

UNIVERSIDAD ESAN



**Plan de Negocio de un Contact Center Estratégico para la empresa
“Los Portales”**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para
obtener el grado de Magíster en Marketing por:**

María Elena Gamio Vergara

Kenyi Edgar Rojas Cruz

Miguel Angel Viveros Zuazo

Programa de la Maestría en Marketing

Lima, 18 de Junio de 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Invertir en un Contact Center para el grupo Los Portales es altamente rentable porque para un escenario pesimista representa una TIR de 14%, frente a un escenario esperado de 24% y un escenario optimista de 31%.

Estos escenarios se dan porque está en un mercado que crece entre 18 a 20% en los últimos años, tiene pocos competidores posicionados o recordados en el top mine, y tienen la imagen para sus clientes empresas como servicios que generan relación con sus consumidores, rentabilizan su negocio a través de un canal de ventas, y reducen sus costos operativos a través de la tercerización de algunos de sus actividades y operaciones que no son determinantes para el core del negocio.

Los Contact Center presentan tres procesos de negocios Outsourcing, BPO y BTO. El Outsourcing operativiza básicamente las llamadas de salida y entrada, el BPO, gestiona la funcionalidad de un tipo de servicio de la empresa con tecnología AVAYA o CISCO que son las más conocidas en el mercado y BTO, aplica inteligencia de negocio, y herramientas comerciales para generar rentabilidad a la empresa.

Estos procesos de gestionar llamadas están diferencias en INBOUND , que son llamadas de ingreso, y OUTBOUND que son llamadas de salida, y ambas responden a procesos, herramientas, software, competencia y demanda del mercado.

Los servicios de Contact Center por su naturaleza son *intangibles*, siempre debe estar asociado a un beneficio para el cliente; *inseparables*, su producción y venta se dan en simultáneo, *variables*, son más heterogéneos en sus procesos, y, *caducan*, porque no se pueden almacenar; estas cuatro características hacen que la calidad del servicio cobre mayor importancia para estas empresas porque prima más la percepción y la experiencia del cliente con la misma.

Del análisis de los factores internos, se puede concluir que las fortalezas son mayores que las debilidades por lo que el Grupo “Los Portales” tiene alta probabilidad

de éxito para incursionar en el mercado interno y externo. Siendo una de sus mayores fortalezas su capacidad financiera y los cambios tecnológicos que puede realizar.

Del análisis de los factores externos, se puede concluir que las oportunidades son mayores que las amenazas por lo que el Grupo “Los Portales” tiene alta probabilidad de éxito para incursionar en el mercado interno y externo. Siendo una de sus mayores oportunidades el crecimiento del mercado, la falta de especialización en servicios por rubro económico, alta disponibilidad de recursos humanos y alta innovación de mejora en los servicios Inbound y Outbound.

Su mayor amenaza la encontramos en el ingreso de nuevos competidores transnacionales principalmente del mercado español debido a la crisis financiera y la falta de inversión en tecnología por los rápidos cambios que tiene ésta, por lo que se deberá posicionar la marca en los consumidores para marcar una barrera de ingreso en los servicios y actualizar la tecnología para operativizar los mismos.

Y de acuerdo a la investigación de mercado realizada encontramos que el mercado no ha desarrollado servicios como especialistas en ventas por rubros económicos, en inteligencia comercial y en soluciones, por lo que serán oportunidades para aprovechar de Los Portales Contact Center.

Las tendencias prevén un mercado en crecimiento y el desarrollo de estrategias de diferenciación, enfocada en innovación de servicios, que respondan y se adapten rápidamente a la demanda de las empresas. Las redes sociales pasarán a ser un canal de atención, y la especialización del personal en servicios por rubros económicos será más demandado. Esto generará que los Contact Center prioricen más la relación con el cliente, para lo que trabajarán principalmente un marketing de servicios.