ecofin
ECONOMÍA Y FINANZAS

La corrupción arrasa el pacto anti-corrupción

"Es hora de pagar, no de pactar", dicen en el PSOE; mientras Rajoy pide perdón a todos los españoles. Los 51 detenidos por la Guardia Civil (un alcalde socialista, un independiente y muchos del PP) han arrasado con el principio de pacto entre PSOE y PP para sacar adelante la Ley anticorrupción y por la trasnparencia que ya prometiera hace diez años el presidente ZP. En fin, que cada palo aguante su vela. Y la sociedad española a verlas venir y a no tener más alternativa que creer las promesas de nuevos partidos no contaminados por la corrupción. Parece el principio del fin del bipartidismo. Leer más.

Entrevista a **José Luis Goytre**, presidente fundador de la Asociación Española de Expertos en Relación con los Clientes (AEERC).

"La calidad va a ser determinante, hay que ser agradable con los clientes"

Tras trece años presidiendo la Asociación Española de Expertos en Relación con los Clientes (AEERC), José Luis Goytre deja paso a las nuevas generaciones. Su próximo reto será el proyecto Discatel. Nos cuenta para ECOFIN cómo ha cambiado el entorno de los *contact centers* y hacia donde van.

- Después de toda una vida profesional ligada a actividades de 'relación y experiencias con clientes', ¿qué balance hace de su experiencia personal?

Mi relación con la atención al cliente se remonta a hace 25 años. Anteriormente estuve dentro del mundo del marketing directo y después pasé al telefónico, justo cuando empezó el auge. Algunos de los que estábamos en ese mundo nos dimos cuenta de la falta que hacía una asociación que nos amalgamase y que nos sirviera para formarnos, ya que no se podía aprender en ninguna universidad todo lo relacionado con la atención al cliente. Así nació la AEERC, de la que soy el socio número uno y presidente.

- ¿Ha merecido la pena el esfuerzo?, ¿por qué?, ¿está satisfecho con lo conseguido?

Me retiro muy satisfecho. Lo único que voy a hacer es apartarme a un lateral para dejar pasar a gente muy joven, con mucha ilusión, y que es muy importante que conduzcan ellos esta nueva etapa. Agradezco a todos los que han colaborado y trabajado conmigo y por esta actividad.

Este área ha cambiado muchísimo desde hace veinte años. Un símil que suelo utilizar para explicarlo es el de la aviación. Antes iban en unas avionetas descubiertas y con un casco de cuero, así éramos nosotros en el marketing telefónico de los primeros años. Ahora los aviones están muy tecnificados, como el trabajo de los centros de contacto.

Pincha para ver la vídeo entrevista.

- ¿Cuáles son los próximos retos de la Asociación?

La relación con el cliente y con el ciudadano es totalmente esencial. Todos nos relacionamos mediante alguna fórmula. Lo que ha ocurrido con el paso de los años es que antes había cuatro o cinco canales, pero ahora se han abierto muchos otros. El canal Internet va a ir creando nuevas fórmulas y por eso el reto que tiene la gente joven va a ser el de manejar todos esos canales que elige el propio cliente para relacionarse. El reto es hacer lo mejor posible esa relación, que sea positiva para el cliente y para la empresa, y eso no es fácil.

- ¿Qué es el proyecto Discatel y qué objetivos tiene?

Es el proyecto de Responsabilidad Social Corporativa de nuestra Asociación. En 2005 nos dimos cuenta que una Asociación que mueve más de 140.000 puestos de trabajo tenía una obligación de aportar algo a la sociedad. Lo más lógico era hacerlo con las herramientas que tenemos, por ello dimos posibilidades de empleo a personas con discapacidad. Todos los años creamos un gran número de puestos de trabajo para esas personas que aún tienen problemas en España para encontrar trabajo. Los puestos de *contact center* son perfectos para ellos. Además, el teletrabajo es una ventaja importante para estos trabajadores, por ello hablamos con distintas empresas para fomentarlo. El proyecto ha unido a quince empresas que nos ayudan a transmitir este mensaje: es posible y, además, es económicamente rentable. Animamos a las compañías a sumarse a este proyecto.

- ¿Por qué cree que está tardando tanto en implantarse el teletrabajo en España?

En el año 2005 estábamos en una situación ideal de empleo, era interesantísimo el teletrabajo. Actualmente, con la situación que vivimos, se ha ralentizado su implantación, además ha habido mucha inversión de las empresas en puestos fijos y tienen miedo a sustituirlos por gente trabajando fuera de las oficinas. Creo que eso es un error, porque el teletrabajo produce un gran ahorro en las empresas y muchas facilidades para los trabajadores. En Estados Unidos, en nuestra actividad, existen 120.000 agentes de *contact center* trabajando desde sus casas. Es un éxito.

- Además de por la discapacidad, ¿en AEERC también trabajan por la Igualdad, la Diversidad y otras áreas de la RSC de personas?

Vamos a ampliar el programa de RSC en esta nueva etapa. Vamos a trabajar por la Igualdad, porque el 90% de nuestros empleados son mujeres. Diversidad y conciliación son dos valores en los que nos vamos a volcar también, puesto que tenemos muchas mujeres que se quedan embarazadas y con la fórmula del teletrabajo puede conciliar su vida profesional con la familiar sin ningún tipo de problema, de ese modo no perdemos talento.

- Desde AEERC se entregan los galardones CRC Oro Excelencia en Atención al Cliente ¿Qué se valora en estos premios? ¿Qué supone para las compañías premiadas?

Los premios CRC Oro son el reconocimiento del trabajo realizado con profesionalidad y calidad. Se dan con muchísima objetividad, a través de un estudio previo donde no caben las irregularidades, son transparentes y objetivos. La sociedad debe darse cuenta que aunque haya aspectos negativos en la relación con el cliente, también los hay positivos, por eso se conceden estos premios, hay que realzar a quienes lo hacen bien.

- ¿Cómo ve las relaciones con los clientes dentro de diez años?

Antes se podía planificar a diez años, ahora es un pequeño atrevimiento. La relación con los clientes siempre va a existir. Ahora, hay que gestionarlo y ahí la tecnología va a ser protagonista. Actualmente gestionamos esa relación mediante Skype, videoconferencias... va a ser mucho más fácil la comunicación y el cliente va a ser más exigente, va a elegir a las empresas que mejor lo traten, porque los productos y precios son parecidos. La calidad de la relación va a ser determinante para captar a los clientes, hay que lograr que esa relación sea agradable.

Foro ECOFIN Grupo Directivos Internacionales

Copyright © "2014|1" |ECOFIN|*, All rights reserved.
ECOFIN: C/Alcalá, 85 3º Izquierda 28009 Madrid
91 209 25 88

Our mailing address is:
b.valverde@ecofin.es
Darme de baja de este boletín

http://ecofin.es