

Konecta compra el grupo Rockethall y se acerca a los 1.000 millones de negocio

▶ Integra a sus 6.300 empleados, que se sumarán a los más de 65.000 de la compañía

E. FREIRE
SEVILLA

La multinacional tecnológica Konecta ha adquirido el grupo de empresas Rockethall, una de las principales compañías españolas en la prestación de servicios extremo a extremo de marketing digital en España, además de especialista en soluciones de Inteligencia Artificial y Big Data. Con esta nueva adquisición, la compañía presidida por el empresario sevillano José María Pacheco, puntera en soluciones integrales de BPO (externalización de procesos de negocio) y servicios de gestión de clientes (CRM por sus siglas en inglés), da un nuevo impulso a su plan de crecimiento inorgánico.

La facturación prevista por el grupo adquirido se sitúa por encima de los 100 millones de euros en este año 2020. La integración de Rockethall acerca a Grupo Konecta a un volumen de negocio de 1.000 millones de euros.

Grupo Rockethall cuenta con 6.300 empleados, que se sumarán a los más de 65.000 del Grupo Konecta, según informa la empresa compradora.

De este modo, Konecta «sigue ejecutando su plan estratégico y enriqueciendo su oferta de servicios para clientes de diferentes sectores basadas en soluciones de valor añadido», destaca en un comunicado.

Marcas

Con la inversión en la compra de Rockethall, que opera en el mercado con diferentes marcas como B12, Strategy Big Data, Tlmark y Admark, Konecta refuerza su oferta omnicanal con más tecnologías basadas en inteligencia artificial, big data y las tecnologías aplicadas al marketing digital, centradas en la optimización de generación de demanda obteniendo altos rendimientos en conversión de captación en ventas. Todo ello se suma al lanzamiento de la solución Konecta Cloud, el servicio de la multinacional en la nube que combina operaciones, tecnología y seguridad.

«Esta adquisición nos permite seguir avanzando en nuestro crecimiento de manera rentable, aprovechando las aplicaciones de inteligencia artificial, de Big Data y las capacidades del marketing digital», destaca el presidente de Konecta, José María Pacheco,

Otras inversiones recientes

Durante 2019, Konecta llevó a cabo inversiones que reforzaron la división global de innovación y software en sus centros en Colombia, Brasil y España. En concreto, las adquisiciones en Brasil de Uranet (hoy Konecta Brasil) y en España de la gallega Sumtalk (integrada en Konecta) han aportado nuevas soluciones, know how y engordado su cartera de clientes. Estas compras más recientes han venido acompañadas de la apertura de nuevos centros operativos en España, Marruecos y Portugal. Con ello, Konecta gestiona un total de 75 centros en la actualidad en el mundo, según informa la multinacional tecnológica, cuya sede se encuentra en Madrid.

co, fundador, presidente y máximo accionista de la multinacional tecnológica.

«Estamos muy satisfechos ya que vamos a cristalizar mucho valor a través de las sinergias comerciales que hemos identificado. Konecta ha demostrado su fortaleza durante los difíciles tiempos de la pandemia, haciendo esfuerzos codo con codo con nuestros clientes y empleados, consiguiendo mantener nuestros niveles de servicio, en la actualidad el 80% de nuestra fuerza laboral desarrolla sus funciones en remoto», subraya el empresario sevillano.

Objetivos a corto plazo

Con esta compra, José María Pacheco consigue dos de los tres objetivos marcados a corto plazo tras la entrada de ICG en el accionariado en 2019: alcan-

Nuevos servicios tecnológicos

Con esta nueva adquisición, Grupo Konecta refuerza su posición en ofertas de servicios de inteligencia artificial, Big Data y marketing digital

Plan de expansión

Actualmente, la multinacional tecnológica española continúa trabajando en su objetivo de posicionarse en el mercado de Estados Unidos



El empresario sevillano José María Pacheco, presidente de Konecta

zar una facturación de 1.000 millones de euros e invertir en inteligencia artificial y Big Data. Actualmente, la compañía continúa trabajando en su tercer objetivo, posicionarse en el mercado de Estados Unidos.

Konecta apuntala así su posición de liderazgo en el mercado y aumenta su peso como uno de los principales actores del sector a nivel mundial. Rockethall aportará nuevas tecnologías y soluciones a las ya existentes en Konecta y amplía la oferta en la prestación de servicios de «Customer Experience» en las más de 300 marcas con las que trabaja la multinacio-

nal española. Según la compañía, «la gran experiencia tecnológica de Konecta ha sido crucial para acometer esta inversión y poder integrar soluciones avanzadas en los servicios y afrontar nuevas oportunidades de crecimiento en el mercado».

En este sentido, la operación permitirá afianzar el posicionamiento estratégico de Konecta tanto en soluciones de «Customer Experience», así como en los mercados internacionales, consolidando el liderazgo en Colombia y Perú, y entrando en el mercado de marketing digital en México.

Konecta facturó 838 millones en 2019, un 10% más que el año anterior en términos de moneda constante. El 50% de su negocio se encuentra en Latinoamérica donde prevé seguir creciendo en los próximos años. Cuenta con 75 centros operativos en todo el mundo, 19 de ellos en España donde trabajan 17.000 empleados. En Andalucía contrata a 4.500 personas en sus cuatro centros de Sevilla localizados en Bollullos de la Mitación, Isla de la Cartuja y Vega del Rey (Camas).