

# “Trabajamos para la excelencia de marca de las grandes empresas y Administraciones Públicas”

Juan Comas

*Vicente López es un joven emprendedor de 70 años, presidente de Grupo GSS. Fue pionero en la implantación en España de los números 900, en el año 86, a través de su primera empresa dedicada al marketing telefónico (Teleaction). Con más de un centenar de premios a sus espaldas lidera ahora un grupo de vanguardia de “call center” con presencia en Iberoaméri-*

*ca y Estados Unidos. La avanzada tecnología y el equipo de 7.000 profesionales le permiten gestionar millones de contactos diarios con los clientes de los grandes bancos, empresas de seguros, energía, telecomunicaciones y Administraciones Públicas.*

**Con más de 25 años en el mercado ¿por qué creó el Grupo y con qué objetivos?**

El Grupo se creó con la misión de ayudar a las empresas a optimizar la ges-

tión de sus clientes (ventas, atención a solicitudes, promoción de servicios, entre otros). La visión de GSS es liderar en el ámbito internacional la oferta de soluciones de gestión de clientes en tiempo real, de manera integral y multicanal; mediante la innovación continua en nuevas soluciones, tecnologías y procesos.

**¿Qué valores lo sustentan?**

Creemos en el equipo humano como el mayor activo de nuestro negocio: en su calidad profesional y personal; en la au-



Vicente López, presidente de Grupo GSS



### Vicente López

Licenciado en Derecho y Diplomado en Dirección de Personal y Dirección Comercial por ICADE. Asumió durante veinte años distintos cargos de responsabilidad en Xerox, hasta ocupar la Dirección General Comercial para España y Portugal. En 1986 fundó y presidió durante diez años Teleaction, una de las primeras compañías en el sector de marketing telefónico y fuerza de ventas. Tras esta primera experiencia exitosa como empresario, ocupó el cargo de presidente de Sitel Ibérica Teleservices para España y Portugal. En el año 2000 se incorporó a la promoción y liderazgo de GSS, asumiendo la presidencia del Grupo.

Le ha sido otorgado el Premio La Voz de la Experiencia, por la Revista Contact Center, en su primera edición; y el Reconocimiento por su contribución a la profesionalización de la Atención al Cliente, concedido por la Asociación Española de Expertos en Centros de Contacto con Cliente.

tonomía de los profesionales, en su proactividad, en sus iniciativas personales y en sus aportaciones; en la combinación de la experiencia del equipo de profesionales con un constante espíritu de superación y en modelos de gestión y organización flexibles, imaginativos e innovadores. Nos gustan los retos.

**Háblenos de las grandes cifras: facturación 2009, previsión 2010, empleados.**

En el año 2009 tuvimos una facturación de 83 millones de euros y para 2010 tenemos una estimación de que llegaremos a los 108 millones de euros. Nuestra plantilla se compone de 7.000 empleados.

**¿Cuáles son sus clientes tipo y qué línea de negocio cree que tiene más recorrido a medio y largo plazo?**

El Grupo GSS está diseñado para trabajar con las principales empresas y organismos públicos, tanto a nivel nacional como internacional, para los cuales desarrolla soluciones integradas, a través de todos los canales de comunicación y para todas las etapas del Ciclo de Vida de los Clientes. Nuestro modelo organizativo y de gestión es flexible, innovador e imaginativo, por lo cual, nuestros clientes tipo pueden variar, porque tenemos capacidad para adaptarnos a ellos.

**¿Cuándo inician la internacionalización y en cuántos países están presentes a día de hoy y qué objetivos/países a medio plazo?**

Nuestra trayectoria internacional comenzó en Perú, en enero de 2007. En los años sucesivos extendimos nuestra presencia a Colombia, Ecuador, Chile, Argentina, México y Brasil. El objetivo para 2011 es entrar en Estados Unidos.

**Háblenos de algún caso de éxito, por ejemplo el "Proyecto Caribú" para Telefónica.**

El "Proyecto Caribú" es uno de los más importantes de la compañía Telefónica a nivel internacional, en el cual Grupo GSS está teniendo una parte fundamental. Es un proyecto pionero y de gran envergadura liderado por Telefónica Internacional para toda Latinoamérica, que va a tener una duración de dos o tres años. Es un proyecto global que está teniendo tal éxito en su implantación que se podría plantear en el futuro para otros territorios y servicios.



Grupo GSS está teniendo un papel crucial en la gestión de este servicio para Otecel (Telefónica Ecuador) y Telefónica Móviles de Perú. El servicio se realiza desde la plataforma de Grupo GSS de la Encarnación en Lima (Perú), y también desde Ecuador. Perú está siendo el país que mejores resultados



está obteniendo y que está sirviendo de referente para todo el proyecto. Telefónica Móviles del Perú ha pasado de tener un incremento mensual de 25.000 líneas postpago (en los últimos doce meses antes de la puesta en funcionamiento del Proyecto Caribú) a conseguir más de 110.000 líneas nuevas mensuales desde el inicio del proyecto. Éste consiste en la migración de clientes prepago a postpago a través de llamadas y otras acciones de marketing y fidelización.

Estos resultados de consolidación de la optimización comercial en Telefónica Internacional se deben a una "mejora sustancial de la calidad de los clientes, reflejado en que el 50% de la ganancia neta corresponde a clientes de contrato,

que se debe en parte al aumento de las migraciones" tal como indica Telefónica en su último informe de resultados, de enero a junio de 2010.

**¿Cómo ejerce el liderazgo el presidente con sus colaboradores, clientes y entorno en general?**

El liderazgo se ejerce a través de la experiencia. El presidente tiene más de tres décadas de experiencia en el área del *contact center*, lo que le sitúa de manera automática como un referente en el sector para sus colaboradores, clientes y entorno general por su extenso conocimiento en el área. No se trata de un liderazgo "ejercido" o "provocado", sino que fluye de forma natural de la propia fuente de sabiduría que otorga la experiencia.

**¿Qué importancia tiene para usted el factor humano en la empresa y su formación permanente?**

Creemos en el equipo humano como el mayor activo de nuestro negocio: en su calidad profesional y personal, así como en la autonomía de los profesionales, en su pro-actividad, en sus iniciativas personales y en sus aportaciones y en la combinación de la experiencia del equipo de profesionales con un constante espíritu de *start up*, como ya he dicho anteriormente.

El capital humano es fundamental para Grupo GSS en todas sus dimensiones, por eso hemos creado una unidad completa denominada "Psicomotive" para la motivación y el *couching* de nuestros equipos de trabajo -independientemente del tipo de campaña que estén desarrollando- que, junto a nuestro departamento de Recursos Humanos, ha creado un plan específico conocido como "Programa Progresá".

El capital humano es fundamental para Grupo GSS en todas sus dimensiones, por eso hemos creado una unidad completa denominada "Psicomotive" para la motivación y el *couching* de nuestros equipos de trabajo -independientemente del tipo de campaña que estén desarrollando- que, junto a nuestro departamento de Recursos Humanos, ha creado un plan específico conocido como "Programa Progresá".

**¿Cuáles son sus planes de crecimiento en todas las áreas geográficas en que están implantados?**

Hasta el día de la fecha, seguimos experimentando un crecimiento importante en todas las áreas geográficas en las que nos encontramos; por lo tanto, nuestros planes son continuar con estos parámetros y aumentarlos en la medida que sea posible. Nuestro plan es añadir nuevas áreas geográficas en las que poder comenzar un nuevo crecimiento, como por ejemplo, los Estados Unidos.

**¿Están receptivos a la incorporación de nuevos socios financieros?**

Sí, estamos abiertos a incorporar un socio financiero de largo recorrido que abarque un máximo de un 35% de la compañía, con cuyo capital circulante apoyaríamos el crecimiento internacional que estamos teniendo y que queremos desarrollar.

El perfil de nuestro socio financiero sería un *family office* que aportara conocimiento y asesoramiento y que no se limitara a ser meramente nominativo. Quisiéramos que este socio financiero se incorporara a Grupo GSS como una parte integrada del equipo directivo, con un alto nivel de involucración en el negocio ■

