



## “En un mundo de Redes Sociales y múltiples Canales de Comunicación el Teléfono cada día será menos protagonista”.

Agustín Barcenas entrevista a:

**DANIEL CESTAU LIZ**

**Country Manager  
de InConcert (\*)**

### **¿Cuánto hace que participas de la industria de los Call Centers?**

Participo en la industria de los Centros de Contacto de México hace poco más de 15 años.

### **¿Qué ha cambiado en estos 15 años?**

Todo. Vivimos en un mundo totalmente diferente, la comunicación en esta década y media cambio radicalmente y eso impacta directamente en nuestro negocio en el que tenemos que invertir cada vez más para estar siempre en punta manejando nuevos paradigmas.

### **¿Qué diferencia hay entre una buena tecnología de una mala tecnología?**

Pese a estar en este negocio por tanto tiempo no soy técnico, soy un profesional de marketing que con atrevimiento un día se puso a comerciali-

zar algo tan complejo como tecnología para Contact Centers Multimedia. Yo siento que bien o mal la mayoría de las tecnologías cumple con los requerimientos básicos que los clientes exigen. Algunas de manera nativa y otra como decimos nosotros en el sur a "los ponchazos". La gran diferencia la hace la empresa que está detrás del producto y en especial la gente que hace a esa empresa y que estará respaldando al cliente como una obligación y retribución por habernos elegido.

### **¿Cómo ves la industria hoy?**

Creo que ha habido una gran polarización en la industria de los Centros de Contacto hoy día y los que no trabajaban honestamente y a conciencia han desaparecido o les queda muy poco recorrido.

Las campañas de riesgo que de alguna manera fueron el combustible de decenas de miles de posiciones años atrás hoy son pocas y el grado

de riesgo de operarlas es altísimo. Los Call Centers están actualmente en la obligación de buscar nuevos caminos. No pueden seguir haciendo más de lo mismo pensando en que van a obtener en algún momento un resultado diferente al que han obtenido hasta ahora.

### **¿Qué es lo nuevo?**

Bueno lo nuevo es la Omnicanalidad y la Inteligencia Artificial. En un mundo de redes sociales y múltiples canales de comunicación el teléfono cada día es menos protagonista. La tecnología tiene la obligación de seguir de cerca esos cambios radicales y de alguna manera la Omnicanalidad es la respuesta hoy al objetivo de cubrir todas las necesidades de un Centro de Contactos de Clase Mundial.

**¿Pese a tu desconocimiento tecnológico en estos 15 años has sido un innovador de la industria. Desde**

## **tu experiencia y puntos de vista qué haría falta para revolucionar la industria?**

Bueno al no conocer de tecnología en profundidad siempre me obsesioné por la comercialización y sus "N" alternativas ya que ese es de alguna manera mi lugar en una empresa donde hay muchos ingenieros expertos en tecnología. Fuimos los primeros en salir al mercado con un esquema de comodato con los carriers, los primeros que rentamos tecnología, los primeros en manejar Redes Sociales y los primeros en plantear el esquema de hotelería de Call Center, en el que nadie creía y al final fue un éxito importante. Desde mi punto de vista lo que queda por cambiar es la relación entre el Call Center y sus Agentes Telefónicos. El día que se trabaje en este tema a conciencia la rotación bajará y la rentabilidad de estas empresas aumentará exponencialmente.

## **¿Cómo ves a la competencia?**

Gracias a Dios la veo Mal. Las multinacionales no tienen realidad de precios ni sensibilidad a la hora de presentar una propuesta, los locales se han ido desdibujando porque en los últimos 10 años no han hecho la inversión millonaria -realmente millonaria- necesaria para estar en punta. Las nuevas alternativas que llegan desde USA ni siquiera se toman el trabajo de hablar en español y los viernes a las 5 de la tarde no atienden los teléfonos.

Al final este negocio está relacionado con la visión tecnológica de cada empresa -desde la cual definen qué tendrá que hacer la tecnología de aquí a 5 años- y la inversión necesaria para hacerla realidad. Luego de tener esto definido -que no es poca cosa- entra a tallar la parte comercial. Podés contar con un Marcador Predictivo "Nuclear" pero el cliente hace la transferencia a la cuenta de tu empresa cuando está convencido de que vamos a construir de aquí en más un camino juntos. Cuando el cliente decide hacer el

cheque es porque considera -como en cualquier transacción comercial- que es más valioso contar en su empresa con la tecnología que con el dinero que ésta cuesta, aquí en este momento los algoritmos de ACD pasan a un segundo plano, es un tema puramente de confianza.

## **¿Cuál es el objetivo para la empresa que diriges participar de un Congreso como el del IMT de Marzo último?**

Pienso que cada empresa tiene un objetivo diferente. Muchos participan para intentar vender. Para nosotros esa estrategia no tiene sentido. La venta se hace en el día a día y por otros canales. Nadie va a cambiar la "columna vertebral de su empresa" porque le entregues un folleto de colores.

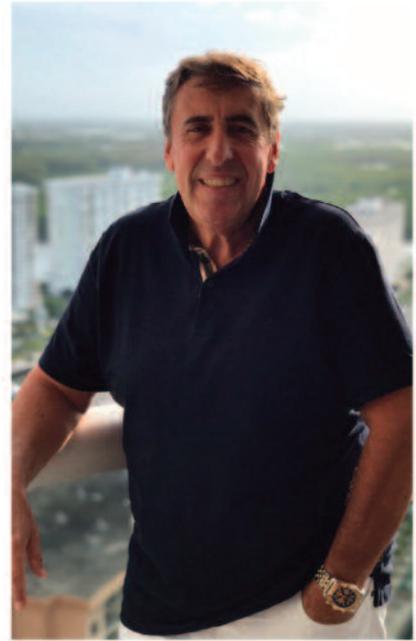
Desde nuestro punto de vista participamos porque tenemos que estar para recibir a nuestros clientes. Es el evento más importante de la industria en el año- junto con el evento de cobranza- y los clientes que confían en nosotros deben encontrarnos allí. Poco a poco nos fuimos convirtiendo en líderes de la industria y no podríamos faltar.

Este año por otra parte participamos con dos stands, uno especialmente dedicado a la Internet de las Cosas que consideramos que es uno de los caminos que los Centros de Contactos deberían explorar para la generación de productos y servicios propios.

## **¿A qué te dedicabas antes de participar en esta industria?**

Tuve varias actividades relacionadas con el deporte que practico hace más de 40 años y que hice profesionalmente durante casi 10 y a los negocios. Sigo incluso haciendo consultoría estratégica comercial como asesor de varias empresas y soy escritor. Tengo 14 libros escritos sobre Gestión Comercial y Motivación.

## **¿Cuáles son tus pasiones?**



Mi familia, mis amigos, los autos, los relojes y el tenis.

## **¿Qué haces en tus ratos libres?**

Colecciono autos y relojes y juego tenis. Viajo con mi familia y también con amigos a todos los Grand Slams desde hace ya mucho años.

## **¿Quién ha sido desde tu punto de vista el mejor tenista de la historia?**

Roger Federer. Verlo jugar es ver lo más cercano a la perfección en ese deporte aunque también es importante ver a Rafa Nadal -el mejor jugador de la historia en polvo de ladrillo-, es un ejemplo de lucha y de no bajar los brazos en el camino de conseguir sus objetivos.

---

(\*) Daniel Cestau Liz dentro de sus múltiples actividades es desde hace 15 años Country Manager de inConcert para USA y México. Ha escrito 14 libros -de negocios y motivación- y tiene más de 100 artículos publicados en revistas y portales especializados. Vive con su familia entre Miami y Ciudad de México.