado en esta edición de la revista ContactForum, el 60% de las organizaciones mencionó haber adquirido nuevos clientes durante el año pasado y el 42% reporta un incremento en el número de campañas. Asimismo, en términos de movilidad, hubo un aumento de los Centros de Contacto BPO mexicanos que brindan servicio a otros países: el 71% reportó que en 2022 brindaron servicios *offshore/nearshore*, en comparación con el 58% respecto al 2021.

Los invitamos a revisar este número de la Revista ContactForum en el que publicamos los últimos estudios de los Centros de Contacto en el país, tanto BPO como *Inhouse*. Estamos seguros serán de gran utilidad para nuestros lectores y nos ayudarán a conocer los retos y grandes oportunidades que tiene la industria en este 2023.

CONTACT FORUM

CONTACT FORUM

EDICIÓN ENERO - FEBRERO 2023

DIRECCIÓN GENERAL	Ma. Eugenia García Aguirre
DIRECCIÓN EDITORIAL	Lourdes Adame Goddard
EDITORA	Martha Isabel Schwebel
DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN	Susana Hidalgo
COLABORADORES	Miguel Ángel Campos Iván Hernández Ricardo Zermeño
ESTUDIOS	Berenice Hernández Jessica Martínez Guadalupe Pérez
CORRECCIÓN DE ESTILO	Karla Ávila
PUBLICIDAD Y VENTAS	Susana Delgado Dulce Morales

SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290

Editada por el Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum revista, publicación periódica Enero - Febrero 2023. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900-102, Fecha de expedición 14 agosto 2019. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido 16150, Domicilio de la publicación: Mercaderes No. 20 - 201, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México. Imprenta: Preprensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Delegación Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Delegación Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.

revistacforum@imt.com.mx

1 TENDENCIAS

6 Predicciones Tecnológicas para 2023.

8 Innovación... la clave para 2023.

10 Oportunidades en la Transformación digital de la industria mexicana.

12 El futuro del trabajo son las personas.

2 ESTUDIOS

14 Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022.

24 Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022.

40 Cuadro de empresas de Centros de Contacto BPO 2022 *Business Process Outsourcing*.

3 *CUSTOMER EXPERIENCE*

56 Eficasia estrena nuevos proyectos.

58 Experiencia de usuario gestionada por Inteligencia Artificial, ¿Sueño o Realidad?

6 EVENTOS

60 ¡Gracias por un año de reencuentro!

62 Lanza el IMT “Círculos de Alto Nivel”.

CONTENIDO

CONTACT FORUM

Predicciones Tecnológicas para 2023

Lourdes Adame Goddard

Este año ha sido importante para la consolidación de la estrategia de las empresas y conocer cómo van adoptando el teletrabajo y las nuevas formas de operar dentro de sus organizaciones. A pesar de los acontecimientos externos que nos envuelven como la inflación, la crisis energética y la posible recesión, entre otros, las empresas están buscando crecer y, para ello, la tecnología se vuelve un pilar fundamental.

Haciendo una recopilación de diversos artículos y análisis de estudios de empresas proveedoras de tecnología, a continuación, se presentan las tendencias que se considera serán prioritarias en el 2023.

Migración a la nube y la responsabilidad de los datos estará en el foco de las decisiones prioritarias

Dentro de las tendencias tecnológicas, el cómputo en la nube es y seguirá siendo un pilar fundamental en los entornos digitales de las empresas y será base de la transformación digital.

Los desafíos de la digitalización e interconexión en México, demandan un mayor número de Proveedores de Servicios de Nube (CSP, por sus siglas en inglés) y en 2023 se estima la entrada de nuevos aliados tecnológicos. "Situación que aprovecharán las empresas para fortalecer sus estrategias de transformación digital y generar nuevos negocios" (Equinix).

El *multicloud* aumentará a medida que más servicios se trasladen de la instaladas a la nube. Por necesidad o incluso por accidente, numerosas empresas se han vinculado a múltiples proveedores en la nube que pudieran ayudarles a impulsar la innovación y garantizar la seguridad, escalabilidad y flexibilidad fuera de su centro de datos. Esto ha generado una complejidad innecesaria que las organizaciones tratarán de resolver mediante la adopción de servicios comunes en todas las nubes.

"Más allá de los roles y responsabilidades del proveedor de la nube, la seguridad de los datos dentro de ella sigue siendo responsabilidad del cliente. La nube debe brindar disponibilidad, pero la provisión de un entorno de seguridad es de cada uno de los clientes. Ahora que más y más datos se van a la nube, se va a requerir una protección adecuada que los resguarde" (Tomás Dacoba, Director de *Marketing* Veeam para Latinoamérica).

Contratación de talento de TI más generales a falta de especialistas

Las organizaciones luchan por encontrar especialistas en análisis de datos, aprendizaje automático y *Kubernetes,* que son algunas de las habilidades de TI más demandadas al momento. Sin embargo, a falta de los especialistas, las empresas están buscando contratar personas en roles críticos y capacitarlos en áreas donde se deben desarrollar habilidades especiales.

Las empresas tomarán decisiones tecnológicas basadas en la sostenibilidad y los costos de energía

Las organizaciones son hoy más conscientes del medio ambiente, por ello, en las conversaciones entre proveedores y clientes, estará el tema de energía verde.

Las empresas tendrán que demostrar que están trabajando (y logrando) una mayor sostenibilidad a lo largo de toda su cadena de valor y ofreciendo características de productos que permitan su viabilidad.

"El problema es tan crítico que algunos proveedores ofrecerán cubrir las facturas de electricidad o arreglar los costos operativos como parte de sus ofertas para atraer y retener clientes. Por el contra-

rio, los proveedores con soluciones energéticamente ineficientes tendrán que trasladar el costo a sus clientes." (Julio Castrejón, *Country Manager* para México en Pure Storage).

La gestión de riesgos y ciberresilencia será una prioridad corporativa

En 2023 se deberá cuidar que no existan grietas en la seguridad corporativa. Por lo que es muy probable que veamos un crecimiento en el análisis predictivo y el modelado detallado. Hay innumerables datos en las empresas y la mayoría está tratando de hacer algo con ellos.

Las organizaciones dependerán más que nunca de los recursos informáticos para proteger sus datos las 24 horas del día y recuperarlos rápidamente. La pregunta ya no es si serán atacadas las empresas, sino cuándo y con qué frecuencia, por lo que es necesario abordar el problema de frente y aún muchas empresas, de todos los tamaños, no están preparadas. *"Antes, la estrategia de ciberdefensa de una empresa se centraba en anticiparse al ataque, pero hoy se trata de reaccionar durante el ataque y recuperarse rápidamente."* (NetApp).

En México, actualmente, 8 de cada 10 empresas a nivel nacional han recibido uno o varios ataques cibernéticos, superando a los demás países Latinoamericanos en cuanto a vulnerabilidades. *"Consideramos que es momento de enfocar esfuerzos a la ciberseguridad y fundamentalmente hacer frente a la enorme oleada de ransomware. El punto de entrada para estos ataques sigue siendo los usuarios, que hacen clic en enlaces maliciosos, visitan sitios web poco seguros o interactúan con correos electrónicos de phishing"* (Abelardo Lara, *Country Manager* de Veeam México).

- **Se comprará tecnología de proveedores con una sólida estrategia de cadena de suministro.** Nadie quiere comprar a empresas que no cuentan con una cadena de suministro resistente, por lo que aquellos que puedan entregar a tiempo, tendrán una gran ventaja competitiva.

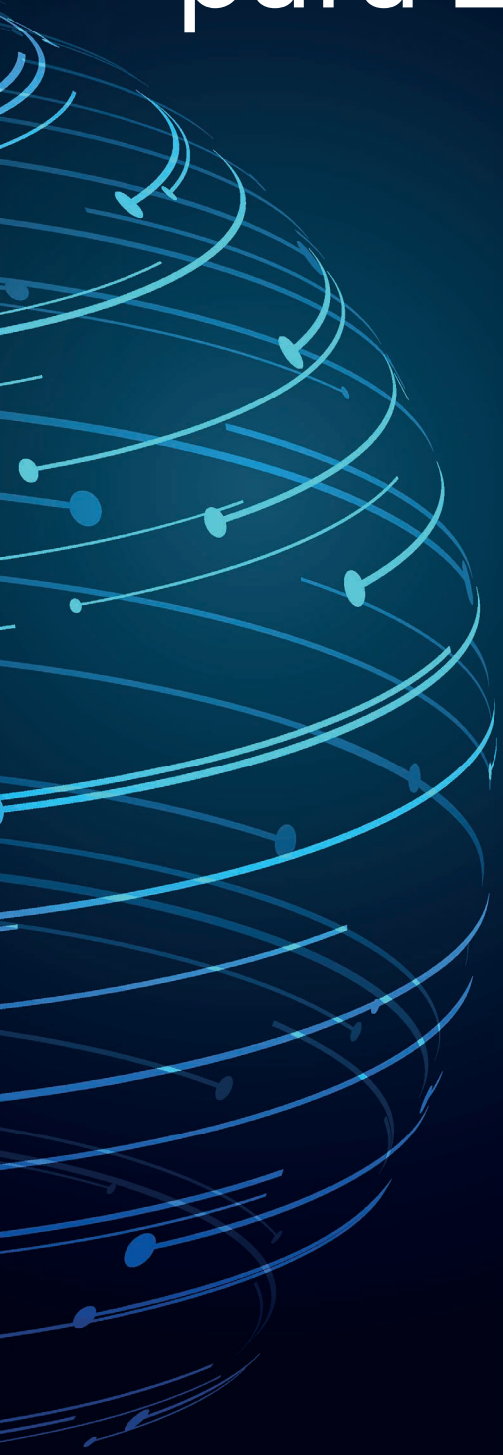
  Los compradores deberán buscar proveedores con operaciones y fabricación en varios sitios y varios continentes. La fortaleza de la cadena de suministro de la empresa se diferenciará por su flexibilidad, resiliencia y capacidad de respuesta únicas.

- **La escasez de habilidades se atacará con la necesidad urgente de los datos.** En el próximo 2023 se verá agravado por un año difícil desde el punto de vista económico. Incluso, si el talento está en el mercado esperando a ser contratado, los presupuestos de contratación se controlarán. Por ello, las empresas buscarán herramientas que les permitan trabajar con los datos sin necesidad de contratar especialistas. Necesitarán soluciones con automatización para incorporar al trabajo pesado o rutinario.

- **Búsqueda estratégica de aliados tecnológicos.** Los líderes digitales están destacando en sus negocios por integrar aplicaciones que incorporen todos sus servicios para simplificar las interacciones con los clientes rediseñando sus productos, servicios y procesos con objetivos centrados en el consumidor. A la vez, están incorporando algoritmos de inteligencia artificial para ofrecer experiencias adaptativas que respondan a cambios en el entorno, acomodándose a las preferencias de cada consumidor y generando resultados personalizados. *"Las empresas estarán buscando aliados o partners que también tengan en su estrategia la transformación digital para facilitar sus proyectos"* (Equinix).

Por otro lado, con escasez de talento y cambios continuos en el lugar de trabajo, la cultura flexible será fundamental. Los jóvenes de hoy tienen una conciencia social y un impulso para sentir que lo que hacen importa. Quieren innovar, crear y trabajar en un lugar donde sientan que realmente están contribuyendo. Las empresas que puedan mostrarles el impacto que tienen en el trabajo y darles una meta de la que puedan estar orgullosos, disfrutarán de los beneficios de compañeros de equipo apasionados y enfocados.

Innovación... la clave para 2023



Iván Hernández

Hoy en día, la transformación digital permite un progreso más rápido y eficiente en el ámbito personal, social y sobre todo organizacional; la competencia, la innovación y una mejor experiencia entre el cliente y la empresa han generado que la tecnología se reinvente de forma permanente a favor de brindar soluciones a problemáticas actuales y futuras. Por eso, es necesario tener una visión a corto, mediano y largo plazo de aquellas tendencias tecnológicas que poco a poco se van asentando y prometen transformar el mundo en el que vivimos.

Como ya todos sabemos, en los últimos años, el ritmo de crecimiento en la industria tecnológica ha sido impulsada en mayor medida por la pandemia y todo lo relacionado con la llamada "nueva normalidad": digitalización, teletrabajo y comercio electrónico. Las organizaciones que invirtieron en innovación durante este periodo de cambio progresaron más que otras debido a un ecosistema cien por ciento digital, con más posibilidades de recuperación y un mejor desarrollo económico.

En este contexto, la empresa Dell Technologies compartió algunas predicciones y tendencias que se deben tener en cuenta de cara al 2023.

John Roese, CTO Global de Dell Technologies, explicó que, a diferencia de otros años, más que predicciones, lo presentado para este nuevo ciclo son resoluciones que tanto Directores Ejecutivos como cualquier otro colaborador de la industria tecnológica deben tener en cuenta para poderlas implementar dentro de cada una de sus organizaciones.

John Roese, CTO Global, Dell Technologies.

1. Infraestructura de la Nube

Como primera resolución se encuentra el uso del *multicloud* y la importancia de esta herramienta para diversificar las cargas de trabajo, tener más y mejor rendimiento, aumentar y gestionar la seguridad, controlar el flujo de datos y optimizar costos. Se debe siempre tener en cuenta el valor de la infraestructura de cada una de las opciones multinube en el mercado, ya que algunos usuarios todavía se sorprenden de su costo y deja de ser redituable al agregarlo a su presupuesto. *"En esta primera resolución se propone no utilizar infraestructura de la nube sin antes comprender los costos a largo plazo",* comentó Roese.

2. Seguridad y *Zero Trust*

La ciberseguridad y la aplicabilidad del modelo *Zero Trust* en las organizaciones, el cual requiere de una estricta verificación de identidad para cada persona o dispositivo que intente acceder a los recursos de una red privada, independientemente de que se encuentre dentro o fuera del perímetro de la red.

La arquitectura de confianza *Zero* proporciona seguridad por niveles mediante la autentificación constante y la desconfianza inherente de todos los dispositivos, usuarios y acciones; de esta forma se tiene un mejor control de la infraestructura de cada organización y de qué o quiénes tienen acceso a ella.

3. Tecnología *Quantum*

La tecnología *Quantum* es un campo multidisciplinario que reúne aspectos de las ciencias computacionales con la física y las matemáticas, esto con el objetivo de resolver problemas complejos de manera más rápida y sencilla a la de un ordenador tradicional. Se prevé que en los próximos años la computación cuántica cambiará de manera drástica el modo en que abordamos problemas de logística, investigación médica, Inteligencia Artificial y ciberseguridad.

Sin embargo, uno de los mayores retos a la que esta tecnología se enfrenta a mediano plazo, tiene que ver con temas de seguridad y encriptación de datos, ya que a medida que los sistemas cuánticos estén a un mayor alcance y se vuelvan más potentes, la seguridad de la información será más vulnerable y obligará a las organizaciones especializadas en seguridad a desarrollar una mayor infraestructura en instalaciones *on-premise* y *multicloud*.

Dentro de esta resolución, Roese hizo énfasis en lo importante que es para las empresas capacitar al personal para poder manipular el sistema quantum, aprender el idioma de programación y adoptar las habilidades necesarias para aprovechar al máximo esta tecnología.

4. Interacción con el *Edge*

La última resolución tiene que ver con el *Edge* o la computación perimetral, un modelo que permite que los datos se procesen en el mismo sitio donde se generan, en lugar de enviarlos a un servidor externo que generalmente se encuentra sobrecargado; es decir, permite a los consumidores de internet a usar más aplicaciones y dispositivos sin saturar la red: reduciendo costos, ahorrando ancho de banda y mejorando los tiempos de respuesta a los usuarios.

En la actualidad, la computación perimetral es necesaria para superar deficiencias de rendimiento, cumplimiento de aplicaciones y servicios en la nube. Gracias a este sistema inteligente de almacenamiento de datos distribuidos, se pueden analizar grandes conjuntos de datos IoT proporcionando una mayor seguridad y evitando que una sola interrupción derribe toda la red.

En este sentido, Dell Technologies propone la creación de una plataforma en el Edge que permita manejar los servicios de todas las nubes, optimizando su infraestructura y desarrollando un plan de respuesta de forma segura, rápida y eficaz.

Todo se resume en construir una estrategia confiable, que permita a las organizaciones operar a través de tecnologías escalables, con el propósito de innovar y competir en sus mercados.

Oportunidades en la Transformación digital de la industria mexicana

Ricardo Zermeño

Director General
de Select

En los últimos tres años Select ha realizado alrededor de 108 entrevistas con directores de sistemas y tecnología del sector manufacturero para evaluar el avance de la Transformación digital en sus empresas. A continuación, presentamos los principales hallazgos de estas investigaciones y los invitamos a revisar los resultados completos en nuestra plataforma.

https://plataforma-benchmarking.selectestrategia.net/sectores/

Iniciativas estratégicas

Las organizaciones industriales dan prioridad, tanto a generar más ingresos como a mejorar la eficiencia de sus operaciones, y plantean las siguientes iniciativas estratégicas:

- Incrementar ventas mejorando la experiencia de clientes y distribuidores mediante simplificación de procesos y plataformas de atención con portales.
- Asegurar crecimiento orgánico y sustentable, atacando nuevos segmentos con nuevos productos.
- Nueva estructura organizacional y digitalización, automatización y optimización de procesos: hacia 0 e IoT con gobernanza y análisis de datos.

Es importante señalar que 76% de los entrevistados consideró muy importante la Transformación digital para hacer realidad estas iniciativas estratégicas; sin embargo, este es el porcentaje más bajo de todos los sectores. El 46% opinó que sus esfuerzos avanzan bien y han dado buenos resultados.

Estas evidencias retratan a un sector muy heterogéneo compuesto por diversos sectores; así como en el avance de su Transformación digital; entrevistamos a empresas en alimentos, aserraderos, automóviles, construcción, química, minería, textil y confección y proceso de materiales.

Radar de oportunidades

El avance de la Transformación digital se evalúa en un radar con seis ejes; con los resultados de las investigaciones normalizados de 1 a 10.

En el eje de las “12” se presenta el promedio de todos los ejes. El rezago en la construcción de la arquitectura organizacional necesaria para ejecutar la Transformación digital es también evidente cuando se comparan los resultados del sector manufacturero con el 25% de las organizaciones más avanzadas de México.

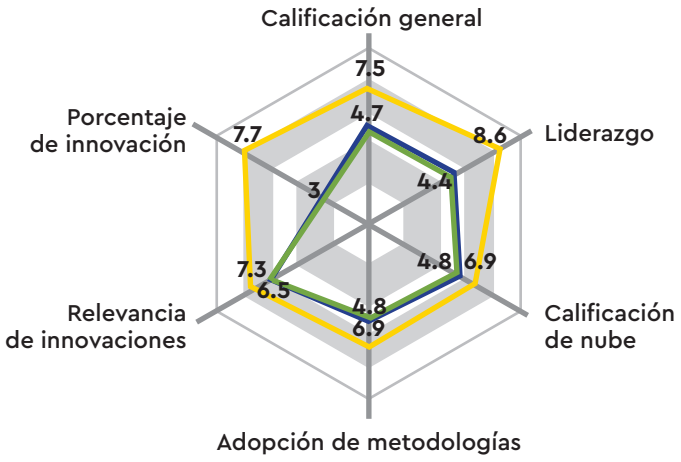
Las brechas de oportunidad más profundas tienen que ver con la falta de un liderazgo que coordine todos los esfuerzos de Transformación digital con mecanismos de gobernanza, así como los pocos recursos que se destinan a desarrollar nuevas cosas e innovar.

Existen también brechas, aunque menores, en los siguientes aspectos:

- Adopción de metodologías avanzadas (mapa de la experiencia del cliente, omnicanalidad, modelos y gobernanza de datos, agile y devops, arquitectura de microservicios y organización abierta.
- Orientación a la nube pública, privada e híbrida.

Por último, la relevancia de innovaciones digitales es la menor brecha de todas. Aquí se evalúan innovaciones como ciberseguridad, analítica, movilidad, colaboración, nube, SDWAN, Inteligencia artificial, RPA, IoT, *Blockchain,* VR/AR y 5G).

En este sector toman mayor relevancia innovaciones como Inteligencia artificial, SDWAN, RPA, IoT, RA/AR y 5G, a diferencia de los otros sectores donde son poco mencionadas. Llama la atención el caso de uso de redes privadas 5G y *machine learning* para máquinas excavadoras semiautónomas en minas de cielo abierto; la única mención de 5G empresarial en México.



Entre los proyectos más importantes mencionados por las empresas manufactureras están:

- Migración a SAP/S4Hana y actualización de módulos, así como ERP Oracle, ambas en la nube.
- Integración digital de canales para atender consumidores y distribuidores.
- Analítica del comportamiento de clientes a través de todos los puntos de contacto y del comportamiento de los procesos con datos internos y externos.
- Moverse a Industria 4.0 y sustentabilidad: soluciones de soporte a producción y trazabilidad con IoT y RPA.

Conclusiones

El sector manufacturero es muy heterogéneo. Está compuesto por diversos sectores y presenta altos contrastes en el avance de su Transformación digital; en buena medida por la falta de liderazgo y su baja orientación a la innovación. Sin embargo, se distingue por mayor orientación a tecnologías como Inteligencia artificial, SDWAN, RPA, IoT, RA/AR y 5G Por definición, es el único que plantea moverse a Industria 4.0.

SOMOS EL BRAZO
QUE TE APOYA

Octopus
Contact center

Optimiza los recursos en tu organización y genera importantes ahorros.

En **Octopus**, te apoyamos en la operación diaria de tu empresa a través de nuestro amplio servicio de **Contact Center multicanal** en el que te ofrecemos:

ATENCIÓN A CLIENTES · RETENCIÓN · COBRANZA TELEFÓNICA · TELEMARKETING · SOPORTE TÉCNICO · ENCUESTAS

Además contamos con infraestructura técnica, tecnológica y humana altamente especializada y con presencia nacional, con la que podemos brindarte **soluciones integrales** a tu medida, que incluyen:

COBRANZA PRESENCIAL · LOGÍSTICA · FIELD SERVICES

Nos ponemos a tu disposición para agendar una breve reunión, remota o presencial, que nos permita detallar el valor agregado que podemos dar a tu empresa.

Octopus Soluciones Integrales
octopusmx.com

Contáctanos en:
contacto@octopusmx.com

Somos una empresa de Grupo MVS

El futuro del trabajo son las personas

Miguel Ángel Campos

Director de Automation Anywhere México

Actualmente, los líderes empresariales enfrentan muchos desafíos como la malversación de fondos en las cadenas de suministro, la escasez de mano de obra y el comportamiento fluctuante de los consumidores. Con el aumento de la inflación, los riesgos de recesión, los trastornos globales, culturales y las amenazas a la seguridad de la información, la única certeza parece ser que vendrán nuevos desafíos.

Cuando se trata de tantas presiones externas que trabajan en contra de los tomadores de decisiones, es imperativo concentrarse en mejorar, modernizar y dinamizar el entorno laboral.

El futuro del trabajo se centrará menos en el lugar físico y más en los aspectos humanos de satisfacción, productividad, valor y conexiones interpersonales. Una encuesta reciente de *Zoom* y *Morning Consult* preguntó a los líderes qué es importante para el futuro laboral. Los líderes clasificaron la productividad como el factor más importante para mejorar el trabajo híbrido. Y el futuro del trabajo dependerá de cómo las empresas modernicen y automaticen las partes del trabajo que tendrán un impacto positivo en las personas.

La nueva economía ha presentado desafíos que deben ser analizados cuidadosamente. Una encuesta de Willis Towers Watson, titulada 2022 *Global Benefits Attitudes,* muestra que 44% de los empleados encuestados forma parte del movimiento de la "gran resignación". Son empleados que renuncian, voluntariamente, porque les preocupa la imposibilidad de equilibrar las demandas entre el trabajo y la vida personal, vislumbrando estancamiento salarial y de carrera.

Otro comportamiento que ha ido creciendo es el conocido como "renuncia silenciosa", donde los empleados trabajan exclusivamente en las tareas asignadas, sin intención de desarrollo de carrera o nuevos desafíos. Es una postura de nula proactividad y nulo interés por resolver problemas. Estos perfiles están surgiendo por la insatisfacción con el trabajo repetitivo y la falta de conexión interpersonal. Estas características, sumadas a los desafíos ya identificados, demuestran que cada vez es más necesario enfocarse en gestionar la naturaleza del trabajo.

Estos son algunas recomendaciones sobre cómo desarrollar un plan para el futuro del trabajo que ponga a las personas en primer lugar:

Centrándose en las personas

Un ambiente de trabajo positivo que incluya el desarrollo personal y profesional puede retener y atraer empleados. Los líderes empresariales están adoptando un enfoque centrado en el ser humano para el desarrollo del liderazgo, para ayudar a cambiar las percepciones de las personas sobre sus rutinas diarias. El aumento en la productividad es un efecto secundario importante de la satisfacción laboral. Ayudar a los empleados a encontrar más satisfacción en sus trabajos no solo es bueno para las personas, sino también para el negocio.

Aumentar la productividad donde importa

Al priorizar a las personas, los líderes verán la productividad bajo una luz diferente. Hoy es importante pensar en la productividad en vista de algunos pilares. Pascal Bornet, autor del exitoso libro Automatización Inteligente, dice que hay tres pilares principales para aumentar la productividad de los empleados: educación, capacitación y estímulo. La educación utiliza la tecnología para ayudar en el trabajo, la formación ofrece herramientas y apoyo, y el estímulo lleva a las personas a realizar un trabajo con calidad y alegría. Cada vez más, la tecnología, es decir, la automatización, facilita la interconexión entre empleados, clientes y liderazgo. La comunicación abierta y las nuevas posibilidades de desarrollo personal, en cualquier trabajo, pueden impulsarlo porque el futuro del trabajo incluye personas motivadas con perspectivas de desarrollo personal, con la incorporación de nuevos conocimientos y dominio de las nuevas tecnologías.

Haciendo la conexión

La conexión entre las personas y la productividad está cada vez más impulsada por la tecnología, específicamente la automatización. La satisfacción y la productividad provienen de la libertad de eliminar tareas repetitivas y de bajo valor, lo que permite a los empleados concentrarse en aspectos más gratificantes o más valiosos de su función, como servir a los clientes, crear estrategias y ser creativos.

Más tiempo para conectarse con los clientes

Dar a los empleados más tiempo para concentrarse en trabajos de mayor valor crea tiempo para interactuar con otros seres humanos. Donde realmente afecta a un negocio es cuando estos otros humanos son clientes.

La automatización, está impulsando el éxito de las organizaciones líderes a medida que los bots (robots) asumen tareas básicas y repetitivas y los empleados avanzan para brindar un servicio mejor y más rápido a los clientes. Esta interconexión de empleados y clientes crea un intercambio saludable y positivo. La automatización simplemente permite a los empleados más tiempo para escuchar, responder y actuar.

Hora de repensar

La conversación sobre el futuro del trabajo a menudo gira en torno al trabajo remoto y las oficinas virtuales. Pero esto simplifica la narrativa para centrarse solo en dónde ocurre el trabajo. Es importante que los líderes se concentren en cómo se lleva a cabo el trabajo, siempre teniendo en cuenta a las personas que lo hacen.

El futuro del trabajo está sucediendo rápidamente y puede ser difícil para las empresas adaptarse. Incluso para los equipos de recursos humanos, la falta de automatización les impide actuar y decidir rápidamente. Los especialistas en recursos humanos necesitan tiempo para estudiar las nuevas tendencias y los cambios económicos. Usar la automatización para desarrollar el futuro del trabajo y pensar en los empleados, permitiéndoles realizar un trabajo más valioso y dándoles más tiempo para atender a los clientes y compañeros será el gran cambio de paradigma y el comienzo del trabajo que involucra y motiva a las personas.

Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022

Patrocinado por:

ATENTO AVAYA PENTAFON CONTACT CENTER & BPO

Realizado por:

IMT

El área de Estudios e Inteligencia de Negocios del IMT analiza y facilita información relevante que brinda un panorama más preciso de nuestro sector, con el objetivo de contribuir a la toma de decisiones estratégicas, identificando tendencias, retos y nuevas oportunidades de negocio.

En este número de la revista, se presenta el reporte ejecutivo de la Séptima Edición del Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* que se realizó a finales del 2022, con la participación de ejecutivos de alto nivel de 50 empresas. Esto se logró gracias a la confianza y respuesta de las organizaciones participantes, cuyas marcas son representativas de los sectores a los que pertenecen. De igual forma, extendemos un agradecimiento especial por su apoyo a las empresas patrocinadoras Atento, Avaya y Pentafon.

Las características de los Centros de Contacto participantes en esta edición son:

- Contar con una operación de al menos un año de antigüedad en México.
- Tener operación interna o mixta.

Objetivo del estudio

Aportar bases sólidas y elementos de valor que permitan dimensionar la situación de la industria en las operaciones *Inhouse* considerando los siguientes factores:

- Características básicas de la muestra.
- Servicios brindados
- Gestión de talento
- Retos y tendencias 2023

Características de la muestra

La muestra contempla 50 empresas participantes, con 15,500 estaciones instaladas en 15 estados de la República Mexicana, las ciudades con mayor presencia son: Ciudad de México, Monterrey y el Estado de México.

Las organizaciones participantes contribuyen con la generación de 19,448 empleos directos, de los cuales 17,493 son ejecutivos de contacto, 85% de ellos atiende operaciones en español y el 15% restante en otros idiomas.

De los 15 sectores participantes, los cuatro más representativos son: el Sector Financiero; Hotelería y Turismo; Salud, Asistencia y Farmacéutica; Comercio, *Retail* y Ventas por Catálogo.

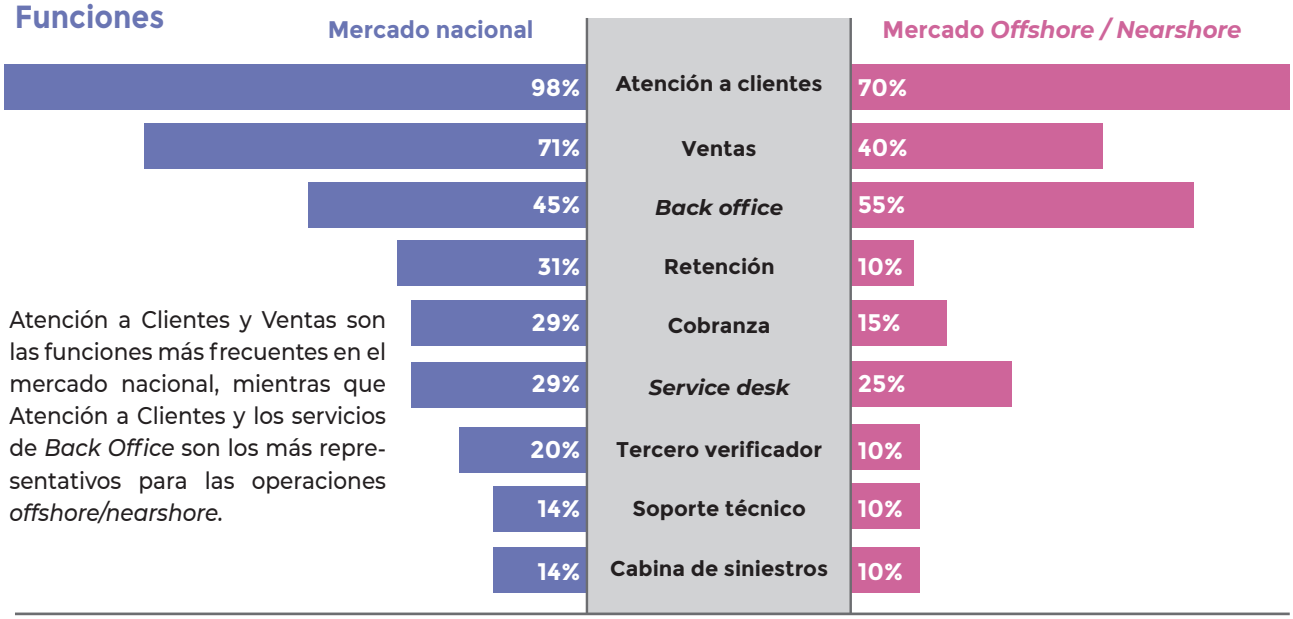
A partir de 2020, comenzó a tomar mayor relevancia la operación en la modalidad de teletrabajo e híbrida, posicionándose este año con un 42% de la operación total, mientras que el 58% se mantiene en sitio.

Gráfico: Información general de la muestra
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=50

El porcentaje de ocupación promedio 73%

Características de los servicios brindados

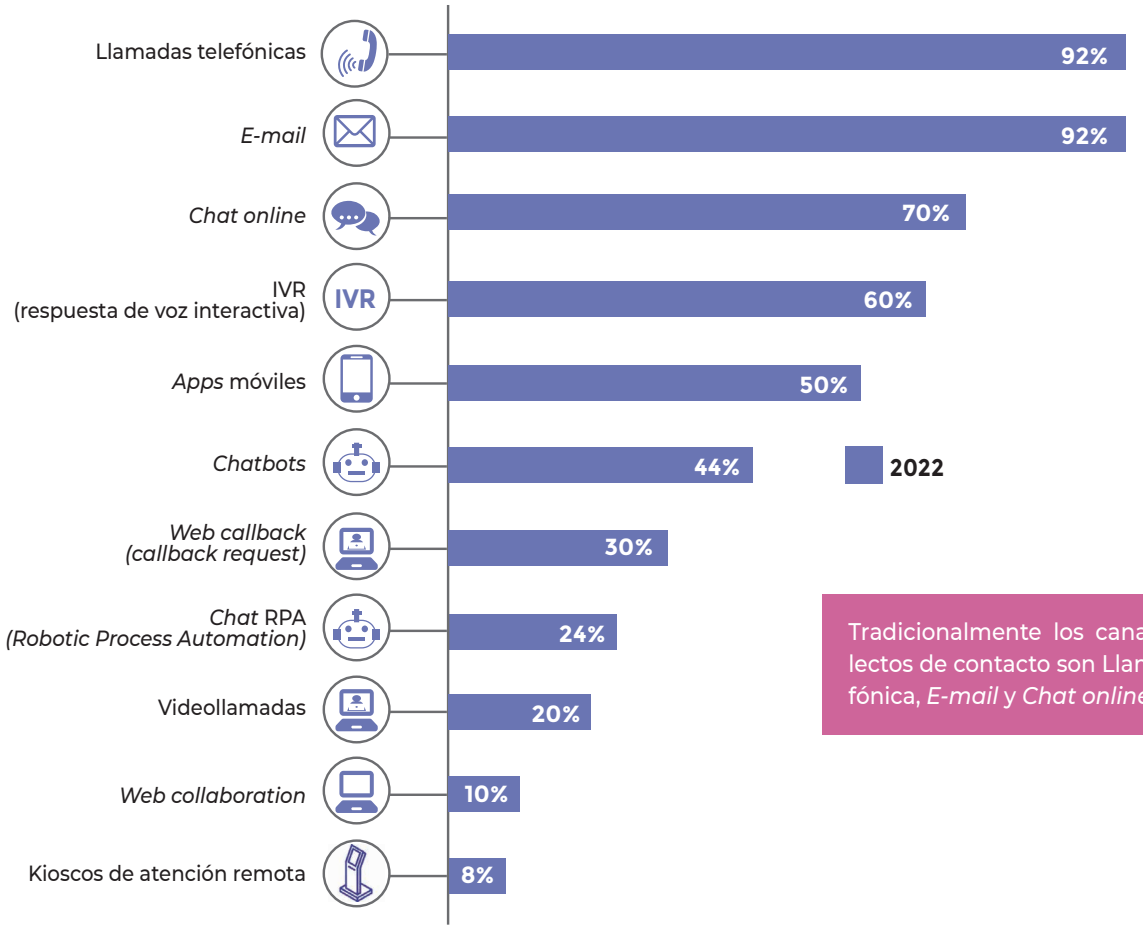
Funciones



Atención a Clientes y Ventas son las funciones más frecuentes en el mercado nacional, mientras que Atención a Clientes y los servicios de *Back Office* son los más representativos para las operaciones *offshore/nearshore*.

Gráfico: Funciones del Centro de Contacto
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=49 Nacional, N= 20 *Offshore*
Respuesta múltiple

Canales de interacción



Tradicionalmente los canales predilectos de contacto son Llamada Telefónica, *E-mail* y *Chat online*.

Gráfico: Canales de contacto
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=50
Respuesta múltiple

Servicios *offshore / nearshore*

La atención a clientes en mercados fuera de la República Mexicana tuvo un crecimiento de 2 puntos porcentuales respecto al año pasado, pasando de 40% a 42%.

Las principales regiones a las que se prestan servicios son Latinoamérica y El Caribe, que se mantienen como el principal mercado de servicios *offshore/nearshore*, sin embargo, USA y Canadá tuvieron un crecimiento de 10 puntos, lo que representa una mayor demanda de servicios en inglés.

	Latam y El Caribe	USA y Canadá	Europa	Asia - Pacífico	África
2021	74%	57%	26%	4%	0%
2022	76%	67%	19%	14%	5%

Gráfico: Regiones donde brinda soporte
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2021 N=23
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=21
Respuesta múltiple

Idiomas

Los idiomas español e inglés continúan siendo los más representativos en las operaciones del mercado *offshore/nearshore*.

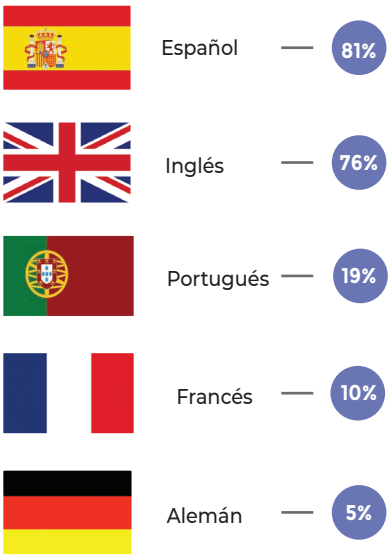


Gráfico: Idiomas en los que brinda servicios a otros países
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=21
Respuesta múltiple

Comportamiento de las campañas

Respecto al volumen de posiciones ocupadas, el 59% de las empresas menciona que sus operaciones se han mantenido igual durante 2022, en cambio, el 33% aumentó el número de sus campañas, el mayor crecimiento se atribuyó a Atención a Clientes, y Promoción y Ventas.

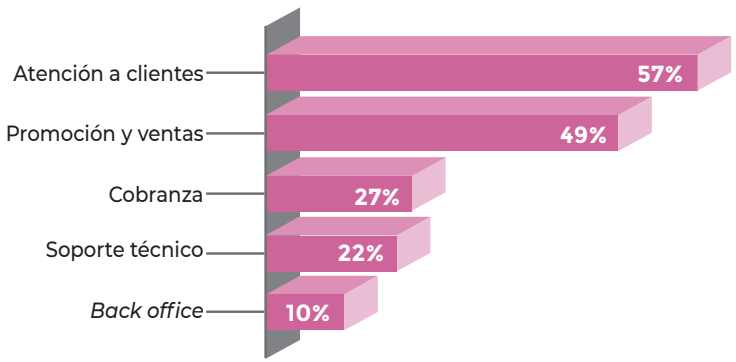


Gráfico: Comportamiento de las campañas
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=48
Respuesta múltiple

Gestión de talento

Género

Al igual que años anteriores, en niveles gerenciales y directivos predomina la participación masculina, sigue existiendo una brecha de desigualdad de género para puestos estratégicos, haciendo evidente la necesidad de fomentar y demostrar el rol determinante de la mujer como agente de cambio, desarrollo y liderazgo de nuestro sector.

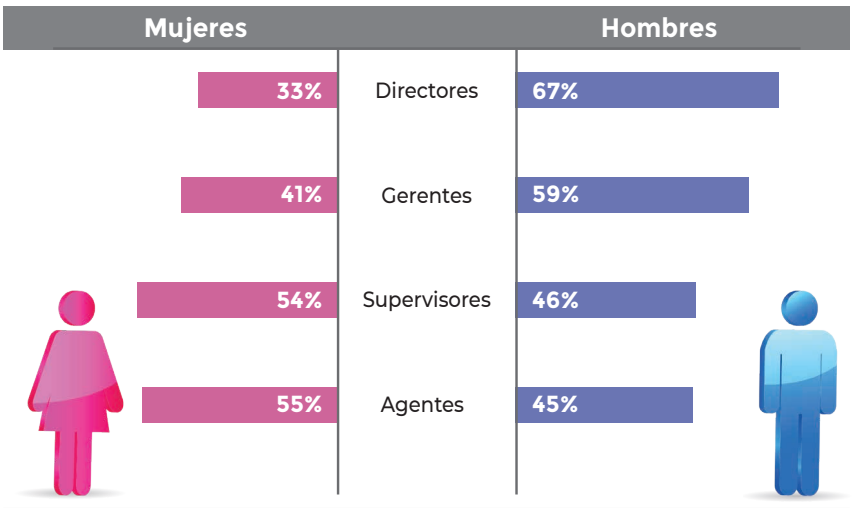


Gráfico: Género de los empleados por puesto
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=44

Edad del personal

Respecto a la edad del personal operativo, este año el rango de edad con mayor participación es el de 20 a 29 años, que ocupa el 48%. Una vez más se confirma que la industria ocupa una gran cantidad de gente joven para niveles operativos en los Centros de Contacto.

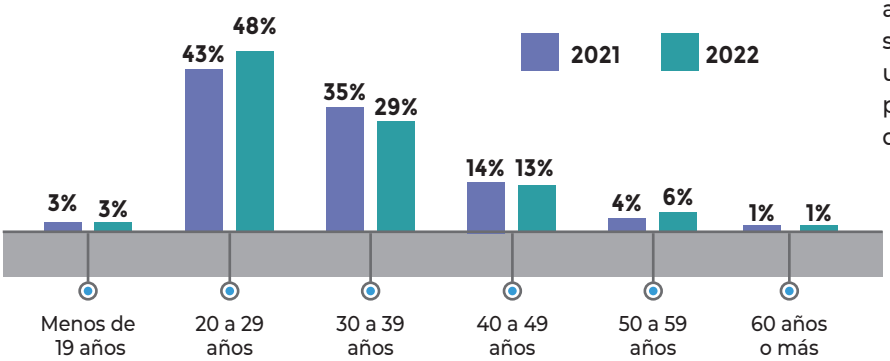


Gráfico: Edad del personal operativo
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto Inhouse 2021 N=52
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto Inhouse 2022 N=44

Escolaridad de Agentes

El 47% del personal cuenta con carrera universitaria en proceso o terminada, incrementándose en 6 puntos porcentuales el personal que tiene estudios profesionales terminados, respecto al año anterior.

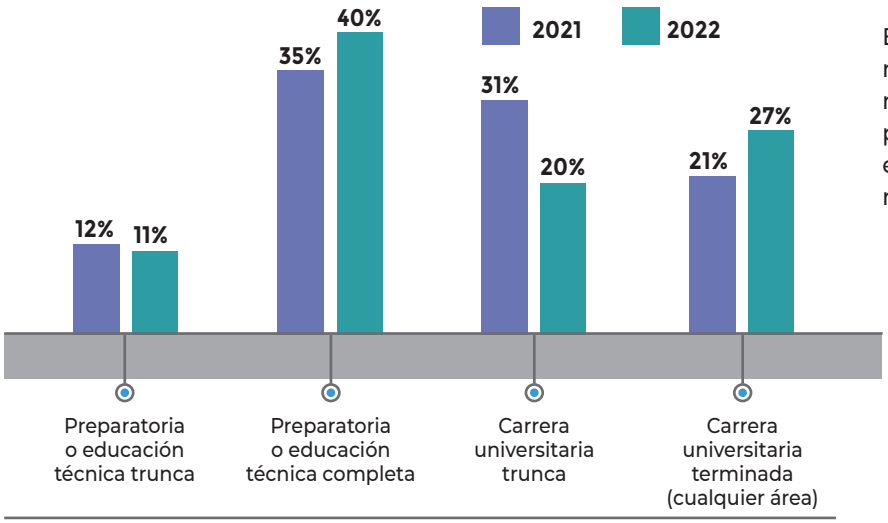


Gráfico: Escolaridad de Agentes
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2021 N=52
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=44

Medios de reclutamiento

En este aspecto, las redes sociales ocupan este año el primer lugar como medio de reclutamiento, por lo que han experimentado un crecimiento considerable de 2020 a 2022, registrando 19% puntos porcentuales; a diferencia de 2020, cuando la principal fuente de reclutamiento eran las bolsas de trabajo por internet.

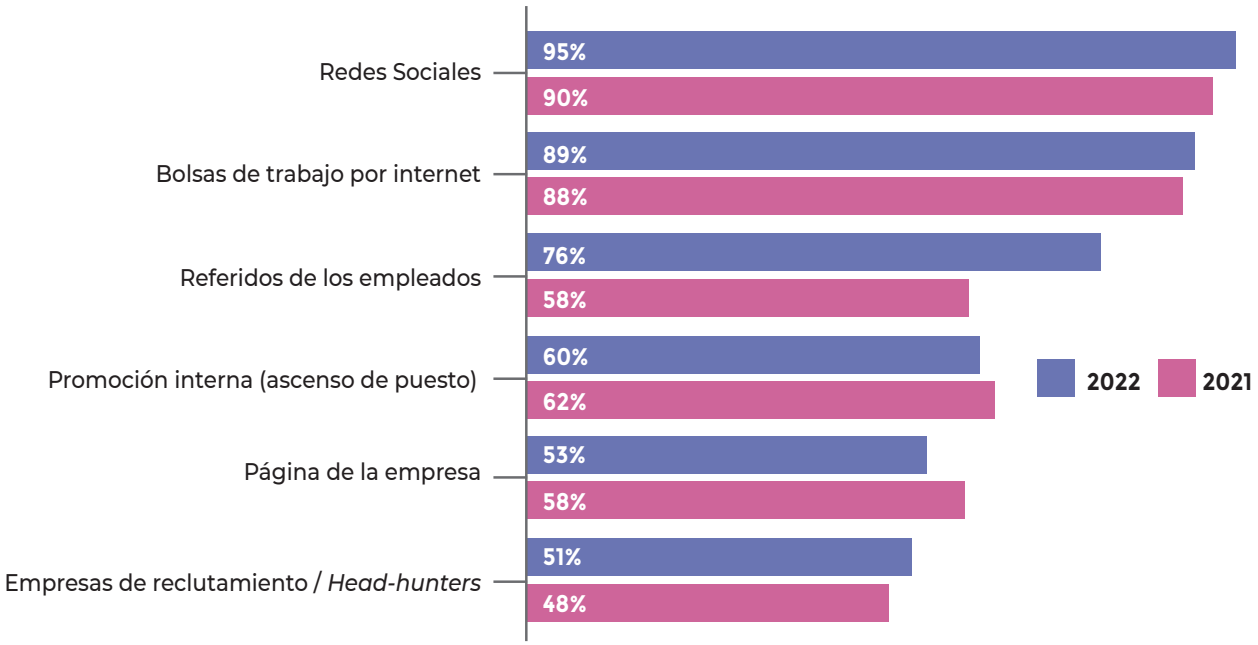


Gráfico: Medios de reclutamiento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2021 N=52
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=45
Respuesta múltiple

Redes sociales para la atracción de talento

Facebook es la red social predominante con 76% de utilización, si bien este comportamiento podría deberse a las metodologías que hemos adoptado pospandemia, también puede estar relacionado con el rango de edad que caracteriza a los perfiles operativos que son entre 20 y 29 años, justamente el segmento que utiliza con mayor frecuencia las redes sociales.

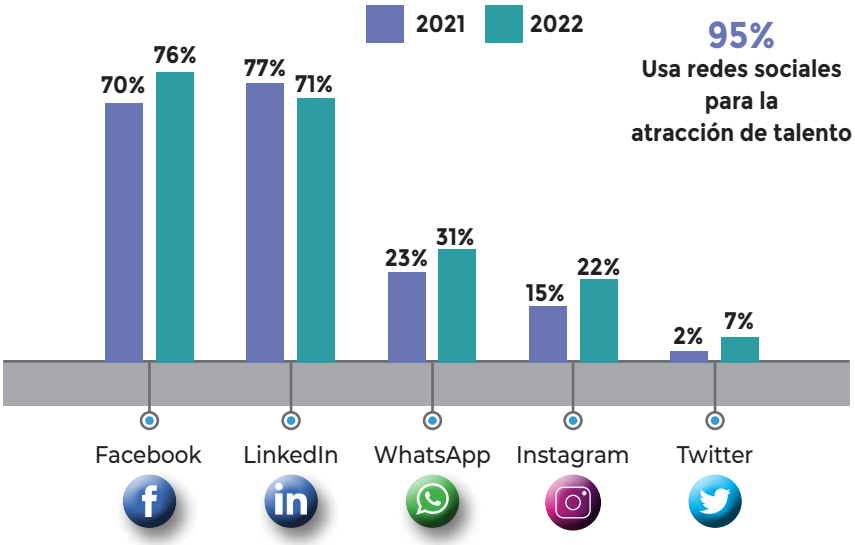


Gráfico: Redes sociales para la atracción de talento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2021 N=52
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=45
Respuesta múltiple

Elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa

Desde el punto de vista de las empresas empleadoras, los elementos que contribuyen principalmente a la generación y retención de talento son el Plan de Carrera y el Sueldo. Este año ha cobrado relevancia el Plan de Carrera, mostrando así que las organizaciones atribuyen mayor valor a la profesionalización y crecimiento dentro de la organización, seguido por el sueldo.

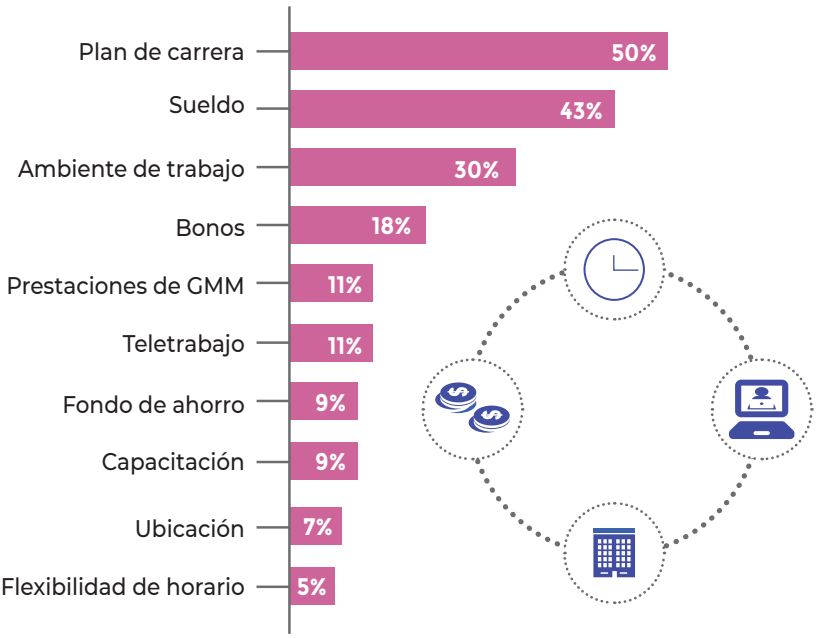


Gráfico: Principal elemento para la retención de talento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N= 44
Respuesta múltiple

Teletrabajo

El teletrabajo ha tomado mayor relevancia en la operación de los Centros de Contacto. Siete de cada 10 empresas cuentan con modalidad de teletrabajo en su operación, ya sea total o híbrido.

Un dato significativo en esta edición, es que una cuarta parte de los agentes reportados se encuentra operando desde casa y el 18% está en un esquema híbrido.

Problemas reportados en el teletrabajo

El surgimiento inesperado del teletrabajo, ocasionó no poder contar con condiciones óptimas para llevarse a cabo de forma adecuada; sin embargo, las organizaciones han logrado disminuir algunos de los problemas reportados frecuentemente en el entorno del teletrabajo, los ruidos ambientales tuvieron una reducción de 21 puntos porcentuales respecto al año pasado, las interrupciones eléctricas y caídas de VPN bajaron en dos puntos.

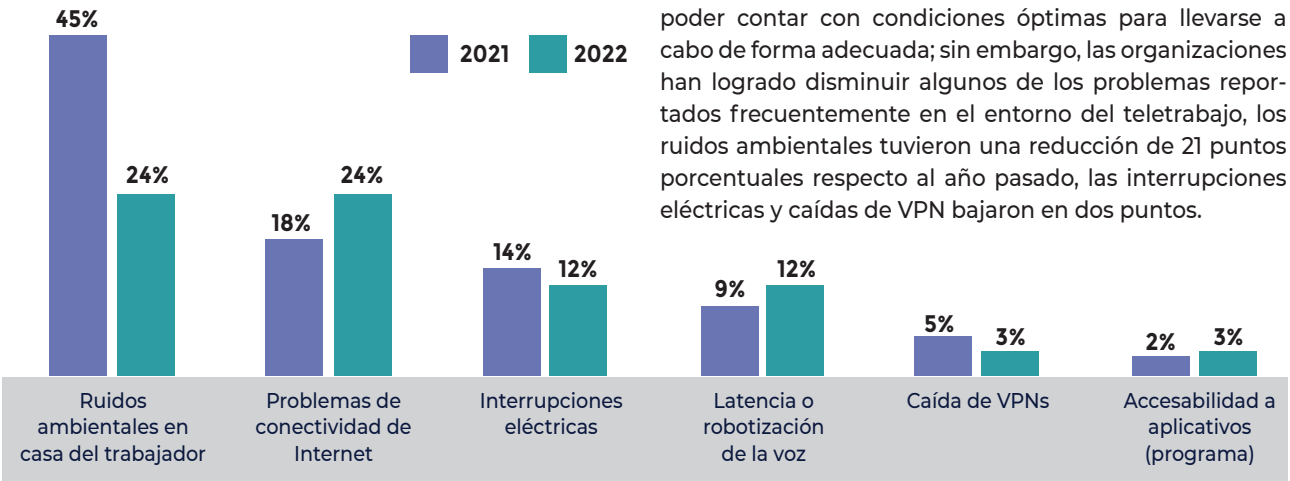


Gráfico: Acciones preventivas para dar continuidad al negocio
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2021 N=44
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N=33
Respuesta múltiple

Retos y tendencias 2023

Expectativas de crecimiento para el 2023

Este sector demuestra su importancia y relevancia en la actividad económica, esto se refleja en el 52% de empresas que tiene planeado incrementar el volumen de sus posiciones y el 16% que planea abrir nuevos centros de trabajo.

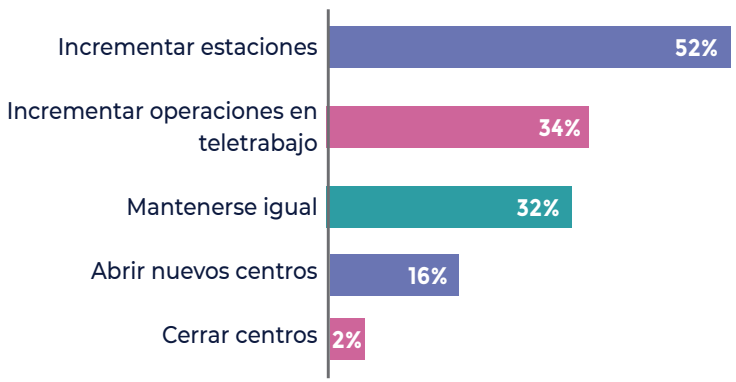


Gráfico: Expectativas de crecimiento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2022 N= 50
Respuesta múltiple

Retos de las empresas

Los ejecutivos de alto nivel que participaron en este estudio, contribuyeron para definir los retos y tendencias para el 2023 en los aspectos: estratégico, gestión de talento, tecnológico, operativo y teletrabajo.

Retos estratégicos

- **56%** Incremento en la oferta de servicios
- **54%** Mantener la lealtad de los clientes
- **42%** Incremento de campañas / clientes

Retos de gestión de talento

- **82%** Retención de talento
- **58%** Atracción de talento
- **49%** Competitividad laboral (sueldos, compensaciones y beneficios)

Retos tecnológicos

- **54%** Automatización
- **46%** Implementación de aplicaciones con IA
- **46%** Omnicanalidad

Retos operativos

- **64%** Mejorar la experiencia del cliente
- **60%** Optimizar los procesos
- **58%** Desarrollo de líderes

Retos en teletrabajo

- **44%** Productividad del teletrabajo
- **33%** Regulación del esquema en teletrabajo
- **33%** Reclutamiento para esquemas de teletrabajo e híbridos

Gráfico: Retos de la empresa
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto Inhouse 2022
N= 33 Respuesta múltiple

Resumen

En esta edición el Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* cuenta con presencia en 15 Estados de la República lo que significa mayor representatividad respecto al año pasado; los tres estados con más concentración de Ejecutivos de Contacto son: Ciudad de México, Monterrey y Estado de México. La muestra contempla 50 empresas participantes que contribuyen a la generación de 19,448 empleos.

Si bien este año se documentan 15,500 estaciones instaladas (el 68% en relación con las estaciones reportadas del año pasado), esto se debe a las características de la muestra, no a un detrimento del mercado. Las organizaciones participantes contribuyen con la generación de 19,448 empleos, de los cuales 17,493 son Ejecutivos de Contacto, 85% de ellos atendiendo operaciones en español y el 15% restante operaciones en otros idiomas.

El 42% de los Centros de Contacto *Inhouse,* cuentan con servicios de *offshore/nearshore* adicional a los servicios domésticos, de ellos el 76% prestan servicios a Latinoamérica y el Caribe y 67% a USA y Canadá.

Los *Inhouse* con operación en el mercado nacional reportan un 98% de servicios de Atención a Clientes, seguido de Ventas con un 71%; para el mercado *Offshore/Nearshore* Atención a Clientes representa un 70%, manteniéndose como la función más preponderante del sector.

Si bien la evolución tecnológica ha sido una tendencia que ha caracterizado la última década, alcanzando un mayor auge respecto a la utilización de inteligencia artificial, asistentes virtuales, atención por redes sociales, *chats* en vivo, WhatsApp, entre otros, el teléfono y el *e-mail* siguen siendo las plataformas preferidas para gestionar las interacciones con los clientes ocupando ambas el 92% de utilización en los Centros de Contacto *Inhouse.*

A partir de 2020 comenzó a tomar mayor relevancia la modalidad de teletrabajo e híbrida, posicionándose este año con un 42% de la operación total, mientras que el 58% se mantiene operando en sitio. Los problemas en este tipo de operación se van normalizando, actualmente tan solo un 24% de las empresas que tienen este tipo de operación, reporta problemas de conectividad y ruidos ambientales en casa.

En posiciones operativas se mantiene la equidad de género de forma equilibrada (agentes y supervisores), sin embargo, la desigualdad de género en mandos medios y directivos se acentúa.

Nuestro sector siempre se ha caracterizado por ser empleador de las generaciones más jóvenes, en edad de formación escolar, este año resalta el deseo de este segmento respecto a obtener mayor preparación académica. Debido a esta característica, la atracción de talento primordialmente se da a través de redes sociales.

Pese a que el pronóstico del Banco Mundial respecto al riesgo de recesión en 2023 aumenta, el 64% de las organizaciones que participaron en este estudio indican tener expectativas de crecimiento y sus principales retos son: atracción y retención de talento, mejorar la experiencia del cliente, automatización y mejora de procesos, especialización y profesionalización de los ejecutivos de contacto, incremento de canales digitales y autoservicio.

Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022

El área de Estudios e Inteligencia de Negocios del IMT tiene como función principal brindar información actualizada del sector de *Business Process Outsourcing* (BPO) y así presentar el panorama, tendencias y retos para este año que inicia.

En la Edición 27 del Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022, se contó con la participación de 59 empresas, obteniendo información de tres grandes categorías: operaciones, recursos humanos y tecnología. En este número se presentan los principales hallazgos.

Las empresas participantes tienen las siguientes características:

- Ser un Centro de Contacto BPO - *Business Process Outsourcing*.
- Contar, con al menos, un año de operación en México.
- Tener más de 30 estaciones de trabajo.

Se incluye al final del estudio el *ranking* 2022, donde se visualiza de forma gráfica la capacidad instalada, sectores, tipos de campañas, mercados atendidos, idioma y ubicación de los Centros de Contacto en la República Mexicana. Este cuadro incluye a los Centros de Contacto que dieron su consentimiento para ello.

Objetivo del estudio

Brindar elementos de valor que permitan conocer las características y comportamiento del sector, así como, determinar acciones sustentadas en el análisis de la información, sobre los siguientes aspectos:

- Particularidades de la operación
- Exportación de Servicios *offshore/nearshore*
- Gestión de talento
- Teletrabajo
- Retos hacia el 2023

Particularidades de la operación

Muestra

De acuerdo con estimaciones realizadas por el IMT, las áreas de interacción con clientes/ciudadanos en los Centros de Contacto del país, generan 750,000 empleos directos, de los cuales el 35% se encuentra en empresas dedicadas a brindar servicios de *Business Process Outsourcing*.

Este estudio incluye la participación de 59 empresas BPO, ubicadas en 20 estados de la República Mexicana, con 103,581 estaciones de trabajo instaladas, que generan 115,722 empleos directos para el sector de Centros de Contacto.

La atención en español representa un 77%, mientras que en otros idiomas el 23%. Los ejecutivos de contacto en el esquema de teletrabajo mantienen el 29% de la operación.

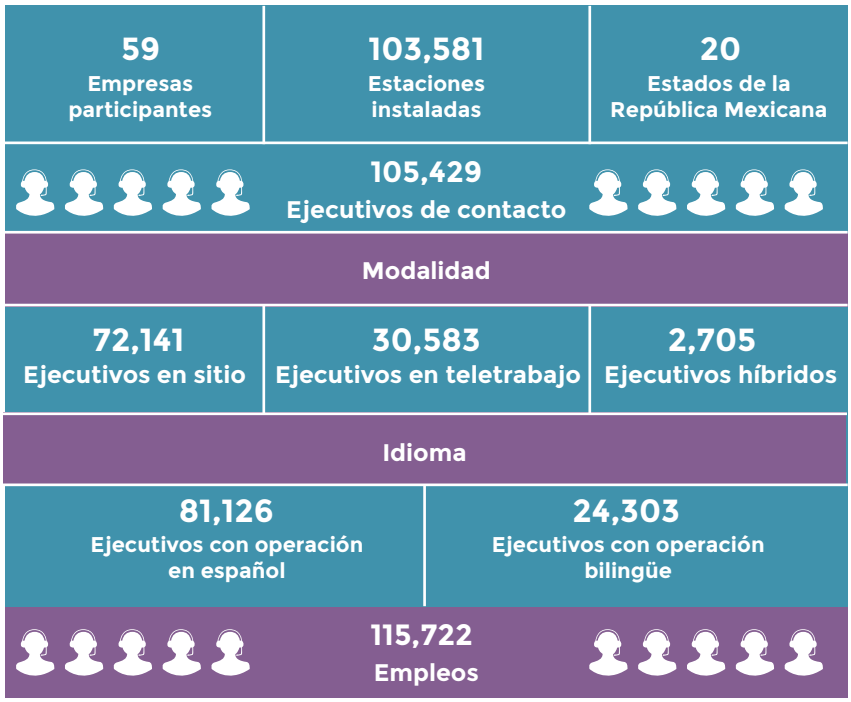


Gráfico: Características de la muestra
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 59

Tamaño	Centros	Estaciones instaladas	Estaciones ocupadas	% Ocupación
1,000 +	33	47,670	32,728	69%
250 a 999	90	47,967	31,809	66%
100 249	41	6,940	4,412	64%
50 a 99	12	750	534	71%
Menos de 49	19	254	181	71%
TOTAL	**195**	**103,581**	**69,664**	**67%**

Gráfico: Capacidad instalada
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Capacidad instalada en número de posiciones en sitio

La Ciudad de México se mantiene como la ubicación de mayor concentración con el 48% del total de estaciones instaladas en el país.

El porcentaje de ocupación en sitio de la industria, este año, es del 67%.

Gráfico: Crecimiento de la operación
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Gráfico: Crecimiento de la operación
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Principales hallazgos

Comportamiento de la operación

De manera general, la industria de Centros de Contacto se mantiene en constante crecimiento: 60% de las organizaciones participantes menciona haber ganado nuevos clientes durante 2022 y el 42% incrementó el número de campañas.

Exportación de servicios *Offshore/Nearshore*

De las empresas participantes, el 71% brinda servicios al mercado *offshore/ nearshore*, lo que representa un crecimiento con respecto a 2021, donde se reportó el 58%.

Las principales regiones a las que se exportan estos servicios son: 89% a USA/Canadá, y el 64% para LATAM y el Caribe.

Gráfico: Regiones *offshore / nearshore*
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

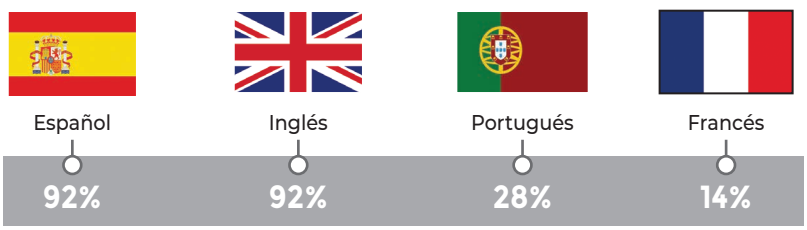
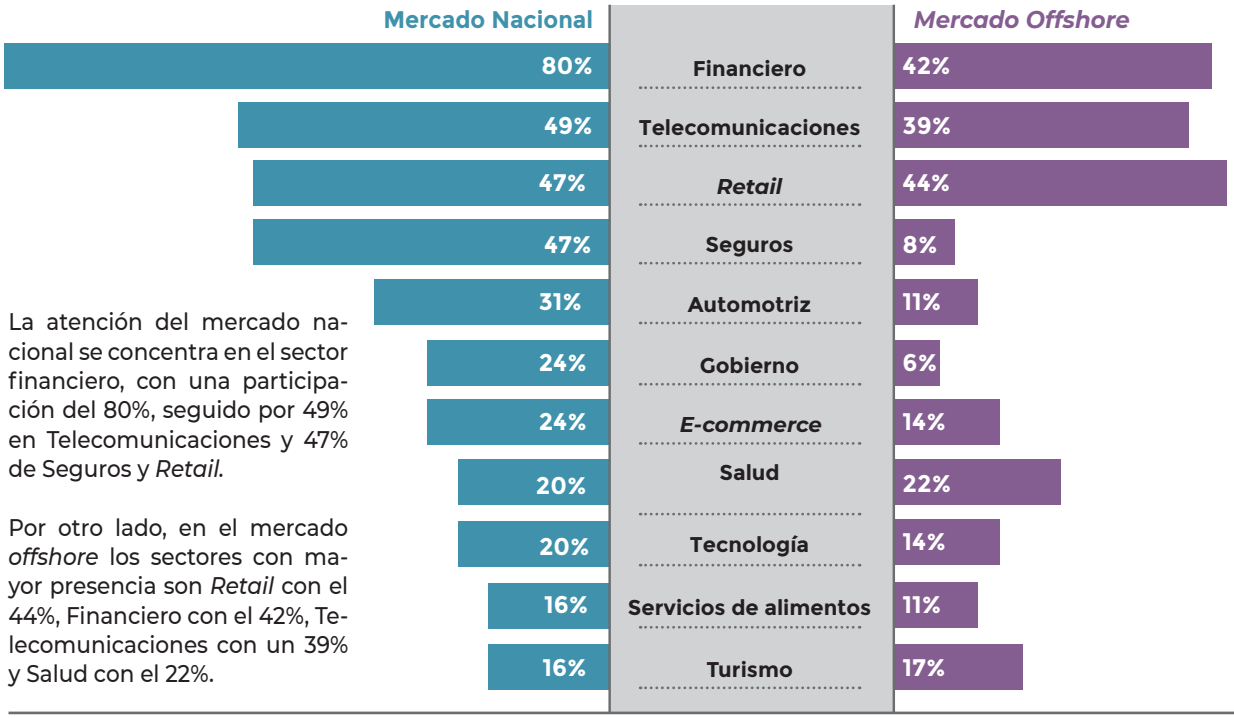


Gráfico: Idiomas
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

Idiomas

Español e inglés continúan como los idiomas de mayor relevancia en los servicios *offshore/nearshore*.

Sectores a los que se brinda el servicio por parte de los BPO

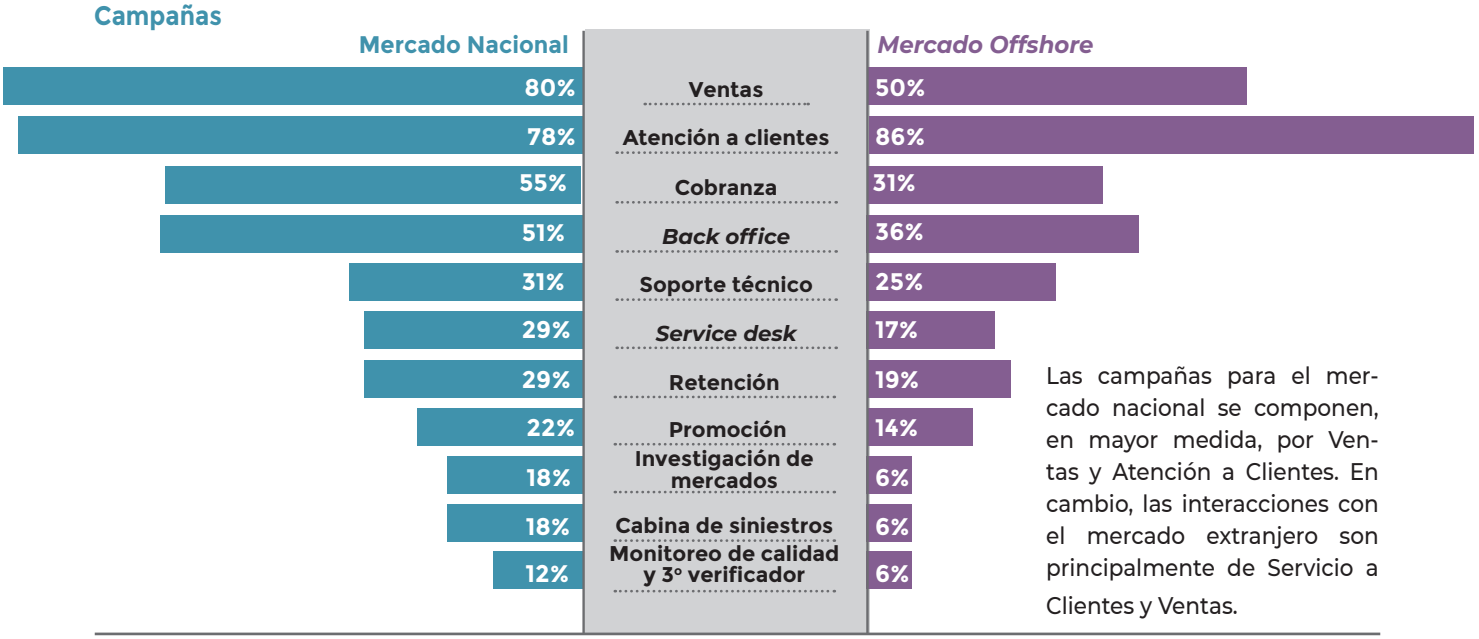


La atención del mercado nacional se concentra en el sector financiero, con una participación del 80%, seguido por 49% en Telecomunicaciones y 47% de Seguros y *Retail*.

Por otro lado, en el mercado *offshore* los sectores con mayor presencia son *Retail* con el 44%, Financiero con el 42%, Telecomunicaciones con un 39% y Salud con el 22%.

Gráfico: Sectores
MT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51 Nacional, Respuesta múltiple
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

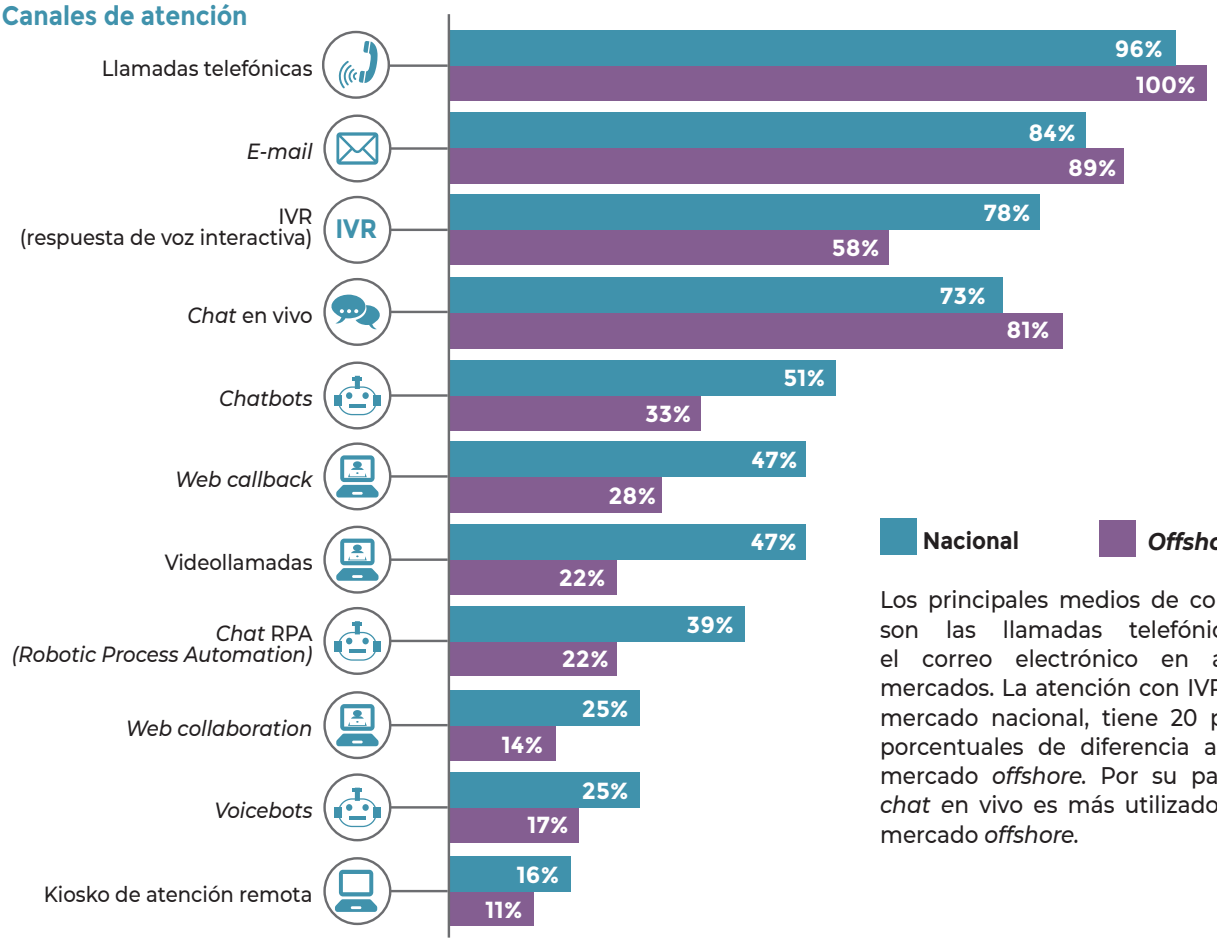
Campañas



Las campañas para el mercado nacional se componen, en mayor medida, por Ventas y Atención a Clientes. En cambio, las interacciones con el mercado extranjero son principalmente de Servicio a Clientes y Ventas.

Gráfico: Campañas
MT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51 Nacional, Respuesta múltiple
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

Canales de atención



Los principales medios de contacto son las llamadas telefónicas y el correo electrónico en ambos mercados. La atención con IVR en el mercado nacional, tiene 20 puntos porcentuales de diferencia ante el mercado *offshore*. Por su parte, el *chat* en vivo es más utilizado en el mercado *offshore*.

Gráfico: Canales de atención
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51 Nacional, Respuesta múltiple
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

Redes sociales

Las redes más utilizadas para la atención del mercado nacional y el mercado *offshore* son: WhatsApp, SMS (Mensajes de texto) y *Messenger* (Facebook).

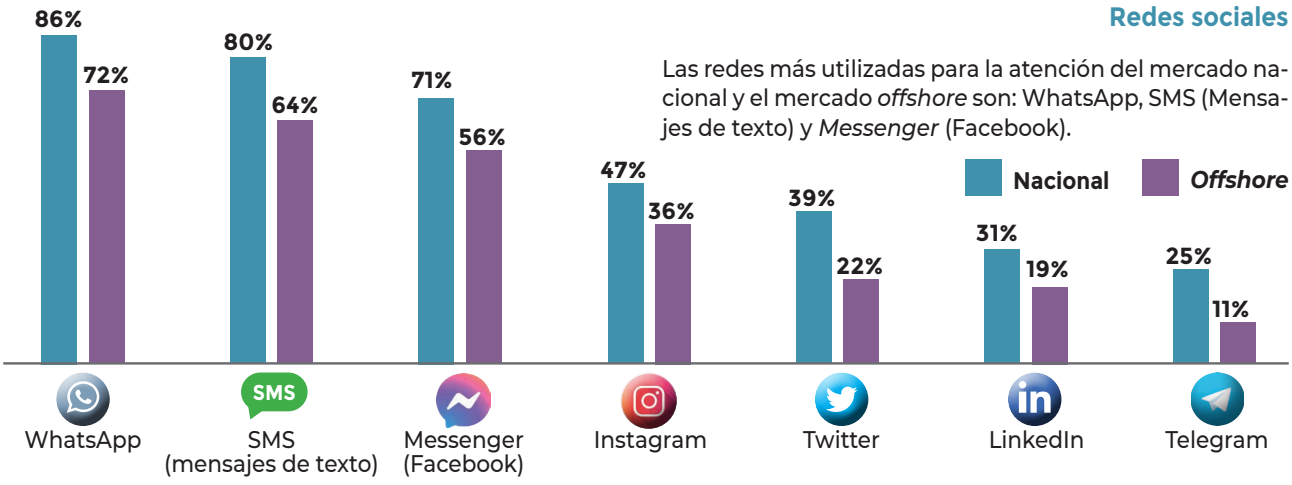
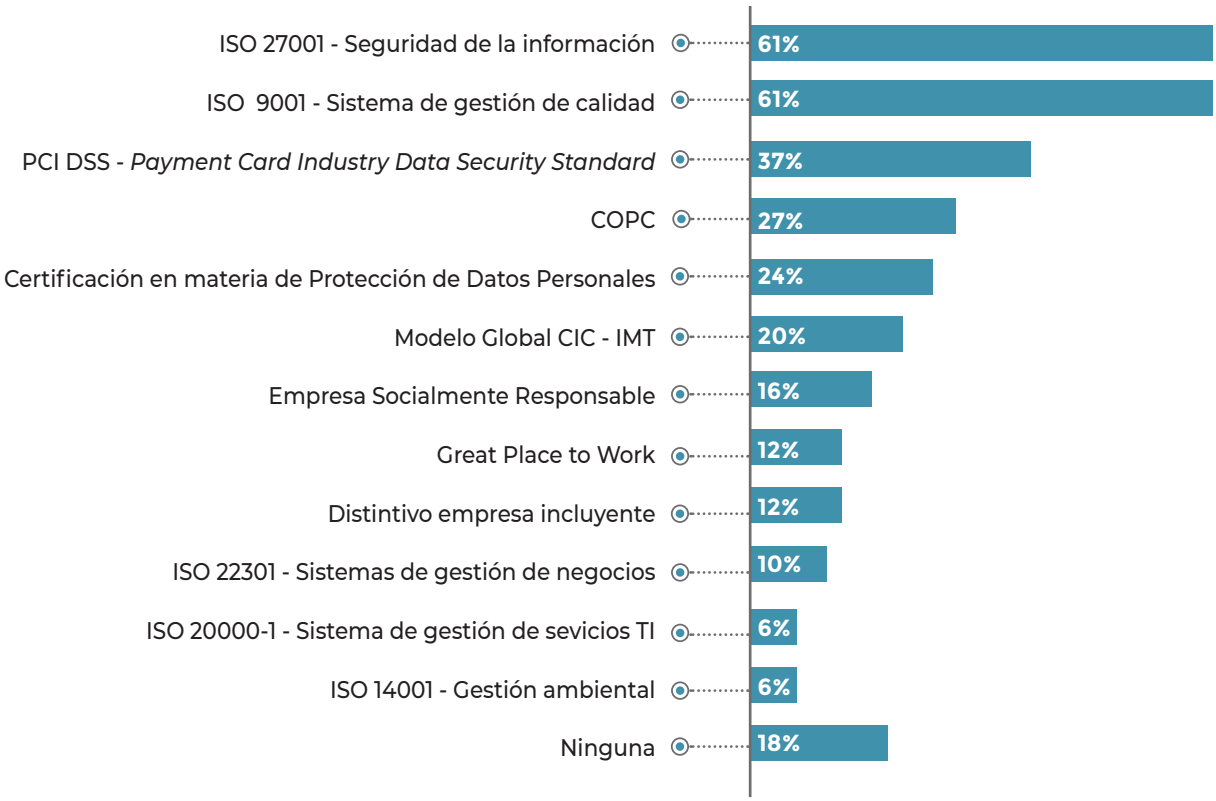


Gráfico: Redes sociales
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51 Nacional, Respuesta múltiple
N=36 *Offshore*, Respuesta múltiple

Certificaciones de las empresas participantes

El 82% de las empresas que participaron tiene, al menos, una certificación, lo que representa un incremento de 7 puntos porcentuales más que el año pasado mostrando, de esta forma, una mayor profesionalización en los Centros de Contacto BPO.



El 88% de las empresas tiene personal con certificaciones, esto significa un crecimiento del 19% versus el año anterior.

Gráfico: Certificaciones de las empresas
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51 Nacional, Respuesta múltiple

Gestión de talento

Esta sección contempla aspectos relacionados con el personal tales como: el perfil de los colaboradores, escolaridad, canales de reclutamiento, elementos que contribuyen a la retención de talento, entre otros.

Distribución de la fuerza de trabajo

En el 2022, la fuerza de trabajo a nivel operativo en los Centros de Contacto BPO se integró de la siguiente forma:

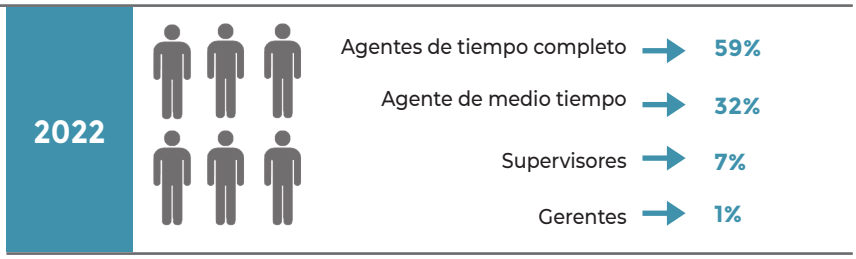


Gráfico: Distribución de la fuerza de trabajo
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Género

La distribución de género en los puestos operativos muestra un equilibrio, sin embargo, en mandos directivos la brecha se inclina hacia el género masculino; por cada mujer hay 3 hombres, lo que indica claramente una desigualdad de género.

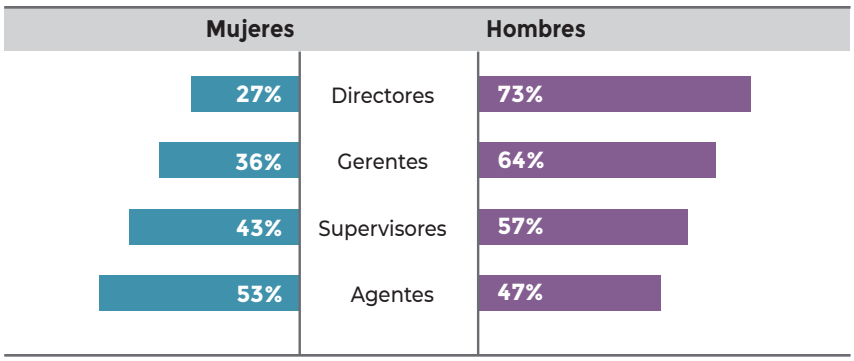


Gráfico: Género
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Edad

De acuerdo con la muestra, el rango de edad que prevalece en el personal de Centros de Contacto es de 20 a 29 años, con un 49%. Esto indica, una vez más, que la generación de jóvenes es la que predomina en la operación de los Centros de Contacto BPO.

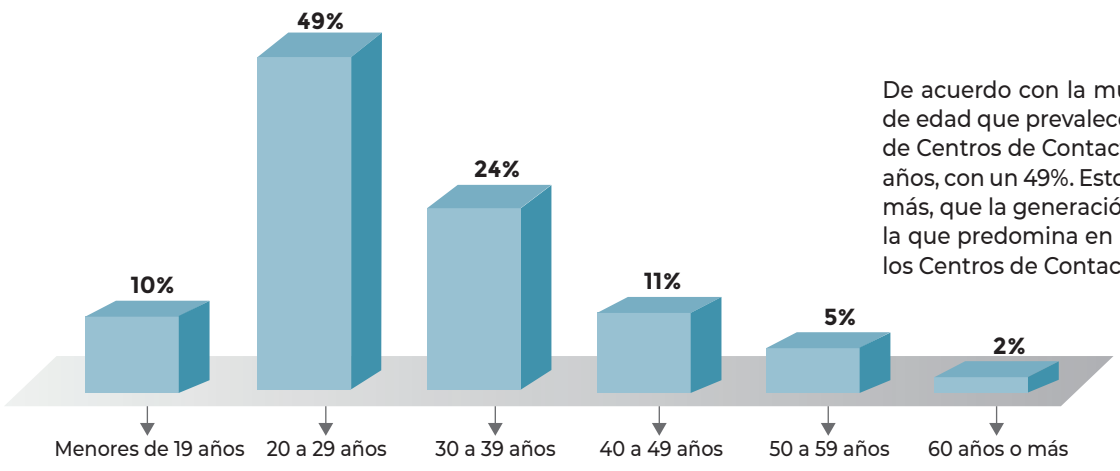


Gráfico: Edad
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Escolaridad - 2022

Ejecutivos de contacto

El nivel de escolaridad preponderante en este nivel es preparatoria y educación técnica completa con un 40% y sólo el 12% cuenta con carrera terminada.

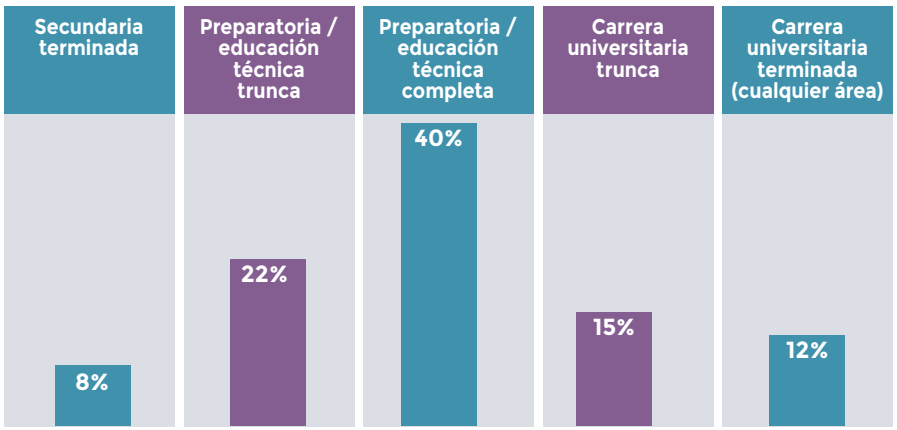


Gráfico: Nivel de escolaridad de los ejecutivos de contacto
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Supervisores

En el caso de los supervisores, 38% tiene preparatoria o educación técnica completa, mientras que 32% cuenta con carrera universitaria terminada, 7 puntos porcentuales más que el año pasado.

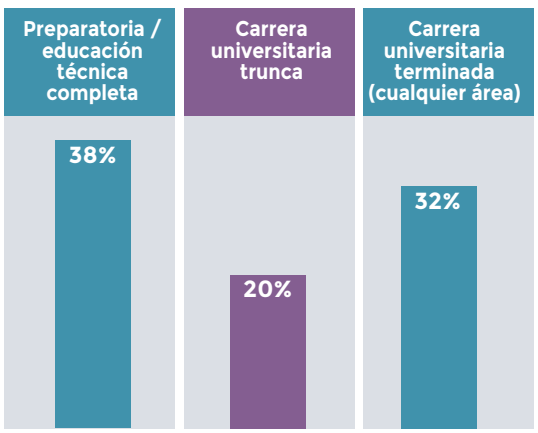


Gráfico: Nivel de escolaridad de los supervisores
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Gerentes

El perfil educativo de los gerentes en los Centros de Contacto BPO se encuentra en un 69% con carrera universitaria terminada, incrementando en 9 puntos la cifra del año pasado

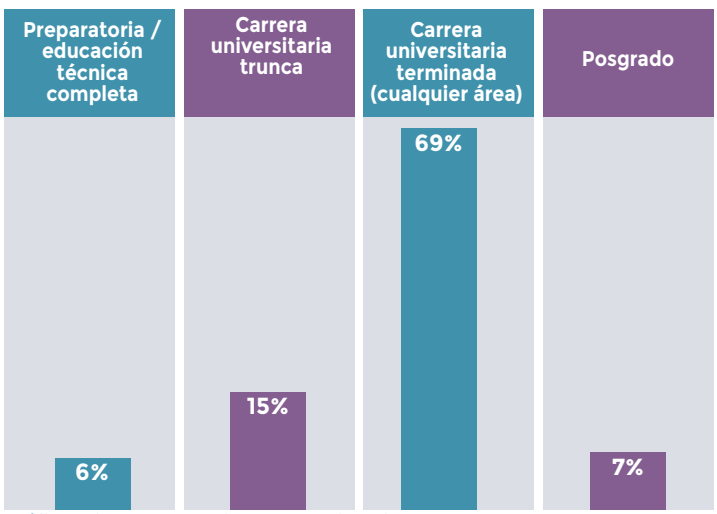


Gráfico: Nivel de escolaridad de los ejecutivos de contacto
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Medios de reclutamiento

Las formas para atraer el talento, han sido más dinámicas a lo largo de estos años y totalmente direccionadas a los canales digitales; las bolsas de trabajo por internet ocupan el primer lugar con un 98% y las redes sociales el segundo lugar con 96%.

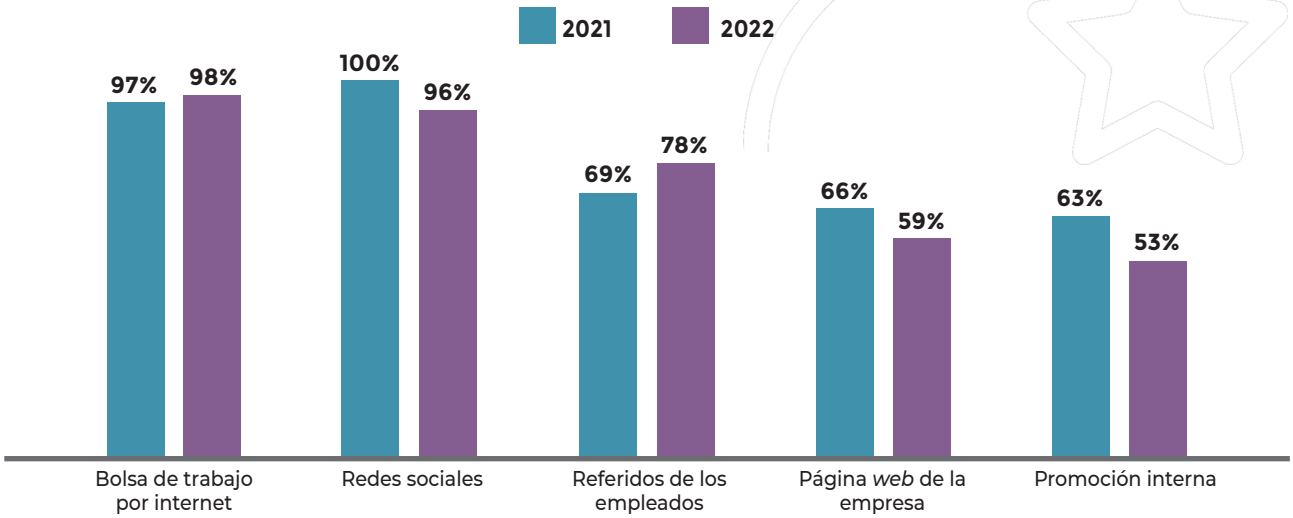


Gráfico: Medios de reclutamiento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
2022 N= 51, Respuesta múltiple
2021 N=72, Respuesta múltiple

Elementos que contribuyen a la retención de talento

Desde el punto de vista de los entrevistados, los factores que influyen en la retención de talento son principalmente el ambiente de trabajo, el sueldo y el plan de carrera.

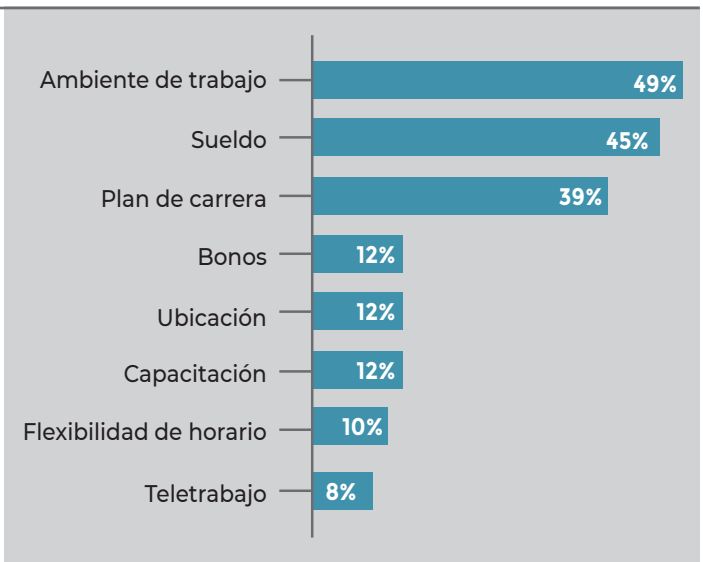


Gráfico: Elementos que contribuyen retención de talento
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51, Respuesta múltiple

Detonadores de frustración en ejecutivos de contacto

Desde la perspectiva de las organizaciones, las causas principales de frustración de los colaboradores son:

43%
Están relacionadas con el tema de compensaciones, prestaciones y beneficios.

37%
Plan de carrera poco claro o no establecido.

31%
Poca flexibilidad en horarios.

22%
Plataformas o sistemas no interconectados que dificultan la labor de atención.

22%
Procesos de atención que no permiten darle solución al cliente.

20%
Métricas inalcanzables o no claras.

Acciones de responsabilidad social

Los Centros de Contacto BPO, en su mayoría, son empresas socialmente responsables, ya que adoptan y ejecutan acciones direccionadas a impactar positivamente a la comunidad, la sostenibilidad y el medioambiente.

Acciones en beneficio de la comunidad

Las acciones que realizan los Centros de Contacto BPO son diversas, 7 de cada 10 empresas apoyan a la comunidad a través de colectas al banco de tapitas y realizan donaciones en especie para sectores vulnerables de la población, como orfanatos y asilos.

Gráfico: Acciones en beneficio de la comunidad
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51, Respuesta múltiple

Medioambiente

Cuidar el medioambiente se ha convertido en una prioridad, por ello, el 65% de las empresas de la muestra impulsa campañas de ahorro de agua, electricidad, separación de residuos y un 51% implementa programas de reciclaje, reutilización, reducción, entre otras.

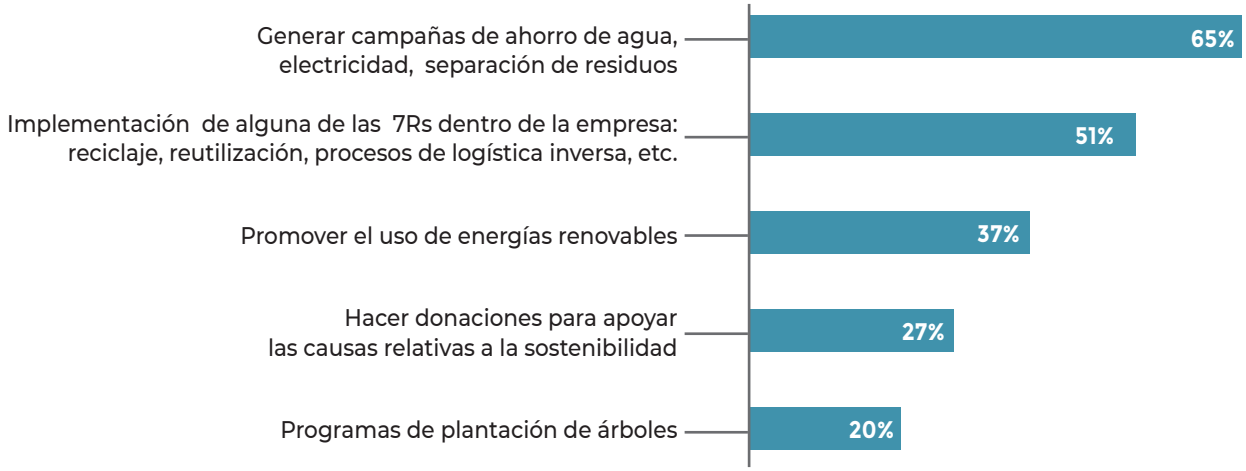


Gráfico: Medioambiente
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51, Respuesta múltiple

Atracción de talento de grupos específicos

Es uno de los factores más importantes para tener una operación estable, por esta razón, las organizaciones tienen, entre sus metas, potencializar al talento promoviendo la inclusión y la diversidad.

La contratación de migrantes y repatriados mexicanos se ha incrementado este año.

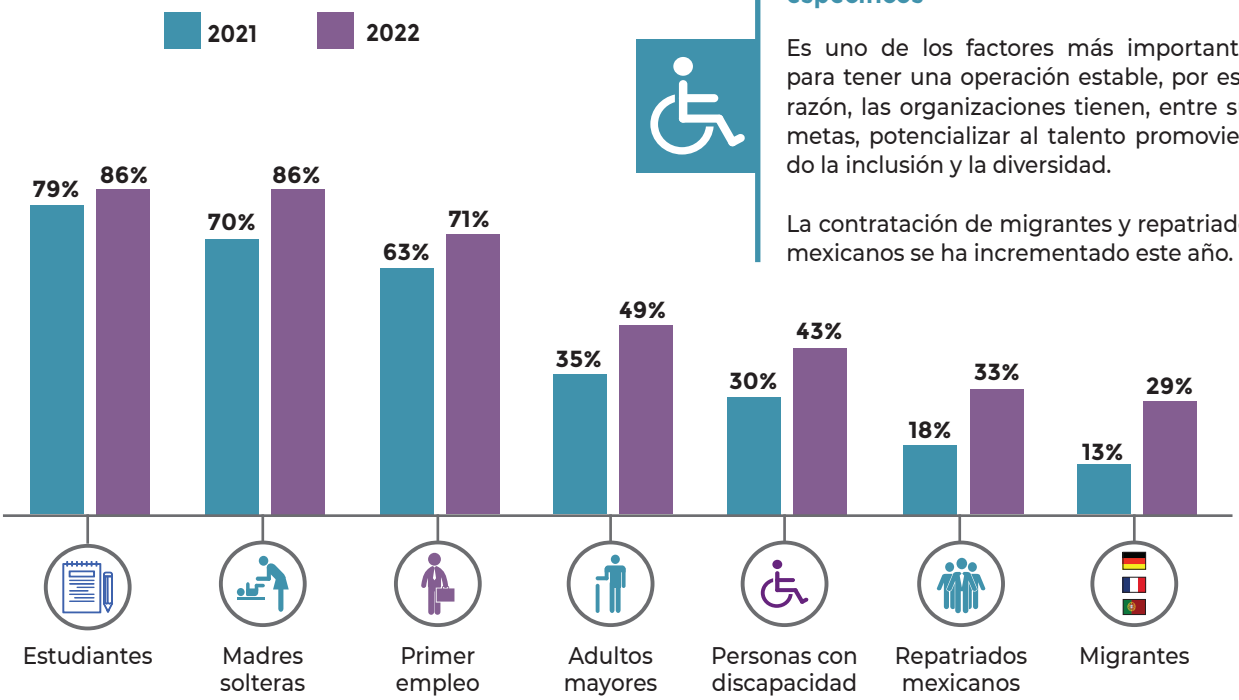


Gráfico: Atracción de talento de grupos específicos
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
2022 N= 51, Respuesta múltiple
2021 N=72, Respuesta múltiple

GLOBAL CX FORUM fest

27º CONGRESO MÉXICO

IMT ORGANIZA

Hotel Camino Real
Polanco, CDMX.

13–15 marzo 2023

The Future of CX is Human

be memorable | be smart | be personalized

Este 13, 14 y 15 de marzo conoce y crea el futuro de nuestra industria, donde las palabras tecnología y humano se asocian para generar una experiencia inteligente, memorable y personalizada.

13 DE MARZO
Talleres Especializados

Taller 1
Administración del *Contact Center.* Indicadores clave de *CX*

Taller 2
Sprint Planning en Scrum

Taller 3
Diseña la Experiencia de tu Cliente & *UX*

Taller 4
Transformación Digital del *CC & CX*

Taller 5
Employee Experience Design

Taller 6
Taller de Alta Dirección & *CX*

14 Y 15 DE MARZO

- Casos de Éxito
- Últimas tendencias
- Soluciones tecnológicas más innovadoras
- + de 30 conferencias
- *HX Immersive Room*
- *Human Experience Lab by* IMT
- Expo Soluciones
- *Networking*
- Experiencias y Festival

15 DE MARZO

Ceremonia de Premio Nacional *CX & EX* 18ª Edición

Patrocinado por:

AVAYA · Cari AI Inteligencia Artificial · Directo · net2phone · PENTAFON · Teleperformance each interaction matters · VERINT · wolkvox

Para más información:
foros@imt.com.mx | (52) 55 5340 2290 Ext. 4030

/imtcontactforum · Instituto Mexicano de Telervicios (IMT) · @imt_ · IMTContactForum · imt_cx

Teletrabajo

Derivado del COVID-19, muchas organizaciones decidieron adoptar el teletrabajo, mismo que se mantiene en la actualidad. Del total de las empresas participantes, el 74% continúa ofreciendo este esquema dentro de su operación, y del total de los ejecutivos de contacto, el 29% se encuentra laborando bajo el esquema de teletrabajo

El teletrabajo se presenta en mayor medida en los Centros de Contacto BPO con más estaciones.

Tamaño (número de estaciones)	Centros	Total de agentes	Teletrabajo	% Teletrabajo
1,000 +	33	54,028	16,026	30%
250 a 999	90	43,947	13,438	31%
100 a 249	41	5,304	933	18%
Menos de 100	31	2,150	185	13%
TOTAL	**195**	**105,429**	**30,583**	**29%**

Gráfico: Teletrabajo
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 51

Problemas en la modalidad de teletrabajo

Sin duda alguna, el tiempo que se ha dedicado a esta modalidad a lo largo de la pandemia y pospandemia, ha permitido tener herramientas tecnológicas que ofrezcan mayor estabilidad en las diferentes plataformas utilizadas.

Este año se han reducido considerablemente las problemáticas asociadas al teletrabajo. Los ruidos ambientales disminuyeron 16 puntos porcentuales con respecto a 2021 y 8 puntos los problemas de conectividad de internet.

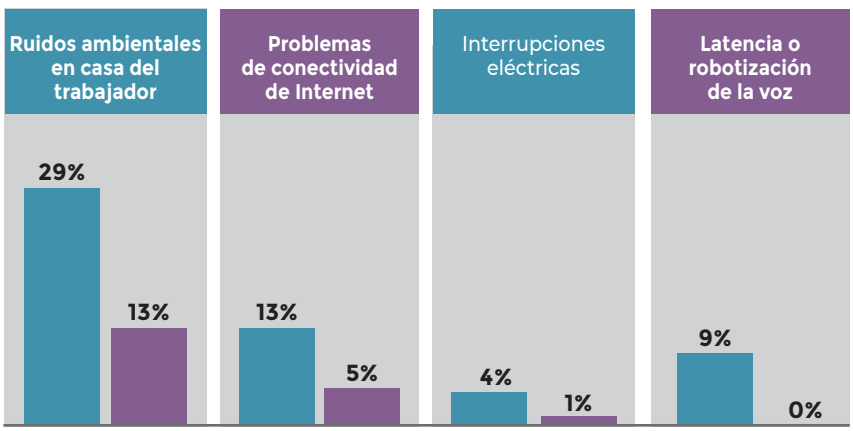


Gráfico: Problemas reportados frecuentemente
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
2022 N= 38
2021 N=72

Estrategias para minimizar riesgos de seguridad en el teletrabajo

Una de las preocupaciones de la modalidad de teletrabajo son los riesgos asociados a la seguridad de la información. Las organizaciones continúan desarrollando diversas acciones en ese sentido.

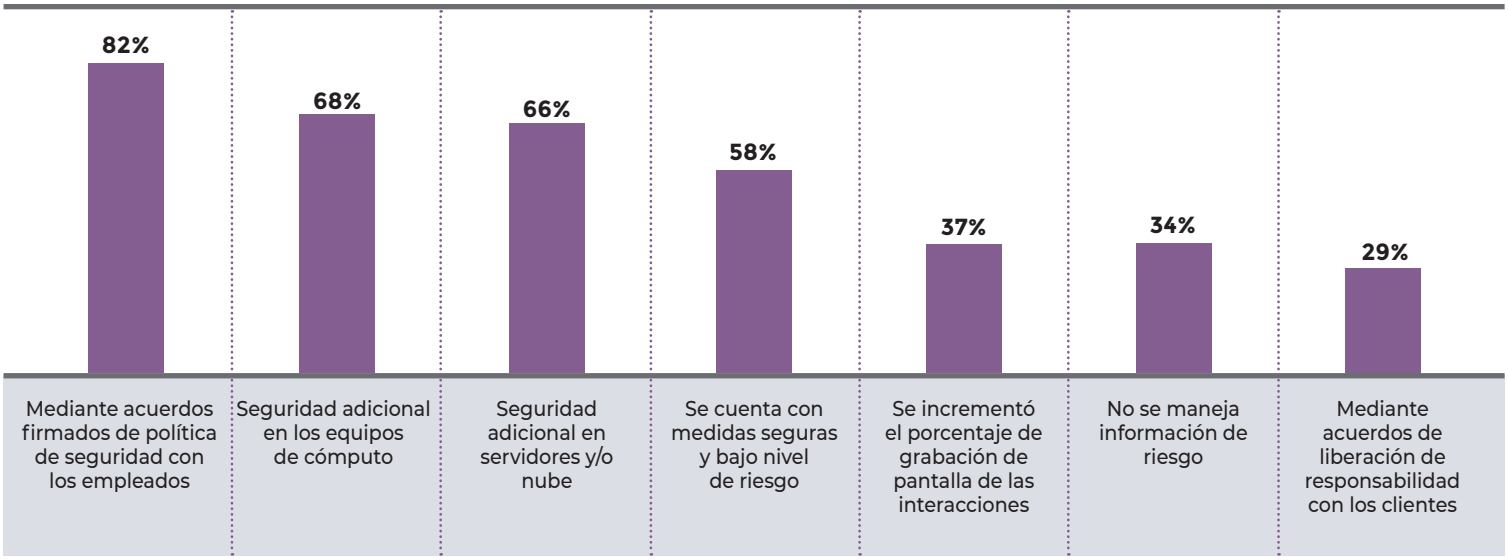


Gráfico: Estrategias para minimizar los riesgos de seguridad de la información
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
2022 N= 38, Respuesta múltiple

Reclutamiento en teletrabajo

Un aspecto preponderante en la modalidad de teletrabajo es que permite la expansión geográfica para cubrir las vacantes requeridas sin importar la distancia, el 45% de las empresas realizan el reclutamiento a nivel nacional y regional.

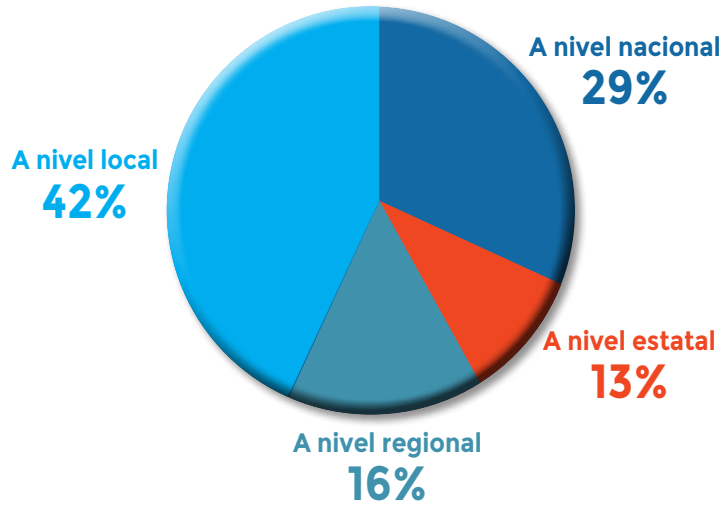


Gráfico: Reclutamiento en teletrabajo
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022
N= 38

Retos 2023

1

Retos estratégicos y comerciales

53% Expansión a nuevos mercados
51% Incremento de campañas / clientes
42% Apertura de nuevos centros de contacto

2

Retos de gestión de talento

90% Retención de talento
80% Atracción de talento
63% Competitividad laboral (sueldos, compesaciones y beneficios)

3

Retos operativos

78% Rotación y ausentismo (perspectiva operativa)
47% Mejora del desempeño operativo (KPIs)
47% Mejorar la experiencia del cliente

4

Retos económicos

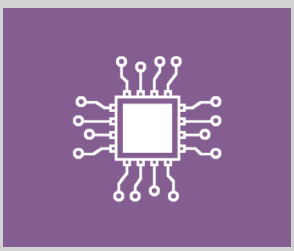
75% Inflación
71% Reformas laborales
63% Contracción de la economía

5

Retos en teletrabajo

63% Productividad del teletrabajo
61% Prevención de fraudes
53% Regulación del esquema en teletrabajo

6



Retos tecnológicos

57% Automatización
49% Omnicanalidad
41% Estabilidad de plataformas tecnológicas

Resumen

En la edición 27 del Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2022, contamos con la participación de 59 empresas, generadoras de 115,722 empleos, de los cuales, el 91% son Ejecutivos de Contacto.

El 68% de los Ejecutivos de Contacto se encuentra laborando en sitio, y el 29% del personal en modalidad de teletrabajo. El número de posiciones instaladas es de 103,581 y el porcentaje de ocupación es del 67%.

Actualmente, el 77% de las operaciones se brinda en español y el 23% es operación bilingüe.

Respecto a la concentración geográfica, la mayor parte de los Centros de Contacto BPO están ubicados en Ciudad de México, Estado de México, Jalisco y Nuevo León.

La industria de Centros de Contacto se mantiene en constante crecimiento, 60% de las organizaciones menciona haber adquirido nuevos clientes durante 2022 y el 42% reporta un incremento en el número de campañas.

El 71% de los BPO participantes brinda servicios al mercado extranjero, principalmente a USA y Canadá, en inglés y español.

En el mercado nacional, 8 de cada 10 BPO proporcionan servicios al sector financiero; en el mercado extranjero el sector *retail* representa el 44%.

Los servicios más representativos en el mercado nacional y extranjero son Ventas y Atención a Clientes.

Las llamadas telefónicas siguen siendo el principal medio de contacto con los clientes. Sin embargo, los canales digitales siguen ganando terreno.

Respecto a redes sociales, durante 2022 las más utilizadas en el mercado nacional y extranjero continúan siendo WhatsApp y SMS.

Las certificaciones de empresas tuvieron un crecimiento de 7 puntos porcentuales con respecto al año anterior, ubicándose en un 82%, entre las que destacan: ISO 27001 e ISO 9001. Asimismo, la certificación del personal tuvo un incremento del 19%, colocándose en un 88%.

En temas de talento, la proporción de género es muy similar entre hombres y mujeres a nivel operativo, sin embargo, se observa una marcada brecha, favoreciendo al género masculino en posiciones gerenciales y directivas. Respecto a la edad, es una industria en donde prevalece la generación de entre 20 y 29 años.

En comparación con el año anterior, el nivel académico de los 3 puestos analizados, ejecutivos de contacto, supervisores y gerentes, se ha incrementado, lo que denota una mayor exigencia en la preparación del talento.

En reclutamiento del personal, las redes sociales y bolsas de trabajo por internet siguen siendo las más utilizadas por prácticamente todas las empresas participantes. Desde el punto de vista del empleador, el ambiente de trabajo y el sueldo son los elementos que mayormente contribuyen a la atracción y retención del personal.

Los Centros de Contacto BPO desarrollan acciones encaminadas a impactar positivamente a la comunidad, al medioambiente, a la inclusión y la diversidad.

Las contrataciones de grupos específicos se centran en estudiantes y madres solteras, cada uno con una representación del 86% respectivamente.

Respecto al teletrabajo, el 29% del total de agentes de contacto se encuentra en esta modalidad. Asimismo, se reporta mayor estabilidad en las plataformas y tecnologías de la información utilizadas para el desarrollo de actividades de manera remota, mostrándose una disminución en los ruidos ambientales y problemas de conectividad, con relación a 2021.

Los principales retos expresados por los directivos para 2023 son:

- Retención y atracción de talento.
- Inflación y contracción de la economía.
- Reformas laborales (incluida la regulación de los esquemas de teletrabajo).
- Competitividad laboral (sueldos, compensaciones y beneficios a los colaboradores).
- Expansión a nuevos mercados.

ESTUDIOS

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto 2022
Business Process Outsourcing BPO

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
1	**Teleperformance**	www.teleperformance.com/	17,509	★	★	★	★	★		★		★	★	★		★			★	★	★	Aguascalientes, CDMX, Chihuahua, Durango, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Sonora
2	**Atento**	www.atento.com/es/	11,867			★	★		★	★		★	★	★		★				★		CDMX, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León
3	**TKM Customer Solutions**	www.tkm.com.mx/	6,465			★	★		★	★				★		★				★		CDMX, Jalisco
4	**Grupo Vanguardia**	www.grupovanguardia.com/	5,950				★				★											CDMX, Chihuahua, Estado de México, Jalisco, Mérida, Querétaro
5	**Corporativo Muñoz**	www.mca.com.mx/	5,130				★		★	★	★											Guanajuato
6	**GTI Bufete Empresarial**	www.bufetegti.com/	5,100								★											CDMX, Estado de México, Nuevo León
7	**Konecta México**	www.grupokonecta.com/mexico	4,915				★		★	★	★					★				★	★	CDMX, Durango, Puebla

SERVICIOS

Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas
★	★		★	★		★			★	★			★	★
★	★		★	★					★			★		★
★	★	★		★	★	★			★	★			★	★
★										★				★
★				★										★
★														
★	★	★		★						★			★	★

SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*

Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín
🇪🇸	🇬🇧	🇵🇹			🇨🇳
🇪🇸	🇬🇧				
🇪🇸	🇬🇧	🇵🇹			
	🇬🇧				
🇪🇸	🇬🇧	🇵🇹			

CANALES DE CONTACTO

Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA* (*Robotic Process Automation*)	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback* (*callback request*)	*Web collaboration*	*Messenger* (*Facebook*)	*DM* (*Instagram*)	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
★	★	★	★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	★	★		★	★
★	★	★	★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	★	★	★		★		★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
★	★		★	★	★		★	★				★	★		★		★	★
	★		★	★	★			★				★	★		★		★	★
	★	★	★	★	★	★	★	★	★			★	★	★	★		★	★

ESTUDIOS

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

SECTORES

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
8	Telvista	www.telvista.com/	4,146	★		★	★		★	★		★		★		★	★			★		Baja California, CDMX
9	Grupo Gabbsa	www.gabssa.com.mx/inicio	3,720			★			★	★	★		★	★		★		★				CDMX, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León
10	Concentra BPO	www.concentrabpo.com.mx/	3,050							★								★		★		CDMX, Nuevo León, Querétaro
11	Amatech	www.amatech.com.mx/	3,020		★	★	★	★		★	★			★	★	★		★	★	★	★	Tlaxcala
12	Anexa BPO	www.anexabpo.com/es/	2,600															★		★		Baja California, Baja California Sur, CDMX, Jalisco, Nuevo León, Sonora
13	Pentafon	www.pentafon.com/	2,600				★			★						★				★	★	CDMX, Nuevo León, Michoacán
14	Eficasia	www.eficasia.com/	2,409				★		★	★	★					★						CDMX, Estado de México

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																	
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★	★		★	★									★	★							★	★	★	★	★	★		★		★	★	★	★		★	★	★	★
	★	★	★	★	★			★					★									★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★				★
															★														★				★						
	★	★	★		★	★	★	★		★	★		★	★	★					★		★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★		★	★	★
	★							★		★					★								★				★		★								★	★
	★			★	★										★							★	★	★	★	★	★	★	★	★	★			★	★		★	★	★
	★	★								★					★							★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★			★		★	★	★

ESTUDIOS

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
15	**TPS Contact Center**	www.tpscc.com.mx/	2,400				★			★				★		★	★					Baja California, CDMX
16	**Grupo Consorcio Jurídico**	www.cjcweb.mx/	2,365			★				★												CDMX, Jalisco, Nuevo León, Puebla
17	**Impulse Telecom**	www.impulse-telecom.com/	2,100				★			★						★						CDMX, Querétaro
18	**Callfasst**	www.callfasst.com/	1,670			★	★		★		★										★	Querétaro, San Luis Potosí
19	**Comdata**	www.comdatagroup.com/es/	1,660				★			★						★		★	★	★	★	CDMX
20	**MDY**	www.mdybpo.com/	1,599				★			★						★		★			★	CDMX, Jalisco, Nuevo León, Yucatán
21	**Konexo Contact and Solution Center**	www.konexo.mx/	1,547						★	★		★				★					★	Michoacán

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																			
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★	★			★	★		★	★	★	★				★							★	★			★	★		★					★	★	★	★	★	★	★
	★	★			★										★							★	★	★	★	★	★		★	★	★	★			★			★
	★	★													★								★			★	★		★	★			★	★	★	★	★			★
	★				★	★					★			★	★								★			★	★		★						★				★
	★				★					★	★				★								★	★		★	★		★	★		★	★	★	★				★
	★	★			★					★	★				★								★	★	★	★	★	★	★	★	★	★		★	★		★	★	★
	★	★									★				★								★		★	★	★		★	★				★	★		★	★	★

ESTUDIOS

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

SECTORES

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
22	ECD	www.ecd.mx/	1,500			★				★	★	★	★	★				★	★	★		CDMX
23	E- Contact Professional Services	www.econtactprofessionalservices.com/	1,416							★		★				★			★	★		Puebla
24	Phonex	www.phonex.com.mx/	1,400			★			★	★				★				★	★	★		CDMX
25	Active World Working	www.aww.com.mx/servicios	1,300			★																CDMX, Estado de México
26	Intugo	www.intugo.co/	1,299	★		★																Jalisco, Sonora
27	Coperva	www.coperva.com/	1,200	★						★				★		★					★	CDMX, Nuevo León, Querétaro
28	Telat-Group	www.telat-group.com/	1,170			★															★	CDMX, Chihuahua

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																	
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★	★			★	★	★			★	★			★	★							★	★		★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	★			★
	★	★									★			★	★							★	★	★	★	★	★		★				★			★	★		★
	★	★									★				★								★		★	★	★		★	★			★					★
	★				★						★			★	★								★		★	★	★						★	★		★			★
	★	★			★			★			★			★	★								★			★	★		★	★		★	★	★	★		★	★	★
	★	★			★	★							★	★	★								★	★	★	★	★		★	★	★	★		★	★	★	★	★	★
	★	★																					★			★			★							★			

ESTUDIOS

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

SECTORES

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
29	Centro de Contacto Octopus	www.octopusmx.com/	1,120							★										★		Michoacán
30	Call Center de México	www.callcentermexico.com.mx/	1,100			★	★		★	★						★	★	★		★		Estado de México
31	Soluciones Tecnológicas de Occidente	www.sto.com.mx/	1,100							★									★			Jalisco
32	2bglobal	www.2bglobal.com.mx/	1,000			★				★											★	CDMX, Estado de México
33	Asecon	www.asecon.mx/	1,000			★	★			★	★									★		CDMX, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz
34	Barrera Selec	www.barreraselec.com/	1,000		★	★	★			★	★									★		CDMX
35	CMG	www.cmg.mx/contacto.html	1,000			★	★			★	★											CDMX, Nuevo León

	SERVICIOS														SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★				★	★				★				★	★							★	★		★	★	★		★		★		★	★		★	★
	★				★				★						★							★	★		★	★	★		★	★		★	★	★		★	★	★	★
	★														★							★		★		★			★							★			★
	★	★			★		★								★							★	★	★	★	★	★		★	★		★		★	★	★	★	★	★
	★				★										★							★	★	★	★	★	★		★							★			★
	★				★																	★	★	★	★	★	★		★	★						★	★		★
	★	★			★			★							★							★	★	★	★	★	★		★	★				★		★	★		★

ESTUDIOS

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
36	**Contactus Contact Center**	www.secontactus.com.mx/	1,000			★														★		Puebla
37	**Legaxxi**	www.legaxxi.com/home.html	984			★				★	★							★	★	★		Aguascalientes, CDMX, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Sonora, Tabasco, Veracruz
38	**BentoInt**	www.bentoint.com/	964							★						★						CDMX
39	**Callcom**	www.callcom.mx/es/contacto/	773				★			★								★		★		Nuevo León
40	**VCIP Soluciones**	www.vcip.center/vcip/	795							★						★						CDMX, Nuevo León
41	**UNO Contact Solutions Bureau**	www.1csb.mx/	600				★		★	★	★											CDMX, Guanajuato
42	**Med Marketing**	www.medc.com.mx/	550							★												CDMX

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																			
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★													★	★											★			★		★								
	★				★																	★	★		★	★	★		★							★			★
															★												★		★							★			★
	★				★									★	★							★	★		★	★	★		★	★		★	★	★		★			★
	★				★					★					★								★		★	★	★		★	★		★	★	★	★	★			★
	★	★						★			★			★		★	★	★					★		★	★	★		★	★		★	★	★		★			★
	★														★														★							★			

ESTUDIOS

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
43	**Calls**	www.calls.com.mx/	450													★		★	★	★	★	Estado de México
44	**MAC Agencia de Cobranza**	www.maccarteras.com/	430				★			★						★				★		Jalisco
45	**B12 Admark**	www.agenciab12.mx	404							★					★	★		★		★		CDMX
46	**Seguros Confie**	www.confiemx.com/	380				★	★		★	★			★		★			★			Baja California
47	**Wepartner**	www.wepartner.com.mx/	360	★								★										Quintana Roo
48	**ECI Contact Center**	www.ecicontact.com	358							★										★		Puebla
49	**Mega Direct**	www.megadirect.com.mx/	300							★												CDMX

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																	
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★				★			★						★	★							★	★			★	★		★	★	★		★		★	★	★		★
					★										★								★	★	★	★	★		★	★		★	★			★		★
															★									★	★	★	★		★			★			★			★
	★	★		★	★			★							★								★			★	★		★								★
	★	★													★							★	★			★	★		★					★	★			★
		★				★									★							★				★			★							★		★
	★				★										★																					★		★

ESTUDIOS

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2022
Business Process Outsourcing

	Nombre Comercial	Página Web	Número de Estaciones	Aerolíneas	Artes, medios, deportes y entretenimiento	Automotriz	Comercio, *retail* y ventas por catálogo	Construcción y bienes raíces	*E-commerce*	Financiero (banca, afores, inversiones, hipoteca y *fintech*)	Gobierno	Hotelería y turismo	Restaurantes y servicio de alimentos	Salud, asistencia, farmacéutica y laboratorios	Seguridad	Seguros	Servicio social, comunitario y sin fines de lucro	Servicios educativos	Tecnologías de la información	Telecomunicaciones	Transporte y logística	Ubicación de los centros
50	Ideal Contact Center	www.idealccs.com/	288				★					★			★	★				★		Chihuahua
51	CIA, S.C.		220			★	★			★	★											CDMX, Estado de México
52	Telegestión	www.telegestion.com.mx/	212				★			★											★		CDMX, Jalisco, Nuevo León
53	Data Voice	www.datavoice.com.mx/	200		★		★	★	★	★	★		★	★		★				★			Estado de México
54	OLÁ BPO	www.olabpo.com/Contactos/	150							★						★							Estado de México
55	Connect Center	www.connectcentermexico.com/	110				★			★											★		CDMX
56	Business Link		30																	★			Puebla

	SERVICIOS															SERVICIOS *OFFSHORE/ NEARSHORE*						CANALES DE CONTACTO																					
	Atención a clientes	*Back office*	Cabina de emergencias	Cabina de siniestros (seguros)	Cobranza	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Promoción	Recaudación de fondos	Retención	*Service Desk* (incluye *help desk*, soporte y desarrollo)	Servicio de asistencia social	Servicio técnico (póliza de servicio)	Soporte técnico	Ventas	Español	Inglés	Portugués	Francés	Alemán	Chino mandarín	Aplicaciones móviles (*Android* / IOS)	*Chat online* (Agentes)	*Chat RPA (Robotic Process Automation)*	*Chatbots*	*E-mail*	IVR (respuesta de voz interactiva)	Kioskos de atención remota	Llamadas telefónicas (Agentes)	Videollamadas	*Voicebots*	*Web callback (callback request)*	*Web collaboration*	*Messenger (Facebook)*	*DM (Instagram)*	*LinkedIn*	SMS (mensajes de texto)	*Telegram*	*Twitter*	*WhatsApp*
	★	★																									★			★												
					★									★									★				★			★						★			★
					★					★					★											★	★			★					★			★
	★	★			★			★		★	★			★	★							★	★	★	★	★	★	★	★	★	★		★	★	★	★	★	★	★	★
															★								★		★	★	★		★	★				★	★					★
	★					★									★											★				★				★			★			★
					★						★				★										★					★	★									

Eficasia estrena nuevos proyectos

En Eficasia cerramos el año 2022 con mucho entusiasmo, lleno de nuevos retos y objetivos por cumplir. Asimismo, con gran orgullo dimos la bienvenida a nuevos proyectos para este año que comienza, entre ellos: Claro Shop, Sanborns y Sears.

En un evento muy especial se realizó el corte de listón para inaugurar el inicio de operaciones de estos nuevos proyectos, con la presencia del frente Directivo de las nuevas cuentas, Carlos Rodríguez, Director de Expansión de Negocio y Experiencia del Cliente y Antar Nakid, Director General T1 Páginas; así como Ma. Eugenia García, Directora General del IMT; Alejandro Canasi, Director General de Eficasia; y Víctor Pimentel, Director de Operaciones y Soporte.

Cabe destacar la asistencia de Arturo Elías Slim, Director General *E-Comerce,* acompañado por su equipo ejecutivo, reafirmando los compromisos establecidos como socios de negocio.

Por otra parte, en el Centro de Contacto, Rosy Beltrán, Directora de Capital Humano, Juan Puon, Subdirector de Operaciones de Eficasia, con nuestro cliente Carlos Rodríguez, y acompañados de los equipos Gerenciales, dieron la bienvenida a quienes integran el equipo operativo, reafirmando que al trabajar juntos, la familia Eficasia, Claro Shop, Sanborns y Sears, alcanzarán cada objetivo que se propongan.

¡Continuemos sembrando grandes éxitos!

#SomosEficases

Alejandro Canasi, Carlos Rodríguez, Antar Nakid, Víctor Pimentel y Ma. Eugenia García.

Juan Puon, Jasbleydi Hernández, Carlos Rodríguez, Okairy Rodríguez, Rosy Beltrán y José Luis Aguilar.

IMT

PROYECTOS Y ARTE
POR IBEROAMÉRICA A.C.

Orquesta
Iberoamericana

El arte tiene la capacidad de lograr en el individuo lo que ninguna otra disciplina.

Te invitamos a formar un ensamble, una orquesta o grupo musico vocal dentro de tu empresa, para fomentar el trabajo en equipo, lograr una mayor integración de nuestros colaboradores, bajar los niveles de estrés, generar pertenencia e incluso cumplir esos sueños en los que todos deseábamos tocar un instrumento musical.

Beneficios:

- Difusión y Posicionamiento de Marca
- Distintivo Cultural Corporativo
- Formación musical en las instalaciones de la empresa
- Cumplimiento de la NOM35
- Deducción Fiscal
- Conciertos Corporativos y Filantrópicos

Para más información:
Lourdes Adame
l.adame@imt.com.mx +52 55 5340-2290 Ext.3010

Experiencia de usuario gestionada por Inteligencia Artificial, ¿Sueño o Realidad?

Ressolve.

"...El cliente siempre tiene la razón...", ha sido uno de los paradigmas en el ámbito comercial y de negocios con el que crecieron muchas generaciones aun activas económicamente, y estoy seguro que muchos la habrán escuchado y estarán parcialmente de acuerdo con esta afirmación; no obstante, independiente de cuál sea tu posición al respecto, la realidad hoy día es que la experiencia del cliente y colaborador (CX|EX), es sí o sí, un factor estratégico diferenciador, para cualquier marca, a fin de aumentar la fidelidad del cliente y colaborador, aumentar su tasa de recompra, incentivar la milla extra en el caso de colaborador, y sobre todo su nivel del recomendación dentro de su entorno, entre otros objetivos estratégicos.

La verdadera pregunta es ¿Conoces la voz de tu cliente? ¿Realmente sabes cómo son las interacciones de tu cliente con tus puntos de contacto? ¿Estas midiendo, proactivamente, estas interacciones? A simple vista, parecería que sí lo estamos haciendo, pues es el objetivo de las áreas de Servicio al Cliente, hoy renombradas de Experiencia. Sin embargo, en un mundo altamente sobre informado, con grandes volúmenes de datos no estructurados existentes en el medio, realizar esta tarea de manera concienzuda como el objetivo lo amerita, no deja de ser una tarea apoteósica, que exige un alto grado de automatización, para poder generar *insights* de valor, en pro del fortalecimiento de dicha ventaja competitiva.

La Experiencia de Usuario (CX)

Es importante resaltar que CX, engloba todas las interacciones de un cliente, con una empresa, en sus productos, servicios y canales de comunicación, no estando limitado solo a las transacciones; y aquí revierte un punto importante, ¿quienes participan en estas interacciones?, esta pregunta es parte de una tendencia cada día más relevante en términos empresariales y es la gestión de la experiencia del empleado (EX), que no en vano, resulta también ser un diferenciador.

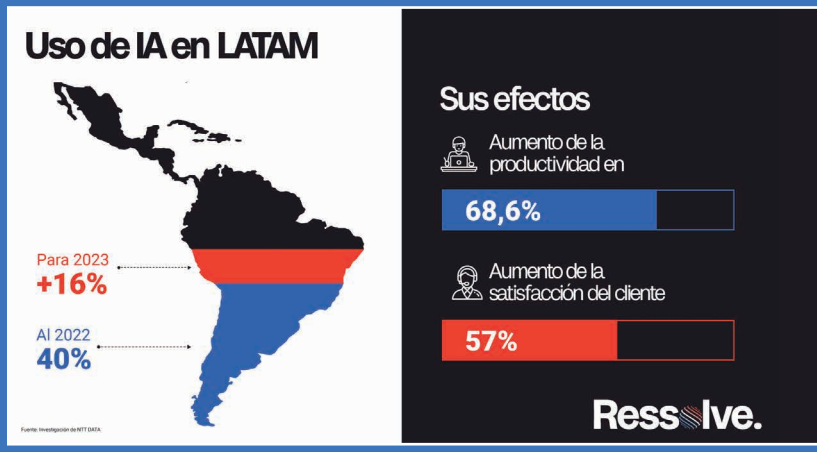
Se han documentado muchos casos de como la implementación de los servicios de *Chatbots* en las áreas de servicio a clientes, han tenido un impacto negativo en las organizaciones debido a la falta de personalización. Aunque este uso de la tecnología sigue siendo una alternativa interesante, tiene que ser revaluado en términos de alcance y método de cara a la experiencia del usuario.

De otro lado, una buena práctica de Experiencia del Colaborador (EX) que disminuya los niveles de rotación, que apalanque las capacidades innatas de cada una de las personas de las áreas de experiencia de cliente, así como la correcta aplicación de mejoras, permiten crear equipos más robustos, más comprometidos y mejor entrenados, factores que indudablemente generan beneficios dentro y fuera de las organizaciones.

Daniel Kahneman, Premio Nobel de Economía en 2002 y considerado uno de los padres de la llamada economía del comportamiento, señala que *"los CEO y altos ejecutivos ... acumulan muchos años de experiencia, desempeñan un papel de liderazgo y poseen habilidades técnicas e inteligencia emocional; pero en un futuro próximo, tendrán que convivir con una realidad en la que las decisiones estratégicas de las empresas también serán tomadas por la inteligencia artificial"*.

Así, en el acelerado entorno tecnológico que se vive en la actualidad, si bien la era de la Inteligencia Artificial (IA) autónoma aún no ha llegado, la suma de las diferentes aplicaciones de *Machine Learning* en los entornos empresariales ha llegado a un nivel de madurez de alta generación de valor para las organizaciones.

De acuerdo con un estudio realizado por *Harvard Business Review* y NTT DATA, el 90% de los ejecutivos de América Latina, considera la implementación de estas tecnologías emergentes como un factor muy importante para el futuro de su negocio. Asimismo, según el estudio, en 2022, el 40% de las empresas en LATAM utiliza IA, enfocados en proyectos pilotos e iniciación, y un 16% adicional planea hacerlo en los próximos meses.



Por esta razón, ¿no valdría la pena aplicar IA, para reforzar las áreas estratégicas de las compañías como las áreas de CX? Según Harold Diaz, CEO de Ressolve, *startup* latinoamericana de IA, los resultados generados hoy en día con su plataforma de *Speech Analytics* y *Text Analytics,* construida exclusivamente para la región de Latinoamérica, ya han superado las expectativas de ROI de sus clientes. Si bien es cierto que en muchos casos la implementación de estas herramientas se hace solo con un enfoque de productividad en la medición; la velocidad de procesamiento, la neutralidad de las evaluaciones y profundidad de los análisis, generan una información valiosa para la gestión de los centros de experiencia del cliente, permitiendo la toma de decisiones basada en datos *(Data-driven decision-making)* en las áreas de atención y servicio al cliente, claramente estratégicas.

La convergencia entre la explosión de datos de las organizaciones, y las crecientes capacidades técnicas de la Inteligencia artificial (IA), están permitiendo fortalecer las áreas de experiencia de cliente (CX), al recopilar, procesar y analizar grandes cantidades de datos no estructurados en este caso (Audio, Texto), para lograr una mayor comprensión de las necesidades y preferencias de sus clientes, con una mayor amplitud de población, en un menor tiempo del convencional, reduciendo el costo de oportunidad, al adaptar sus productos y servicios, y a su vez, lograr encontrar los *insights* comunicacionales de las interacciones que ofrece la marca, permitiéndole consolidar un equipo de personas más robusto, mejor retroalimento, empoderado y potencializado con datos reales más allá de las percepciones personales. Los agentes de los centros de contacto después hacen parte de la voz de las marcas.

En conclusión, dado valor estratégico que tienen los momentos de verdad que construyen la experiencia del cliente y del colaborador, como un factor diferencial ¿No hace sentido apalancarse en las tecnologías analíticas para reconstruir o reforzar el valor estratégico de mi marca?

Anteriormente decíamos que *"..quien tiene la información tiene el poder..."* pero ahora que la tenemos en llamadas, *chats, e-mails* y redes sociales ¿qué se está haciendo para sacar el mejor provecho? si crees que sí hace sentido y si quieres sacar el mayor y mejor provecho a tus datos no estructurados, ¡el momento es ahora!

Ressolve escucha, entiende, actúa.

Ressolve.
Escucha, entiende, actúa.

¡Gracias por un año de reencuentro!

2022 fue el año del reencuentro, después de vivir dos años de eventos virtuales, muestra de ello fueron los eventos presenciales que realizó el IMT, empezando por el Global CX *Forum Fest* en mayo, y posteriormente la Cumbre de Líderes, el CX e Comm de Guadalajara y Monterrey.

MUJERES LÍDERES CX

Para finalizar el año, el 29 de noviembre pasado, se realizaron la 5 Cumbre de Mujeres Líderes de CX, patrocinado por NICE y el *Coctail* de clientes y amigos.

Ma Eugenia García, Directora General del IMT, señaló que este reencuentro permite renovar el propósito y el compromiso de hacer de nuestro entorno: casa, familia, trabajo, ciudad; de nuestro México y de este mundo, un mundo mejor.

La equidad de género no es sólo una cuestión de justicia social y derechos humanos. Las mujeres deberían ocupar cargos de liderazgo únicamente por el hecho de representar a la mitad de la población, sin embargo, promover el cierre de las brechas de género implica beneficios económicos para las organizaciones, pues las empresas que tienen más mujeres en posiciones de liderazgo a nivel mundial son más competitivas que aquellas que no las tienen. Por lo tanto, es necesario aumentar la conciencia de género para reconocer las brechas históricas que impiden una posición equitativa de las mujeres en nuestras organizaciones, actuar frente a las diferentes discriminaciones explícitas que existen relacionadas con el salario, las oportunidades de ascenso y la diversidad de las actividades a las cuales se pueden dedicar las mujeres.

Ma. Eugenia García, IMT y Norma Pineda, NICE.

Como parte del programa, se presentó un panel de especialistas en el que estuvieron presentes: Ximena Canseco Michel, Directora en Impacto Social Metropolitan Group; Mariana Gutiérrez Bernárdez, Directora de la LIGA MX Femenil, y Eugenio Fonseca, Vicepresidente de Operaciones, Konfío, quienes charlaron sobre diversos aspectos de paridad de género y desarrollo sustentable.

Andrea Martínez, MegaDirect; Antonio Fajer, Pentafon; Víctor Pimentel, Eficasia y Norma Pineda, NICE.

Dulce Morales, IMT; Adriana Romero, Atento; Alejandro Orozco y Hairys Cordero de S1 Gateway e Israel Pérez, Sixbell.

Jennifer Alonso, RT4; Lina Jaramillo y Alejandro Martínez de Verint junto a Mauricio Eichner, Grupo Concentra.

Lanza el IMT “Círculo de Alto Nivel”

CANCX

Con el fin de impulsar la competitividad de la industria en México y a nivel internacional, el IMT ha organizado un nuevo evento denominado “Círculo de Alto Nivel” y cuyo propósito es propiciar el intercambio de experiencias, el diseño de iniciativas y acciones concretas que lleven al fortalecimiento de nuestra industria.

Mediante reuniones trimestrales, en las que se abordarán los retos más importantes del *Customer Experience* y Centros de Contacto se buscará la generación de ideas e iniciativas que nos ayuden a fortalecer la industria en nuestro país y, desde luego, en cada una de nuestras organizaciones.

En esta primera sesión, que se llevó a cabo el 17 de noviembre bajo el patrocinio de RT4, se abordó el tema de “Atracción y Retención del Talento”. Los participantes, moderados por Ramón Santoyo, mantuvieron una conversación en la que compartieron sus experiencias respecto a los retos del sector, las acciones que han llevado a cabo sobre la atracción y retención del talento; la necesidad de talento bilingüe, los nuevos retos de la formación y capacitación, la gestión del teletrabajo y cómo mejorar la imagen de la industria ante la opinión pública.

En este primer encuentro, el grupo de asistentes estuvo integrado por: Miguel Cesín, Director General de E Contact Professional Services; Manuel Laborde, Director General de Teleperformance México; Eugenio Fonseca, Director de Áreas Operativas de Konfio; Alejandro Casado, Director de Operaciones para RCI Latinoamérica; Luis Saturno, Vicepresidente de Servicio a Clientes DHL Express México; Dafne Meymar, Directora General de RT4; Rodrigo Martínez, Director de Relaciones con clientes en SKY; Antonio Fajer, Presidente de Pentafon; Antonio González, Director General de TKM; Marcelo Herrera, Director General de Active Farma; Elia Santillán, Directora General de Atento México; Mauricio Eichner, CCO de Concentra BPO; Alejandra Romero, Directora de Qualfon México; Vivian Cheja, Directora de Binomia; Rosy Beltrán, Directora de Recursos Humanos en Eficasia; Carlos Alberto López, Director de Servicio al Cliente de Totalplay y Grupo Salinas; Jorge Barbarán, Director General de grupo IMEX; Ma Eugenia García, Directora General del IMT; Ivette Bistrain, Directora de Operaciones del IMT y Lourdes Adame, Directora de Medios del IMT.

Patrocinado por:

convertia

PENTAFON
CONTACT CENTER & BPO

Organizado por:

IMT

EDICIÓN
18ª

PREMIO
NACIONAL CX

¡Reconocemos tu esfuerzo por brindar la mejor experiencia de tus clientes y colaboradores!

PREMIO
NACIONAL EX

Demuestra que eres el mejor con las estrategias que implementaste y conviértete en el próximo ganador.

1. Asiste al Taller Online
12 y 26 de enero

2. Registra tu caso
Del 9 de enero al 13 de febrero

3. Proceso de evaluación
20 al 24 de febrero

4. Ceremonia de Premiación
15 de marzo

Talleres Online

Para más información:

Tel: (52) 55 5340-2290 Ext. 5010/5020 | Cel. 55 8050 9244 |
premio@imt.com.mx | premionacionalcx.com.mx

/imtcontactforum | Instituto Mexicano de Telervicios (IMT) | @imt_ | IMTContactForum | imt_cx

Teleperformance
each interaction matters

Más que un ~~Call~~ Center, somos un

Global

center

Presentes en más de

80 países

Conoce más:

Somos
Teleperformance.