

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Estudio Especializado



PERU: Centros de
Contactos en Cifras

prom
perú

Índice

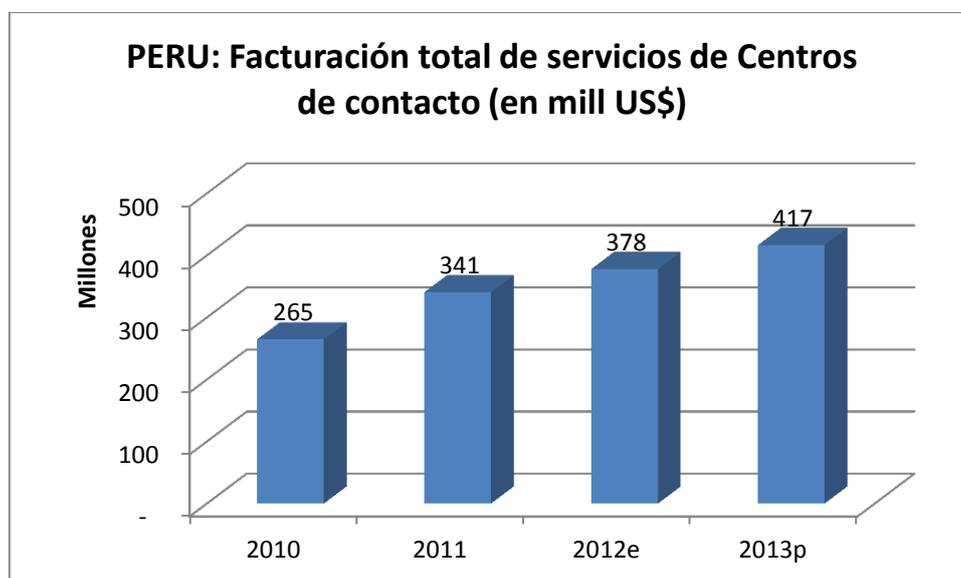
	Págs.
Sector de Centro de Contacto en Cifras	3
Offshore	5
Proyecciones para el Sector	8

SECTOR SERVICIOS DE CENTROS DE CONTACTO EN CIFRAS

Los servicios de centros de contactos es uno de los más dinámicos, que por sus características y la modalidad de entrega de los servicios, permite generar un importante número de puestos de trabajo. Estos centros atienden a numerosas empresas que optan por externalizar u organizarse internamente para recibir y transmitir un amplio volumen de llamados y pedidos por diferentes canales de comunicación (teléfono, e-mail, mensajes de textos, entre otros) con la finalidad de vender un producto, fidelizar, cobrar, encuestar, postventa, entre otros fines.

En el 2011 la facturación mundial por servicios de centros de contacto superaba los \$10 billones de dólares, de los cuales el 21% fue contratado externamente. Esta situación genera oportunidades para países como el Perú, el cual no está ajeno a esta corriente comercial, estando considerada dentro de la Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios 29646 como una actividad de exportación de servicios y por ende exento del Impuesto General a las Ventas.

El sector de centros de contacto en el Perú, continuará presentando una tendencia de crecimiento positiva. Si vemos la facturación del 2011 llegó a los US\$ 341 millones, reflejando un incremento del 29% con respecto al año 2010, proyectándose así un crecimiento del 11% para el 2012. De esta forma, el sector se encuentra en su etapa de desarrollo acelerado, impulsado básicamente por la presencia de las subsidiarias de empresas transnacionales, quienes apuntando hacia el exterior generan el 88% de las exportaciones. En cuanto a las ventas internas de las empresas con capital peruano (20 de 35 en total) generaron casi el 30% de la facturación en el 2011.



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012.

Cuando observamos el número de posiciones existentes (cada posición genera 2,5 puestos de trabajo) apreciamos que su crecimiento es acelerado, con una tasa por encima del 30% anual. Las posiciones dedicadas a operaciones locales representaban en el 2011, el 61% del total. Sin embargo, a nivel de la productividad de ventas por posición, encontramos que las posiciones dedicadas para la exportación (offshore) generan 16% más que la productividad de las locales, es decir US\$19,219 por

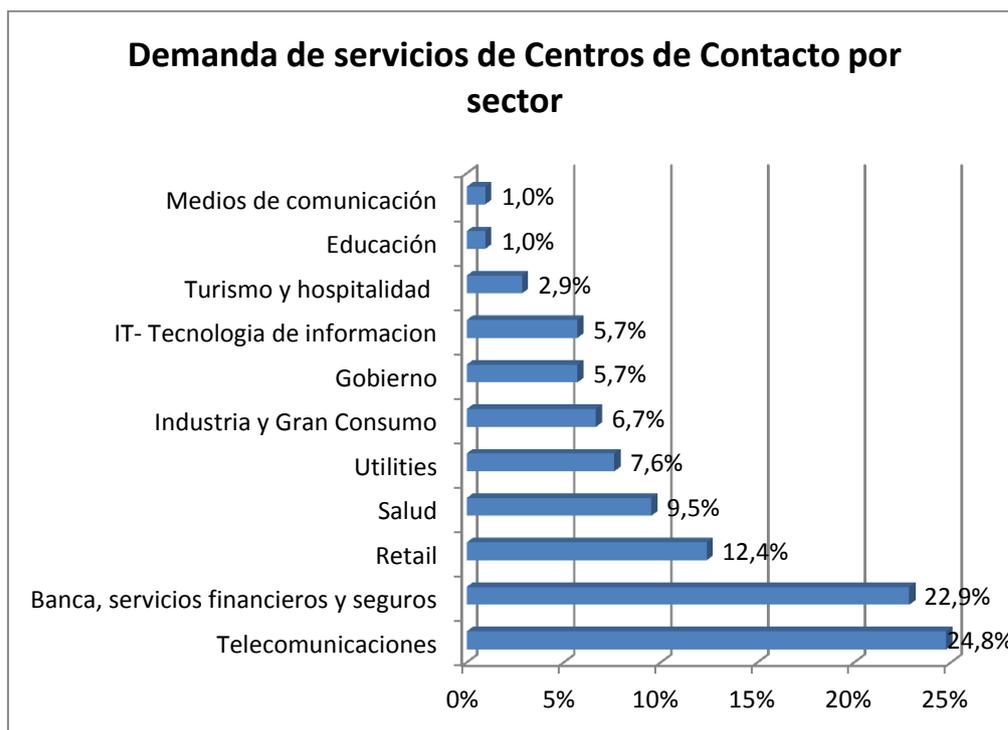
posición frente a los US\$16,585 por posición local. El sector emplea a 36,479 trabajadores, de los cuales el 80% (32,469) son teleoperadores.

Posiciones instaladas de Centros de Contacto

Tipo	2010	2011	Var.2011/10	2012e	Var 2012/11
Local	9,262	11,701	26.3%	16,628	42.1%
Offshore	5,429	7,621	40.4%	9,850	29.2%
Total	14,691	19,322	31.5%	26,478	37.0%

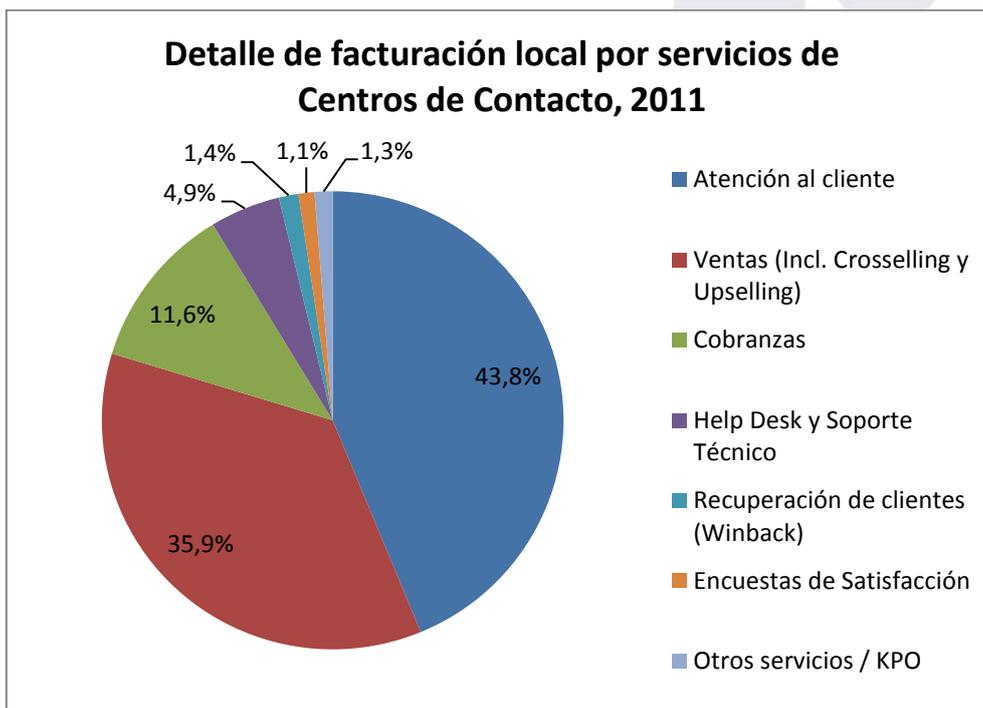
Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012

Si analizamos el comportamiento de la demanda, podemos concluir que los sectores de telecomunicaciones, banca y retail son los mayores usuarios de los servicios, al concentrar el 60% de la demanda. Sin embargo, es interesante conocer que cada vez más se incorporan nuevos sectores que tercerizan este tipo de servicios como son: los medios de comunicación, educación, turismo, entre otros.



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012

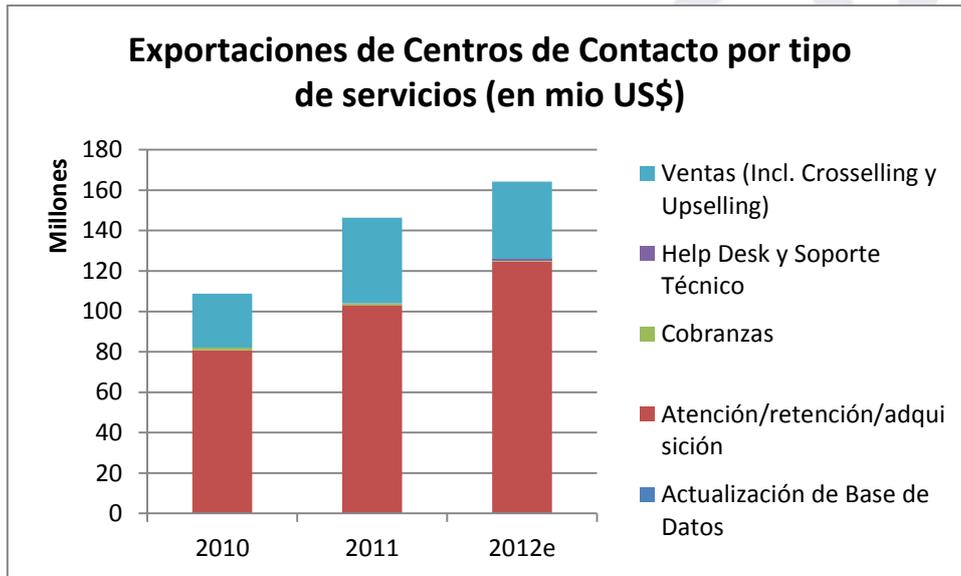
Respecto a los servicios que brindan los centros de contacto a nivel local, podemos apreciar que los mayores servicios que contratan las empresas son: atención al cliente y ventas, ambos representan el 80% de la facturación. Sin embargo, el servicio de cobranza es el tercero más demandado por la banca y los retail principalmente.



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012

Offshore

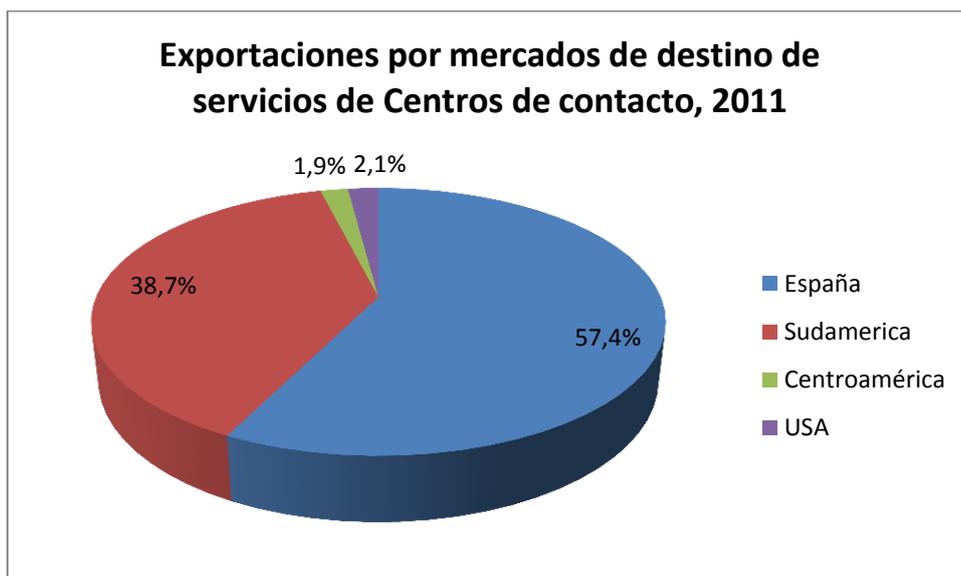
La demanda externa de servicios de Centros de Contacto crece cada año, debido a la necesidad de contratar servicios de calidad y costos competitivos, tal como se citó anteriormente el 21% de la facturación mundial fue a empresas externas. En el Perú las ventas de offshore superaron los \$146 millones, representando un crecimiento del 35% respecto al año anterior, estimándose así una variación de 12% para el 2012. Esta reducción responde a la crisis internacional europea principal mercado para los servicios peruanos. De acuerdo al gráfico siguiente, se observa que el comportamiento de la demanda externa es similar a la realidad local, al tener una mayor demanda externa concentrada en servicios de Atención al cliente y Ventas (99% de las exportaciones en el 2011.)



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012.

Los mercados de destinos de los servicios de centros de contacto no están muy diversificados, debido principalmente a una mayor concentración de empresas extranjeras instaladas en nuestro país, en mercados como España, uno de los países más afectados con la crisis internacional y que ahora están presionando a buscar nuevos destinos. Asimismo, los indicadores económicos del país provocan que las estrategias de crecimiento estén centradas en Perú.

Los países que actualmente atiende la oferta peruana son: España, Chile, Ecuador, y en menor grado, en USA y Centro América.



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012.

Si analizamos el comportamiento de los principales mercados por tipos de servicios que se contratan del exterior, podemos encontrar que el mercado español demanda servicios de atención, retención y adquisición (43%) el cual sigue creciendo en los últimos 3 años. Sin embargo, el servicio de ventas cae en 8 puntos en el último año, reflejándose así la crisis en Europa. Mientras que el mercado chileno demanda servicios de ventas (Incl. Crossselling y Upselling), el cual se ha logrado recuperar de la caída sufrida en el año 2011, compensado así la reducción producida en Europa.

Si miramos hacia el norte de la región, podemos apreciar que el mercado norteamericano luego de haberse reprimido proporcionalmente en los últimos años, se reflató en el 2012, pasando de 2.05% en el 2011 a 5.6% de la participación en las exportaciones totales. Aunque siendo la demanda menor en mercados como Argentina, México y Centro América, se muestra un crecimiento proporcionalmente avizorándose con mejores perspectivas para los años venideros, pudiendo reforzarse la actividad promotora de PROMPERU hacia estos mercados.

Centros de Contacto: Evolución de Mercados Destino por tipo de Servicios

País / Servicio	2010	2011	2012
España	43.11%	57.37%	50.51%
Actualización de Base de Datos	0.00%	0.05%	0.10%
Atención/retención/adquisición	35.79%	42.05%	43.04%
Cobranzas	0.74%	0.29%	0.04%
Help Desk y Soporte Técnico	0.00%	0.00%	0.36%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	6.59%	14.98%	6.97%
Chile	18.20%	11.28%	15.68%
Atención/retención/adquisición	8.04%	4.82%	8.22%
Cobranzas	0.25%	0.22%	0.27%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	9.91%	6.23%	7.18%
Ecuador	7.44%	7.23%	6.78%
Atención/retención/adquisición	4.00%	3.81%	2.30%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	3.44%	3.42%	4.49%
USA	2.79%	2.05%	5.65%
Atención/retención/adquisición	0.95%	0.74%	5.40%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	1.84%	1.31%	0.25%
Argentina	1.43%	1.57%	2.33%
Atención/retención/adquisición	0.03%	0.02%	0.02%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	1.40%	1.55%	2.31%
México	1.40%	1.49%	1.56%
Ventas (Incl. Crossselling y Upselling)	1.40%	1.49%	1.56%
Centro América	0.39%	0.29%	1.06%
Atención/retención/adquisición	0.39%	0.29%	1.06%
Total general	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012.

El grado de internacionalización de este sector es bastante alto: 43% de la facturación total se origina por las exportaciones, teniendo al 42% de las empresas encuestadas que se declaran *exportadores regular* o habitual.

Proyecciones para el sector

Los pronósticos para el 2013 señalan un crecimiento para el sector de Centros de Contacto del 10% en la facturación total respecto al 2012, según encuesta realizada a empresas representativas del sector. De las cuales, señalan que la facturación local tendrá un incremento del 12% y las exportaciones se incrementarán en un estimado cauteloso de 8.3%, debido a esto último, las empresas priorizarán como estrategia el mantenimiento del nivel de ventas alcanzado, en un entorno externo todavía recesado. Siendo así, deberá reforzarse en la promoción de nuevos mercados internacionales para aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrece este sector.

Los empresarios manifiestan un particular interés por expandirse preferentemente hacia los mercados de Chile, España, Argentina, Brasil y USA.



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios." Octubre, 2012