



SERVICIOS

Venta cruzada e incertidumbre

Las empresas de *outsourcing* se enfocan en vender más servicios a sus actuales clientes. Competir sólo por precios ya no es efectivo.

Este año las estrategias de las empresas del sector *outsourcing* apuntarán a aumentar la venta de servicios adicionales a sus actuales clientes y no tanto a nuevas empresas. Ello con el objetivo de volver a crecer a mayor ritmo que otros sectores, como el año pasado (SE 1565, SE Destaca).

La desaceleración beneficia a las empresas de *outsourcing* porque en esa coyuntura sus clientes buscan ser más eficientes y centrarse en su *core*. Pero en el escenario de mayor crecimiento de este año —de 1 pp más que en el 2017, según el consenso de analistas consultados por SEMANAeconómica (SE 1604, Economía y Finanzas)— las empresas modifican sus estrategias para no perder viada.

El año pasado el crecimiento se alineó a las estimaciones y en algunos casos las superó (ver gráfico). “Crecimos cerca del 8%. Nuestra proyección era 6%. En rentabilidad la mejora fue incluso mayor”, dice Rodrigo Yepes, gerente general de Grupo Eulen. “Los *contact centers* crecieron entre 8% y 9% y en el 2018 lo harán en la misma tasa”, dijo Guy Fort, gerente general de Fortel (SE 1598).

Este año el enfoque en nuevos clientes ha disminuido con respecto al año anterior. Sodexo es una de ellas. “En los clientes corporativos hay una penetración del 80%. La oportunidad está en ofrecerles más servicios y de mayor valor agregado” dice Alfonso de los Heros, su CEO. La empresa estima crecer 20% en las venta de servicios a corporativos. “Los clientes que teníamos en limpieza también tomaron *facility management*, seguridad, reclutamiento y selección”, dice Yepes.

Las empresas no podrán sólo usar el argumento de menores precios para captar nuevos clientes, como sí lo hicieron el año pasado. En incertidumbre política las empresas se resisten a cambiar de proveedores y retrasan las licitaciones, coinciden los ejecutivos consultados. Para contrarrestarlo la estrategia es ofrecer más prestaciones, como paneles de control, implementación tecnológica, entre otros, al mismo precio.

Con estas estrategias las empresas de *outsourcing* continuarán creciendo por encima del ritmo económico del país. (BY)■

Las empresas no podrán sólo usar el argumento de menores precios para atraer clientes

Ventas de las empresas de *outsourcing* en el 2017

En %

Lo que estimaban
Lo que lograron



Las empresas de *outsourcing* crecieron por encima de sus pares en otros mercados

*Para la unidad de corporativos

Grupo Eulen, G4S, Sodexo, INEI