

## Gestión multicanal

La integración de las Redes Sociales a la estrategia de comunicación.

ENTREVISTA

**Tomás García Ferreiro y  
Javier Boullón Agrelo**

Socios Consultores de FBA Consulting

## Plan Mobega

Tecnología y movilidad sostenible en Galicia

## Tomás García Ferreiro y Javier Boullón Agrelo

Socios Consultores de FBA Consulting.

FBA Consulting es una firma de consultoría sanitaria radicada en Santiago de Compostela y con un ámbito de actuación nacional.

Sus fundadores se formaron en gestión sanitaria en Estados Unidos, habiendo realizado un master de gestión sanitaria en New York University y desarrollándose profesionalmente en gestión y calidad hospitalaria en centros líderes de Nueva York. Tras haber acumulado experiencia durante más de diez años, decidieron crear FBA Consulting en el año 2000 para aplicar las herramientas más modernas de gestión en España.



FBA Consulting tiene como misión colaborar con organizaciones sanitarias para proporcionar herramientas de gestión y calidad, aumentando la eficacia y eficiencia de los centros, al mismo tiempo que la satisfacción de los usuarios. Para ello, también cuenta con Contactnova como partner, con la que lleva colaborando y confiando en sus soluciones y servicios telefónicos más de seis años.

### • ¿Qué debemos entender por Consultoría en Gestión Sanitaria?

FBA Consulting se dedica mayoritariamente a trabajar con hospitales y centros sanitarios para que mejoren su gestión. Esto lo hacemos ofreciendo información de lo que opinan sus pacientes, sus empleados, y ajustándolo a las realidades de cada centro. A la hora de gestionar un centro, se deben tener en cuenta diversas variables clave: datos económicos, misión, visión y valores, competencia, coyuntura, clientes... FBA Consulting es experta en ofrecer la visión de los clientes (internos, externos) y ayudar a alinearla con las otras variables de la gestión.

### • ¿Qué necesidades específicas tiene este sector en la actualidad?

Observamos una deficiencia en inversión tecnológica, con la sensación de que "nos estamos quedando atrás". Esto se ve, por ejemplo, en que hoy en día apenas existen centros con potentes sistemas integrales de gestión (HIS) que permitan centros sanitarios sin papeles, coordinando con otros centros de su entorno, o controlando la productividad de los trabajadores, para poner objetivos, etc. Es decir, lo que se entiende por una gestión moderna. También observamos una carencia de datos comparativos –benchmarking– en indicadores de calidad, de gestión de recursos humanos, etc. Ha habido un auge de la gestión de la calidad, sobre todo con la implantación de sistemas de gestión de la calidad basados en la ISO 9001, y también en la EFQM, pero en muchos casos los indicadores que se han utilizado son más para cumplir

la normativa que para una gestión real de los servicios y departamentos de las organizaciones. Al no usarse indicadores con los que poder establecer un benchmarking no se puede comparar lo bien o mal que se está haciendo respecto al sector.

### • ¿Cuál es el mercado natural de FBA en los últimos años?

El mercado natural de FBA Consulting son los grandes grupos sanitarios tanto privados como públicos. Muchos de los cuales, los hospitales del grupo Adeslas, Capió Sanidad, Asisa, Servicios Públicos de Salud como el Sergas, etc. son usuarios de nuestros servicios. Nuestros clientes corporativos valoran dos aspectos fundamentales de nuestros servicios: primero el disponer de un benchmarking, y así disponer de

datos comparativos a nivel nacional y por sectores (público, privados, u otras variables) para compararse con el mercado y segundo, obtener una herramienta de control organizativo interna de control de gestión de la calidad.

### • ¿Qué servicios son actualmente los más demandados por vuestros clientes? ¿Ha cambiado la demanda desde vuestros primeros años?

Hemos visto una disminución progresiva en la consultoría propiamente dicha

y un aumento de la consultoría tecnológica. Estamos observando una mayor importancia del benchmarking en el futuro, a nivel nacional. Creemos que esto debiera ser realizado por el Ministerio de Sanidad, pero no se está realizando. Este interés irá aumentando, tanto a nivel global como de otros centros semejantes (por tamaño, tipología, etc.). Por ejemplo, los hospitales muy grandes querrán compararse con hospitales semejantes, porque no les sirve como referente lo que sucede en hospitales comarcales o medianos...

### • Si tuviéramos que destacar algún elemento diferenciador en vuestros estudios ¿Qué elementos son destacados?

Sin duda el benchmarking. Somos los líderes nacionales en medición de satisfacción del paciente y de los trabajadores en el sector sanitario. Ofrecemos un servicio completo que incluye encuestas validadas psicométricamente, realización y análisis de resultados con el valor añadido de benchmarking comparativo de centros similares de interés para el cliente.



### • ¿Cuál es la principal ventaja de la encuesta telefónica frente a otras metodologías de encuestación?

Todos los sistemas tienen ventajas e inconvenientes, no hay uno perfecto. Las ventajas de la encuesta telefónica sobre las postales o las entrevistas personales u otras de recogida de información cuantitativa son la inmediatez (se pueden obtener resultados en una semana), la facilidad para realizar cuotas o estratos, la posibilidad de aclarar dudas o cuestiones que surjan durante el cuestionario. Esta metodología también permite el acceso diferencial y segmentado a tipos o grupos específicos dentro de la población, por ejemplo a ciertos segmentos poco accesibles.

En cualquier caso, no hay una mejor metodología por defecto. En todos los casos es más interesante evaluar las necesidades del cliente y determinar

cuál es la metodología más pertinente. Eso sí, una vez decidida la metodología, es crucial ofrecer el mejor servicio. Para las encuestas telefónicas nosotros disponemos de Contactnova como partner. Llevamos más de seis años colaborando con Contactnova y creemos que es la solución óptima para las necesidades de nuestros clientes que precisen una solución telefónica por su rapidez, fiabilidad y seriedad en plazos y compromisos.

### • Recientemente FBA Consulting ha presentado en Madrid y Barcelona su nuevo servicio "BENCHFAR" ¿Qué aporta al sector sanitario? ¿Tendría aplicación en otro sector?

BENCHFAR (cuya página web es <http://www.benchfar.com>) ahonda en la visión de que FBA Consulting se convierta en referente en el benchmarking del sector sanitario nacional. Benchfar permite a

las farmacias hospitalarias monitorizarse y compararse sectorialmente de forma estadística (con las diferencias significativas con la media del sector, la media de farmacias de su tamaño, los intervalos de confianza, percentiles, etc.) en 26 indicadores de calidad.

Las farmacias hospitalarias se pueden comparar on-line unas con otras en estos indicadores de calidad. Así el sector va a poder definir, parametrizar y comparar indicadores de calidad y disponer de datos de benchmarking de los mejores de forma que las farmacias hospitalarias que dispongan de esta herramienta van a poder mejorar la calidad proporcionada.

Actualmente estamos trabajando en otro aplicativo on-line para el sector de laboratorios hospitalarios, BENCHLAB, con la misma filosofía de poder comparar indicadores de calidad y gestión intercentros.

## Tecnología y movilidad sostenible en Galicia

### El Plan MOBEGA y el coche eléctrico

CEAGA (Clúster de Empresas de Automoción de Galicia) pone en marcha el Plan de Movilidad Eléctrica de Galicia (MOBEGA) para promover el uso del automóvil eléctrico y situar a Galicia en los primeros puestos de las nuevas tecnologías de la automoción y de la movilidad sostenible.

La tecnología empleada es 100% Gallega, la cual incluye las infraestructuras necesarias para la recarga de los vehículos, los servicios de gestión integral y de la flota de vehículos eléctricos, así como la red de 7 estaciones multifuncionales de electromovilidad de Europa, de las que se encargará la empresa adjudicataria.



902 99 60 80  
De lunes a viernes de 9:30 a 18:00h.

## COCHE 100% ELÉCTRICO

Este plan supone un nuevo concepto de movilidad, ya que conlleva beneficios ambientales, económicos y sociales, es decir, una auténtica revolución en la movilidad en Galicia.

Los vehículos se podrán recargar en las estaciones de movilidad eléctrica (EME) del Plan Mobega o en alguna de las EME repartidas por toda la geografía gallega. Se podrán hacer recargas rápidas, 80% de la batería en 30 minutos, o una recarga convencional, 100% de la batería en 6 horas.

La autonomía del vehículo dependerá de su uso. Puede variar entre los 70 y los 150 km de distancia recorridos, en función de las condiciones de utilización (aire acondicionado, velocidad, calefacción...) y de la ruta elegida.

A través de este plan demostrativo, se podrá alquilar un coche un día completo por un precio simbólico de 15€ en alguna de las siete grandes ciudades gallegas: Vigo, A Coruña, Santiago de Compostela, Pontevedra, Ourense, Lugo y Ferrol. A partir del 31 de diciembre de 2011, todas las estaciones estarán activas hasta la vigencia de la acción, en diciembre de 2012.



**Contactnova colabora en el plan, junto a Canal1, Agencia de Publicidad, gestionando las reservas de los vehículos a través del formulario de la página web, [www.mobega.es](http://www.mobega.es), y también telefónicamente en el 902 99 60 80.**

Estos automóviles son totalmente silenciosos, versátiles y con cero emisiones de CO2, además de que poseen todos los elementos para una conducción segura, confortable y adaptada a todo el mundo y sin gasto en carburantes.

CONÉCTATE Á  
NOVA MOBILIDADE  
Servizo de Aluguer do Coche Eléctrico

### Información para llegar todavía más lejos

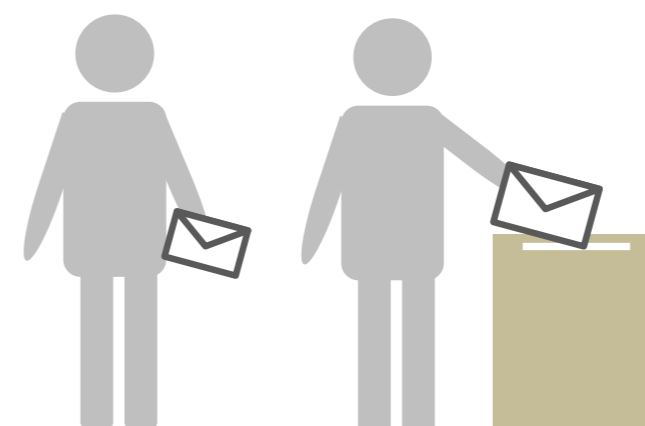


Datos de obras  
de la construcción  
en todo el mundo

construdata21  
[www.construdata21.com](http://www.construdata21.com)

## Novedades en la organización de las Elecciones Generales del 20N

*En el entorno actual, la necesidad de ajuste presupuestario afecta a todos los procesos de la administración pública, en el caso de las Elecciones Generales del 20 de noviembre de 2011 se ha logrado con la introducción de novedades en el proceso, el uso de herramientas tecnológicas y reducción de costes en material impreso.*



Entre las novedades de esta convocatoria se ha realizado una reducción del número de papeletas impresas, este año se imprimirán 50.000 papeletas menos, que suponen un ahorro de 800.000 euros. En el caso de necesidad de más papeletas en la sede de las Subdelegaciones de Gobierno se podrá imprimir más papeletas. El Ministerio del Interior ha realizado un nuevo diseño de la papeleta del Senado, más pequeña, impresa por ambas caras y donde no figuran los suplentes de los candidatos. El nuevo diseño se ha reducido al formato a DIN A-4, con el consiguiente ahorro de papel y coste en la impresión.

Otras novedades del proceso están relacionadas con el uso extensivo de nuevas tecnologías al proceso, como el incremento del uso de la PDA como dispositivo de transmisión al 86% del territorio. Se empleará en todos aquellos municipios de más de 2.000 habitantes. Otro de los sistemas que ha extendido su uso es la mesa administrada electrónicamente, a 2.000 mesas en la Comunidad de Madrid.

Gracias a estas medidas en el caso las elecciones generales de este año 2011, se ha reducido un 5,8% el presupuesto con respecto al año 2008.

## SIEBEL: Mejor tecnología, mejores resultados

*Contactnova lleva utilizando la herramienta CRM Presence para la prestación de sus servicios desde hace varios años, y al integrar Siebel en los servicios del 012 de la Xunta de Galicia, se convierte en una empresa puntera a nivel tecnológico en el mundo de los Contact Center.*



Siebel es un sistema avanzado de gestión de clientes líder dentro de las herramientas CRM (Customer Relationship Management) del mercado.

Una de las ventajas más importantes que ofrece es la gestión multicanal, haciendo compatible el contacto por teléfono, correo electrónico, web y comunicación por fax junto con la integración de los sistemas de back office. Esto ayuda a la unificación en un solo escritorio de todas las funciones de ventas, facilitando la reducción de costes y la mejora de

la prestación de servicios. Además, permite aumentar la optimización de los márgenes en base a un empleo eficaz de los recursos disponibles.

Otra ventaja de utilizar CRM es la información actualizada que proporciona sistemáticamente y que precisan los agentes, ya que aumenta su eficacia, y les permite ofrecer una atención activa y personalizada. Con esto no sólo se resuelven problemas, sino que también aporta un alto conocimiento de los

clientes y mejora los procesos internos, aumentando la satisfacción de éstos y por consiguiente, obteniendo un máximo crecimiento de los ingresos y resultados.

La base de conocimientos centralizada de Oracle CRM también permite mejorar constantemente la eficacia del servicio mediante la formación continua de sus agentes. Gracias a la visión que se obtiene con el análisis de los datos, se gestiona la actividad de los agentes y se resuelven cuellos de botella de forma rápida.

## Gestión multicanal

### La integración de las Redes Sociales a la estrategia de comunicación.

A diferencia de lo que muchos pensaban, las Redes Sociales no han resultado ser una moda, sino que se han convertido en una realidad en el mercado, en una oportunidad de negocio y sobre todo, en posibilidades de interacción con las personas, clientes y consumidores.

Desde un punto de vista empresarial, pueden suponer una ventaja competitiva si son bien utilizadas, pero requieren de una gestión adaptada al medio, independientemente de que la estrategia sea la misma para todos los canales. Por ejemplo, muchas compañías emplean ya las redes sociales como canal adicional para dar un servicio de atención al cliente, así como una herramienta de contacto con sus consumidores, dándole tanta importancia como a cualquier otra vía, ya sea telefónica, email o presencial en establecimiento físico.

¿Cuáles son las ventajas reales de una gestión multicanal? En primer lugar, y la más importante, es la de alcanzar una mayor cobertura en cada una de las acciones. Así como con los canales tradicionales, teléfono, web, email, SMS, son efectivos a la hora de contactar con un cliente, los canales sociales ofrecen un plus en una buena estrategia de comunicación, llegando a allí donde esté el cliente, donde se interrelaciona con la marca o donde podría llegar a hacerlo.

Parece que la función que cumplen las redes sociales puede ser la misma que el resto de los canales convencionales, pero hay una diferencia cualitativa que supone una ventaja frente a éstas, y es el feedback que surge entre la empresa y el consumidor. Si bien la relación promovida por teléfono o email es inmediata y eficaz, puede resultar una interacción a corto plazo, mientras que con los social media se entabla un relación duradera en el tiempo, que se retroalimenta, y es mucho más constante, ya que el cliente está en un ámbito en el que se encuentra cómodo y que, sobre todo, conoce.

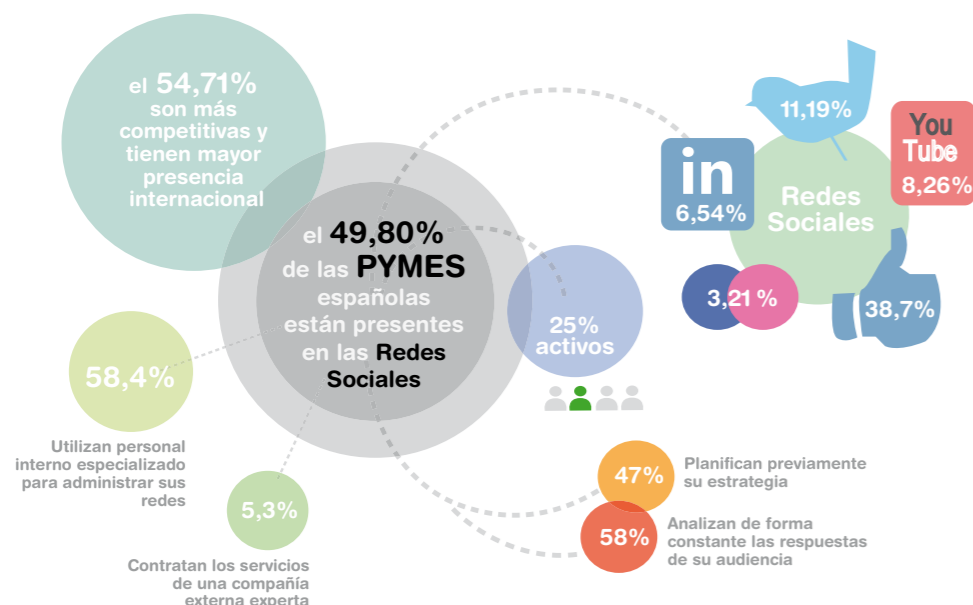
Inevitablemente, generan un nuevo punto de vista del consumidor, donde se expresa de forma diferente, ya sea para quejarse, para realizar una consulta, o

para hablar (bien o mal) de una compañía. Esto hace que, por una parte, se identifiquen nuevas tendencias, necesidades y posibles problemas en el mercado, dando la oportunidad a una empresa a adaptar sus productos y servicios a las demandas de sus clientes; pero por otro lado, esta inmediatez y transparencia tan característica de este medio será visible y accesible al resto de seguidores de la marca en la red, por lo que cualquier fallo o indicador de descontento tendrá una repercusión aún mayor. La viralidad propia de las redes podrá, además, amplificar el resultado.

Por esto mismo toda empresa presente en las redes sociales precisa de una metodología y sobre todo de un seguimiento, ya que una gestión profesional es el factor clave del éxito: el hecho de estar presentes en las redes y no atenderlas, es casi peor que no estarlo.

El mercado siempre está sujeto a cambios, a la evolución del mismo y la sociedad, y la capacidad de renovación de las compañías es la que las impulsará positivamente en su entorno competitivo.

*Datos obtenidos del "Primer estudio nacional sobre el uso de la redes sociales por parte de las PYMES españolas" de la Fundación Banesto, de Octubre 2011*



## Hacia una comunicación global

Recientemente, Contactnova ha incorporado un innovador servicio que permite a personas con discapacidad auditiva y/o del habla, comunicarse con los servicios de atención telefónica ofrecidos por nuestra entidad.

Esta herramienta ofrece la posibilidad de que cualquier persona con este tipo de discapacidad pueda comunicarse en tiempo real y mediante su dispositivo móvil (teléfono móvil o PDA) o a través de la web, con centros de atención de llamadas.

Mediante la implementación de este sistema de comunicación global, bidireccional e integral, Contactnova ha logrado que sus agentes puedan atender en tiempo real, de forma

directa y sin intermediación, a personas con discapacidades auditivas y/o del habla.

La implementación de esta herramienta ha supuesto para Contactnova un incremento de valor en los servicios que actualmente está ofreciendo. Este nuevo canal, supone un paso más allá en la comunicación y un acercamiento a un sector de la población hasta ahora inaccesible a este tipo de servicios.

Desde la óptica del cliente, la operativa de este servicio consistirá básicamente



en la descarga de un simple aplicativo en el dispositivo móvil a través de Internet o mediante la web, accediendo al sitio web indicado y seleccionando el servicio para realizar la "llamada".

En cuanto a la operativa que deben llevar a cabo los agentes para atender este tipo de llamadas, los teleoperadores deberán acceder a la aplicación mediante la intranet de Contactnova. Una vez dentro de la aplicación, los agentes reciben las llamadas entrantes siempre que se muestren en estado disponible.

Cabe destacar que esta aplicación permite a los agentes, gestionar más de una conversación o consulta de forma simultánea, mediante un

sistema simple de pestañas. En caso de desbordamiento en el número de llamadas entrantes, los agentes tienen la posibilidad de auto-excluirse de recibir nuevas entradas hasta que se reduzcan y puedan reanudar su actividad con normalidad.

Con la intención de facilitar y agilizar el proceso de atención telefónica entre los usuarios y los agentes, este nuevo aplicativo permite además, crear mensajes predefinidos en las conversaciones activas (de bienvenida y presentación de un servicio concreto, llamada fuera de horario, Agente ocupado, etc), de manera que la conversación se agiliza de manera considerable.

## 012: Teléfono da Muller

El teléfono es uno de los medios de comunicación más utilizado para proporcionar servicios a colectivos en determinadas condiciones y circunstancias que precisan de una atención social especializada, además de garantizar el anonimato y la confidencialidad de la llamada.

En concreto, este servicio tiene como objeto configurarse como un punto de ayuda, orientación e información para facilitar el acceso y conocimiento de los recursos existentes en Galicia y para cubrir las necesidades de las mujeres gallegas, dirigiendo sus demandas si procede al departamento o administración correspondiente. Además, el servicio colabora en la prevención, detección e intervención en situaciones de posible riesgo, abuso o maltrato de las mujeres.

La UTE Contactnova-Callcenter es la empresa adjudicataria para la prestación del servicio telefónico 012, el cual agrupa, entre otros, el teléfono da Muller, propiedad de la Presidencia de la Xunta de Galicia.

Este servicio de información a la mujer es atendido por teleoperadores 24 horas al día, los 7 días de la semana. Este equipo de personas que lo gestiona cuenta con profesionales especializados y con titulaciones requeridas para atender adecuadamente cada llamada entrante.

Dada la sensibilidad del servicio, se busca garantizar que no quede ningún contacto sin atender, alcanzando así altos porcentajes de atención y cumpliendo con unos elevados requerimientos de calidad. Para asegurar la rapidez de respuesta, se establece una tipología de consulta: Se pueden aplicar procedimientos definidos en función de la tipología para la resolución directa, o bien se puede derivar la llamada a los recursos existentes en la Secretaría Xeral de Igualdade si la situación lo requiere.

Para tener la mayor y mejor atención, la Xunta de Galicia mantiene la gratuidad del teléfono, siendo atendido a través del mismo 012 y también a través del número utilizado anteriormente 900 400 273.

## Estudios de Satisfacción

*Los estudios de satisfacción son una herramienta para determinar cómo percibe la demanda los servicios prestados por las diferentes organizaciones. Cada vez más, los colectivos empresariales y los organismos públicos se preocupan por conocer la opinión y el sentir de sus usuarios y clientes dado que son los que determinan las necesidades y exigencia básicas del mercado.*

La metodología llevada a cabo por Netglobal, División de consultoría de Contactnova, para la puesta en marcha de esta clase de servicios se basa en el siguiente esquema de desarrollo de actividades:



Para poder medir el grado de satisfacción de un servicio, es necesario contar con la participación de una muestra representativa de usuarios o clientes, a partir de la cual se pueda recopilar su opinión y otra información relevante que pueda incidir en su grado de satisfacción. Esta muestra debe ser cuidadosamente examinada atendiendo a las características del perfil del usuario, utilizando cuotas o estratos de interés en caso de que sea necesario.

Por otro lado, para recopilar los datos y opiniones de esta representación del conjunto de usuarios o clientes, una de las posibles técnicas a utilizar es la realización de encuestas. Los cuestionarios deben plantear preguntas sobre diversos temas relacionados con la atención al cliente, la rapidez de resolución, la calidad del servicio/producto, etc. en función de las características específicas que presente dicho servicio/producto y atendiendo a una ruta lógica

que permita detectar respuestas incoherentes. En este sentido, la utilización de una herramienta como la encuesta telefónica para la realización del trabajo de campo, representa una solución rápida, ágil y menos costosa para la recopilación de esta información.

Este conjunto de puntos clave facilitan la realización de un análisis de los datos eficiente y acertado, permitiendo resumir brevemente y con claridad los principales puntos de mejora de los servicios e identificar los aspectos que aportan mayor valor al mercado.

Nuestra empresa, consciente de la importancia de conocer las impresiones y necesidades del mercado, más aun en el entorno económico en el que nos encontramos, y con la intención de evitar estrategias erróneas, ofrece sus servicios de Estudios de Satisfacción para los que cuenta con su Departamento de Consultoría, Netglobal Consultores Asesores.

SOLUCIONES AVANZADAS DE NEGOCIO · INTERNACIONALIZACIÓN · SERVICIOS DE INFORMACIÓN AVANZADA · ASISTENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL · E-ADMINISTRACIÓN · E-CONTROL · DEPURACIÓN Y REUTILIZACIÓN DE AGUAS RESIDUALES · ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE PROCESOS ELECTORALES · PLANES ESTRATÉGICOS · INFORMACIÓN Y DATOS DE OBRAS · REALIZACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS · DESARROLLO TECNOLÓGICO · GRAN EQUIPO MULTIDISCIPLINAR · PLATAFORMA TECNOLÓGICA DE CONTRATACIÓN PÚBLICA · GENERACIÓN DE SINERGIAS CON EMPRESAS DEL SECTOR · CENTRO ESPECIAL DE EMPLEO · ATENCIÓN TELEFÓNICA · SONDEOS DE OPINIÓN · MERCADOS ELECTRÓNICOS B2B · EXPERIENCIA · OPTIMIZACIÓN DE RESULTADOS · ÉXITOS GARANTIZADOS

**PORQUE  
QUEREMOS  
SEGUIR  
SUMANDO**

*netaccede s.c.r*  
Ideas Avanzadas de Negocio

### CONTACTNOVA, S.L.

Parque Tecnológico de Galicia  
Edificio Edisa 2ª Planta - 32900 Ourense  
Tel.: 988 600 095 · Fax: 902 501 433

### DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

chus.rojo@netglobal.es  
www.contactnova.com  
Tel.: 986 441 646 · Fax: 986 441 647

### OFICINAS COMERCIALES

Colón 6, 3º A-B 36201 Vigo  
Tel.: 986 441 646 · Fax: 986 441 647  
Depósito Legal PO 420-2009