

Expansión

10 Expansión Viernes 5 marzo 2021

EMPRESAS

Stratesys crecerá un 70% en tres años con nuevos mercados

NUEVO PLAN DE NEGOCIO/ La consultora prevé facturar 100 millones en 2023 y abrir oficinas en otros países europeos.

Rebeca Arroyo, Madrid

Con casi un cuarto de siglo de historia, Stratesys se prepara para dar un salto que le permita expandir su marca, entrar en nuevos mercados europeos y afianzar su peso en el segmento de la consultoría estratégica y digital.

La compañía fundada en 1997 por Carlos De Pedro y Ramón Montané ha lanzado un nuevo plan de negocio 2021-2023 con el objetivo de alcanzar los 100 millones de euros de ingresos en tres años y los 1.500 profesionales. Esto supone un crecimiento del 70% en su facturación, sobre los casi 60 millones con los que cerró 2020, y un incremento del 50% en plantilla. El propósito de la compañía pasa además porque un 10% de la facturación se traduzca en ebitda, lo que implicaría contar con un beneficio operativo de 10 millones en 2023.

“Creemos que hay espacio en el sector de la tecnología para una empresa cien por cien española y queremos ocuparlo”, explica Ramón Montané, consejero delegado de Stratesys, a EXPANSIÓN.

Pese al Covid, la compañía mantuvo el crecimiento de ingresos en 2020, con un aumento del 1,5%, aunque –reconoce Montané– el ebitda “se ha visto impactado por la pandemia”. Entre los clientes del grupo figuran empresas de telecomunicaciones, retail, consumo, energía, finanzas, salud y farmacéutico. Hasta el momento, la consultora ha ejecutado más de 1.500 proyectos con implantación en 60 países.

“Intentamos ayudar a transformarse a los clientes y que el uso de las herramientas digitales tenga un impacto en su cuenta de resultados”, apostilla el directivo.

Nuevos países

La compañía española, con presencia en Portugal desde 2009, dio el salto al otro lado del Atlántico en 2011 con su desembarco en Brasil. Ahora está presente en estos tres países y en Chile, México, Colombia, Argentina, EEUU y China. Entre los retos de Stratesys figura constituirse como



Ramón Montané, CEO y cofundador de Stratesys.

Asesorar en fondos europeos

Para Ramón Montané los fondos europeos del plan de Recuperación de la Unión Europea son una opción para que las empresas españolas intervengan en la puesta en marcha de soluciones y palancas de futuro. “Hemos creado una oficina técnica para estudiar junto con los clientes la forma de participar y aprovechar las oportunidades que abren los fondos europeos Next Generation. El reto pasa por no hacer todos lo mismo utilizar bien los recursos y no competir entre nosotros”, apunta el directivo. El consejero delegado de Stratesys subraya que la clave para usar de forma adecuada los fondos pasa por la colaboración público privada y por incorporar compañías de base tecnológica, así como a pequeñas y medianas empresas que puedan convertirse en “líderes globales dentro de su ámbito de actuación”.

“Creemos que hay espacio en el sector de la tecnología para una empresa 100% española y queremos ocuparlo”

“Invertimos en soluciones tecnológicas propietarias un millón de euros anuales para ser diferenciales”

un hub tecnológico entre Europa y América; poner mayor foco en el cliente; construir soluciones con tecnología propia e incorporar socios y start up para reforzar sus servicios.

“Queremos abrir nuevas oficinas para completar ese hub tecnológico que permita a las multinacionales globales con presencia en el continente europeo y en América poder avanzar en la unión de culturas y organizaciones”, apunta.

Entre los mercados europeos potenciales para crecer y abrir oficinas figuran Holanda, Suiza, Alemania y Reino Unido. “Son los países donde creemos que existen un mayor número de multinacionales con marcas globales e intereses en América”, apunta.

Aunque no descarta compañías si se presentan oportunidades, Stratesys quiere crecer como hasta ahora de forma orgánica sumando nuevo talento e invirtiendo en tecnología y desarrollos propios. “Destinamos en soluciones tecnológicas propietarias un millón de euros anuales con el objetivo de generar valor al cliente y ser diferenciales”, recuerda el directivo para quien la disponibilidad del 5G, el Internet de las Cosas y el big data en confluencia con la inteligencia artificial provocarán un cambio en que la forma en la que los clientes operan.