

Capítulo 28

KONECTA

Konecta es una multinacional española líder en la prestación de servicios integrales de outsourcing y contact center que cuenta con más de 22.000 profesionales, 8.000 de los cuales se encuentran fuera de España.

En Colombia inicia operaciones en 2009 con la creación de 400 posiciones destinadas a dar respuesta a las demandas de un gran operador.

Referente en la fidelización del cliente

Por **Jesús Vidal Barrio Rivas**

Consejero delegado de Konecta

Konecta, multinacional española líder en la prestación de servicios integrales de *outsourcing* y *contact center*, concentra su actividad empresarial en la externalización de procesos de negocio (BPO)¹. La compañía abarca desde la planificación y ejecución de tareas internas de *front* y *back office* hasta el control de actividades de agentes externos.

Su trayectoria refleja una historia de éxito en un relativo corto tiempo. Ha pasado de facturar un millón de euros en el 2000 a cerrar el 2013 con una facturación de 350 millones de euros, y para 2014 apunta a alcanzar los 420. En el corto plazo tiene planificado crecer hasta los 500 millones de euros, sobre todo con un desarrollo internacional muy importante.

Los buenos resultados se deben, en gran medida, a la diversificación de clientes y productos, a su equipo de profesionales competentes y comprometidos, y a su apertura a mercados internacionales.

Ante la realidad del mercado actual, especialmente en el entorno en el que se desarrolla la actividad de Konecta, resulta imprescindible pensar y actuar en global para garantizar

¹ BPO (*Business Process Outsourcing*) es la subcontratación de funciones del proceso de negocio, como recursos humanos, TIC, administración y financiero.

la eficiencia del negocio al obtener volúmenes de facturación muy altos, ya que el esfuerzo está basado especialmente en las sinergias y en las economías de escala.

Igualmente, para aportar valor añadido a sus clientes, siendo estos grandes multinacionales, es necesario que la empresa se constituya en un proveedor global, con procedimientos tecnológicos y métodos de trabajo globales y tener la capacidad de trasladar el *know how* y las mejores prácticas de un país a otro.

Todo ello conduce al diseño de un plan de expansión sustentado en el fortalecimiento de su posición líder en el mercado español y en su crecimiento en el ranking mundial, para lo cual la compañía cuenta con la experiencia y el músculo financiero que le permite apoyar a sus clientes como un socio solvente, fiable y flexible en sus estrategias de crecimiento en el ámbito nacional e internacional.

Hoy por hoy, la empresa tiene presencia en diez países entre Europa, Latinoamérica y África, con más de 22.000 profesionales, 8.000 de los cuales se encuentran fuera de España, lo que ha requerido un cambio total en las estructuras y en la forma de pensar.

Este año facturará en el exterior más de 120 millones de euros y el objetivo para los próximos años es seguir creciendo. A día de hoy, España representa un 70 % de su facturación anual y su objetivo es que en breve plazo el peso del mercado internacional supere el 50 % del total, aprovechando la capacidad de la compañía para poder acompañar a todo tipo de grandes empresas a cualquier lugar del mundo, alineándose con sus estrategias de negocio.

En este sentido, debido al idioma y a su potencial de crecimiento, Latinoamérica es el mercado exterior natural para Konecta, que empezó su incursión en países con alto conocimiento del sector, como lo son Chile y Argentina. En los últimos años ha venido consolidando su presencia en este mercado con la apertura de sedes en Perú, México, Colombia, y, desde febrero de 2013, en Brasil.

En Colombia, Konecta inicia operaciones en 2009 como parte de su estrategia de internacionalización, en particular del desarrollo del mercado en Latinoamérica.

Desde el punto de vista del negocio, la decisión se enmarca en la tendencia del mercado español del *contact center* y BPO de externalizar servicios a este país, desde donde, a partir de ese año y hasta la fecha, Konecta presta servicios a distintas compañías de sectores como el asegurador, las telecomunicaciones y el transporte.

Adicionalmente, la implantación en Colombia busca también el desarrollo del negocio local, aprovechando su experiencia internacional y trasladando el saber hacer y las mejores prácticas ensayadas en otros mercados y países.

Desde el arranque de la actividad en Bogotá, con la creación de 400 posiciones destinadas a dar respuesta a las demandas de un gran operador español para sus servicios de ADSL, móvil *provisioning* y OTC, han transcurrido cinco años, periodo en el que la multinacional española ha consolidado su presencia, contando actualmente con cerca de 1.500 posiciones, 1.700 empleados, y con expectativas de crecimiento con clientes nacionales y españoles que le permitirán incrementar significativamente su capacidad de operación en el país.

Konecta en Colombia es un referente en cuanto a la fidelización del cliente y efectividad en los servicios. La especialización de la multinacional española le ha permitido obtener una mayor eficacia y satisfacción del cliente, convirtiéndola en un socio estratégico que aporta valor añadido y contribuye al logro de sus metas.

Desde Colombia se prestan servicios a compañías de varios países como España, Chile o el propio mercado colombiano, servicios de tercerización de negocios que se corresponden con la actividad de *contact center* y BPO de la compañía, entre los que figuran la atención al cliente, los centros de soporte técnico, el recobro, la *televenta*, etc. Además, en la actualidad se desarrollan distintos soportes tecnológicos, *software factory*, para ofrecer soluciones integrales a medida, de alto valor añadido.

Uno de los desafíos relativos para la implantación en el país latinoamericano es la complejidad que para nuestro negocio implica la escasez de mandos intermedios con las cualificaciones adecuadas y los elevados costes que conlleva la contratación de personal con este perfil, al tiempo que la competencia en el sector motiva altos índices de rotación. En este sentido, aun cuando la elevada inversión en nuevas tecnologías nos ha dado una flexibilidad imprescindible, el peso del factor humano sigue siendo determinante.

En cuanto a las oportunidades, la excelente calidad de servicio, la proximidad cultural y el manejo del mismo lenguaje son ventajas competitivas que encontramos en Colombia, al igual que la estabilidad institucional y de los marcos jurídico y fiscal, los cuales constituyen también puntos a favor.

Otro aspecto positivo a destacar son las buenas perspectivas económicas. Las proyecciones de los organismos internacionales coinciden en señalar que los países de la Alianza del Pacífico seguirán siendo los más dinámicos en los próximos años, entre ellos Colombia.

Con este contexto y en un país en el que el BPO ocupa el 60 % del mercado en el sector de *contact center*, la experiencia de Konecta constituye una ventaja competitiva importante de cara a incrementar su posicionamiento tanto con clientes nacionales como internacionales.

El mercado colombiano es de alto interés para Konecta, especialmente en sectores como el bancario, el asegurador, las telecomunicaciones, las *utilities* y la salud.

Además de los servicios tradicionales de *contact center*, pensamos que Konecta puede aportar una importante experiencia internacional en la externalización de procesos de negocio (BPO) que ayude a las empresas colombianas a mejorar su eficiencia y productividad. Como resultado del desarrollo del negocio local, la multinacional española ha iniciado operaciones en Medellín, además de apostar por el crecimiento de las actividades en Bogotá, y está estudiando posibles proyectos de inversión y colaboración con compañías locales.

Por último, Colombia tiene un valor añadido en la apuesta por el negocio regional, dado que desde hace dos años es la sede de nuestra dirección para Latinoamérica, desde donde se dirigen y desarrollan las operaciones de la región.