

Perfil de Mercado

Perfil de mercado de centros de contacto en Ecuador

Jaime Andrés Palomeque – Francisco Ramírez C.

impulsando
el comercio y la inversión



El mercado de los *contact centers* es uno de los más dinámicos y avanzados tecnológicamente.

En el Ecuador un sector poco definido y no desarrollado, donde los oferentes son pocos, donde la mayoría tiene participación en el sector de software, y su poco desarrollo se debe a que no se ve de parte de las empresas los beneficios dentro de los call center, ya que muchas empresas prefieren contratar a una o dos personas para tener este servicio.

Descripción del sector

- Un mercado competitivo en Ecuador, en el que ha enseñado a los usuarios a reclamar servicios de valor añadido y a exigir la forma en la que quieren relacionarse con la empresa.
- Esto ha obligado a los call centers tradicionales a convertirse en contact centers, donde se integran diversos canales de interacción con la empresa como teléfono, e-mail, sms..., con la misma sencillez y eficacia que proporciona una solución de centro de atención telefónica y ofreciendo a los clientes un único punto de contacto para resolver sus necesidades.
- Sin lugar a duda los call center tienen potencial en Ecuador, implementando servicios novedosos con costos razonables, ya que una de las objeciones de las empresas para implementar este tipo de servicios es el alto costo.
- Dentro del mercado Ecuatoriano podemos evidenciar 18 empresas que prestan los servicios de call center de manera exclusiva.



Características del mercado

- Atención al cliente / números 900.
- Encuestas telefónicas (estudios de mercado, sondeos de opinión, calidad y satisfacción de clientes.)
- Seguimiento de acciones de marketing.
- Labor de cobranza.
- Encuestas de satisfacción, sondeos e investigaciones de mercados.
- Envío de mensajes.
- Seguimiento post-venta.
- Recepción de llamadas de campañas publicitarias e imagen.
- Creación y actualización de bases de datos.
- Recepción de pedidos, etc.



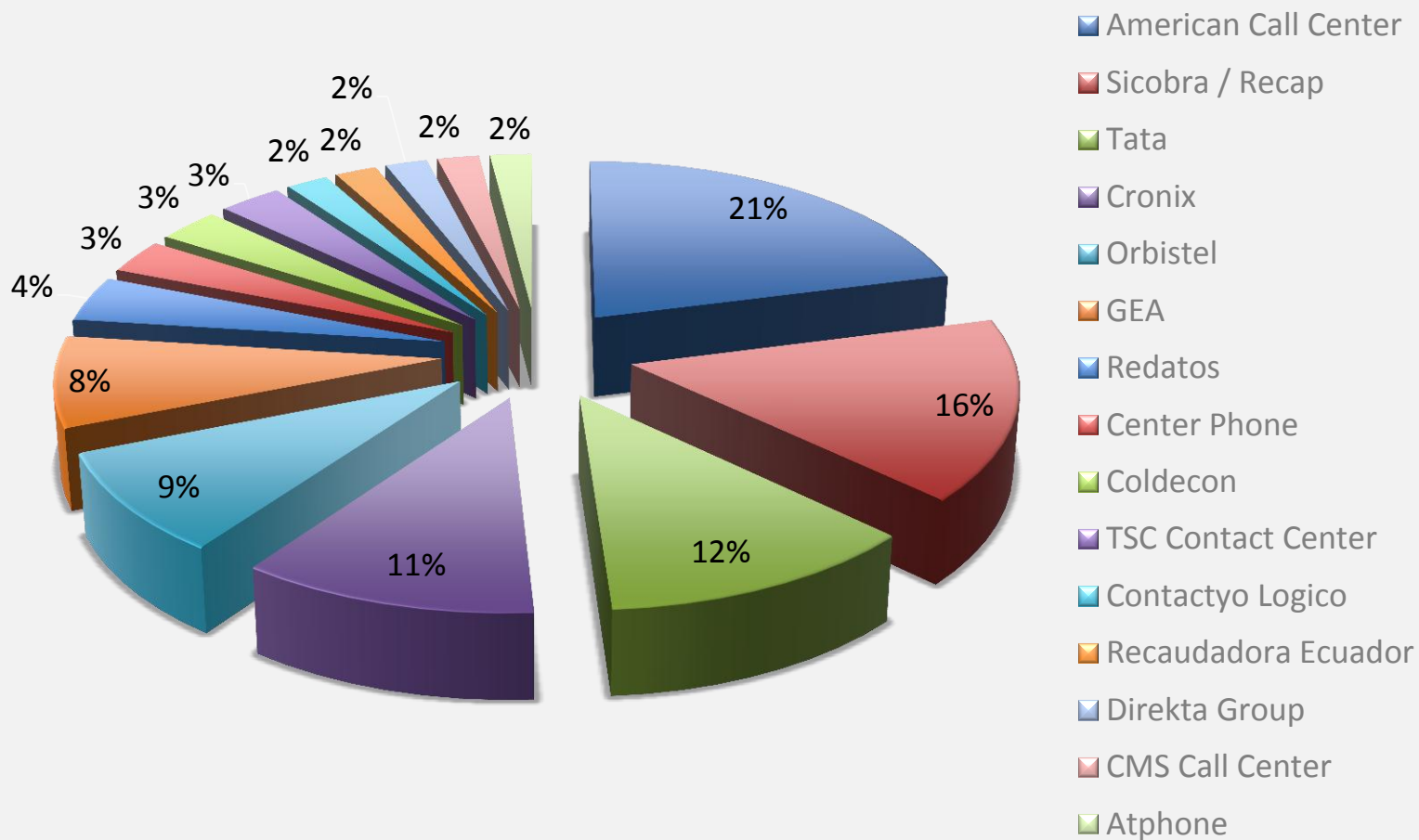
Oferta

Las empresas que brindan servicios de Call Center en Ecuador se detallan a continuación, teniendo en cuenta empresas como **American Call Center, Tata, Sicobra y Cronix** son las más grandes, Tata empresa procedente de India ha tenido una gran aceptación dentro de los rubros bancarios, brindando sus servicios a la mayoría de ellos, y de igual manera con el sector público

EMPRESAS OFRECEN SERVICIOS DE CALL CENTER EN ECUADOR

Telalca
Area-itinformatica y tecnología s.a.
Cronix
Evolution software
Easycall
American Call Center
Tata
Sicobra / Recap (SIC Contact Center)
Orbistel
GEA
Redatos
Center Phone
Coldecon
TSC Contact Center
Contactyo Logico
Recaudadora Ecuador
Direkta Group
CMS Call Center
Atphone

Centros de Contácto en Ecuador (2009)



- La empresa American Call Center cuenta con 2 centros de contacto distribuidos en Quito y Guayaquil, con los cuales ha logrado una óptima coordinación a nivel nacional para crear y desarrollar confianza en sus clientes.
- Brinda el mejor y más eficiente soporte de servicios relacionados a la industria del contact center, el cual le ha permitido estar un paso adelante en la industria Ecuatoriana.
- Cuenta con un certificación Norma COPC[®], la que reconoce su estandarización en procesos para Contact Center, y cuenta con socios estratégicos en la industria, como lo es con AHEEVA Technology que es una empresa canadiense especializada en el manejo de Contac Center Multimedia y creadora de soluciones de negocios.



Tamaño de mercado

- El mercado de los Centros de Atención de Llamadas viene creciendo, durante los últimos años, a un ritmo del 30% anual y está fuertemente implantado en sectores como el financiero, turismo y empresas de servicios y suministros.
- El sector representa un mercado pequeño en Ecuador, el mismo que esta relacionado con la poca presencia de empresas que han incursionado en este servicio. No se puede identificar una presencia masiva ni un dominio claro de ninguna compañía en el mercado, ya que es muy prematuro hablar de la industria de los call centers en Ecuador.
- El concepto y la práctica de esta tendencia todavía no se ha propagado masivamente, lo que se puede traducir en una gran oportunidad para incrementar y difundir este negocio.



Localización

La oferta de centros de contacto la podemos encontrar en Quito y Guayaquil, el mercado no esta muy delimitado de forma clara pero las empresas con mayor oferta se encuentran en estas dos ciudades.

Análisis de la competencia

En Ecuador podemos encontrar soluciones de Contact Center provenientes de México, Brasil Argentina, Colombia, Perú, Estados Unidos.

Las empresas líderes en el mercado en ofrecer Contact Center son:

TATA CONSULTANCY SERVICES de origen Indú,

Telealca (Es una empresa Ecuatoriana creada por la Multinacional Alcatel Lucent),

Cronix que es de capital Ecuatoriano que empezó dentro del negocio con apoyo de una empresa Española, ya que sus dueños trajeron la idea del negocio desde Europa.

Existen empresas locales mas pequeñas como:

Banred S.A, SYRAL, COMPUSEG, que ofrecen asesoría en la implementación de mesas de servicios, sistemas de recaudaciones, cobros y también ofrecen los servicios como outosourcing.



El Consumidor

- En la actualidad en Ecuador se sigue relacionan a los centros de contacto, mesas de ayudas y otros servicios como desarrollo de Software, no hay una estadística clara del tipo de consumidor que adquiere estos servicios pero dentro de este estudio pudimos encontrar que quienes tienen Call Center son los Bancos, Cooperativas de Ahorro y crédito, Empresas de cobranzas y emisores de tarjetas de crédito en su mayoría.
- El perfil de los consumidores en este segmento en Ecuador son empresas grandes (de 100 empleados en adelante) con volúmenes de ventas promedio anual de \$800.000 USD que en 90% son multinacionales.
- Los valores por los que una empresa paga por el desarrollo de call center y estos son muy variados que depende mucho de las características del servicio pero podemos encontrar soluciones desde \$4.000 USD hasta \$200.000 USD con características como línea dedicada, VPN y grabación de voz.
- Una empresa invierte en un Cal Center con la expectativa de que este tenga un tiempo de funcionalidad adecuado de por lo menos 5 años, a partir del año 6 piensan en mejorarlo o cambiar del todo de plataforma.



La decisión de compra

- Para los centros de contactos básicamente se mira mucho el precio y las ventajas que dicha solución va a presentar, además para compra de dichas soluciones se prefiere formas de pago a crédito de acuerdo a la implementación o a 30, 60 y 90 días de crédito dependiendo del valor.
- Hay una consideración interesante dentro de los factores asociados a la decisión de compra es que algunas empresas evalúan la experiencia del proveedor y el éxito de la aplicación que ofrecen, además de garantía de 3 meses por buen funcionamiento y asistencia técnica gratis en ese período en caso de presentar inconvenientes.
- La tecnología que se desarrollo o que aporte el Centro de contacto va a marcar mucho el valor de la solución, por esta razón creemos que los requisitos tecnológicos pueden ser un factor asociado que muchas empresas no lo están considerando en el momento actual pero que en la implementación se ve como una inversión fuerte.



Percepción del producto peruano

Percepción

- En general los productos peruanos son considerados de buena calidad y de un valor monetario asequible.

Tendencias

- Se percibe muy bien centros de contactos con soluciones informáticas como un CRM, ERP e incluso una plataforma de manejo minería de datos dentro un inteligencia de negocios.

Calidad

- Se mira con buenas señales el creciente desarrollo de la economía peruanas, lo que llama mucho la atención de los empresarios ecuatorianos y esto queda demostrado en el índice de confianza de mas de las 30 empresas Ecuatorianas operan en territorio Peruano.



Conclusiones

Los Call Centers son en la actualidad la mejor herramienta de negocios para satisfacer las exigentes necesidades de comunicación directa y personalizada entre empresas y clientes brindando un nuevo concepto en servicio al cliente.

El mercado para centros de contactos no está de todo delimitado y definido, todavía no se conocen las bondades de los centros de contactos además existe la percepción de que los costos de implementación de los mismos es muy alto

En la línea de desarrollo de software a podido levantar el nivel del mercado y dentro de su oferta brindan los servicios de call center y mesas de ayuda.



Quito- Ecuador
15 noviembre de 2012