

Outsourcing.

Descubriendo las oportunidades de la crisis.

Referencia del Documento: WP-Spain-0409-1

En este *WhitePaper* *encontrará:*

Pedro Lozano de Castro, Director General de Sitel en el Sur de EMEA, ofrece un punto de optimismo, pero a la vez realista, para ver este momento como una oportunidad para innovar, ganar en solidez y garantizar el éxito futuro.

Trata las preocupaciones que están en la mente de los gestores líderes de compañías en todo el mundo y nos muestra **cuatro imperativos estratégicos** en los que las organizaciones deben centrarse para salir reforzadas de la actual recesión económica.

Introducción

“La historia nos muestra que muchas empresas han aprovechado las condiciones económicas difíciles para conseguir una importante ventaja competitiva”

La historia nos muestra que muchas empresas han aprovechado las condiciones económicas difíciles para conseguir una importante ventaja competitiva. Tenemos a nuestro alcance una amplia gama de nuevas estrategias empresariales, que se pueden medir e implementar de manera eficiente y con rapidez.

Es realmente importante para todas las organizaciones realizar un esfuerzo y reflexionar sobre qué es lo que pueden hacer para captar las mejores oportunidades, de manera que puedan salir con una posición favorable en las actuales circunstancias que está atravesando la economía mundial. Si pensamos en esto y revisamos las lecciones aprendidas de anteriores épocas difíciles, encontraremos una serie de imperativos en los que todas las organizaciones deberían centrarse hoy.

Gestión de Costes.

El primer imperativo es llevar a cabo una rápida y sostenida gestión de los costes. Para sobrevivir a un ciclo económico en recesión, es esencial que las empresas hagan balance y busquen formas de simplificar los procesos, ahorrando dinero pero sin descuidar la calidad y la coherencia de sus servicios.

Evidentemente, es importante que todas las organizaciones analicen sus componentes básicos de costes, comprendiendo dónde están los gastos críticos y haciendo todo lo posible para asegurarse de que éstos se gestionan de manera eficaz.

No es de extrañar, entonces, que muchas organizaciones opten por subcontratar a un proveedor especializado, aprovechando las eficiencias de responder más rápidamente a las demandas del mercado, ganando con los ahorros logrados a través de economías de escala y concentrando los esfuerzos en aquello que realmente hacen mejor, ya sea la fabricación de automóviles, desarrollo de paquetes de seguros a medida, o proporcionar energía eléctrica de forma competitiva.

“...la flexibilidad, la profundidad de conocimientos y la alineación estratégica para manejar más allá de sus necesidades inmediatas...”

Sin embargo, aquellas empresas que opten por la externalización deben asegurarse de que su nuevo socio tenga la flexibilidad, la profundidad de conocimientos y la alineación estratégica para manejar más allá de sus necesidades inmediatas.

¿El proveedor externo cuenta ya con una infraestructura en los principales centros de bajo coste y los lugares más eficientes? ¿Son sus capacidades lo suficientemente amplias y es capaz de operar a través de negocios tan complejos como el suyo? Si no es así, es mejor pensarlo dos veces y buscar una empresa capaz de ofrecer una estrategia sostenible, centrada en el retorno de la inversión tanto a corto como a largo plazo.

Excelencia Operativa.

La segunda área crítica gira en torno a la excelencia operativa. Es realmente importante para todas las organizaciones comprobar que están haciendo lo esencial de forma correcta. De tal forma, existe un gran número de imperativos alrededor de la excelencia operativa. Debe asegurarse de que los procesos están alineados, que el modelo de funcionamiento está en orden y que las técnicas correctas, como la **“Lean Six Sigma”**, se están aplicando adecuadamente para obtener el máximo de la actividad operativa en toda la empresa.

Es también el momento en el que todas las compañías han de concentrarse en conservar a sus clientes más importantes. De hecho, en tiempos de dificultad, las organizaciones líderes permanecen cerca de sus clientes. Es crucial estar convencido de entender qué es lo que tienen sus clientes en la cabeza y centrarse en aspectos clave, como son los derivados de sus experiencias con su servicio o producto. En Sitel, por ejemplo, ponemos especial énfasis en mejorar el **“Net Promoter Score”** o **NPS**, una forma de medir la satisfacción del cliente basada en cómo recomiendan a una compañía.

La segmentación y priorización de sus principales clientes también permitirá crear programas que garantizarán que se están proporcionando los servicios y productos realmente apropiados y con el adecuado nivel de precios, de acuerdo con el actual contexto que están viviendo sus clientes.

Retención del Talento.

“...en 2010 existirán más empleos disponibles que personas calificadas para cubrirlos.” Se debe evitar el pensamiento común de que el aumento de las tasas de desempleo representa un factor de retención natural de su equipo humano. Ahora, como siempre, es el momento de poner foco en retener a las personas más valiosas, de conservar el talento. Según algunos estudios, en 2010 existirán más empleos disponibles que personas calificadas para cubrirlos. Los empleados con mayor talento, las personas con experiencia que contribuirán a impulsar el negocio en estos momentos de incertidumbre, tienen más valor que nunca para las compañías - y ellos lo saben.

Por esta razón, las organizaciones deberían explorar las oportunidades derivadas de estas circunstancias para convertir el trabajo en un aspecto valioso, a la vez que deben buscar oportunidades para que sus empleados afronten nuevos desafíos en los que sus capacidades y competencias puedan crecer. Los líderes y gestores de cada empresa han de estar motivados para ayudar a que las personas vean la conexión entre lo que hacen y sus efectos en el futuro de la compañía, así como en el de sus clientes internos y externos, y en el de la sociedad.

La comunicación también desempeña un papel crucial al mostrar un interés genuino y al reconocer a cada una de las personas en las que se apoya y de las que se depende. La construcción de un canal directo y claro de comunicación ayudará a las personas a superar las incertidumbres de esos momentos difíciles, lo que les aportará también una mayor seguridad sobre su futuro, así como sobre el de la compañía

Aumento del Control y Medición.

Y finalmente, el planteamiento de control se basa en una realidad muy sencilla: no se puede mejorar algo que no se puede medir. Especialmente hoy, en estos momentos de creciente dificultad, muchas compañías se están dando cuenta de que no pueden permitirse desconocer qué es lo que están consiguiendo por cada euro que gastan.

Actualmente, se puede decir que prácticamente todo lo que se hace en una empresa se puede medir, y la gran cantidad de informes disponibles en las empresas posiblemente confirma esta hipótesis. Sin embargo, ¿Esos informes reflejan datos fiables y precisos? ¿Muestran de forma efectiva dónde se puede mejorar?

“...la crisis terminará, y se podrá prever quiénes serán los supervivientes por la capacidad que tenga cada organización de mantener su vista en el futuro concentrándose en las actividades obligadas del día de hoy.”

Por consiguiente, entre las acciones realizadas durante un período de marcada dificultad debería incluir la optimización de toda la gestión de inteligencia de negocio para garantizar su óptima evolución, además de convertir todos los datos en información precisa, fácilmente manejable y disponible de forma prácticamente inmediata, a fin de permitir una rápida toma de decisiones. Lo que puede aportar mayor certidumbre en tiempos de intensa incertidumbre.

Estos son, por lo tanto, los aspectos que pueden ser realmente importantes para las compañías a fin de garantizar que se salga reforzado, tanto si se tiene una posición de liderazgo como si se encuentra en un momento en el que está tratando de sobrevivir.

De tal manera, no es sorprendente que las organizaciones necesiten ser ahora más proactivas, innovadoras y sólidas, a la vez que intentan mantener su foco en el mañana. El hecho es que la crisis terminará, y se podrá prever quiénes serán los supervivientes por la capacidad que tenga cada organización de mantener su vista en el futuro, concentrándose en las actividades obligadas del día de hoy.

Sobre Sitel

Sitel es la compañía líder mundial en servicios de Gestión de Relaciones con el Cliente y Externalización de Procesos Empresariales (BPO). Con más de 60.000 empleados en 27 países, la compañía proporciona soluciones a escala mundial desde sus sedes locales y en el extranjero en más de 155 instalaciones en Norteamérica, Sudamérica, EMEA y Pacífico Asiático. Los servicios galardonados de la compañía brindan pautas estratégicas, escala y diversidad de ofertas a sus clientes, a fin de garantizar los mejores retornos de la inversión. Para más información, visite www.sitel.com.



España
C/Retama 7
28045
Madrid
España
+34 91 379 74 74

Inglaterra
Building 600
Leavesden Park
Hercules Way, Watford
WD25 7GS
+44 (0) 1923 689 600

EEUU
Two American Center
3102 West End Avenue
Suite 1000
Nashville, TN, 37203, USA
+1 866.95.Sitel

Para más información sobre otras localidades, visite www.sitel.com.