

Entrevista a: **Javier Velasco Guardado**, director general de Genesys Telecommunications Laboratories España y Portugal

«La correcta selección de mercados objetivo y socios locales es fundamental»

Javier Velasco, asturiano con más de 23 años de experiencia en el sector de tecnología, actualmente es director general para España y Portugal de Genesys Telecommunications Laboratories, una compañía estadounidense proveedora de soluciones de *Contact Center*. Licenciado en Ciencias Matemáticas por la Universidad Autónoma de Madrid, empezó su carrera desempeñando puestos de diversa responsabilidad en compañías como Indra, Soluziona e Interwoven. Entre 2002 y 2005, la empresa californiana TIBCO Software delega en Velasco la dirección del Departamento de Ventas dedicada al sector público y energético de España y Portugal. Desde 2005 hasta 2008 ejerce como director comercial de webMethods en España, Portugal y Latinoamérica promoviendo la expansión de esta compañía con éxitos cosechados en todos estos mercados. Posteriormente asume la Dirección de Ventas en España y Portugal de Bladelogic con el objetivo de posicionar y extender la actividad de la empresa en ambos países. En octubre de 2008 fue nombrado director del Departamento de Ventas de España y Portugal de la multinacional norteamericana, Progress DataDirect. Antes de incorporarse a Genesys Telecommunications Laboratories, Javier Velasco ocupaba la función de Director de Ventas y Marketing de Inicia, a nivel nacional e internacional.



Javier Velasco Guardado
Director general de Genesys Telecommunications Laboratories España y Portugal

Ana M^a Domínguez

Genesys Telecommunications Laboratories (Genesys) es una multinacional estadounidense que cuenta con una delegación en Madrid desde donde cubre los mercados español y portugués. Ocupa una posición de liderazgo en el área de aprovisionamiento de

soluciones de *Contact Center* y «experiencia de cliente». Los productos y servicios ofrecidos por Genesys están orientados a «potenciar una experiencia de cliente óptima que aporte experiencias coherentes, constantes y

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

 <p>1. Exceso coche cuando quiera</p>	 <p>4. Seguro del tipo completo</p>
 <p>3. Paga una sola cuota y no te llevas sorpresas</p>	 <p>5. Todos los servicios incluidos</p>
 <p>2. Libera el máximo de ventajas fiscales</p>	

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



personalizadas a través de todos los contactos, canales e interacciones», como así lo destaca la compañía. Genesys tiene una presencia que podríamos considerar global, al estar implantada en 80 países, entre ellos España. ¿Cuáles han sido las claves de su proceso de expansión internacional?

Con más de 20 años en el mercado, Genesys se ha convertido prácticamente en un estándar tecnológico en el ámbito de los *contact centers*. Nuestra expansión internacional ha seguido la dinámica de los mercados en los que estamos presentes, hasta llevarnos a gestionar diariamente más de 100 millones de interacciones con cliente. Las principales claves de nuestro éxito en la expansión global de la firma son la presencia local y una excelente red de socios. Otra de nuestras fortalezas es que no tenemos dependencia de ningún *hardware* ni de ningún otro *software*, lo que nos permite convivir con todos los actores de nuestro entorno.

¿Existe algún tipo de diferenciación geográfica en cuanto a la estrategia de implantación seguida por la compañía?

Hemos abierto oficinas en los principales mercados y en economías emergentes que presentan un alto potencial. En el resto de países de menor tamaño seguimos una estrategia indirecta, apoyándonos en socios integradores que llevan nuestras soluciones hasta el cliente final.

¿En qué países se han encontrado con más dificultades para desarrollar su actividad? ¿Y cuáles serían las principales barreras, a la hora de entrar en un nuevo mercado, que ha de sortear una empresa con fuerte componente tecnológico como Genesys?

No puedo resaltar ningún país como especialmente difícil a la hora de desarrollar nuestro negocio. Al fin y al cabo la atención al cliente es un proceso de negocio clave y transversal a cualquier empresa y por tanto nos reciben con los brazos abiertos

ya que aportamos soluciones muy avanzadas, robustas y maduras. Lo que sí puedo apuntar como director general de España y Portugal es que he visto dos tendencias opuestas en ambos países. En Portugal la crisis ha contraído el sector del *contact center* mientras que en España lo ha expandido. Aquí hemos visto que la inversión ha crecido porque las empresas han salido a buscar al cliente, al que ya tienen o al de sus competidores.

¿Qué ventajas destacarías del hecho de contar con una red internacional tan amplia como la que posee actualmente su empresa?

Por una parte nos permite tener una visión amplia y multicultural de la atención al cliente, lo que nos ayuda a la hora de asesorar a nuestros clientes en cuanto a su modelo de atención. Por otra, podemos atender a nuestros clientes globales en todas sus localizaciones.

¿Cuáles son las principales actividades que realiza Genesys en España?

Somos el proveedor líder de soluciones para la gestión de Centros de Contactos y *Customer Experience* (CX). Comercializamos nuestras soluciones y colaboramos con nuestros socios en la implantación de las mismas en los clientes finales. Proporcionamos, asimismo, servicios profesionales de apoyo y formación a los clientes.

Hay que recordar que no solamente suministramos soluciones para que las empresas gestionen adecuadamente los contactos con sus clientes, sino también para que gestionen adecuadamente la fuerza de trabajo que tienen en sus *contact centers*, que puede ser muy numerosa. Telefónica tiene más de 20.000 agentes y Vodafone 16.000 en el mercado español. Hay que proporcionar formación a esa masa de empleados, no sólo sobre la herramienta que van a utilizar en el día a día sino también en lo que concierne al modelo de atención al cliente, que tiene rasgos específicos.

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste de adquisición
- 2. Paga una sola cuota y no te llevas sorpresas
- 3. Libera el máximo de ventajas fiscales
- 4. Defensa del bajo consumo
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



¿Qué aspectos considera fundamentales para poder competir con éxito a nivel internacional, dentro de su sector de actividad?

Es fundamental disponer de una tecnología probada y robusta, que al tiempo incorpora los últimos avances. En nuestro caso, seguimos liderando el mercado al dotar a nuestros clientes de la posibilidad de abrir la atención al cliente a nuevos canales, tales como las redes sociales o los teléfonos móviles.

La experiencia es también un grado. Genesys lleva más de 20 años ayudando a las empresas a gestionar la atención al cliente y sus centros de contacto. Ponemos este bagaje a disposición de nuestros nuevos clientes para que se beneficien de tan larga experiencia.

Podemos decir que gozamos de una posición privilegiada en el sector de las telecomunicaciones. Hay pocos operadores que no usen nuestra tecnología; desde Estados Unidos a Australia, pasando por los principales de Europa. De las utilities de España, el 90% son clientes de Genesys: para esas compañías hemos gestionado campañas de todo tipo, incluyendo las que se hacen actualmente en relación con el nuevo esquema de tarifas eléctricas.

La innovación constituye un pilar básico dentro del negocio de Genesys, ¿qué importancia atribuye a la colaboración con otras empresas y/o centros de investigación para el desarrollo de nuevas soluciones? ¿Qué atributos esenciales busca la empresa en potenciales socios o colaboradores internacionales?

Buscamos siempre dos factores primordiales: conocimiento y compromiso. Conocimiento del mer-

cado y de nuestro sector, que sirva como base para la implantación de nuestras soluciones. Y compromiso con Genesys, como ingrediente fundamental de toda nueva relación comercial.

¿Qué retos afronta Genesys en el medio plazo? ¿Tienen previsto la entrada en nuevos mercados?

Seguimos una línea expansiva en mercados emergentes. El mayor reto es el crecimiento y la correcta gestión del mismo.

¿Qué cualidades de un equipo directivo estima fundamentales para implementar adecuadamente una estrategia de internacionalización empresarial?

Apertura de mente, multiculturalidad y capacidad negociadora son para mí elementos indispensables para un directivo que afronta la internacionalización. Hay que reconocer el terreno, buscar las diferencias culturales y los usos comunes, y adaptarse a ellos. La búsqueda de socios locales con un buen conocimiento del mercado local suele, además, acelerar los resultados.

¿Qué consejo podría trasladar a aquellas empresas españolas que se encuentran en fases iniciales de su proceso de salida al exterior?

Es fundamental escoger correctamente los mercados objetivo para la fase de expansión. Muchas veces la cercanía con un mercado no procede sólo de la proximidad lingüística. Conviene insistir también en la correcta selección de un socio local, que ayude a acelerar el despliegue así como la consecución de resultados ::

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Exceso coche cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se lleve sorpresas
- 3. Libre el máximo de ventajas fiscales
- 4. Daño de lujo consero
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

