

p

Nota de Prensa

<i>Fecha</i>	10 de octubre de 2011
<i>Contacto</i>	Xavi Janer, PwC Tel: 91 568 42 75 e-mail: Xavier.janer.serra@es.pwc.com
<i>Páginas</i>	4

Informe sobre la industria del *outsourcing* y el *offshoring* elaborado por PwC

El ahorro de costes pierde importancia como único factor para las empresas a la hora de externalizar sus servicios

- *Ya no basta con externalizar determinados servicios a cualquier país, independientemente de su lejanía. El “nearshoring” -trabajar en el mismo uso horario del cliente- se impone.*

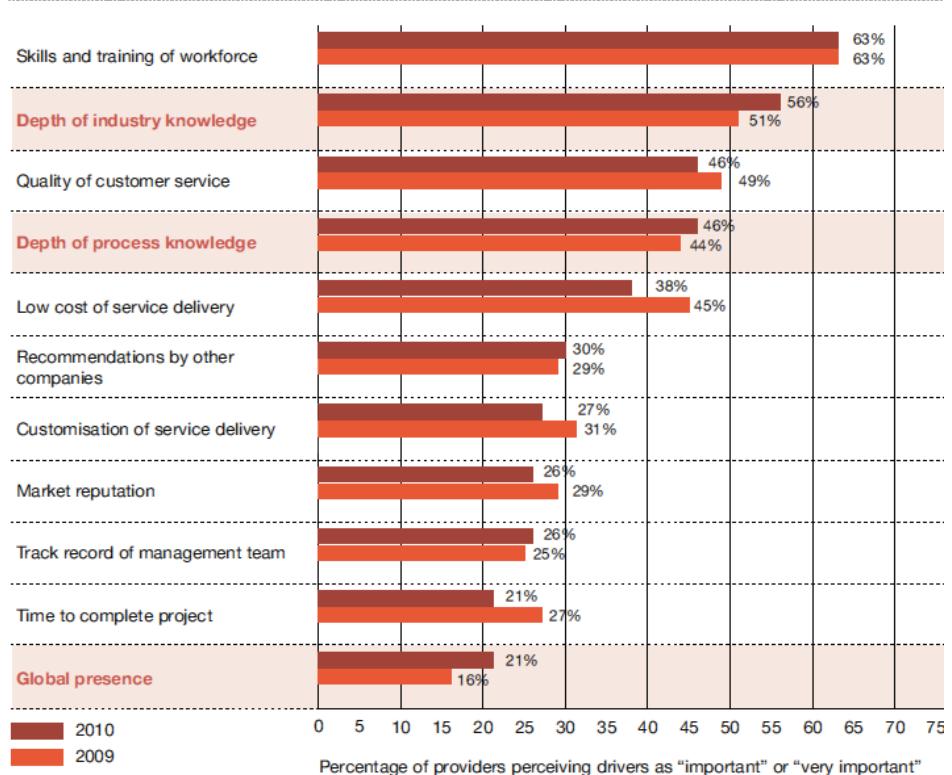
Madrid, 10 de octubre de 2011. El modelo tradicional del negocio de outsourcing -creado por proveedores con base en países como India y profesionales a bajo coste- se está quedando obsoleto. Las compañías ya no consideran el ahorro de costes como el único factor a la hora de externalizar sus servicios, según el **Informe Mundial sobre la Industria del Outsourcing y Offshoring elaborado por PwC**. Las empresas, además, exigen a sus proveedores de servicios que tengan presencia en todo el mundo, que conozcan su sector de actividad y que su personal laboral tenga cada vez una mayor cualificación. El estudio recoge la opinión de 1.850 compañías y de 620 proveedores de servicios de *outsourcing* en todo el mundo.

Si en 2009 cerca de la mitad de los entrevistados (45%) consideraban el ahorro de costes como el principal motivo a la hora de elegir su proveedor de servicios externos. Las tornas están cambiando. Este porcentaje ha caído hasta el 38% mientras que otros factores como el conocimiento del sector -del 51% al 56%-; la formación de sus profesionales -se mantiene en el 63%- o la presencia global de sus compañías proveedoras -sube del 16% al 21%- están al alza.

Destinos más atractivos

El aumento de la competencia y las nuevas exigencias de las empresas están desarrollando una tendencia conocida como el *nearshoring*. Ya no basta con externalizar determinados servicios a cualquier país, independientemente de su lejanía. Los proveedores de *outsourcing* se han dado cuenta que deben estar cerca de sus clientes y EE.UU y Europa Occidental se muestran como los destinos más atractivos, según el 36% y el 19% de los encuestados.

Gráfico 1: ¿Qué aspectos tienen más valor para las compañías a la hora de externalizar sus servicios?



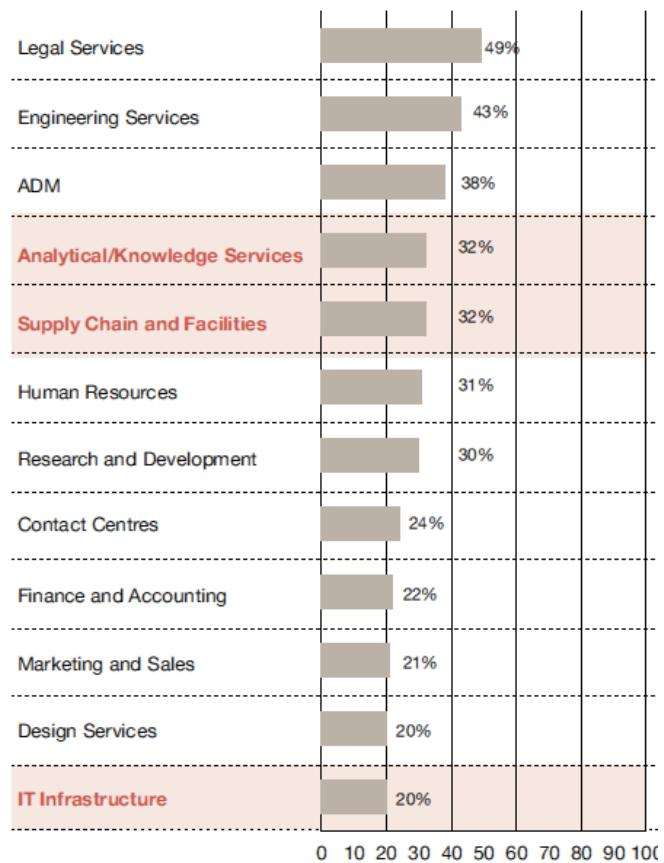
Las compañías comienzan a exigir a los proveedores de servicios que se conviertan en socios estratégicos en lugar de, simplemente, ser meros proveedores de servicios considerados *commodities*. En este sentido, los proveedores de servicios están invirtiendo en centros y programas de formación para personal interno. Estas iniciativas persiguen aumentar los conocimientos de sus profesionales para entender las necesidades y procesos requeridos por los clientes, especialmente en aquellos que impliquen un alto nivel de *expertise* y de interacción frecuente. Así lo expresa el 50% para áreas como la I+D o los servicios de diseño, y el 59% para servicios relacionados con los recursos humanos. En China y Europa del Este, el 75% de los proveedores asegura que invertirá en innovación de servicios relacionados con el *cloud*.

Los servicios que más se externalizarán

El informe destaca los servicios que más demandarán las compañías entre los próximos 18 y 36 meses. La mitad de los entrevistados cree que el área con mayor desarrollo en el futuro será la de servicios jurídicos de menor valor, seguida de la de servicios de ingeniería -43%- y del desarrollo y mantenimiento de aplicaciones (ADM) -38%- (ver gráfico). Por industrias, la del software y la alta tecnología en Europa del Este y Latinoamérica; y la de electricidad, salud, financiera y seguros en Asia, acumularán mayores crecimientos.

Por lo que se refiere a las estrategias de crecimiento, casi el 75% de los entrevistados apuesta por el crecimiento orgánico -fundamental a través del aumento de la escala y el alcance de sus servicios- para los próximos tres años. Las fusiones y adquisiciones son una vía alternativa para el 13% de los encuestados y el 7% desea convertirse en objeto de compra por parte de algún competidor.

Gráfico 2: ¿Qué servicios de outsourcing tendrán un mayor crecimiento en los próximos meses?



Por último, el estudio resume cómo debería ser el nuevo enfoque de la industria, basada en un nuevo tipo de relación con el cliente, y destaca cuatro aspectos concretos:

- Mejorar la **eficiencia operativa** y el tiempo para lograr los objetivos marcados por los clientes.
- Acercarse a los **clientes clave**. Los proveedores de servicios necesitan aproximarse a sus clientes, especialmente en los casos que exigen una alta interacción y cuando la sensibilidad de los usos horarios lo requiere.
- **Desarrollar internamente las capacidades exigidas por el cliente**. Para ganar en el actual contexto de competencia global, los proveedores deben seguir para desarrollar capacidades específicas para sus clientes a través de la inversión en centros de formación y del fomento de un entorno propicio para la innovación.
- **Mercados de alto crecimiento**. Deben centrarse en los mercados donde la demanda de un servicio determinado es fuerte, y en los que tienen una capacidad superior y una ventaja competitiva sobre sus rivales.

Para César Calleja, socio responsable de soluciones de negocio de Consultoría de PwC, “debido a la necesidad creciente en las empresas de mejorar su eficiencia operativa, cada vez es mayor la demanda de servicios de outsourcing. A medida que va aumentando la madurez tanto en los clientes solicitantes de este tipo de servicios, como de los proveedores de los mismos, va ampliándose el abanico de áreas de la empresa susceptibles de ser externalizadas, no centrándose ya únicamente en las tradicionales de”

Finanzas, Tecnología y Recursos Humanos. Actualmente están cobrando mucha fuerza áreas como la de Servicios Legales y Jurídicos.

Como parte de la evolución de estos servicios, estamos viendo como determinados países prestadores, que aportaban una ventaja en términos de coste, ya no resultan tan competitivos debido a factores como la inflación salarial, aumento de la rotación en el puesto de trabajo y al hecho de que aunque el coste sigue siendo un elemento fundamental en la toma de la decisión, hay otros aspectos muy importantes como la proximidad al cliente, la calidad del servicio y la necesidad de crear nuevos tipos de capacidades".

PwC

PwC (www.pwc.com) ofrece servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal, especializados en cada sector, para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes. Más de 161.000 personas en 154 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico.