

Las nuevas tendencias en la externalización de servicios en EE.UU.: atender a los clientes desde Latinoamérica

EL NEARSHORE EN LATAM: EL FUTURO DEL BPO EN ESTADOS UNIDOS

El sector del Business Process Outsourcing (BPO) experimente en los últimos años un creciente proceso de traslado de parte de sus plataformas tecnológicas hacia **Latinoamérica**, gracias a la confianza que este tipo de externalización está generando en las compañías estadounidenses.

De hecho, según los datos registrados, estos países se están consolidando como una **alternativa sólida** frente a regiones que suponen un emplazamiento más alejado del país de origen del cliente, como es el caso del offshore en Asia. En 2012 la industria de externalización de servicios de Contact Center en Latinoamérica creció más rápidamente que en cualquier otra región del mundo. A modo de ejemplo, de 2010 a 2011, mientras que Latinoamérica experimentó un crecimiento que alcanzaba el 12,6%, Asia (APAC, Asia-Pacific Contact Center Outsourcing) registró un porcentaje que no superaba el 7,9%¹.

Es por ello que se está generando una corriente de **inversión optimista** que rodea al mercado de servicios de outsourcing en esta región. Esto se refleja en el hecho de que se estima un crecimiento del 6,68% en los próximos cinco años.

CAMBIO DE TENDENCIA CON VENTAJAS CLARAS PARA EE.UU.

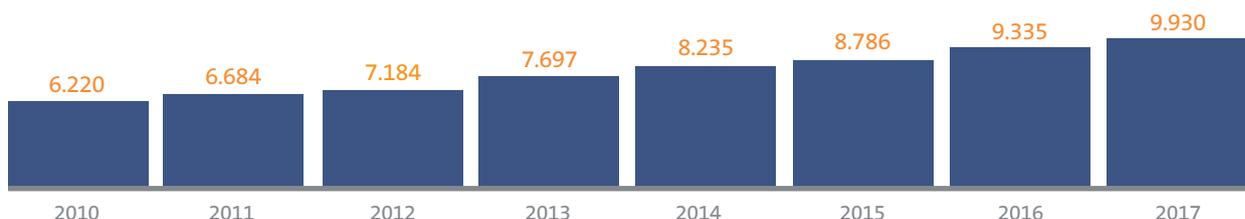
Latinoamérica presenta una serie de **ventajas claves** que están logrando que cada vez más compañías en Estados Unidos estén externalizando sus servicios de BPO en esta región.

1. En primer lugar, cabe destacar la **cercanía** como una de las principales razones de que se esté produciendo este cambio. La similitud de los horarios con respecto a EE.UU. unido a la menor distancia (en espacio y

tiempo) que supone viajar a estos países, convierten a Latinoamérica en una región idónea para el emplazamiento de los servicios de BPO.

2. Por otra parte, el **idioma** es un factor decisivo para las empresas que deciden externalizar sus servicios a esta región. Si bien es cierto que el español sigue siendo el idioma materno en la mayoría de las regiones latinoamericanas, cada vez más, gracias a la proximidad con EE.UU. y conforme las nuevas generaciones acceden a estudios superiores, el inglés se ha ido conformando como el segundo idioma por excelencia. Debido a la proximidad con EE.UU., el dominio del inglés y del español hace que el servicio que se ofrece sea bilingüe, proporcionando en muchas ocasiones un valor añadido para las empresas.
3. Además, esta cercanía no sólo se traduce en un entendimiento idiomático, sino que también existe una gran **afinidad cultural** entre los latinoamericanos y los estadounidenses. Las empresas radicadas en EE.UU. se están dando cuenta poco a poco de que el componente cultural es de vital importancia en los servicios de BPO, lo que convierte al nearshore en Latinoamérica en la mejor elección. En realidad, supone una opción intermedia que combina las ventajas tanto del onshore como del offshore.
4. El desarrollo económico experimentado en los países latinoamericanos en los últimos años ha propiciado que las **infraestructuras** de telecomunicaciones hayan avanzado notablemente y presenten altos índices de modernización. Dado que la mayoría de los servicios externalizados se proporcionan por teléfono o través de Internet, la disponibilidad de conexiones de alta velocidad y servicios de Internet móvil son decisivas a la hora de elegir estos mercados como países es lo que basar los servicios BPO.

US Offshore to LATAM Revenue Growth



■ Revenue \$M USD

¹ FS - Latin America Contact Center Outsourcing Services Market 2012

Y EN EL FUTURO, ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE EL BPO?

Como mencionábamos anteriormente, se estima que la demanda del nearshore en Latinoamérica experimente un fuerte crecimiento y se espera que siga así en los próximos años. ¿Por qué?

Una de las principales razones consiste en la **reducción de costes** que supone el servicio nearshore con respecto a las otras formas de tercerización (bien sea onshore u offshore). Estos precios, en función de las características de cada proyecto, pueden incluso llegar a ser hasta un 30 ó 40 por ciento más bajos, gracias, entre otras cosas, a los incentivos fiscales que ofrecen estos países. Este hecho, sin duda, convierte a esta región en una gran oportunidad en una época en la que, además, muchas empresas están aplicando estrictas políticas de reducción de costes.

Por otra parte, el hecho de que una empresa esté provista de servicios nearshore **mitiga los riesgos** de tener soporte únicamente en países más alejados del país de origen del cliente. Esto no implica necesariamente que los

servicios offshore en Asia tiendan a desaparecer, sino que hay que buscar formas de diversificación que supongan una combinación adecuada, según la idiosincrasia de cada empresa, de deslocalización de servicios. De esta forma, se podrá asegurar la calidad, la disponibilidad, los recursos y la eficiencia.

Otra de las claves de que este fenómeno continúe en la senda del crecimiento es constante **aumento de la población hispana** en Estados Unidos. Según la Enciclopedia del español en Estados Unidos, elaborada por el Instituto Cervantes, el español es la segunda lengua en este país, hablado como primer o segundo idioma por más de 45 millones de hispanos. Este segmento de población demanda a las empresas norteamericanas un servicio bilingüe y con cultura afín que permita que la atención sea de máxima calidad.

Todo ello, unido a las ventajas mencionadas anteriormente de cercanía, infraestructuras, idioma, etc., hace que sea de esperar que una parte importante del negocio de las empresas de BPO esté en Latinoamérica en un futuro próximo.

Atento está posicionada en el mercado como empresa número 1 en los mercados de habla hispana y portuguesa y es líder en países clave como México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Puerto Rico o Perú. Además, Atento cuenta con operaciones locales en USA, que complementan la oferta con servicios onshore. Nuestra experiencia y liderazgo en el mercado hispano y nuestra amplia experiencia en el mercado americano nos hace unos partners excepcionales para poder encontrar la mejor solución rightshore para tu empresa, manteniendo los altos estándares de calidad basados en la experiencia del consumidor final que son garantía de Atento.