

“Somos, ante todo, un gran equipo humano”

Alberto García

Especialista en tecnología SAP, Stratesys es una consultora IT con vocación global, que cuenta en su trayectoria con 18 años de experiencia, más de 750 proyectos ejecutados y un constante crecimiento, que le ha permitido afrontar con éxito los peores años de crisis económica, periodo en el que duplicó su facturación, equipo profesional y cartera de clientes. Un modelo de negocio cuyo éxito se ha trasladado también fuera de nuestras fronteras y en la actualidad está presente en siete países, con una destacada implantación en Latinoamérica. Pero el éxito no es una excusa para acomodarse y Carlos De Pedro, socio-director y cofundador de Stratesys, asegura que la compañía mantiene hacia sus clientes el mismo compromiso que el primer día. Es su “seña de identidad”.

Cuéntenos qué es Stratesys y cuáles son los orígenes de la compañía

Hoy Stratesys es una consultora multinacional de servicios de tecnología, especialista en las soluciones SAP. Nuestros orígenes se remontan al año 1997, una época en la que el mercado de servicios SAP comenzaba a despegar en España. Junto a Ramón Montané, socio-director y también cofundador de Stratesys, entendimos que existía una interesante oportunidad de negocio, y decidimos lanzar un proyecto propio. No partíamos de cero. Tras finalizar nuestros estudios de Ingeniería de Telecomunicaciones, ambos habíamos trabajado en prestigiosas consultoras multinacionales, siempre en el ámbito SAP, y sabíamos que existía una demanda creciente de estas soluciones por parte de las empresas. Fue una época de mucho trabajo, y mucho aprendizaje, como corresponde al inicio de un proyecto nuevo.



Después de acumular experiencias en distintos proyectos, sin financiación externa, con algo de austeridad, mucho ingenio y, sobre todo, con la capacidad de trabajo que te aporta la ilusión de creer en lo que estás haciendo, en seguida la compañía era una realidad que muy pronto contó con la confianza de varios clientes estratégicos.

Su satisfacción se convirtió en nuestra más importante herramienta de marketing. Han pasado 18 años desde entonces, y Stratesys es hoy uno de los *partners* de SAP líderes en España, y una importante referencia en otros merca-

dos. Contamos con un equipo humano de casi 600 personas, con presencia en siete países (a través de una red de 11 oficinas), y colaboramos con más de 200 clientes, muchos de ellos del IBEX 35.

¿Cómo ha vivido Stratesys la coyuntura económica de los últimos años? ¿Cuál es el balance del último ejercicio?

A pesar de la adversa situación económica vivida tanto en el mercado español, como en muchos entornos internacionales, los últimos seis años han sido muy positivos para Stratesys. En este



periodo hemos logrado duplicar nuestra cifra de negocio, el equipo humano y la cartera de clientes, consolidándonos así como uno de los principales referentes en el mercado de la consultoría tecnológica. ¿El secreto? Trabajo, compromiso y rigor.

Ha sido precisamente en este momento cuando hemos iniciado el proceso de expansión internacional, como una nueva apuesta de la compañía, un gran reto con el que el equipo directivo ha estado completamente comprometido. Respecto al pasado año 2014, continuamos esta senda de crecimiento, alcanzando una facturación consolidada de más de 32 millones de euros. Unos resultados de los que nos sentimos realmente satisfechos, porque están muy por encima de la tónica general del sector. Hemos pasado de ser un proyecto a una realidad internacional. Creo que hoy tenemos una gran credibilidad en lo que nos proponemos, como lo demuestran estos resultados.

¿Cuál es la clave para lograr un crecimiento del 100% en seis años?

Creemos que hemos construido una marca de prestigio, y que así es percibida por el mercado. Nuestros clientes saben que pueden contar con nosotros, con nuestro equipo, su conocimiento y compromiso. Saben que nos aliamos con ellos, y hacemos de sus prioridades

nuestra prioridad. A pesar del éxito que estamos viviendo, seguimos con el mismo grado de compromiso que el primer día con cada cliente, grande o pequeño. Es nuestra “seña de identidad”, algo que compartimos todos en la compañía.

En este tiempo hemos diversificado nuestro portfolio de soluciones y apostado por entrar en nuevos modelos de negocio, como los modelos BPO (Business Process Outsourcing), las soluciones Cloud, o el lanzamiento de nuestras propias soluciones. Y a ello se ha unido también nuestra expansión internacional. Son diversos los factores “responsables” de ese éxito, pero si hay que poner uno por delante sin duda son las personas, los profesionales de nuestros equipos.

¿Y quiénes son los clientes de Stratesys?

Trabajamos con grandes clientes de referencia, muchos de ellos forman parte del selecto club del IBEX-35, con los que mantenemos una relación estrecha y continuada. Pero también con compañías de menor tamaño, hasta las pymes. En Stratesys creemos que es posible adaptar a cada organización soluciones de negocio basadas en tecnologías innovadoras, con un coste acorde a las dimensiones y complejidad de cada organización.

¿Qué les diferencia de su competencia?

Tenemos muchos factores diferenciadores respecto a casi todos nuestros competidores. La especialización en tecnología SAP, unido al conocimiento de negocio, nuestra destacada red de oficinas a nivel nacional e internacional, el amplio portfolio de soluciones en las que estamos certificados, y en las que tenemos amplia experiencia, nuestra apuesta por la innovación, nuestros enfoques de los proyectos, siempre buscando dar valor de negocio y, por supuesto, nuestro excelente equipo de profesionales. La mezcla de todo ello nos da la oportunidad de trabajar de forma recurrente con nuestros clientes.

Habla de su expansión internacional. ¿Cómo y cuándo comenzó este proceso? ¿En qué momento se encuentran?

Desde nuestros orígenes, entre nuestros clientes siempre hemos contado con grandes compañías multinacionales. Al principio éramos sus compañeros de viaje, nos desplazábamos a multitud de países para llevar a cabo proyectos con ellos, pero sin asentarnos fuera de España. De hecho, así hemos ejecutado trabajos en más de 60 países en todos los continentes.

En el año 2008 dimos el salto, y comenzamos a operar en Portugal. Este



fue el primer paso para expandir el negocio. Después llegó Brasil, un reto más complejo, pero con grandes oportunidades de desarrollo. El crecimiento continuó en Latinoamérica, Estados Unidos y después China. México y Colombia son los últimos mercados en los que estamos desarrollando nuestra actividad. Han sido unos años frenéticos, de mucho aprendizaje, para pasar de una compañía española a una multinacional. En la actualidad el negocio que viene de fuera de España representa ya un creciente 15% de nuestra actividad.

¿Cómo mira al futuro Stratesys? ¿Cuáles son sus objetivos en el medio plazo?

Como compañía creemos que hemos alcanzado una posición consolidada en el mercado español, pero eso no significa que renunciemos a seguir avanzando. Hoy somos una referencia en lo que hacemos. Además, estamos centrando nuestros esfuerzos en la expansión internacional, con el objetivo de ofrecer un servicio cada vez más global y, al mismo tiempo, localizado.

Tenemos claro que nuestro principal compañero de viaje tiene que seguir siendo SAP, pero también estamos creciendo con soluciones y desarrollos propios que complementan o extienden

a SAP. Nuestro futuro es cada vez más internacional, más global, manteniendo nuestra cercanía y compromiso con nuestros clientes como el primer día. Queremos alcanzar la posición que tenemos en España en los mercados en los que hemos entrado. Es una apuesta a medio plazo.

Usted reside ahora en USA (Palo Alto), un enclave estratégico para el sector tecnológico. ¿Qué diferencias observa con respecto al mercado español?

Aunque ahora estoy basado en USA, fruto de esta apuesta por la internacionalización de la compañía, viajo de forma muy frecuente a otros países, sobre todo a México y el resto de Latinoamérica. Es una zona con unas economías que se encuentran en pleno crecimiento, y en la que queremos fortalecer nuestro posicionamiento, pues existen importantes sinergias con España. Una gran oportunidad en este momento, que estamos aprovechando, aportando nuestras señas de identidad en estos mercados, así como el conocimiento y experiencia que hemos adquirido estos años.

Estados Unidos es un mercado diferente, la primera economía del mundo y la más competitiva, un reto de primer or-

den para nosotros. La zona de Silicon Valley concretamente es una de las principales áreas de innovación tecnológica a nivel mundial. Está dominada por grandes gigantes de la tecnología (SAP tiene centros de innovación allí), y por un tremendo ecosistema de emprendimiento, el mundo de las *startups*, pero con un enfoque global, no orientado sólo a USA. Es un mercado muy tecnológico y puntero donde, por ejemplo, las soluciones Cloud han nacido, y donde su aceptación es muy superior a la que existe en otros mercados. Creo que es el epicentro de las olas tecnológicas, un mercado que va por delante en innovación y adopción de tecnología.

Tras este periodo en USA ¿Cómo es la experiencia desde un punto de vista personal en Silicon Valley?

La experiencia de un proceso como éste, de lanzarse a internacionalizar la compañía, siempre es positiva en todos los sentidos. También dura a veces, pero siempre positiva. Aprender otra cultura, y tener que manejarse al 100% en otro idioma es un reto. Cambiar la forma de hacer negocios también. Cada país tiene sus señas de identidad, pero algunos son más próximos culturalmente entre sí. Claramente, Latinoamérica es más próximo que USA a nuestra cultura.

Desde un punto de vista más personal, la experiencia es tremendamente enriquecedora, tanto para mí, como para mi familia, que también me acompaña en esta aventura. Salir de tu entorno, de tu zona "de confort" es algo relativamente natural en el emprendedor/empleado, pero en este caso preocupa la reacción de la familia, tanto la inicial, como la que el paso del tiempo va dejando aparecer. Son muchos cambios a los que hacer frente, pero afortunadamente la adaptación ha sido buena.

A esto se une el que desde un punto de vista profesional, estás en un entorno muy competitivo y dinámico, y motor de muchos de los grandes cambios tecnológicos, lo que exige estar con foco al 100%. Pero ayuda el entorno, ver la energía, actividad y empeño con el que se ponen en marcha nuevos proyectos día a día. Una carrera de fondo en la que no se puede bajar la guardia, algo que va muy en nuestro carácter... ■