



“El panorama del CX y tendencias en la experiencia al cliente 2022”

ÍNDICE

- **Los cambios en el consumidor actual**
- **El panorama de la industria del CX en números**
 - o Agentes y centros de contacto en México
 - o Sectores atendidos
 - o Tipo de servicios
 - o Canales digitales y tradicionales más utilizados
 - o Servicios offshore por región
- **Talento en la industria del CX**
 - o Reclutamiento
 - o Oportunidades de crecimiento
- **Después de la contingencia sanitaria**
- **Footprint: Atento México**
- **Tendencias en la Experiencia al cliente**
- **Glosario de términos**



Los cambios en el consumidor actual

Hoy ante un escenario en donde estamos inmersos en la transformación digital, como industria enfocada en atención al cliente (CX) y externalización de negocios (BPS), tenemos que apostar por nuevas tecnologías que nos permitan atender las necesidades del consumidor actual.

La mayoría de las industrias estamos presenciando la evolución de un consumidor cada vez más digital, más informado, exigente y con capacidad de influenciar a otros usuarios. Al mismo tiempo, cada vez son menos los usuarios de productos y servicios y mucho más **consumidores de experiencias**.

Hoy empresas de todos los sectores se encuentran en una carrera por sorprender a sus consumidores con el objetivo de mantenerlos satisfechos. Lo anterior va muy en línea a que un 70 % de los clientes en América Latina tienen expectativas más altas del servicio de atención al cliente en comparación con el año pasado de acuerdo con un estudio de Zendesk.

Lo cual está convirtiendo al sector de la Experiencia al Cliente (CX) en una estrategia de fidelización y en un diferenciador clave para el futuro de una empresa. La demanda de servicios en CX está creciendo constantemente en el mercado existente, centrado en el consumidor, a medida que los clientes piden experiencias más personalizadas, relevantes, proactivas y, sobre todo, eficientes.



El panorama de la industria del CX en números

De acuerdo con un estudio de Frost & Sullivan, el mercado de experiencia del cliente alcanzó 9.7 mil millones de dólares de ingresos en 2020 tan sólo en América Latina y el Caribe^[1].

En el caso particular de México, se espera que para 2027 los ingresos provenientes del sector del CX sean de más de 1,900 millones de dólares^[2] lo cual se traduce en un crecimiento anual promedio de 5.4%.

Respecto a las verticales a las que presta servicios el CX, telecomunicaciones, banca y servicios financieros siguen siendo las que más solicitan las soluciones, sin embargo, se espera que salud, tecnología y retail presenten tasas de mayor crecimiento para los próximos años^[3].

Por otro lado, el nearshoring, servicio que consiste en brindar atención a clientes de un mercado en particular desde otro culturalmente más cercano, sigue siendo una fuente de ingresos fundamental para el mercado mexicano debido a que representó el 58% de sus ingresos durante 2021. México figura la mayor parte del mercado nearshore con un 78%. Por su parte, Atento ocupa el segundo lugar en cuota de mercado, con el 13.1% de los ingresos totales, pero ostenta la primera posición cuando solo se consideran cuentas nacionales^[4].

En general, sobre el tipo de servicio ofrecido por los centros de contacto a sus diferentes clientes se pronostica que continuará creciendo el segmento de la atención al cliente, seguido por las ventas y soporte técnico. Y en cuanto a canales más utilizados, además de la voz, se estima que los canales digitales crecerán un promedio cerca del 8.7% anualmente para los 5 próximos años versus canales tradicionales cuyo incremento anual será de 5.1%^[5].

^[1] Frost & Sullivan Study: CX Digitalization and Customer-Centric Initiatives are Driving Outsourcing Demand (executive summary)

^[2] Ibidem, (revenue)

^[3] Frost & Sullivan Study: CX Digitalization and Customer-Centric Initiatives are Driving Outsourcing Demand (executive summary)

^[4] Ibidem (market share by company)

^[5] Ibidem, (channel of contact)



Agentes y centros de contacto en México

La capacidad instalada -la cual se refiere a los centros de contacto- se concentra en el centro del país y equivale a más de 560 mil estaciones de trabajo y los estados que tienen la capacidad instalada más alta son: Ciudad de México, Estado de México, Jalisco y Nuevo León alcanzando un 70%.^[6] del total en el país.

Sobre las predicciones detectadas de las empresas en un sondeo realizado por el IMT, se destacó que el 69% esperan mantenerse igual durante 2021, mientras que 10% esperaba tener un crecimiento, lo cual tiene que ver con el ecosistema tan cambiante que se está presentando, consecuencia de la contingencia.

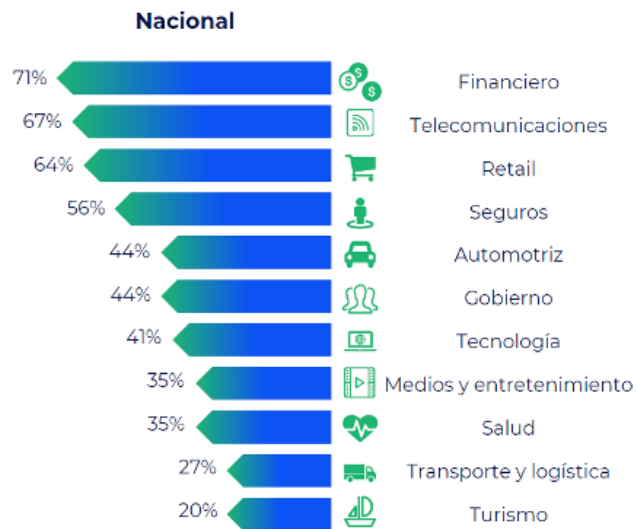


Sobre el punto anterior, Atento logró aumentar sus ingresos en 1.06 millones de pesos, derivado de sus clientes del sector financiero, así como la llegada de nuevos usuarios del sector tecnología.

Cada vez más, las empresas están considerando tener definidos objetivos en cuanto a CX refiere, y el 68% de las compañías ya están aplicando estrategias para la atención de usuarios.^[7]

Sectores atendidos

Con respecto al crecimiento por año, los sectores que incrementan su demanda de servicios de CX de manera constante son: financiero, telecomunicaciones y Retail con un promedio de 67%^[8].



Tipo de servicios

Respecto al tipo de servicios más solicitados por las empresas a nivel nacional destacan: el 83% para atención a clientes, seguido por promoción y ventas, y en tercer lugar cobranza^[9]. Esto hace sentido si realizamos un cruce con la gráfica anterior, por ejemplo, el sector de finanzas o retail requerirá más los centros de contacto para dar atención a sus clientes o promover las ventas de sus productos.

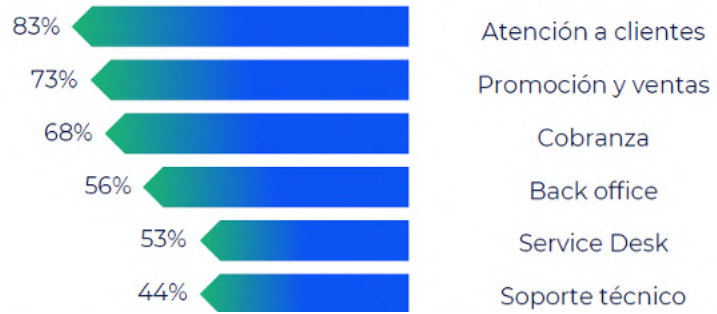
^[7] Informe Anual de Madurez AME, p. 19

^[8] 26 Estudio Nacional de Centros de Contacto BPMS (Business Process Management Services), p.12

^[9] Ibídem, p.13



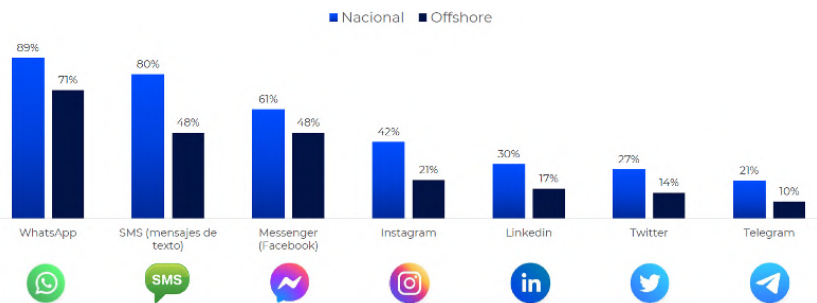
Nacional



Canales tradicionales y digitales más utilizados

Las llamadas siguen siendo el canal más importante de contacto entre marcas y usuarios con un 98%, seguido por el e-mail con un 88% y webchat disponible en los sitios oficiales de las diferentes empresas. Por otro lado, redes sociales como WhatsApp tuvieron un uso el año pasado de 89%, seguido por Facebook e Instagram.

De hecho, Frost & Sullivan pronostica que los canales digitales registrarán un mayor y más veloz crecimiento de alrededor de 14.5% anual al menos en Latinoamérica para los próximos dos años.^[10]



Latecnología es ahora más que nunca, un aliado clave de la experiencia al cliente (CX) debido a que a través de ésta se pueden agilizar operaciones, aumentar la productividad y prever escenarios de crisis, es decir, permite la mejora continua.

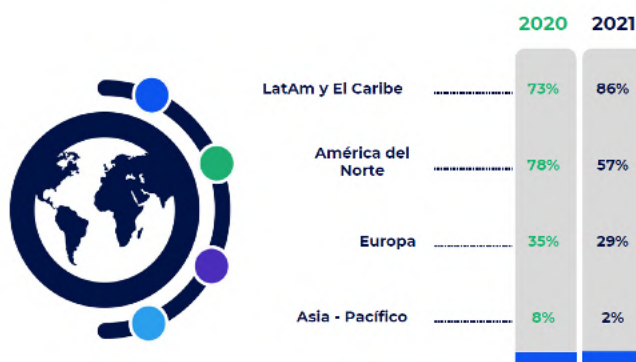
En este sentido, herramientas como la Inteligencia Artificial (IA), el Análisis del Habla, el PNL (Procesamiento del Lenguaje Natural), el Aprendizaje Automático o los asistentes virtuales están posicionándose en el CX y poniendo a disposición de los usuarios y clientes un ecosistema de autoservicio sin precedentes.

[10] Frost & Sullivan White Paper: Automation and Work-at-Home Transforming the Customer Experience Outsourcing Services Market in Latin America and the Caribbean, Forecast to 2025. (Channel of contact)

Servicios offshore por región

Los servicios de offshore crecen año con año. Durante el periodo 2020-2021 en Latinoamérica el servicio de offshore creció alrededor de un 13%, superando a la zona de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá).^[1] Al respecto, México se ha vuelto un destino muy competitivo debido a su cercanía con los países del norte y a la neutralidad del acento que se maneja en el idioma inglés.

Español e inglés son los dos idiomas de mayor importancia y uso para los servicios offshore, siendo el español el más predominante ya que sirve al segmento del mercado hispano de EUA y a los servicios de offshore de LATAM.



Talento en la industria del CX

La industria del CX/BPS es clave para la generación de empleos en México debido a que ofrece más de 700 mil empleos de acuerdo con el último estudio del IMT, el cual también destaca:

- 560 mil estaciones
- 87,110 hablan como idioma nativo el español
- 23,200 bilingües
- 32% son agentes de medio tiempo mientras que el 62% son agentes de tiempo completo.
- Perfil por edad: 52% tienen entre 20 y 29 años, seguido por un 24% de 30 a 39 años.
- Escolaridad - Agentes: 41% cuenta con preparatoria terminada, seguido por 23% de preparatoria trunca y 14% de carrera universitaria trunca.
- Escolaridad - Gerentes: carrera terminada 68%



Reclutamiento

Nueve de cada diez empresas, utiliza las bolsas de trabajo por internet y de manera muy cercana, siete de cada diez utilizan redes sociales, las cuales tuvieron un incremento en su utilización de un 23% en el último año entre las que destacan: Facebook (96%), WhatsApp (68%) e Instagram (45%).

Actualmente 76% de empresas cuentan con una cultura de Experiencia al Cliente al interior de la compañía, por lo que el 68% de los reclutamientos están orientados en este sentido.^[12]

Oportunidades de crecimiento

Las empresas compartieron que los elementos que consideran más competitivos en su estrategia de retención de talento son: el ambiente de trabajo, plan de carrera, sueldo, flexibilidad de horario, capacitación y bonos.

Ambiente 66%, plan de carrera 45% y sueldo 42%.

Bajo el mismo entendimiento que se da a las necesidades de los clientes, el 83% de las empresas con enfoque de CX recompensa a sus colaboradores, basado en resultados e implementan herramientas que ayudan a mantener buenas metodologías. ^[13]

^[12] Primer Informe Anual de Madurez AMEC, p. 18

^[13] Ibídem



Después de la contingencia sanitaria

A pesar de que la contingencia de salud mundial impactó a todos los sectores, el de CX/BPS tuvo resultados favorables, una encuesta llevada a cabo por el IMT resalta que 67% de compañías aseguró haber ganado nuevos clientes y 56% lograron aumentar sus campañas, mientras que 18% disminuyó campañas y 21% perdió clientes^[14]. Entre las compañías que reportaron un incremento en sus campañas, 56% corresponden a Atención a clientes, 44% a Promoción y ventas, 37% a Cobranza y 33% a Soporte técnico y Back Office.

Si bien durante este escenario se limitaron las expectativas de crecimiento en la mayoría de las industrias también ha traído consigo nuevas oportunidades de adaptación.

En el caso de Atento, la compañía no solo adaptó operaciones a distancia con su denominado *Atento@Home* sino que impulsó a la compañía a llegar al siguiente nivel, al desarrollar el primer centro de mando llamado *Atento Virtual Hub*, para concentrar y optimizar las operaciones en modelos de trabajo remoto.

Esto ha significado un paso más en la transformación del CX porque llegó para quedarse. Las empresas ahora tienen a su disposición un punto centralizado de gestión de todos los recursos remotos de su operación, desde el reclutamiento de los agentes, la formación y el desarrollo de las campañas, primando la seguridad y la agilidad con un alcance sin fronteras. Así como una gestión operativa en tiempo real que incluye supervisión, monitoreo y reporte de resultados de las diversas campañas.

Esta solución ofrece una alta flexibilidad, al basarse en tecnología en la nube, no está limitada a un lugar en específico y puede adaptarse a las necesidades operativas de cada cliente en un tiempo mínimo. Además, cualquier compañía, sin importar el sector al que pertenezca, puede contar con un hub de este tipo que, además, puede coordinarse con oficinas en otras partes del mundo, alcanzando así una gestión operativa global.

Asimismo, a partir de la digitalización de las operaciones e interacciones, la seguridad de la información se ha vuelto una prioridad, en el caso de *Atento Virtual Hub* cuenta con reconocimiento biométrico, autenticación de doble factor, conexión segura vía VPN, controles de seguridad de la información, entre otros protocolos, para garantizar la protección de datos.

Sin duda la contingencia dejó varios aprendizajes interesantes para la mayoría de las industrias y dejó entrever nuevas oportunidades de crecimiento.

^[14] 26 Estudio Nacional de Centros de Contacto BPMS (Business Process Management Services), p. 55



Footprint: Atento México

En los últimos 5 años la facturación del negocio de Atento ha crecido en los siguientes rangos de porcentajes y sectores:

- Más del 50%. Farmacéutico, Delivery Apps, Banca
- 11%-20%. Retail, Seguros, Telecomunicaciones, Automotriz, Salud y Multisector.

En el último año, el crecimiento/facturación del negocio de Atento ha crecido en los siguientes rangos de porcentajes y sectores:

- Más del 55% Banca.
- 11%-20%. Delivery Apps.
- 1%-10%. Retail, Seguros, Telecomunicaciones, Automotriz, Salud y Multisector.

Oportunidades de desarrollo profesional

- Actualmente Atento cuenta con 71 posiciones directivas, de los cuales el 33% ha comenzado en la operación y específicamente 2 directores del Comité Ejecutivo de México iniciaron su trayectoria profesional como agente de atención.
- El 80% de posiciones vacantes disponibles para supervisor/coordinador son cubiertas por personal interno.
- La edad media de los colaboradores se encuentra en los 30 años (generación Millennial)
- Asimismo, la generación centennial representa el 12% de su población con una edad promedio de 21 años, habiendo una equidad de género del 55% son mujeres y 45% hombres y como dato interesante, tienen mayor presencia en servicios financieros y atención al cliente.
- En los próximos 5 años esta generación representará para Atento cerca del 40%. Lo cual significará la mayoría en nuestra fuerza operativa generacional.
- Además de caracterizarse como una generación que nació con internet y redes sociales, Atento apuesta a esta generación ya que son personas con conocimientos nativos en medios digitales y tienden a adoptar negocios startups dentro de su vida cotidiana lo cual definitivamente suma con los objetivos de expansión de la organización en este sector.



Tendencias en la Experiencia al Cliente

Actualmente hay una continuidad en impulsar la integración de modelos a distancia en las estrategias de negocio en donde también existe una transformación en el consumidor, con una mayor exigencia por tener contacto digital.

Al respecto, Atento detecta las siguientes tendencias que continuarán para los próximos años:

1) Soluciones de omnicanalidad

La omnicanalidad en servicios de atención al cliente seguirá siendo clave en un largo plazo. A través de esta comunicación es posible atender las diversas solicitudes de los clientes en el canal de su preferencia, ya sea vía WhatsApp, webchats o por correo electrónico. La integración de diferentes plataformas brinda mayor autonomía y acercamiento de los clientes a las empresas, enriqueciendo su experiencia con la marca.

2) Chatbots de voz

Los chatbots de voz los cuales son soluciones basadas en Inteligencia Artificial (IA) proyectan un crecimiento inédito, se estima que el mercado de software con Inteligencia Artificial generará para 2025 cerca de 126 mil millones dólares^[1], de acuerdo con Statista. Esta solución permite a las compañías mantener e incrementar su cartera de clientes, mejorar el posicionamiento de sus servicios y la fidelización de sus clientes al brindar una mejor calidad de servicio.

Este tipo de soluciones pueden actuar sin intervención humana gracias a que su algoritmo de IA, capaz de entender lo que el usuario escribe con una efectividad superior al 90%, además de conseguir un porcentaje de satisfacción de cliente por encima del 95%.

Gracias a estos resultados positivos, su uso se ha popularizado principalmente en los sectores de Tecnología, Retail, Banca, Seguros y RRHH.

Atento, a través de ARI, Atento Virtual Human Expert, su agente digital de voz, permite automatizar las interacciones con los usuarios de las empresas a través de un lenguaje natural que se adapta a las exigencias y necesidades del usuario.

^[1] Estudio Statista: Inteligencia artificial (IA). Datos estadísticos.



3) Seguridad en los servicios de CX

Ante el aumento en la digitalización de la atención a usuarios, la seguridad en la implementación de servicios de CX será una prioridad para las compañías ya que deberán garantizar que la información esté respaldada, lo cual trae consigo que apuesten por innovación en sistemas de protección al interior de la empresa y al exterior, esto trae consigo mayor confianza de las personas para utilizar canales digitales.

4) Trabajo remoto

Actualmente, las empresas han tenido que replantear cómo trabajar de manera más eficiente con sus colaboradores. La acelerada transformación digital que se ha vivido en los últimos años ha brindado la oportunidad de colaborar a distancia, generando un incremento en la productividad de los colaboradores.

5) Automatización

La implementación de soluciones de automatización en estrategias de CX busca impulsar entre las empresas el incremento de su competitividad en el mercado, a través de atención personalizada e inmediatez en las respuestas.

Entre las soluciones más populares se encuentra RPA (Automatización Robótica de Procesos) que se utiliza en procesos que requieren una respuesta pronta, permitiendo búsquedas o cambios en los sistemas de forma más rápida y eficaz para los usuarios.

La tecnología está marcando la pauta en las preferencias y el comportamiento de los usuarios, especialmente porque permitirá el desarrollo de mejores herramientas digitales que se adaptan a las nuevas demandas y exigencias de los clientes.



Glosario de términos del sector

- **BPS:** Bussiness Process Services
- **CX:** Client Experience / Experiencia o Atención al cliente
- **Agente:** Persona que trabaja en un centro de contacto para la industria de la atención al cliente y tiene trato directo con los usuarios.
- **Chatbot:** solución basada en Inteligencia Artificial (IA) a través de la cual se pueden automatizar ciertos procesos de experiencia al cliente.
- **Centros de contacto:** Centros de trabajo donde se concentran los colaboradores para desempeñar sus actividades laborales.
- **Estaciones de trabajo:** Es el espacio individual que ocupa cada agente para trabajar.
- **Omnicanalidad:** Modelo de comunicación para mejorar la experiencia al cliente, basado en el contacto constante entre empresa y usuarios a través de múltiples canales al mismo tiempo.
- **Offshore:** Servicios brindados hacia el extranjero.
- **Nearshore:** Servicios para el mercado local.
- **RPA:** Robotic Process Automation / Automatización de Procesos mediante Robots.
- **IVR:** Respuesta de Voz Interactiva.