

ENTREVISTA

Siete veces más barato

Sancho Lerena produce y comercializa softwares muy específicos que ya tenían en su catálogo las grandes tecnológicas. Pero él, muy conocedor del sector, ha sabido darles su impronta, adaptarlos a las necesidades de los clientes y venderlos siete veces más barato que ellos. Sus tres productos estrella –Pandora,

Integria y Ehorus– están presentes en 33 países, aunque en ninguno de ellos tiene una sucursal. Lo hace a través de «partners» técnicos capaces de explicarlos, comercializarlos, «personalizarlos», implantarlos y darles soporte, «así como de pedir nuestra asistencia cuando lo necesitan». Sus ventajas frente a los grandes

competidores son dos. Una, la fuerza técnica, que en el caso de éstos se diluye fuera de sus países de origen. Y, dos, la innovación. Pronto, pondrá a disposición de las pymes una solución tecnológica de pago por uso para la monitorización de los diferentes recursos tecnológicos y su gestión por control remoto.

Distribuido para lmonroy@monroycomunicacion.com * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

EL PERFIL

Trabajaba bajo el amparo de una gran multinacional española, pero hubo un momento en que se sintió desaprovechado y pensó que podía dar mucho más de sí. Propuso diseñar y desarrollar un software propio para monitorizar y optimizar todos los sistemas tecnológicos de la compañía. El desencanto de la respuesta negativa se transformó en decisión para montar su propia empresa. Así nació en 2005 Ártica ST. Su fundador, Sancho Lerena, un ingeniero informático muy exigente consigo mismo, que siempre quiere saber más y que llama la atención por su capacidad de planificación y su visión estratégica.



C. BEJARANO

Sancho Lerena / Fundador y CEO de Ártica

«El emprendedor español se tiene que mover en un entorno hostil»

ra para monitorizar los recursos tecnológicos y conseguir su optimización?

– Tuve la suerte de que mis últimos trabajos me permitieron detectar una problemática habitual: los grandes entornos tecnológicos están muy fragmentados, y apenas existían herramientas que los soportaran. Y las pocas que había eran extranjeras y en España no había quien supiera manejarlas. Vi que se podía hacer y que no era complicado, y me tiré a la piscina.

– Ya existían productos similares de compañías gigantes. ¿Qué le impulsó a plantarle cara a varios Goliat?

– Los Goliat son muy grandes habitualmente en sus países. Cuando salen de ellos su fuerza técnica se diluye, aunque mantienen la comercial y la financiera. Precisamente ahí, a nivel local, sí puede competir David si tiene una buena y precisa honda, y conoce los puntos débiles de un Goliat que viene de lejos. Ahora, también estamos yendo a sus lugares de origen a intentar plantarles cara. Siempre hemos sido óptimos tanto en asistencia técnica como en producción.

– ¿Cuáles son los valores diferenciales de Pandora con respecto a los competidores?

– Desde que empezamos, nuestro «modus operandi» tiene dos patas: escuchar de verdad al cliente y, desde el punto de vista técnico, intentar darle lo que quiere sin estropear el producto.

– ¿Está bien aprovechada la tecnología en nuestro país?

– Hay margen de mejora, pero no está mal. La tecnología de nuestros servicios de salud no se ve en muchos países próximos. Ahora bien, tengo miedo de que nos quedemos anquilosados. Las administraciones piensan cada vez más en el corto que en el largo plazo. La eficiencia tecnológica sólo se consigue si se planifica con tiempo.

– A veces parece que en España estamos muy volcados en la tecnología doméstica y no sabemos aplicarla en los negocios.

– La pyme no ha sabido sacarle partido. Las grandes sí porque tienen dinero para invertir. Ha de darse cuenta de que la tecnología es justo lo que necesitan para posicionarse mejor y ser más competitivos. Una cosa que pueden hacer las pequeñas y medianas es dar pie a sus empleados a que desarrollen proyectos. Una pyme tiene mucha agilidad, su dirección y visión son únicas, y la rotación de los directivos es prácticamente nula.

– La innovación es esencial en Ártica. ¿Tienen novedades ya listas?

– Sí, pronto vamos a sacar un producto que se llama Op Guardian y que combina el poder de Pandora y Ehorus. Estos últimos

estaban concebidos para grandes compañías y, ahora, vamos a ofrecer esas capacidades de monitorización y control remoto en un pago por servicio sin necesidad de instalaciones, licencias, equipos... Hasta ahora no podríamos prestarle un servicio adecuado a las pymes. Asimismo, a finales de año, esperamos lanzar, un sistema

de inteligencia artificial aplicada a procesos de soporte vía telemática.

– El mercado español no les basta. ¿Cuál es su estrategia de internacionalización?

– Ya estamos en 33 países. La fuerza de Ártica radica en que todos los comerciales son técnicos. Hablamos de tú a tú a los clientes. Siempre sabemos muy bien lo que estamos vendiendo. Nuestra estrategia es disponer de socios técnicos en los países donde tenemos más negocio –Estados Unidos, México y Francia–. En Japón tenemos como «partner» una empresa que sabe explicar, instalar y desplegar el producto al cliente nipón. No vamos a abrir sucursales, queremos trabajar con equipos locales.

«Se puede competir con las grandes porque su fuerza técnica se diluye fuera de sus países»

JUAN DELGADO

Cuando estaba inmerso en el proceso de crear Artica ST, se percató de que tenía lagunas formativas en gestión de empresas. Pues bien, se puso manos a la obra a buscar un MBA acorde con sus necesidades. Y también se dio cuenta de que le faltaban determinadas habilidades sociales. Y ni corto ni perezoso se apuntó a un curso de teatro moderno que «me sirvió mucho». «Siempre tengo necesidad de rascar más, de aprender algo nuevo –de tecnología o de otra materia–. No puedo quedarme quieto», indica.

– ¿Tecnólogo o empresario?

– Supongo que soy un tecnólogo al que le gustaría ser empresario de mayor.

– ¿Por qué abandonó BBVA y se aventuró a montar una empresa en este sector?

– Porque sabía que podía dar muchísimo más de sí y no sólo no me dejaban, sino que me convencí de que nunca me iban a dejar. Era impaciente –sigo siéndolo, aunque

menos–, pero esas corporaciones de gran tamaño requieren mucha mano izquierda y un determinado tipo de ambición –la del poder– que yo no tengo...

– ¿Cuesta mucho ser empresario?

– La vida. Tienes que arriesgar todo, desde tu ámbito privado a tu patrimonio.

– ¿Qué barreras o regulaciones complican el trabajo de los emprendedores?

– Curiosamente para las grandes administraciones públicas el empresario existe, pero no el emprendedor. Es una molestia. Un pobre hombre que tiene que dejarse la vida para sobrevivir y que ha de moverse en un entorno hostil. Cuando yo empecé, el Gobierno de Madrid tenía un programa de formación a jóvenes empresarios. A mí me ayudó bastante porque me encontré con un empresario experimentado con la empatía suficiente para hacernos ver que íbamos a fracasar una y mil veces.

– ¿Por qué apostó por diseñar, desarrollar y comercializar un software como Pando-