



Aurrera!

Nº 23

Septiembre de 2006

Boletín Divulgativo de Nuevas Tecnologías en Informática y Telecomunicaciones

Publicado por el Gabinete Tecnológico de la DIT

ÍNDICE

➤ Web 2.0	Pág. 2
➤ Contact Center	Pág. 6
➤ Alboan: Plan de digitalización	Pág. 10
➤ Breves: Más software en euskera Tecnología Clear Type Tuner	Pág. 12

De nuevo acudimos a la cita con un nuevo número del boletín AURRERA. En primer lugar, comentaros que se han producido algunos cambios en el equipo de dirección que esperamos no se noten mucho. Todos hemos trabajado duro para que esto sea así. Vosotros con vuestros comentarios nos lo haréis saber.

Cada vez se está popularizando más el término Web 2.0. Pero, ¿a qué nos referimos exactamente cuando hablamos de ello?. En este artículo vamos a tratar de aclarar algunos conceptos que están unidos a dicho término. Vamos a examinar el presente y futuro de la Web, tratando de aclarar algunos conceptos como “sindicación de contenidos”, “Web semántica”...

Como segundo gran tema vamos a hablar de los “Contact Centers”, que se están convirtiendo en un elemento fundamental en la estrategia de negocio de las empresas, de cara a identificar, atraer y, sobre todo, retener a sus clientes, ya que según algunos estudios *“conseguir un cliente nuevo es de cuatro a diez veces más cara que retener a uno ya existente”*.

En lo que hace referencia a la sección Alboan, en esta ocasión pretendemos ofrecer información referente al “Manual de Digitalización” del Gobierno Vasco, recientemente aprobado. Dentro del Proyecto de Gobierno Digital, se convierte en un elemento fundamental a la hora de ofrecer servicios telemáticos al ciudadano.

Por último, en la sección “Breves” os informamos de, por una parte, las novedades de nuevo software en euskera que han surgido a partir de la iniciativa del Departamento de Cultura, aquí encuadramos los nuevos cursos on-line que se pueden realizar en www.avanzo.com y las novedades que se han incorporado en el apartado de “Descarga de Software en euskera” dentro de www.euskara.euskadi.net, y también, de una tecnología de Microsoft aplicable a Windows XP que nos permite mejorar la legibilidad de los textos en nuestros monitores TFT, conocida con el nombre de Clear Type Tuner.

WEB 2.0



¿Está próximo el final del concepto de ordenador personal con las aplicaciones instaladas en su disco duro? Lo cierto es que poco a poco la Web está desplazando a las aplicaciones de escritorio actuales. Quizás WEB 2.0 tenga algo que ver en todo ello, con la nueva oferta de servicios en Internet que existen ya y que se vislumbran para un futuro cercano.



La Web ha cambiado sustancialmente la forma en la que trabajamos, hacemos negocios y accedemos a la información. Hoy es posible comunicarse con todo el mundo en cualquier momento y a bajo coste. Podemos acceder a infinidad de recursos, independientemente de donde nos encontremos. Podemos realizar transacciones económicas a través de Internet. Todo esto ha contribuido al éxito de la Web.

Sin embargo, al mismo tiempo, estos factores que han propiciado el éxito de la Web, también han originado sus principales problemas: sobrecarga y, a veces, exceso de información, gran variedad de fuentes de información con los consiguientes problemas de interoperabilidad.

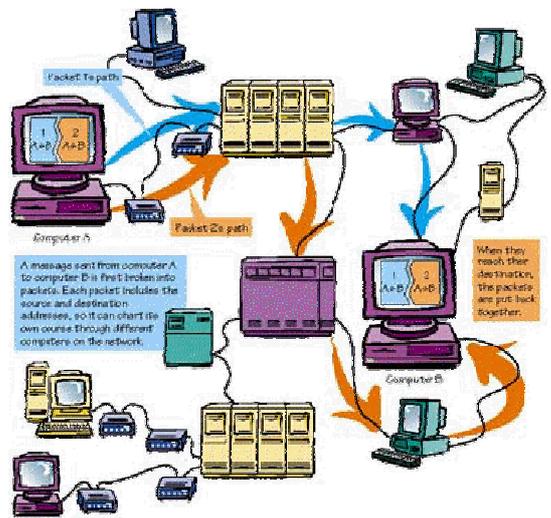
UN POCO DE HISTORIA

La World Wide Web, la Web o WWW nació alrededor de 1989 y, en sus orígenes, ofrecía páginas estáticas HTML que no eran actualizadas de forma habitual. La funcionalidad elemental de la Web se ha basado desde entonces en tres estándares: El Localizador Uniforme de Recursos (URL), que especifica cómo a cada página de información se asocia una "dirección" única en donde encontrarla; el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP), que especifica cómo el navegador y el servidor intercambian información en forma de peticiones y respuestas, y el Lenguaje de Marcación de Hipertexto (HTML), un método para codificar la información de los documentos y sus enlaces.

La popularización de internet hizo que rápidamente se demandara que las webs fueran más dinámicas. Surgió así el HTML dinámico o DHTML. Se trata de un conjunto de técnicas que permiten crear sitios web interactivos utilizando una combinación de lenguaje HTML estático, un lenguaje interpretado en el ordenador (como

JavaScript) y hojas de estilo en cascada (CSS).

Posteriormente, en 1996 apareció XML. La diferencia fundamental entre HTML y XML es que el primero estaba orientado a la presentación de datos, mientras que XML está orientado a los



datos en sí mismos, por lo que cualquier software informático trabaja mejor con XML.

Más adelante surgieron los CMS o sistemas de gestión de contenido, que posibilitan la creación y administración de contenidos principalmente en páginas web. Se trata de aplicaciones de software que permiten una ágil administración de contenidos en páginas web y que facilitan las funciones de publicación, actualización y mantenimiento. En los CMS una interfaz controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio; de esta forma, el sistema permite manejar independientemente el contenido y su diseño.

Web 2.0 ¿QUÉ ES?

El concepto de web 2.0 surgió en una sesión de "brainstorming" realizada entre Dale Dougherty de O'Reilly Media y Craig Cline de MediaLive Internacional para desarrollar ideas para una



El navegador Firefox (<http://www.mozilla-europe.org/es/>) permite utilizar, por medio del navegador, aplicaciones que hasta ahora sólo podían realizarse en el ordenador local. Permite añadir extensiones relacionadas con el blogging y el tagging (el etiquetado social), lectores de RSS y otras herramientas de sindicación de contenidos, adición de distintas barras de herramientas de navegación, buscadores, favoritos, bloqueadores de publicidad, etc.

Este navegador permite lo que se ha venido en denominar "navegación extendida", esto es, añadir nuevas características y posibilidades a la simple navegación.

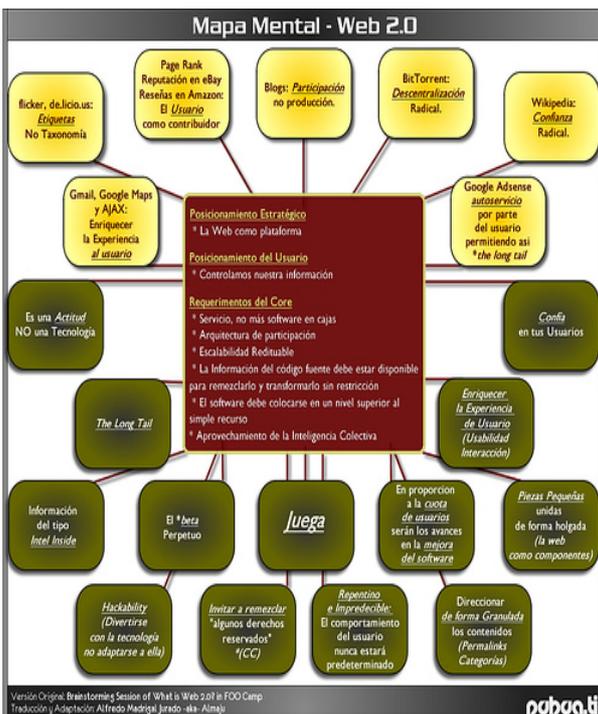
conferencia en la que se hablaba del renacimiento de la web y de la evolución de los modelos de negocio. Fruto de todo ello, ya se han celebrado dos conferencias sobre la Web 2.0, la

Web 2.0: La evolución de las aplicaciones tradicionales a las aplicaciones web orientadas al usuario final"

primera en 2004 y la segunda en octubre de 2005.

Pasados casi dos años, se puede afirmar que el término "Web 2.0" esta claramente popularizado. Aun así, todavía hay discrepancias sobre su verdadero significado, habiendo quienes afirman que es únicamente una palabra de moda, fruto de la publicidad y del marketing.

Web 2.0 es la confluencia en la web de nuevas tendencias de desarrollo basadas en las redes sociales, en una "arquitectura de participación", innovación y desarrolladores independientes, espacios colaborativos tipo weblogs y wikis, la sindicación de contenidos y servicios, etc. De esta forma, Internet adquiere una nueva dimensión como herramienta de cooperación y participación, con el desarrollo de un software social, la utilización de estandares abiertos y



ligeros y la sencillez y simplicidad como punto de partida.

La web ya no solo sirve para recibir información, sirve también para intercambiar información. De esta forma, los sitios web se convierten en fuentes de contenido y entornos participativos para los usuarios.

SINDICACIÓN DE CONTENIDOS

Asociado al término Web 2.0 aparece un nuevo concepto: Sindicación de contenidos o RSS. Las siglas RSS se usan para definir los estándares Rich Site Summary y, más recientemente, Really Simple Syndication.

A veces, acceder a la información que se nos ofrece en internet es costoso y, por ello, tenemos que dominar alguna herramienta o estrategia de búsqueda. Acceder a sitios Web de contenido afín a nuestros gustos o necesidades puede ser una tarea muy laboriosa, ya que nos exige mucho tiempo para movernos por dichas Webs.

Ahora, con la aparición del RSS, ya no tenemos que navegar entre tal cantidades de información,

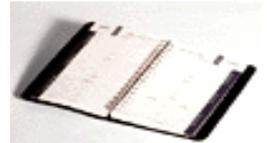
web 2.0 CONFERENCE™

November 7-9, 2006 • San Francisco

es ésta la que viene hasta nosotros: muchos proveedores de información, tanto públicos como privados, ofrecen sus informaciones en un formato estándar que luego puede ser interpretado por un software o página Web determinado. De esta forma, recibes a diario todas las novedades aparecidas en los sitios que te interesan sin tener que estar moviéndote incómodamente de un lado para otro.

El formato RSS es un formato de texto estándar y público que sirve para distribuir titulares de noticias y contenidos por Internet de forma automatizada. La función de la "sindicación" es mostrar un índice con los contenidos y noticias que ha publicado un sitio web sin necesidad de entrar en él. Se trata de un pequeño archivo de texto con código, albergado en el servidor del sitio web que ejerce de fuente de noticias. Dentro de este archivo, los editores del sitio web colocan, de una forma ordenada y estructurada, los titulares y una pequeña descripción o entrada de los últimos contenidos que han publicado en su web.

Así pues, además de los titulares, RSS también



ALGUNOS EJEMPLOS:

- **flickr.com:** Permite a cualquier usuario de Internet almacenar fotos, compartirlas con otros y clasificarlas de forma muy intuitiva.
- **del.icio.us:** Permite almacenar direcciones de páginas web, las que uno considera interesantes, las de nuestros conocidos.
- **maps.google.com** ofrece tecnología cartográfica avanzada y muy fácil de usar, así como información sobre empresas locales (ubicación, información de contacto e indicaciones sobre como llegar).



DICCIONARIO

⁽¹⁾ **Agregadores:** Feeds.

Un agregador o agregador de noticias es un tipo de software para syndicar contenidos web en forma de feed (. El agregador recoge ese feed con las noticias o historias publicadas en los distintos weblogs o bitácoras que se elijan, y nos muestra las novedades o ediciones que se han producido en ese feed; es decir, nos avisan de qué noticias o historias son nuevas desde nuestra última lectura.

contiene una serie de códigos para que los programas que leen estos archivos puedan, automáticamente, detectar cuándo se han publicado nuevos contenidos. Esto permite avisar al usuario, de forma automática, de que se encuentran disponibles nuevas noticias. Los programas lectores de RSS se suelen denominar agregadores⁽¹⁾.

Los canales de sindicación pueden contener muchos tipos de información como: nuevos contenidos de una página, avisos importantes, mensajes de un foro, etc. Junto con RSS, Atom es otra especificación muy popularizada para la sindicación de contenidos.

WEB SEMANTICAS

A veces se ha utilizado el término web 2.0 para definir las web semánticas. Tratando de aclarar conceptos vamos a realizar un pequeño esbozo de las características de una web semántica.

La Web Semántica es una extensión de la web actual dotada de mayor significado en la que cualquier usuario en Internet podrá encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida.

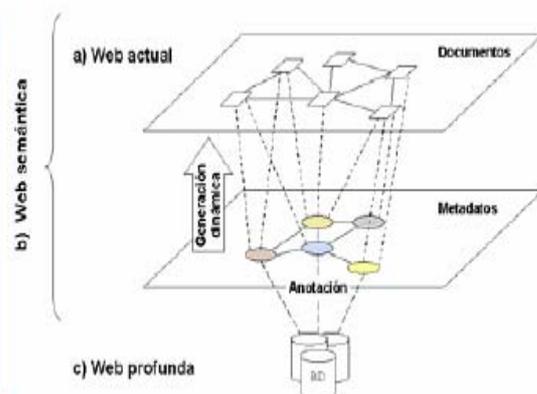
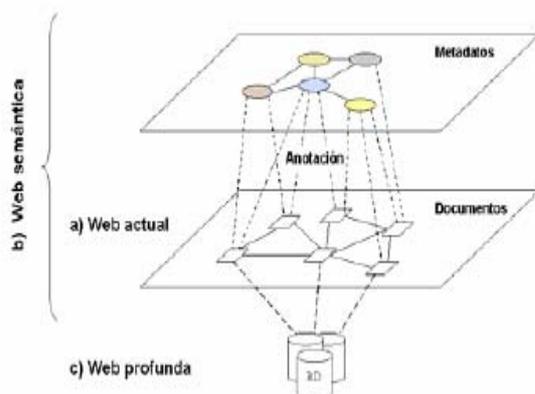
La idea sería aumentar la inteligencia de los contenidos de las páginas web dotándolas de contenido semántico. La Web actual posee una gran capacidad para almacenar datos y puede leer y visualizar los contenidos, pero no es capaz

de una infraestructura común, mediante la cual, es posible compartir, procesar y transferir información de forma sencilla. Esta Web extendida y basada en el significado, se apoya en lenguajes universales que resuelven los problemas ocasionados por una Web carente de semántica en la que, en ocasiones, el acceso a la información se convierte en una tarea difícil y frustrante.

La idea sería aumentar la inteligencia de los contenidos de las páginas web dotándolas de contenido semántico. La Web actual posee una gran capacidad para almacenar datos y puede leer y visualizar los contenidos, pero no es capaz de pensar ni de entender todo lo que contiene.

La Web Semántica ha sido impulsada por Tim Berners-Lee, creador de la WWW, quien en el año 2000 propuso que "la nueva información debe ser reunida de forma que un buscador pueda "comprender", en lugar de ponerla simplemente en una "lista". La Web semántica sería una red de documentos "más inteligentes" que permitan, a su vez, búsquedas más inteligentes. La idea sería aumentar la inteligencia de los contenidos de las páginas web dotándolas de contenido semántico. La Web actual no es capaz de pensar ni de entender todo lo que contiene. Se precisa, por lo tanto, un nueva Web -la Web semántica- que haga posible no sólo almacenar los datos, sino entender e interpretar el sentido de esta información.

No se trata de una inteligencia artificial mágica que permita a las máquinas entender las



de pensar ni de entender todo lo que contiene.

Al dotar a la Web de más significado y, por lo tanto, de más semántica, se pueden obtener soluciones a problemas habituales en la búsqueda de información gracias a la utilización

palabras de los usuarios, es sólo la habilidad de una máquina para resolver problemas bien definidos, a través de operaciones bien definidas que se llevarán a cabo sobre datos existentes bien definidos.

Para poder explotar la Web semántica, se

necesitan lenguajes semánticos más potentes, esto es, lenguajes de marcado capaces de representar el conocimiento basándose en el uso de metadatos y ontologías. Un metadato no es más que un dato estructurado sobre la información, o sea, información sobre información, o de forma más simple, datos sobre datos.

Los metadatos en el contexto de la Web, son datos que se pueden guardar, intercambiar y procesar por medio del ordenador y que están estructurados de tal forma que permiten ayudar a la identificación, descripción clasificación y localización del contenido de un documento o recurso web y que, por tanto, también sirven para su recuperación. Si los metadatos sirven para la estructuración del contenido, tanto los tesauros como las ontologías, hacen posible una semántica para construirlos.

Una ontología es una especificación de una conceptualización, esto es, un marco común o una estructura conceptual sistematizada y de



consenso no sólo para almacenar la información, sino también para poder buscarla y recuperarla. Una ontología define los términos y las relaciones básicas para la comprensión de un área del conocimiento, así como las reglas para poder combinar los términos para definir las extensiones de este tipo de vocabulario controlado.

Para obtener una adecuada definición de los datos, la Web Semántica utiliza dos estándares, RDF y OWL, que ayudan a convertir la Web en una infraestructura global en la que es posible compartir, y reutilizar datos y documentos entre diferentes tipos de usuarios.

RDF proporciona información descriptiva simple sobre los recursos que se encuentran en la Web y que se utiliza, por ejemplo, en catálogos de libros, directorios, colecciones personales de música, fotos, eventos, etc.

OWL es un mecanismo para desarrollar temas o vocabularios específicos en los que asociar esos recursos. Lo que hace OWL es proporcionar un lenguaje para definir ontologías estructuradas que pueden ser utilizadas a través de diferentes sistemas.

Las ontologías, que se encargan de definir los términos utilizados para describir y representar un área de conocimiento, son utilizadas por los usuarios, las bases de datos y las aplicaciones que necesitan compartir información específica, es decir, en un campo determinado como puede ser el de las finanzas, medicina, deporte, etc. Las ontologías incluyen definiciones de conceptos básicos en un campo determinado y la relación entre ellos.

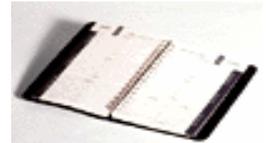
RETOS PARA LAS AA. PP.

Web 2.0 abre una gran cantidad de posibilidades para que las Administraciones Públicas se acerquen a los ciudadanos, donde ya no son simples destinatarios de servicios sino personas que puede aportar cosas. Esto no sólo genera un producto más participativo, y por tanto más utilizado, sino que además encaja con los objetivos de transparencia que debe regir todo lo que hace la Administración.

Hay que ofrecer servicios "basados en la inteligencia colectiva de los ciudadanos", lo que encaja plenamente en la filosofía de la Web 2.0. Algunas de las cosas que se pueden hacer son:

- Calidad e innovación de servicios: La utilización de mapas, herramientas de localización y otras funcionalidades abren la posibilidad a servicios nuevos en áreas de sanidad, transportes, urbanismo...
- Oferta de servicios en dispositivos móviles: teléfonos móviles, PDAs.
- Sindicación (RSS) de contenidos.
- Accesibilidad desde cualquier navegador: Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer...
- Búsqueda avanzada con tecnología de Google.
- Wiki-mapas que integran toda la información georeferenciada.
- Servicios basados en la generación de blogs.
- Redes sociales⁽¹⁾.

Por tanto, las Administraciones Públicas no deben dejar pasar la oportunidad de dar un mejor servicio a los ciudadanos gracias a los servicios Web 2.0.



DICCIONARIO

⁽¹⁾ **Redes Sociales:** O Social networking, socialización en redes de comunidades en línea, donde es posible contactar con personas de cualquier parte del mundo, sobre los asuntos y fines que más nos convengan, desde charlar de forma insustancial, hasta hacer negocios o poner compromisos en común.

LINKS:

- Grupo de trabajo del Web 2.0:
www.web20workgroup.com
- Web 2.0 Conference:
web2con.com
- World Wide Web Consortium:
w3c.es

CONTACT CENTER



El Contact Center no sólo es una evolución del Call Center, sino que implica la construcción de un nuevo modelo común, tanto organizativo como comercial; donde se engloban todos los posibles canales de contacto de las empresas con el cliente, incluyendo voz, correo electrónico, web, fax, chat, sms, etc...



DICCIONARIO

⁽³⁾ **Call Center:** Consiste básicamente en una serie de operadores - humanos o automáticos - que reciben o emiten llamados telefónicos, apoyados en un software que permite hacer seguimiento de esas comunicaciones con algún objetivo particular.

⁽⁴⁾ **Callback:** Término usado para describir la acción por la cual un cliente, interactúa con una entidad requiriendo información y / o la petición de algún tipo de servicio. El proceso culmina con la posterior comunicación (de forma inmediata o no) de la empresa con el cliente, generalmente mediante la realización de una llamada telefónica.

⁽⁵⁾ **CRM:** Ver Boletín nº 6 (Diciembre de 2001).

Los continuos avances tecnológicos y la forma en que las empresas reorientan sus procesos de negocio hacen necesario cuidar de forma especial la atención al cliente, que cada vez demanda más información y servicios. En pleno siglo XXI, prácticamente todo el mundo tienen acceso a telefonía móvil e internet, tecnologías que les permiten comunicarse en cualquier momento donde quiera que estén. En este contexto, sólo aquellas empresas que sean capaces de utilizar y canalizar eficientemente la información que los clientes demandan tendrán ventajas sustanciales sobre la competencia.

Las formas de comunicación han evolucionado mucho en los últimos años, con lo que los antiguos "Call Center⁽³⁾" tienen que adaptarse a estos cambios. La comunicación, que antes era solamente telefónica, ahora está abierta a otros nuevos canales: el correo electrónico, la web, los chats, callbacks⁽⁴⁾, SMSs ...

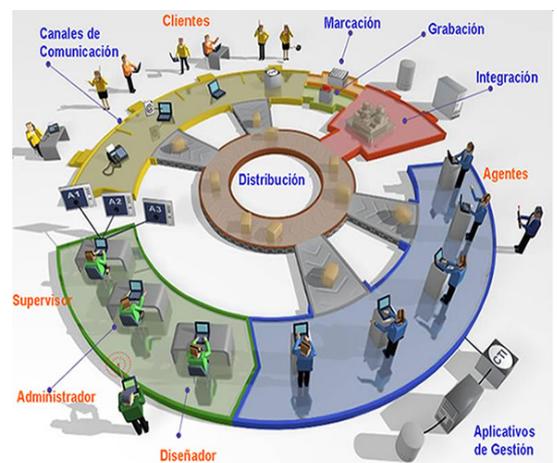
Es cierto que todavía el teléfono sigue siendo el modo de interacción más habitual con el cliente, pero se ha visto necesario que las empresas se adapten a estas nuevas formas de comunicación, centralizando en un único repositorio todas las comunicaciones que llegan a la empresa. Es en este punto donde surge el "Contact Center" o Centro de Contacto.

HACIA UN MEJOR SERVICIO

El uso cada vez más extendido de los Contact Center por parte de los ciudadanos ha puesto de manifiesto la ventaja que para muchas empresas constituye poseer un canal directo de comunicación con sus clientes actuales y potenciales. Sin embargo, en muchas ocasiones, la realidad es bien distinta ya que el recorrido para la resolución de un problema puede llegar a ser largo y complicado.

No estamos frente a un mero problema de clara resolución tecnológica, sino que el elemento que,

en cualquier momento, puede llevarnos a resolver con éxito una interacción con el cliente, lo constituyen los servicios disponibles al entorno de la infraestructura tecnológica.



Así, las personas, la calidad de sus conocimientos, la experiencia y el compromiso de éstas, son los elementos clave que se erigen en "valor añadido" de una interacción profesional entre un agente y un posible o real cliente. Independientemente del canal utilizado, es necesario estar en óptimas condiciones para ofrecer un servicio de la misma calidad que los servicios ya prestados por otros canales.

Para conseguir esto, es fundamental definir de forma correcta las reglas de negocio en la gestión del Contact Center. Hay que asociar perfectamente las necesidades individuales de los clientes con la manera más efectiva para responderles en el menor tiempo posible. Además, la reducción del tiempo de atención y la resolución del problema en el primer contacto son elementos clave de un buen servicio.

El crecimiento de los nuevos canales de comunicación de los clientes sin una integración adecuada en el propio Contact Center puede suponer un gran problema y constituir un pequeño desastre si todas las actuaciones no están perfectamente identificadas y definidas. Hay que conseguir atender al cliente desde el agente más

adecuado en cada momento.

Por ello, es necesario encaminar las consultas siguiendo criterios de negocio y no en función del canal por el que se accede al servicio. Este encaminamiento permite definir, por ejemplo, qué tipo de consultas pueden terminar con la

“La reducción del tiempo de atención y la resolución del problema en el primer contacto son las claves de un buen servicio”

compra de un producto o que ofertas personalizadas se pueden hacer para fidelizar un cliente.

De esta forma, mediante la calidad del servicio que se ofrece y la calidad de la experiencia recibida o percibida por el cliente, se consigue una satisfacción máxima del mismo, con lo que se avanza en el camino de la fidelización.

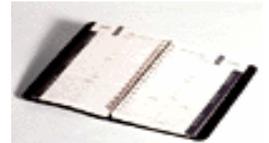
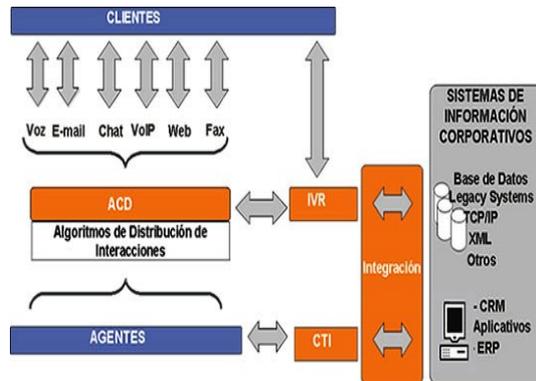
Por todo ello, el proceso de evaluación y selección del Contact Center no se limita exclusivamente a la elección de la mejor herramienta tecnológica disponible. La fase

inicial de análisis es clave en el resultado final del proyecto.

Implantar un Contact Center será rentable siempre que el tipo de negocio de la empresa genera muchas consultas e interacciones con clientes. Pero, ¿qué modelo elegimos? La mayor duda puede ser optar entre un Contact Center interno o recurrir al outsourcing para ofrecer el servicio. Para la elección de un modelo u otro intervienen aspectos como: tamaño de la empresa, capacitación exigida a los agentes, costes del servicio, etc.

ARQUITECTURA DEL CONTACT CENTER

La siguiente figura refleja la arquitectura típica de un Contact Center.



Curiosidades:

La disponibilidad de mano de obra calificada es un factor fundamental al elegir dónde ubicar el Contact Center.

Los niveles de rotación en un Contact Center son bastante más elevados que en otro tipo de empresas.

El nivel de ausentismo es extremadamente alto. Los Contact Centers en Africa y el Medio Oriente tienen un nivel del 17% seguidos de los suramericanos con el 9%.

Hay una gran tendencia a contratar personas a tiempo parcial.

En la actualidad menos del 50% de los Contact Centers en el mundo operan de forma ininterrumpida con un servicio 24x7.

Beneficios de un Call Center

- Único punto de contacto con el cliente.
- Brindar a los clientes servicios e información a través de diferentes medios, para canalizar sus inquietudes y consultas en forma ágil y dinámica.
- Posibilidad de analizar y comprender las necesidades de los clientes.
- Predecir los cambios de comportamiento y tendencias de los clientes.
- Centralización por medio de una base unificada de clientes y futuros clientes con la historia consolidada de éstos para ser utilizada por las diferentes áreas de la empresa, teniendo en todo momento una visión total de la situación de cada cliente y futuro cliente.

- Ventaja comercial. Al utilizar el conocimiento adquirido sobre sus clientes, su empresa podrá llegar al cliente con las ofertas de productos y servicios que él espera. Esto genera un incremento en las ventas, una mejora de los servicios, el ajuste de los costos de venta, etcétera.
- Coordinación de los esfuerzos de los distintos sectores de su compañía para y con el cliente, optimando el flujo de comunicación a través de todos los canales.
- Plataforma tecnológica que integra toda información relacionada con los clientes.
- Integración con los sistemas transaccionales que le permitirán al operador disponer en su pantalla de los antecedentes y la situación de cada cliente y facilitarle la comercialización de los productos y servicios más adecuados a sus necesidades.



Información

La industria de los contact center se ha desarrollado de forma vertiginosa. Por ejemplo, el 72% de las empresas americanas utilizan el sistema ya sea interno o vía outsourcing.

En Estados Unidos 11 millones de personas equivalente al 6.1% de la población económicamente activa, trabajan en sistemas de call y contact centers.

Conseguir un cliente nuevo es de cuatro a diez veces más caro que retener a un cliente existente. Por otro lado, reducir los abandonos en un 5% puede aumentar los beneficios hasta un 85%.

Ahora vamos a proceder a aclarar algunos de los elementos y/o conceptos asociados a todo Contact Center.

- **ACD (Automatic Call Distribution):** Distribuidor automático de llamadas. Es el dispositivo programable que responde llamadas automáticamente, pone llamadas en la cola, distribuye llamadas entre los agentes, reproduce mensajes de demora a los clientes y provee informes de tiempo real e históricos sobre estas actividades. Puede ser un sistema autónomo o una capacidad incorporada en una central telefónica, una red o una central privada (PBX).
- **PBX (Private Branch Exchange):** Central telefónica privada. La PAB o PABX (Private Automatic Branch Exchange) provee soluciones con características avanzadas de voz y servicios de información sofisticados para aplicaciones de comunicaciones de 20 a 20.000 usuarios.
- **IVR (Interactive Voice Response):** Respuesta interactiva de voz. Estos sistemas permiten "pre-atender" las llamadas a través de un menú de opciones. Basándose en la información facilitada por el cliente, resuelve la llamada a través de una consulta a una base de datos o bien desviándola a un agente, eliminando los tiempos de espera y de congestión. Mediante este sistema, el cliente puede acceder a múltiples servicios como, por ejemplo, conocer el estado de sus cuentas financieras, recibir precios de productos, información general, fechas de vencimiento de facturas, tarifas de servicios, catálogos o cualquier otra consulta durante las 24 horas, los 365 días.
- **CTI (Computer Telephony Integration):** Integración telefónica y ordenador. Son los sistemas que permiten integrar las ventajas que ofrecen los sistemas automáticos y ordenadores al mundo de la telefonía.
- **VoIP (Voz sobre IP):** Tecnología utilizada para el envío de voz en tiempo real a través de redes de conmutación de paquetes utilizando el protocolo TCP/IP.
- **CRM[®] (Customer Relationship Management):** Gestión de la relación con clientes. Es un concepto enfocado a administrar las relaciones de una empresa con todos sus clientes, es decir compartir con efectividad la información entre los puntos de contacto de las diferentes áreas específicas que

interactúan con el cliente como: ventas, mercadotecnia, atención a clientes, servicios, etc.

- **VRU (Voice Response Unit):** Unidad de respuesta de voz. El término VRU surgió al incluir en un ACD (Automatic Call Distributor) un pequeño módulo que permitiese realizar determinadas funciones de reconocimiento, como responder a los dígitos tecleados o a la propia voz del cliente (por ejemplo: reconocimiento de "Si", "No"). Actualmente el término VRU se encuentra muy extendido entre los fabricantes o proveedores de sistemas



de telefonía interactiva, y hace referencia a un módulo dentro de éstos, que dispone de capacidades de reconocimiento vocal.

- **TTS/STT (Text-to-speech/Speech-to-text):** Tecnología de síntesis de voz o conversión de texto a voz sintetizada a partir de la secuencia de caracteres que lo componen (TTS) o viceversa (STT) y que permite nuevas opciones de interacción entre las aplicaciones y servicios de voz y el usuario.

¿CUÁL ES LA MEJOR OPCIÓN?

Una vez vista la necesidad de implantar un contact center, el siguiente paso es decidir qué modelo es el más adecuado. Y la mayor duda es optar por un contact center interno o contratar los servicios de una empresa, vía outsourcing.

El contact center interno significa básicamente que es la propia empresa quien lo gestiona con personal propio, en sus instalaciones y con sus recursos tecnológicos. La mayor ventaja es que la empresa tiene en todo momento el control.

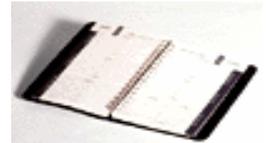
Además, el personal es propio y, por norma, la información de los clientes está en el mismo entorno que el resto de datos de la empresa.

La principal alternativa al contact center interno es buscar una compañía de outsourcing que preste el servicio. Su principal ventaja es la reducción de costes y la simplificación de la gestión. Con ello se consigue evitar las importantes inversiones necesarias en tecnología, plataforma, selección, formación y contratación de personal.

Además, la gestión se simplifica, ya que la empresa contrata un servicio, lo que aporta flexibilidad y rapidez de actuación. Solo se tendrán las personas y la tecnología necesarias adecuadas a cada momento. Otras ventajas son la rapidez en la puesta en marcha del servicio, en la selección y formación de personal, o en la implantación de nuevas tecnologías, ya que los recursos están en la empresa de outsourcing.

Otro beneficio es que la gestión del personal (vacaciones, formación, selección, motivación, absentismo...), que es uno de los puntos más complicados en el contact center, queda en manos de especialistas, permitiendo a la empresa volcar su esfuerzo en una "gestión compartida" del servicio.

El mayor inconvenientes en la externalización del servicio suele ser que la empresa tiene un menor control de la gestión del contact center. Pero, para muchas empresas pequeñas, esto pasa a ser una ventaja, al no tener que gestionar el contact center para conseguir los objetivos empresariales deseados.



Información

OFFSHORE:

El offshore o "deslocalización en los contact center" es un hecho consolidado en países como EE.UU., Reino Unido o Francia, que han establecido servicios en países como India, Irlanda o Túnez. Esta tendencia continúa hoy en Sudáfrica, Marruecos, Argentina, Chile o Colombia.

Hace cinco o seis años, la mayoría de contact centers españoles se ubicaba en Madrid y Barcelona, es decir, en los principales lugares de decisión económica, donde estaban los clientes.

Paulatinamente, en España se ha producido una deslocalización interna a ciudades que permiten un mayor retorno de la inversión a través de una reducción significativa en los costes de gestión. Y con plenas garantías de servicio mediante estándares de calidad y tecnologías idénticas a las de las plataformas situadas en la misma ciudad donde se ubica el cliente.

EXPERIENCIA EN EL GOBIERNO VASCO

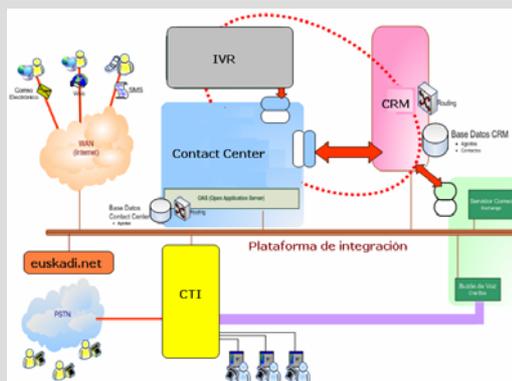
ZUZENEAN es el servicio que el Gobierno Vasco ofrece para atender las consultas de los ciudadanos a través del número de teléfono 012.



Ahora mismo se está trabajando en la migración a un Contact Center, donde las personas que ofrezcan el servicio Zuzenean dispondrán de una herramienta CRM (producto PeopleSoft CRM versión 8.9) con un sistema de gestión y registro de llamadas y con integración con la centralita mediante CTI (producto Solidus eCare versión 4).

El servicio que se está desarrollando contará además con una base de datos de los ciudadanos y empresas que se hayan registrado, un catálogo de servicios y trámites, con su correspondiente argumentario, y utilidades para respuesta, tanto automática como manual, de correos electrónicos.

Además contará con un portal para el inicio de trámites, accediendo directamente a través del catálogo de servicios y trámites parametrizados en CRM. Se están examinando también otras herramientas sectoriales de información, cuyo acceso también debería hacerse mediante el catálogo de servicios y trámites del CRM.



La organización del «Contact Center» incluirá un primer y un segundo nivel de atención telefónica, el primero de ámbito general y el segundo, específico o sectorial, a ser prestado por los Departamentos y Organismos Autónomos.

Es posible que, en determinados casos, también se pueda integrar con otros teléfonos de atención, como por ejemplo el servicio de emergencias que se ofrece en el teléfono 112.



ALBOAN:

MANUAL DE DIGITALIZACIÓN

Oficina para la Modernización de la Administración

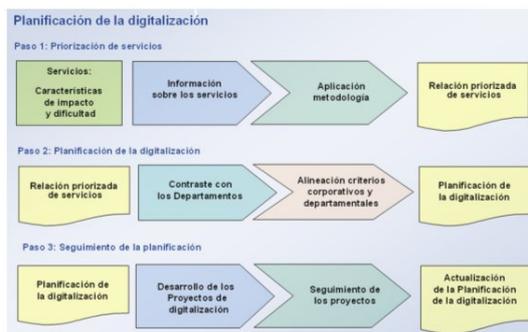
OTRAS REFERENCIAS:

- **Plan Estratégico de Administración y Gobierno Electrónicos (PEAGE):** Iniciativa del Gobierno Vasco cuyo objetivo es coordinar el impulso y el avance de la e-Administración Vasca.
- **Plataforma tecnológica para la eAdministración (PLATEA):** Documento que establece el marco estratégico que sirve para guiar las acciones de construcción de los sistemas informáticos orientados a dar servicios de administración electrónica dentro de la Administración General de la Comunidad Autónoma del País Vasco y sus organismos autónomos.

Recientemente la Comisión Delegada de Planificación y Asuntos Económicos ha aprobado el Manual de Digitalización del Gobierno Vasco y las condiciones para su aplicación en el marco del Plan Estratégico de Administración y Gobierno Electrónicos (PEAGE).

Con el claro objetivo de ir ahondando en el desarrollo de la Administración Electrónica la Oficina para la Modernización de la Administración ha elaborado el “Manual de Digitalización”, que va a constituir el nuevo marco de referencia para agilizar y facilitar la comunicación entre los ciudadanos y la Administración.

El Manual de Digitalización es el pilar en el que se desarrollará la tramitación on-line, con el objetivo de que se convierta en un elemento básico para dar un servicio eficiente, de calidad y transparente al usuario, garantizando la homogeneidad en los niveles de calidad de los diferentes canales de interacción entre el ciudadano y la Administración.



El Manual de Digitalización es un instrumento que debe servir para la elaboración del **Plan de Digitalización** de los Servicios del Gobierno Vasco. Para ello es fundamental la participación activa de todos los agentes implicados. Es, por tanto, un trabajo conjunto que involucra a todos los Departamentos y a los Organismos Autónomos del Gobierno Vasco, donde cada uno debe ser consciente de su responsabilidad, fomentando al mismo tiempo la colaboración y

la participación de todos.

PRIORIZACIÓN. PUNTO CLAVE

Para garantizar el éxito del proceso, el Manual define las responsabilidades y tareas de cada Órgano implicado.

El proceso de digitalización debe realizarse de forma progresiva, priorizando aquellos servicios cuya digitalización resulte de especial interés, de acuerdo a una planificación realista y sistemática. No se trata de digitalizar cualquier servicio que preste la Administración, sino de ir paso a paso.

Todo ello dará lugar al Plan de Digitalización de los servicios del Gobierno Vasco, que identificará aquellos servicios que deben incorporar la utilización de medios electrónicos, informáticos y telemáticos. Hay que evitar descoordinaciones con el fin de asegurar la integración de todas las actuaciones en el desarrollo de la Administración digital. La elaboración de dicho Plan es, pues, tarea de todos, teniendo en cuenta la premisa fundamental de priorización de servicios.

ELEMENTOS DEL MANUAL

El manual incluye los siguientes elementos:

Modelo Básico de Tramitación, para la identificación de los trámites y datos de cada uno de los procedimientos del Gobierno Vasco, agrupando en familias los expedientes con características similares, definiendo una serie de fases, trámites tareas y datos comunes.

Modelo de Tramitación Telemática, para identificar el modo de prestación de los servicios y la forma de relación de la Administración y la ciudadanía por diferentes canales.

El Modelo de Tramitación Telemática pretende:

- Caracterizar los escenarios de consulta,

interacción y transacción entre la Administración y los ciudadanos y empresas, que sirvan de referente para el desarrollo de la Administración Digital.

- Aportar un marco conceptual para el uso de la infraestructura tecnológica desarrollada.
- Establecer el marco para rediseñar internamente los procesos y adaptarlos al mundo digital, integrando los procesos administrativos y de gestión con los procesos externos, tanto de comunicación y obtención de información, como de trámites on line y off line.
- Facilitar la identificación, racionalización y automatización de los procesos de información y tramitación administrativa.



Metodología de Priorización de Servicios: Se define como elemento de ayuda para secuenciar, desde una perspectiva temporal y presupuestaria, la sucesiva digitalización de los servicios de cada órgano administrativo en base a criterios objetivos, coherentes y compartidos

Otros objetivos de la metodología son:

- Ordenación y clasificación en función del valor añadido y del esfuerzo o dificultad que puede suponer la digitalización de los servicios.
- Aportación de criterios con objeto de garantizar una implantación progresiva e integrada de la prestación digital de los servicios, al máximo nivel posible en cada momento y en línea con la estrategia global de desarrollo de la "administración digital".
- Planificación de la digitalización de los servicios en base a criterios coherentes, independientes de la actividad específica de cada prestador y lo suficientemente flexibles para ser adaptados o parametrizados, de manera a ofrecer una cierta capacidad de evolución.

Metodología de Digitalización de Servicios: Es la herramienta que sirve como guía en las diferentes fases del proceso de digitalización de los servicios, proporcionando técnicas y

herramientas, guías de conocimiento y buenas prácticas, y referencias normativas.

Tiene, además, los siguientes objetivos:

- Establecer el mapa de los agentes implicados en la digitalización de servicios y sus roles respectivos.
- Servir de guía para los agentes implicados en la realización de las tareas que les corresponde realizar.
- Optimizar recursos, impulsando el uso de soluciones e infraestructuras comunes y evitando duplicidad de desarrollos e inversiones.
- Potenciar la interoperabilidad entre Órganos y administraciones, en cuanto a compartir datos e información y así facilitar la tramitación administrativa.

PROYECTOS ESTRATEGICOS

Dentro de este Plan, se han identificado algunos proyectos de interés para la colaboración entre las Administraciones Públicas.

Proyecto de intercambio de datos del Padrón: El objeto de este proyecto es sustituir las certificaciones administrativas relativas a la acreditación por parte de las personas físicas y jurídicas de datos del Padrón, por transmisiones de datos entre el Gobierno Vasco y un conjunto determinado de Ayuntamientos.

Proyecto de intercambio de datos de las Obligaciones Tributarias: El objeto de este proyecto es sustituir las certificaciones administrativas relativas a la acreditación por parte de las personas físicas y jurídicas del cumplimiento de las Obligaciones Tributarias, por transmisiones de datos entre el Gobierno Vasco y las Haciendas Forales.

Proyecto de intercambio de datos con la TGSS: El objeto de este proyecto es sustituir las certificaciones administrativas relativas a la acreditación por parte de las personas físicas y jurídicas del pago de las obligaciones con la Tesorería General de la Seguridad Social, por transmisiones de datos entre dicho Organismo y el Gobierno Vasco.



MARCO LEGISLATIVO:

Normativa específica a tener en cuenta en el desarrollo de la administración electrónica:

- Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común
- Reglamento de medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal (Real Decreto 994/1999)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, Protección de Datos de Carácter Personal
- Decreto 174/2003, de organización y funcionamiento del Sistema de Archivo de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Euskadi
- Ley 59/2003, de 19 de diciembre de Firma electrónica
- Ley 2/2004, de Ficheros de Datos de Carácter Personal de Titularidad Pública y de Creación de la Agencia Vasca de Protección de Datos
- Decreto 108/2004, de 8 de junio, del Modelo de Presencia en Internet de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Euskadi





Nº 23

Septiembre de 2006

¡¡BREVES!!

Más EUSKERA en la red

Cursos on-line de ofimática: En la página web www.avanzo.com se ofrece un amplio catalogo de cursos on-line en diferentes idiomas, entre ellos en euskera. En concreto podemos realizar los cursos de Internet y de Office 2003 (access, excel, outlook, powerpoint y Word). Para la elaboración de estos



cursos la empresa "Avanzo learning progress SA" ha contado con la colaboración de la

Viceconsejería de Política Lingüística (VPL) del Departamento de Cultura del Gobierno Vasco y el apoyo de EJIE.

En este trabajo las traducciones han sido realizadas por UZEI y la Fundación Elhuyar, la revisión de los textos la ha llevado a cabo la VPL y los trabajos de coordinación han correspondido a EJIE.

Nuevos productos en euskadi.net: La VPL, dentro de su esfuerzo por incluir productos de amplia difusión en euskera nos ofrece en la dirección web www.euskara.euskadi.net algunas nuevas utilidades, como el I corrector ortográfico Xuxen III, que además de todas las funcionalidades de Xuxen II incorpora algunas novedades importantes como:

- Todas las entradas del Hiztegi Batua de Euskaltzaindia.
- Todas las normas aceptadas por Euskaltzaindia hasta diciembre de 2004.
- Los nombres y apellidos más habituales en el padrón de la CAPV.



www.euskara.euskadi.net

ClearType de Microsoft

ClearType es una tecnología de Windows (disponible a partir de Windows XP) que permite optimizar la visión del texto en monitores TFT/LCD; básicamente esta tecnología aplica suavidad a los bordes de todo texto mostrado en pantalla y, de este modo, la lectura es mucho más fácil y cómoda.

Lo que lleva a cabo esta tecnología es la modificación de la apariencia visual de las fuentes TrueType, es decir, los tipos de letra de Windows, que se muestran mucho más legibles y nítidos. Para ello combate el proceso denominado aliasing (*proceso por el cual las curvas lisas y otras líneas llegan a ser dentadas porque la resolución del dispositivo o del fichero de gráficos no es suficiente para representar una curva lisa*) mediante una técnica para eliminarlo (*efecto antialiasing*).

Podemos activar esta tecnología de dos formas:

1.-En línea. Activándolo desde la URL siguiente de la web de Microsoft:

<http://www.microsoft.com/typography/cleartype/tuner/Step1.aspx>

2.-Descargando un programa desde la URL siguiente de Microsoft e instalándolo en nuestro equipo (en el panel de control se instala un icono nuevo denominado ClearType Tuning):

<http://www.microsoft.com/typography/ClearTypePowerToy.msp>

Desde este Boletín animamos a que se configure esta utilidad que proporciona Microsoft y, desde el primer momento, vean que la mejora en la visualización del texto en sus monitores es un hecho comprobable.

