

clave

Número 13 / Enero 2014

Konecta

La revista de Konecta sobre las claves del outsourcing

Manuel Beltrán y Cándido García

Head of BT Contact y

Business Development Manager of BT Global Services

**Fidelización de clientes:
seducir, no embaucar**



**Helpdesk,
solución integral para TIC**

Estimado amigo,

En Konecta damos la bienvenida a 2014 cargados de optimismo e ilusión. Optimismo porque el año pasado fuimos capaces de dar empleo a 3.690 nuevos profesionales, hasta sumar en total casi 20.000 trabajadores. Ilusión porque en este 2014 prevemos seguir con este excelente ritmo de crecimiento.

En nuestra opinión, estas excelentes cifras no sólo indican que se acerca el punto y final de la recesión, sino que nuestras decisiones, como la creación de una nueva sede de Contact Center en Galicia o nuestra apuesta por el mercado brasileño, están resultando acertadas.

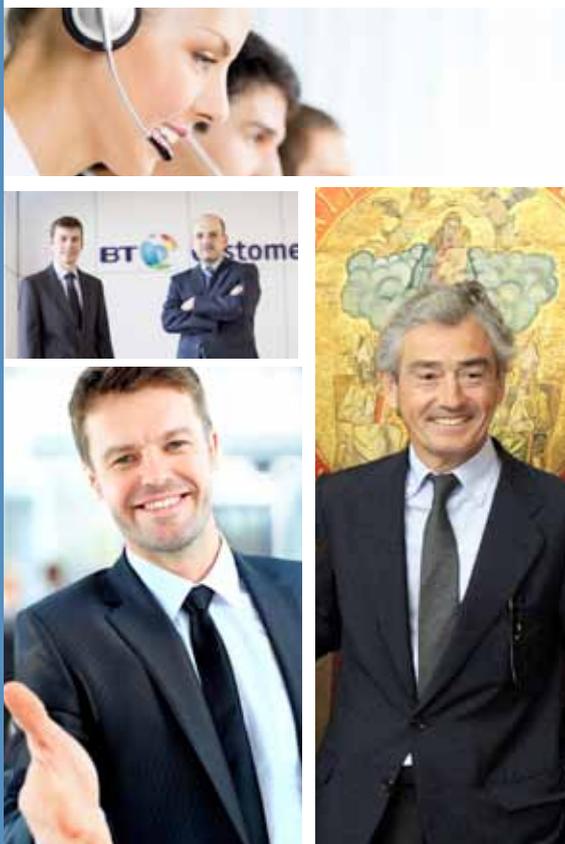
Quiero dar las gracias a Manuel Beltrán, Head of BT Contact, y a Cándido García, Business Development Manager de BT, uno de nuestros principales clientes. Ellos nos dan las claves de éxito de su compañía, BT Global Services, una multinacional que opera ya en 190 países con la innovación como piedra de toque.

Nuestro Help Desk, como una de las soluciones fundamentales para Tecnologías de la Información y la Comunicación, un interesante reportaje sobre la fidelización al cliente y la siempre fundamental labor de la Fundación Konecta son otros de los contenidos que puedes encontrar en este número de nuestra revista que inaugura el año.

Esperando que disfrutes de la lectura de Clave Konecta tanto como nosotros hemos disfrutado preparando sus contenidos, me despido.



Enrique García Gullón
Director General de Konecta



3 actualidad

Konecta asume el servicio de Atención Telefónica del 092 y 080 del Ayuntamiento de Barcelona

8 tendencias

Fidelización de clientes: seducir, no embaucar

10 la voz del cliente

Manuel Beltrán
Head of BT Contact
Cándido García
Business Development Manager

12 nuestros servicios

Helpdesk,
la solución integral para TIC

14 socialmente responsables



Konecta asume el servicio de Atención Telefónica del 092 y 080 del Ayuntamiento de Barcelona

El pasado 1 de noviembre Konecta asumió el Servicio de Atención Telefónica del 092 y 080 del Ayuntamiento de Barcelona. Los principales trámites que realizará el personal destinado al servicio son los siguientes:

- Trámites relacionados con la información que requiere el ciudadano en relación al servicio de la Guardia Urbana (consulta de vehículos, ingresados por accidente, consultar personas accidentadas).
- Derivación de las llamadas al destinatario correspondiente cuando sean de la Guardia Urbana de Barcelona u otros servicios municipales.
- Dar respuesta sobre las quejas que se reciban telefónicamente sobre servicios e intervenciones de la Guardia Urbana de Barcelona y derivar al servicio correspondiente en caso necesario o informar sobre dónde se pueden presentar reclamaciones.
- Trámites relacionados con temas policiales (circulación, seguridad ciudadana, temas asistenciales, policía administrativa) y trámites de emergencia.
- Reabrir incidencias en caso de peticiones de levantamiento de inmovilizaciones de vehículos y comunicar a la Guardia Urbana.

Este servicio se lleva a cabo desde las instalaciones de Konecta – Barcelona y las instalaciones del cliente, el servicio es cubierto por 41 agentes en horario de 24x7 los 365 del año.

Konecta asume los servicios del Centro de Atención al Cliente de Correos

El pasado mes de diciembre, Konecta resultó adjudicataria del servicio cuyo acuerdo entrará en vigor el 1 de marzo, con una vigencia de dos años y la posibilidad de prórroga por dos años más.

A través de la atención de tres líneas telefónicas a las que los clientes de correos se dirigen para obtener información y/o realizar diferentes gestiones sobre servicios postales, se dará respuesta a códigos postales, recogidas, filatelia, telegramas

por teléfono, reclamaciones, servicios de notificaciones electrónicas y postventa, entre otras cuestiones.

Dicho servicio se prestará desde Madrid con un equipo de agentes de elevado grado de capacitación, a través de procesos formativos de carácter exhaustivo, que darán respuesta a más de un millón y medio de llamadas durante la duración del contrato, tanto en castellano como en la totalidad de los idiomas cooficiales.



Konecta, entre las 100 empresas españolas que seguirán creando empleo

Según un estudio elaborado por el diario económico Expansión, Konecta forma parte de las 100 empresas españolas que prevén crear 32.000 puestos de trabajo, junto a otras de la talla de Inditex o Mercadona. El caso de Konecta es uno de los más peculiares en el panorama nacional, habiendo incrementado tanto la plantilla que se ha convertido prácticamente en un referente en cuanto a creación de empleo.

A lo largo de 2013 se han unido a Konecta un total de 3.690 nuevos profesionales, hasta sumar en total casi 20.000 trabajadores a nivel mundial.

De cara al próximo año, se espera seguir con este buen ritmo de crecimiento. En Konecta se ha duplicado el número de empleados desde el año 2007, y la perspectiva es que se mantenga un crecimiento similar durante los próximos años.

Los expertos han previsto una reactivación del mercado laboral durante 2014 debido al fin de la recesión, el aumento en las exportaciones y la recuperación del consumo, ya que todas son variables que incentivan las contrataciones.

Expansión

Konecta dispara su plantilla hasta los 20.000 trabajadores

S. Orrubia, Sevilla

El caso de Konecta es uno de los más peculiares del tejido empresarial nacional. Mientras que la mayor parte de las compañías han ajustado sus estructuras en esta época de recesión, el grupo de servicios de outsourcing presidido por el sevillano José María Pacheco ha incrementado de forma significativa su plantilla en España en los años más duros de la crisis.

De esta manera, si en 2012 incorporó a 720 personas, este año va a disparar esa cifra hasta los 2.760 nuevos trabajadores, contando con un equipo humano de 12.679 profesionales. Sumando los mercados exteriores, ya roza los 20.000 empleados -más del doble con respecto a 2007- en los once países en los que está presente, principalmente en Latinoamérica, pero también en Europa -Gran Bretaña y Portugal- y África, donde posee instalaciones en Marruecos.

De cara al próximo ejercicio, su previsión es seguir creando empleo con 1.900 nuevos puestos de trabajo sólo en España. Fundada hace catorce años, Konecta mantiene una cuota de mercado



José María Pacheco, presidente de Konecta.

El grupo de servicios 'outsourcing' ha doblado su plantilla desde 2007 y ya roza las 20.000 personas.

superior al 14%, porcentaje que le sitúa como la compañía líder en España en la prestación de servicios externalizados de atención y retención de clientes, BPO, gestión de cobros, back office, marketing y ventas.

Con sede central en Alco-

bandas (Madrid), en la actualidad tiene una veintena de plataformas repartidas por diez comunidades autónomas y su reto es seguir reforzando su plan de aperturas. Sólo en el año que está a punto de concluir, ha inaugurado dos nuevas instalaciones en Barcelona y Sevilla.

La facturación en 2012 sobrepasó los 307 millones de euros y su hoja de ruta recoge para este año un incremento del volumen de negocio del 14%, hasta los 350 millones.

Orange lanza "Signos", una aplicación para clientes con discapacidad auditiva, desarrollada por Fundación Konecta

Es el primer servicio móvil de atención al cliente mediante videointerpretación en lengua de signos.

Orange ha incorporado a sus tiendas una solución innovadora para mejorar la comunicación entre sus empleados y los clientes con discapacidad auditiva. Se trata de la aplicación denominada "Signos"; a través de la cual, los usuarios podrán ser atendidos vía online en los propios establecimientos por especialistas en lenguaje de signos.

Este servicio, pionero en España y Europa, ha sido diseñado conjuntamente por

Orange y Fundación Konecta para mejorar la atención, resolver dudas o solucionar incidencias de personas con discapacidad auditiva con mayor eficacia. En una primera fase, la operadora integrará esta aplicación en dos de sus principales tiendas en Madrid, y espera poder trasladarla poco a poco a todas las demás.

Tal y como ha declarado Graciela de la Morena, directora de RSC de Konecta y su Fundación, "este proyecto nos ilu-

siona y enorgullece ya que uno de los objetivos de nuestra Fundación es desarrollar proyectos en equipo con socios estratégicos. En este caso tenemos la suerte de colaborar con Orange, empresa comprometida con la discapacidad y el desarrollo de aplicaciones accesibles".

orange™



Konecta renueva como adjudicataria de los servicios de información de la AEAT

La compañía estima atender más de 6 millones de llamadas de los ciudadanos durante 2014. El servicio se ofrecerá desde Madrid y Barcelona, y contará con más de 170 agentes, número que se incrementará en más de 500 durante el periodo de presentación de la declaración de la renta.

Konecta ha renovado para este año 2014 como adjudicataria de los servicios de información y orientación general al contribuyente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT). El acuerdo entró en vigor el pasado 1 de enero y durará hasta el 31 de diciembre de 2014, con posibilidad de prorrogarse un año más.

Desde 2010 Konecta presta para la Agencia Tributaria este servicio de información y orientación general al contribuyente con el objeto de facilitar el adecuado cumplimiento de sus obligaciones tributarias, evitando el colapso de las propias oficinas de la AEAT en determinados plazos de presentación de impuestos.

Los agentes de Konecta prestarán atención sobre diversas cuestiones, como aduaneras y tributarias básicas, sobre impuestos pertenecientes al sistema tributario estatal, plazos, modelos, servicios de ayuda en el borrador de la renta o los programas informáticos para la cumplimentación de declara-

ciones, presentación telemática de las mismas u otras cuestiones técnicas planteadas por los ciudadanos a través del teléfono 901 335 533.

Para dar respuesta efectiva al abundante flujo de llamadas que se estima que pueda superar los 6 millones, Konecta contará con más de 170 agentes telefónicos con experiencia en sus plataformas de Madrid y Barcelona durante todo el año. Este número se verá incrementado considerablemente, en más de 500 agentes, durante los meses de abril a junio, mientras dure la presentación de la Declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

El servicio se prestará de lunes a viernes de 9.00 a 19.00h, salvo en agosto, cuando se atenderán las demandas de 9.00 a 15.00h. Como ya se viene realizando, la atención a los ciudadanos se realizará en castellano y en todas las lenguas cooficiales para las llamadas procedentes de Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia e Islas Baleares.

Nuevos servicios de Televenta y Back Office para Vodafone

La Unidad de Negocio de Empresas (UNE) y Particulares (UNPAR) de Vodafone ha adjudicado nuevos servicios a Konecta:

- Servicio Televenta — Front Fibra, con un equipo de 30 agentes especializados
- Servicio Gestión de LEADS, formado por un grupo de 10 agentes
- Campaña Televenta Tablet, constituido por un equipo de 10 agentes
- Servicio Back Office — Unificado, organizado con un equipo de 30 agentes

Los servicios citados se prestan desde las instalaciones de Konecta en Sevilla.

- Servicio 128 Soporte Televenta, está creado por un conjunto de 10 agentes y ubicado en las instalaciones de Konecta Perú





Konecta Galicia: crecimiento y diversificación

Se ha cumplido un año desde la llegada de Konecta a Galicia, tras la compra de Universal Support a Banco Popular. Tal y como desvelan Juan Ignacio Sánchez, Director Grandes Cuentas Entidades Financieras, y Fabio Cabezas, Call Center Manager, han sido unos meses con mucho trabajo pero con un balance más que positivo.

La sede de Konecta en Bergondo, La Coruña, está de enhorabuena tras doce meses de actividad. De momento han alcanzado su principal objetivo, tal y como afirma Juan Ignacio Sánchez, Director Grandes Cuentas Entidades Financieras: "disponer de una plataforma sólida en Galicia que proporcione cobertura al mercado gallego y a otros clientes que requieran servicios en esta zona".

La herencia de Banco Popular vino cargada de servicios de corte financiero, pero a lo largo de este año las oficinas de Konecta en Galicia han ido ganando en diversificación y, en la actualidad, "se realizan campañas de Outbound,

Inbound, Televenta, Recobro y Backoffice, dependiendo de las necesidades del cliente", explica Fabio Cabezas, Call Center Manager. Además, está previsto que a corto plazo se vayan incluyendo otros servicios relacionados con marketing y fieldmarketing en función de la demanda.

Otro de los logros de la plataforma de Bergondo ha sido incrementar el número de clientes, donde no solo se ha crecido en el sector financiero, sino en otros de diferente índole. También, y a pesar de que en la zona norte se prestaba servicio desde la sede de Avilés, "había líneas de negocio, como campañas de retención de clientes, defensa de saldo o trabajos específicos de

backoffice, que no estábamos prestando y hemos aprovechado el expertise y la tecnología de Universal Support para comercializarlos con otros clientes".

Los profesionales y el sector

Los trabajadores de la sede de Bergondo ya desarrollaban allí su labor profesional antes de la llegada de Konecta, pero, en palabras de Sánchez y Cabezas, su adaptación a la filosofía de esta compañía no les ha resultado complicada. La mayoría pertenece a un perfil de alto nivel educativo, licenciados o diplomados, y con amplia experiencia en contact center.

El sector del contact center en Galicia es bastante maduro y Konecta ha encontrado allí competidores, aunque no le ha supuesto un problema para crecer a lo largo de este año.

Aunque queda mucho por recorrer, la compañía espera seguir aumentando el negocio y volumen de esta plataforma, porque como detalla Sánchez, "estamos aún en época de siembra".

En conclusión, la compra de Universal Support y el desarrollo de Konecta en Galicia ha sido un éxito en múltiples aspectos, como rentabilidad, conocimientos, cartera de clientes y diversificación de servicios, entre otros.



Brasil, mercado emergente para el Contact Center

Brasil experimenta en la actualidad, y desde hace algún tiempo, unas excelentes perspectivas de crecimiento que han propiciado que el Contact Center sea hoy por hoy un negocio maduro. Konecta está presente en este mercado desde febrero de 2013, al que ha llegado para ofrecer su expertise, calidad e innovación tecnológica como elemento diferenciador.

A lo largo de los próximos años, Brasil podría experimentar un crecimiento cercano al 4,5%, tal y como demuestran los informes realizados sobre la evolución económica de este país. En 2011 fue el cuarto mayor receptor de Inversión Extranjera Directa del mundo, alcanzando los 66.660 millones de dólares. Asimismo, el impulso que el Gobierno está brindando a sectores como el inmobiliario, construcción, infraestructuras, turístico y energético, está propiciando que las empresas de externalización de servicios vean aumentadas sus oportunidades de negocio.

En concreto, la industria del Contact Center mueve al año alrededor de 7.100 millones de euros, dedicándose fundamentalmente a tareas de atención al cliente, cobros y telemarketing. La demanda en este sector ha experimentado un incremento más

que notable debido a que la ley determina que las sociedades proveedoras de servicios deben crear centros de atención al cliente. Precisamente por esto, segmentos como el financiero, telecomunicaciones y utilities recurren cada vez con más frecuencia a compañías de outsourcing en busca de sus soluciones.

Konecna en Brasil

El crecimiento de compañías que buscan servicios de Contact Center, sumado a la necesidad de Konecta de acompañar a sus grandes clientes multinacionales que operan en Brasil, ha llevado a esta empresa a abrir allí su nueva sede el pasado 2013. Además, esta plataforma viene a completar el posicionamiento de Konecta en el mercado latinoamericano, donde ya estaba presente con sus posiciones operativas de Argentina, Chile, Perú, Colombia y México.

Para mantener sus elevados niveles de calidad y satisfacción del cliente, Konecta ha realizado una exhaustiva selección y formación de profesionales que conforman la plantilla de esta nueva sede. Las contrataciones se irán realizando por fases de manera gradual, en función del cumplimiento de los planes de negocio, pero el proyecto comprende un equipo, en una primera fase, de 2.500 trabajadores y más de 1.200 posiciones de atención al cliente.

Desde la plataforma de Konecta en Brasil se prestan los servicios de atención y retención de clientes, telemarketing, recobro, back office y BPO, y ocupa más de 4.000 metros cuadrados de oficinas en Sao Paulo, punto neurálgico de la economía del país. La ubicación de esta nueva sede, muy cerca del centro de la ciudad, ha sido seleccionada además por la accesibilidad y las buenas comunicaciones que ofrece a sus trabajadores.

Fidelización de clientes: seducir, no embaucar

Evitar la fuga de clientes es uno de los objetivos principales de cualquier compañía. Es importante aumentar la cartera, pero siempre tratando de mantener a quienes ya forman parte de ella. En muchas ocasiones, se utilizan estrategias poco éticas para conseguirlo que además, a largo plazo, son ineficientes.



Como usuarios todos hemos vivido la experiencia alguna vez: queremos dejar de ser clientes de una determinada compañía y ésta, para que no lo hagamos, nos ofrece algún beneficio extra como contrapartida si nos quedamos. Sin embargo, a la hora de aprovechar la ventaja que nos dan, resulta no serlo tanto: o no es exactamente lo que esperábamos, o conlleva un gasto... la temida letra pequeña. Al final, a la mínima oportunidad, nos rompemos nuestra relación con la empresa.

Para que un cliente decida seguir siéndolo, la compañía debe tener una política adecuada de retención y emplear

todas las herramientas a su alcance para lograrlo. Aquí es donde queda patente que los centros de contacto son un elemento imprescindible para las compañías que buscan incrementar la fidelización de sus clientes, mejorar la atención y optimizar sus servicios. Son el canal de comunicación perfecto entre la firma y sus clientes.

En un entorno de gran competencia y guerra de precios como el que vivimos actualmente, la retención de clientes precisa de mucho esfuerzo y dedicación. No se debe caer en el error de "engañar" o embaucar, porque será una solución a corto plazo que se volverá en contra de la empresa sin lugar a dudas.

La mejor opción

Forzar a un cliente para que se quede con nosotros o emplear prácticas poco honestas, como hemos comentado, es un error. ¿Cuál es el camino correcto? Lo más acertado es seducir, mostrar las fortalezas de la compañía: enseñar las ventajas de productos y servicios frente a la competencia para que sea el propio usuario quien las elija libremente.

La labor de los profesionales del contact center es fundamental. En sus manos está conseguir la satisfacción del cliente, por lo que deben estar preparados y formados para ello. Además, necesitarán un soporte adecuado y el respaldo de la empresa para resolver cualquier incidencia que pueda surgir y ofertarles aquello que sea de su agrado y les haga sentirse cómodos con la firma.

Confiar en la externalización

Cada vez son más las empresas que confían la responsabilidad de la fidelización a empresas proveedoras de servicios de call center, sobre todo de sectores como telecomunicaciones, seguros o banca.

Su alto grado de especialización y experiencia en estas lides es garantía de buenas relaciones con el bien más preciado de cualquier compañía: sus clientes. Esto les permite centrarse en su negocio principal y dejar la fidelización a expertos.

Los centros de contacto tienen mucho que aportar, puesto que, cuando se requiere, su misión no es otra que la de trabajar en la retención y evitar la fuga de clientes.

Esto se traduce en una mejora en la atención y en un trato más cercano y personal, al disponer siempre de un interlocutor con la compañía. No hay que olvidar que el usuario lo que quiere es ser escuchado, sentirse comprendido, ver resueltas sus incidencias y estar satisfecho con los productos y servicios.

Valor añadido

Diferenciarse es la piedra angular del éxito. Si conseguimos aportar valor añadido y desmarcarnos de nuestra competencia alcanzaremos el objetivo de la fidelización. Detectando las necesidades de nuestro interlocutor, y alcanzando un elevado conocimiento de gustos, preferencias, etc., será

más sencillo. De ahí que esta sea una labor de profesionales que dedican el tiempo necesario a esta tarea.

Cuando la fidelización se intenta llevar a cabo en los "ratos libres" o a través de personal sin experiencia, estamos restando valor a la compañía y ofreciendo una imagen desvirtuada tanto del traba-

jo como de productos y servicios que se ofrecen.

Mantener la lealtad del cliente es vital y a la vez un desafío para cualquier firma. Buscar las vías adecuadas para lograrlo, de la mano de profesionales y con las técnicas más acertadas será la mejor elección.

La labor de los profesionales del contact center es fundamental. En sus manos está conseguir la satisfacción del cliente

Algunos consejos para la fidelización

Existe una serie de premisas básicas para la retención de clientes que deben tenerse en cuenta:

- Escuchar y comprender al cliente
- Ofrecer soluciones adecuadas a sus necesidades
- Invertir en herramientas y soportes que den cobertura a esta labor
- Disponer de profesionales experimentados
- Mejorar el upselling y crossselling
- Estudiar el mercado para diferenciarse
- Evaluar fortalezas y debilidades para introducir los cambios necesarios
- Mejorar la confianza y la atención al cliente

Y otras que hay que evitar:

- Engañar o embaucar al cliente
- Lanzar ofertas poco claras
- No ser claros: la letra pequeña
- Mostrar desinterés
- Responsabilizar de la fidelización a personas sin experiencia





Cándido García
Business Development Manager

Manuel Beltrán
Head of BT Contact

La innovación marca la diferencia

BT Global Services opera en 170 países en todo el mundo, enfocados a grandes empresas. Manuel Beltrán, Director de Soluciones de Contact Center de BT, y Cándido García, Gerente de Desarrollo de Negocio de BT Global Services, nos explican en esta entrevista cuáles son las tendencias tecnológicas del sector del contact center así como algunas claves para la eficiencia.

En estos momentos, en los que se trata de contener los gastos al máximo, ¿es importante seguir invirtiendo en innovación?

Por supuesto. Si no inviertes en innovación, no podrás cambiar nada en tu empresa y te quedarás donde estás o irás a peor. Para prosperar es importante desarrollarse y sobre todo, diferenciarte. Tratamos de probar novedades con nuestros clientes para que tengan más oportunidades. Desde nuestra división, BT Global Services, intentamos ser innovadores constantemente para prestar el mejor servicio y para distinguimos de nuestra competencia. La innovación marca la diferencia.

¿Cuál dirían que es el valor diferencial de BT?

Sin duda la capacidad de ser globales y actuar de manera local. Podemos adaptarnos a cualquier servicio que necesiten nuestros clientes y allá donde lo requieran. También debemos destacar nuestros trabajos de consultoría e implantación, donde tenemos más de 10.000 profesionales dedicados en exclusiva.

¿Qué objetivos se han fijado en su división?

Queremos ser líderes en proveer servicios IT alrededor del contact center en España. Según nuestros últimos resultados,

“Konecta es un líder global en contact center y nos complementamos muy bien”



hemos crecido un 30% en facturación, hemos duplicado el número de clientes y queremos seguir así, no solo en centros de contacto, sino en otras áreas de negocio.

Con respecto a las tendencias más habituales en vuestro sector, ¿cuál creen que es la que ocupa el primer lugar?

Nosotros somos un referente en comunicaciones y consideramos que debemos dirigirnos hacia las Comunicaciones Unificadas. Disponemos de todas las soluciones para llevarlas hasta nuestros clientes. La mejor forma de conseguir la máxima eficiencia es empleando herramientas que te ayuden a optimizar los procesos, y ésta es una de ellas.

¿También para los centros de contacto?

De momento es una asignatura pendiente. Ya se reclaman sus prestaciones, pero todavía no se implanta de manera habitual por la complejidad que entraña. En usuarios estándar es más sencillo y todo conduce a estar integrado con esta herramienta de negocio. Pero poco a poco irá llegando al contact center, porque puede facilitar el acceso a los profesionales y mejorar la experiencia de cliente. La productividad y la eficiencia se verían incrementadas no solo en el contact center, sino en toda la empresa.

La gestión de múltiples canales, ¿es el paso previo a la implantación de Comunicaciones Unificadas?

Muchos clientes se plantean sus cambios tecnológicos en función de la

multicanalidad. Pero no solo precisan la renovación de sus equipos, sino una estrategia adecuada para la gestión de sus interacciones. Tienen que buscar la eficiencia para crear una oportunidad de negocio o mejorar sus servicios. Sobre esto estamos desarrollando nuestros proyectos más recientes.

¿Y cuál sería la clave de esta eficiencia en los contact center?

Lo más importante es optimizar todos los procesos internos de la compañía. La eficiencia viene determinada por cuatro áreas fundamentales: transformar la experiencia de cliente, incrementar la productividad del personal, adecuar la tecnología y mejorar los procedimientos de negocio. En BT cubrimos estos cuatro espectros para ayudar a los contact center a prosperar.

Trabajan desde hace mucho tiempo con Konecta. ¿Cómo es su relación con ellos?

Konecta es un líder global en contact center y nos complementamos muy bien: ambos somos capaces de prestar nuestros servicios donde sean necesarios. Además es una relación bidireccional, porque ellos son nuestros proveedores y nosotros los suyos. Juntos estamos desarrollando proyectos a largo plazo a nivel internacional y con clientes que compartimos. Trabajamos muy bien juntos porque compartimos cualidades y características, sobre todo la de ser absolutamente globales, podemos operar en cualquier país, pero entendiendo a la perfección cada mercado local.

¿Qué ventajas han encontrado en esta externalización?

Vemos beneficios tanto para la empresa como para nuestros clientes y el mercado. Konecta nos ofrece la flexibilidad de un servicio rápido unificado, de calidad, y al mismo tiempo muy verticalizado y especializado, orientado a nuestras necesidades. De ellos destacamos precisamente su capacidad de adaptación al servicio y a la tipología de cliente.

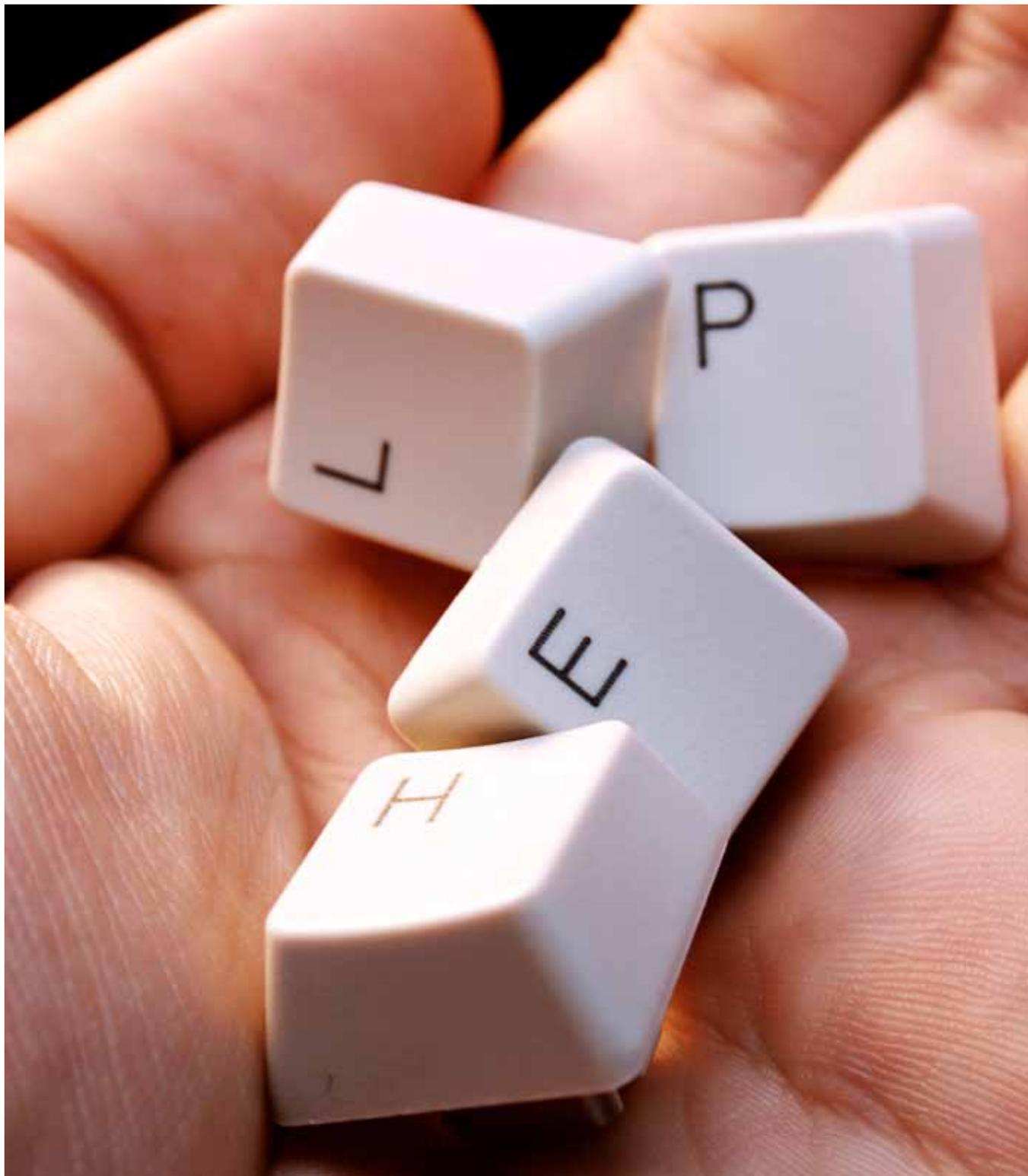
También operan juntos en Latinoamérica, ¿cómo ven este mercado?

Tiene un gran potencial. El mercado allí está creciendo muy rápidamente y tanto Konecta como BT estamos incrementando nuestro negocio en esta zona. Estamos desarrollando múltiples servicios, sobre todo en Brasil, con una estrategia bien definida para ir expandiendo al resto de países. En BT estamos acompañando allí a buena parte de nuestros clientes, aportándoles las soluciones que necesitan a nivel de infraestructuras para poder operar.

Por último, ¿a qué retos creen que tendrá que enfrentarse BT?

Las empresas están buscando procesos de transformación de IT, migraciones a la nube, metodología de trabajo, atención al cliente, canales de comunicación, etc. Y nosotros debemos estar preparados para adaptarnos a estas necesidades y para diseñar planes personalizados para darles cobertura. Hay tres retos clave: las redes sociales, la localización de los clientes y los dispositivos. Tenemos que ser capaces de atenderles en los tres aspectos de manera eficiente y estamos trabajando decididamente en ello.





Helpdesk, la solución integral para TIC

En 2010, Konecta puso en marcha su división de helpdesk con la intención de gestionar y solventar las posibles incidencias de sus clientes de manera integral, en todo aquello relacionado con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

A través de este departamento de Helpdesk, Konecta ofrece servicios de alto valor añadido, dando soporte informático y tecnológico tanto a particulares como a profesionales de la pequeña y mediana empresa. Dicho soporte se ofrece para todo tipo de dispositivos con soluciones flexibles que permiten diferentes combinaciones en función de las necesidades del cliente.

La capacidad resolutoria de Konecta en este ámbito ha tenido una gran acogida entre ellos. Pero si hay una demanda que tiene lugar con mayor frecuencia, es la relacionada con la Asistencia Informática Tecnológica, dando soporte a equipos informáticos, Smartphone, tablets y Smart TV, tanto de modo remoto como presencial.

“El perfil de los usuarios que se ponen en contacto con nosotros es el de una persona con pocos conocimientos de informática o tecnología que necesita soluciones con sus dispositivos en el día a día” explica Fernando Andrés Cañas, Director de Grandes Cuentas- Service Desk, de Konecta. Además, dan soporte a empresas de tecnología, utilities y dentro del servicio de hogar de empresas de seguros y bancos.

Metodología, canales y desarrollo tecnológico

Las vías más habituales de Konecta para brindar las soluciones de Helpdesk son chat o control remoto si dispone de acceso a internet y el teléfono en caso de que no lo tenga. Tal y como detalla Fernando Andrés Cañas, “muchas veces los clientes se conectan y nos dejan una nota comentando lo que les sucede para que se lo solucionemos, incluso en ocasiones ni siquiera están frente al ordenador mientras trabajamos en su incidencia”.

Los canales que ponen a disposición de sus clientes para contactar con el área de Helpdesk son: teléfono, correo electrónico, chat, control remoto, click to call y call to later. Para prestar este servicio, Konecta ha integrado dentro de sus aplicaciones una herramienta de chat y control remoto, así como otra de CRM de multigestión y multicanalidad.

Los profesionales responsables de este soporte están preparados con formación técnica en informática y dotados de amplia experiencia en el mundo helpdesk, resolviendo problemas de esta índole con todo tipo de usuarios. Son agentes telefónicos con elevados conocimientos de las soluciones que tienen que facilitar, “ya que cuando el servicio lo dan por teléfono tienen que tener en mente toda la estructura y arquitectura del dispositivo para poder guiar al cliente”, aclara Fernando Andrés Cañas.

Servicios de Konecta en Helpdesk

Estos son los servicios prestados por los profesionales de Konecta en la división de Helpdesk:

- Asistencia informática telefónica y remota
- Asistencia informática in situ
- Asistencia tecnológica 24 horas
- Copia de seguridad online
- Descarga de software
- Localización de ordenadores perdidos y/o robados
- Borrado digital
- Recuperación de datos informáticos
- Asistencia para dispositivos: smartphone, tablets y smart TV
- Servicio de control parental

Además de éstos, también se ofrecen soluciones de Service Desk y de CAU, en el ámbito operacional y en el técnico.



¿Qué son los servicios Helpdesk?

La traducción del inglés es “Mesa de Ayuda”, y se refiere al conjunto de recursos, tanto humanos como tecnológicos, que se emplean en la prestación de servicios para tramitar y resolver aquellos problemas relativos a las TICS, tecnologías de la información y la comunicación. Lo más habitual es que se trate de incidencias acerca de equipos informáticos, electrónicos o software. Las tareas de un profesional de Helpdesk son:

- Recepcionar los reportes de los usuarios que requieren un servicio IT
- Tratar de solventar el problema o pasarlo a un grupo especializado en caso de no poder resolverlo
- Asegurarse de que las soluciones son las más adecuadas
- Realizar estadísticas para mejorar el servicio y la operativa de los usuarios
- Elaborar planes de contingencia y manuales de procedimientos
- Controlar inventarios de equipos, software y las bases de datos

K socialmente responsables

Campañas solidarias de Fundación Konecta

Durante la época navideña, Fundación Konecta ha puesto en marcha varias iniciativas solidarias.

Recogida de alimentos. Se ha organizado una campaña a nivel internacional en la que han participado más de 17.000 empleados de la compañía entregando alimentos para donar a comedores sociales. Este año se han recogido 5.200kg de alimentos que Fundación Konecta ha duplicado para donarlo a las entidades y comedores sociales elegidas por los empleados. Además se han llevado a cabo campañas de recogida de ropa, libros y juguetes que han sido donados a personas en situación de extrema necesidad. También se ha recibido apoyo a través de SMS enviados por empleados para la compra de alimentos.

IV Convocatoria de Proyectos Sociales. Esta iniciativa ya consolidada en Konecta, premia proyectos de acción social que presentan los empleados de la empresa. De entre los 27 proyectos recibidos de España, Chile y Perú, se han seleccionado 6 ganadores que han recibido 5.000€ cada uno para llevar a cabo el proyecto social presentado. Entidades premiadas 2013:

- Federación AICE. Madrid
- Centro Español de Solidaridad Proyecto Hombre. Sevilla.
- ASPAYM. Madrid
- Asociación ASPACE. Oviedo.
- Casa de la Mujer Atiniña de Pudahuel. Chile.
- Asociación de afectados de Neurofibromatosis. Madrid

Premios ImplicaAcción. Son unos galardones que reconocen el compromiso social de los profesionales de Konecta y su implicación con la Fundación. El pasado 18 de diciembre se dieron a conocer los ganadores en las categorías de Mejor Acción Individual, Mejor Acción de Integración Laboral y Mejor Acción Territorial.

Día de Reyes. Los Reyes Magos llevan cada año regalos a más de 2.000 niños, hijos de empleados de Konecta, con la ayuda de voluntarios que participan entregando regalos y colaborando en el evento.

Esta actividad se realiza desde el año 2002 en Konecta Madrid y gracias a su buena acogida se han ido sumando el resto de plataformas de Sevilla, Cádiz, Almendralejo, Barcelona, Áviles, Elche y A Coruña. Este año, complementamos la acción con un Mercadillo Solidario a favor de la Asociación Talismán y La Hermandad del Santísimo Cristo de los Desamparados.



Violeta Orozco, Country Manager de Konecta en Perú, recogiendo el premio junto a su equipo

Konecta recibe en Perú el premio "Contacto a la Excelencia 2013" otorgado por la Asociación Peruana de Centros de Contacto (APECCO)

En su cuarta edición, este premio reconoce la "Mejor Contribución en Responsabilidad Social" al programa de Konecta, que trabaja en la inserción laboral de jóvenes en extrema pobreza y personas con discapacidad en Perú. El premio reconoce la labor que realiza Konecta y su fundación en Perú, que –junto a la colaboración estratégica de Fundación DKV Integralia– ha logrado cambiar la vida de 75 jóvenes de una de las zonas más desfavorecidas de Lima.

Se trata de un doble proyecto, el primero de ellos es la creación de la Primera

Carrera de Formación Profesional en Contact Center junto con la Universidad de Pachacútec, en el distrito limeño de Ventanilla. En esta formación específica han participado 35 jóvenes que se encuentran en situación de especial dificultad; y el segundo proyecto consiste en la creación de un curso dirigido a jóvenes con discapacidad para favorecer su incorporación laboral en el sector del Contact Center y del que ya se han beneficiado 40 personas. Este curso cuenta además con el apoyo de la Comisión Nacional Asesora para la Integración de Personas con Discapacidad (CONADIS).

Excelentes resultados del Programa Juntos Somos Capaces de FUNDACIÓN MAPFRE

La asistencia técnica corre a cargo de Fundación Konecta

Un año más, los resultados obtenidos por el Programa Juntos Somos Capaces de FUNDACIÓN MAPFRE han sido excelentes en cuanto a su acogida.

Esta iniciativa de integración laboral de personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental tiene como objetivo promover la formación ocupacional y la inserción laboral de estas personas. El pasado 2013, Juntos Somos Capaces fue galardonado con el Premio CERMI a nivel nacional.

Principales resultados obtenidos desde 2010:

- **Empresas adheridas**
1.417 empresas
- **Ofertas captadas**
906 ofertas
- **Alumnos formados**
693 personas
- **Personas insertadas**
934 personas
- **Entidades sociales colaboradoras**
180 entidades
- **Patronales empresariales**
25 colaboradoras



Presentación del Programa Juntos Somos Capaces en Galicia



De izquierda a derecha: Ana Gascón, Responsabilidad Corporativa Banco Popular; Javier Caballero García, Asociación ESCLAT; Gonzalo Nieffa Murcia, ASIEM; Monserrat Moré Serra, Fundación Prevent; Sara López, Oficina del Accionista de Banco Popular; y Graciela de la Morena, Fundación Konecta

Fundación Konecta, Secretaría Técnica de la II Convocatoria de Proyectos Impulso de Banco Popular

Por segundo año consecutivo, la Secretaría Técnica de Proyectos Impulso corre a cargo de Fundación Konecta, en esta ocasión se han recibido casi 50 proyectos sociales. Con el objetivo de apoyar iniciativas que faciliten la empleabilidad de personas con capacidades diferentes y favorecer la integración socio-laboral de este colectivo, el pasado 11 de diciembre, un jurado independiente constituido específicamente para esta iniciativa y que ha estado formado por representantes del tercer sector y expertos en materia de discapacidad, se ha reunido para la selección de los tres ganadores de la II Convocatoria de Los Proyectos Impulso, que recibirán la cantidad de 23.000 euros cada uno. En esta ocasión, los galardones han sido para la Asociación por la Salud Integral del Enfermo Mental, ASIEM, que persigue la creación de un huerto-escuela; para la Fundación Prevent, que ha propuesto el proyecto Aula de Emprendedores dirigido a jóvenes licenciados con discapacidad física y sensorial; y para la Associació pro Persones amb Paràlisi Cerebral, Associació ESCLAT, que pretende crear un taller de estampación de prendas de ropa.

Durante estas dos convocatorias se han presentado cerca de 100 iniciativas, todas ellas respaldadas por un accionista de Banco Popular que ha actuado como solicitante del Proyecto Impulso. La Secretaría Técnica que ha realizado el análisis de todas las candidaturas recibidas y preselección de los diez proyectos finalistas ha corrido a cargo de Fundación Konecta.



Universidad de Sevilla y Fundación Konecta renuevan su programa de becas

Antonio Ramírez de Arellano, rector de la Universidad de Sevilla, y José María Pacheco, presidente de Konecta, han firmado la renovación del convenio para facilitar la inserción laboral de alumnas con discapacidad. En la cuarta edición de este programa se incluyen una serie de acciones entre las que se encuentran la estimulación de los aprendizajes de las habilidades personales, sociales y profesionales o el fomento de redes de colaboración entre empresas, profesionales y universidades. El programa finaliza con una estancia de prácticas en una empresa europea con una duración de tres meses para tres de las universitarias que participen en este programa.

La Universidad de Sevilla tiene un compromiso institucional para alcanzar la integración plena y efectiva, así como con la igualdad de oportunidades para todos los universitarios. Por su parte, Konecta y su Fundación apuesta por la diversidad en el convencimiento de que una plantilla formada por personas con capacidades diferentes y multicultural dota a la empresa de mayor conocimiento y capacidad de innovación.



Jóvenes con discapacidad, protagonistas del "Teatro de la Sonrisa"

Un grupo de 14 jóvenes con discapacidad intelectual de la Fundación Pardo Valcarlos fueron, el pasado mes de diciembre, protagonistas del "Teatro de la Sonrisa" convirtiéndose en actores por un día. Esta iniciativa ha estado patrocinada por Grupo OHL y organizada por Fundación Konecta con la finalidad de hacerles ganar confianza y seguridad y promover respuestas creativas.

Durante un mes, los participantes han realizado un taller de teatro para personas con discapacidad intelectual que concluyó con la representación de una obra en la escuela de artes plásticas y visuales, la Incubadora School of Arts. Con esta iniciativa, Grupo OHL ha querido generar una experiencia de integración dirigida a los empleados voluntarios y sus familiares, para que compartieran y conocieran la realidad de trabajar con jóvenes con discapacidad intelectual.

¿Nos ayudas a construir un MUNDO ACCESIBLE para todos?

Ahora es muy fácil,
descárgate esta aplicación y
aporta todo lo que sabes: aplicaciones,
lugares accesibles...
Tu ayuda es un gran APOYO.



La App permite que cada persona pueda ir introduciendo lugares que sean accesibles para todos, creando una gran base de datos de información sobre estos espacios.

Este portal cuenta con aplicaciones desarrolladas en colaboración con otras entidades o por colaboradores dentro del marco de proyectos nacionales y europeos.

Todas las aplicaciones han sido validadas por los colectivos a los que van dirigidas.

Descárgate APPScesibles en:



Konecta
fundación

¡GRACIAS!