

“GSS busca un socio financiero para entrar en Estados Unidos”

Entrevista

Vicente López

PRESIDENTE DEL GRUPO GSS

Miguel Ángel Gavira

MADRID. Vicente López lleva desde 1986 en el negocio de gestión de atención al cliente de grandes compañías (*customer services*) con la misma paciencia e ilusión del primer día. Detrás de Atento, de Telefónica, y Conecta, del Santander, el Grupo GSS, que el presidente, se erige como la referencia tecnológica del sector. López, que ha vivido desde la creación de los números 900 hasta el actual servicio telefónico de las grandes multinacionales, cuenta en una entrevista con *elEconomista* los planes de futuro del grupo. Una aventura internacional para la que necesita un socio financiero que ya está buscando.

■ Cómo ha cambiado el negocio del marketing telefónico en dos décadas ¿verdad?

■ Sí. Todavía me acuerdo cuando pusimos en marcha –yo estaba por aquel entonces en Teleaction– junto con Telefónica y Renault el primer servicio en España del número 900. Fue un servicio de financiación que tenía el fabricante. En esa época no existían ni los teléfonos de atención al ciudadano, ni los servicios al cliente. Después, las primeras grandes campañas que hicimos fueron las grandes salidas a bolsa como la de Repsol.

■ ¿Y fue el momento en el que comenzaron su aventura internacional?

■ Ya en los noventa, nos buscamos un socio norteamericano, Saitel. Queríamos darle un 35 por ciento del accionariado y nosotros comandar la expansión en Latinoamérica. Pero ellos quisieron comprar todo y crearon Saitel Ibérica, de la que fui presidente durante dos años. Fue una época en la que comenzamos nuestros pinitos fuera de España hasta que dejé la compañía y me jubilé por primera vez.

■ ¿Por qué volvió al negocio?

■ Porque el comité de dirección de Saitel Ibérica se fue marchando de la multinacional –entre ellos mi hijo mayor– y montaron otra compañía de marketing telefónico: Grupo GSS. Me llamaron y no dude en embarcarme en el proyecto. Tras una etapa con unos socios italianos, Omnia, desde 2010 el proyecto continúa con accionis-



ELISA SENRA

“Queremos duplicar nuestra facturación y crear un líder en el marketing directo de habla hispana”

tas españoles. Entre ellos, la familia controla el 80 por ciento.

■ Y ahora, ¿cuáles son sus planes de crecimiento?

■ Ahora estamos buscando un socio financiero de largo recorrido para que compre un máximo del 35 por ciento de la compañía para apoyar el crecimiento y desarrollar el proyecto que tenemos. Nuestro crecimiento es tan importante que necesitamos circulante. En este sector pagamos a 30 días y cobramos a 90 o a 120 días, ya que trabajamos con las empresas del Ibex, con las multinacionales y con la Administración Pública en el caso de la Comunidad de Madrid y la Comunidad de Galicia.

■ ¿Tienen más o menos cerrado el socio financiero? ¿sería el capital riesgo?

■ El capital riesgo no nos gusta. Preferimos un *family office*, que aporte un compromiso de permanencia y que nos asesore en cómo optimizar la financiación de la compañía, como la reestructuración de la deuda, por ejemplo. Hemos encargado su búsqueda a un banco de negocio.

■ ¿Con ello conseguirán sus objetivos de crecimiento?

■ Nuestra intención es coger tamaño a través del crecimiento orgánico. Desarrollando ya lo que tenemos y realizando pequeñas adquisiciones. Ahora estamos en Perú, donde hacemos el 65 de nuestra producción, y estamos analizando otros tres países de habla hispana para instalarnos. No quiero dar nombres para no dar pistas a la competencia. Incluso desde allí damos servicio a Argentina (con un socio local) y Chile, ya que en estos dos últimos países los costes son un 20 por ciento más caros. Nuestra intención es construir inicialmente un líder en el mercado de habla hispana.

■ Y cuál sería el siguiente paso ¿ir a Estados Unidos?

■ Ahora tenemos oficina comercial en Chile para captar clientes en México y Argentina. El próximo paso es tener presencia en EEUU. Primero con representación comercial para después aliarnos con un socio local. El mercado norteamericano está muy disperso, no hay ninguna compañía internacional. El trabajo se haría desde fuera. Por ejemplo, desde Perú, donde tenemos suficientes hispanoparlantes y angloparlantes que podrían dar servicio a EEUU. Además, los horarios son complementarios para trabajar allí y en Europa. Si encontramos la financiación necesaria y salimos al exterior podríamos duplicar en 2011 la facturación, que acabará este año en 108 millones.

■ Más información relacionada con este tema en www.eleconomista.es