

Kick Off 2013 | Ejes de Presente / Futuro

Ángel Echevarría, Director de Negocio Corporativo

Entelgy 10 Años

Ya lo comentaba Mar en el comienzo del Kick Off, y no puedo dejar de recordarlo porque cada vez que miro atrás, veo reflejada la frase de Waldo Emerson en todos los que iniciamos este proyecto, que se ha convertido en una empresa de ámbito internacional.

Y es que ***Nada verdaderamente grande se ha hecho en el mundo, sin entusiasmo*** y así lo hemos vivido en Entelgy.

Creímos en una filosofía de apuesta no sólo en los clientes y en la Innovación, claves en una empresa TIC, pero ante todo y sobre todo una APUESTA POR LAS PERSONAS. Todavía no he conocido una empresa de nuestro sector que haya establecido departamentos de RRHH antes de tener profesionales facturando en los clientes. Y esa apuesta nos permitió incorporar a los mejores, establecer nuestros valores con nuestro perfil ENTELYG y marcar una línea diferencial con la competencia.

Ilusión, porque siendo tan pocos nos atrevimos a tanto!! Y en unos pocos meses nos multiplicamos por 20.

La ilusión que nos permitió ganar a Accenture, Everis, PWC, Ibermática y tantas otras en tan poco tiempo.

Cuanto atrevimiento y cuanta valentía!!!

Con esta ilusión y con la ayuda de nuestros consejeros entramos en grandísimas cuentas, cuando todas estaban reduciendo su lista de proveedores.

Realmente nos demostramos que no hay límites si creemos de verdad en lo que hacemos, si tenemos el **COMPROMISO DE HACERLO EXCELENTEMENTE**.

No pasaron más de cinco años para ser reconocidos en los medios especialistas como la empresa del Sector TIC de mayor crecimiento!!!

Entelgy en el Presente

Toda esta ilusión, este esfuerzo y la apuesta por nuestros valores básicos nos han permitido que seamos una compañía referente en el mundo TIC, donde clientes como BBVA nos han designado como mejor proveedor en tiempo récord o empresas como HP donde nos han premiado como mejor partner EMEA en ámbitos de Gobierno de IT.

Este reconocimiento se extiende a las entidades financieras que nos apoyan, punto especialmente relevante en España en la coyuntura actual. Y no deja de sorprenderme el punto de referencia que somos para muchas empresas de la competencia que nos han visto crecer con respeto y admiración.

En la actualidad somos líderes en muchos ámbitos en los mercados donde ya estamos, como es la seguridad, la gestión documental (líderes mundiales en personal certificado de OpenText, con referencias en los mayores mercados), en gestión de redes, en implantación de HP PPM, en Formación y Gestión del Cambio, SOA, etc. Es cierto que no tenemos todos los medios en todos los mercados donde estamos, pero seguimos trabajando en esta línea, focalizados y sin detenernos.

Tenemos importantes referencias de ámbito internacional en todas éstas áreas de *offering* (Seguridad dando servicio a varias multinacionales, Gestión de Redes con la gestión satelital de TIWS, ITG con BBVA y AXA, Formación con Orona, y muchos otros ejemplos). Tenemos referencias de gran volumen de ingresos, tenemos referencias de alto valor añadido y cada vez más cerca de negocio y de los clientes.

Hemos logrado certificados de calidad en diversos ámbitos especialistas como es CMMi e ISO 9001 en el desarrollo de software, ISO 20000 en el ámbito de los servicios gestionados o ISO 27001 en cuanto a la seguridad.

En el presente, Entelgy es YA UNA EMPRESA INTERNACIONAL!!!. Implantada y desarrollándose en Brasil, Chile y Colombia y con contratos en USA, Canadá, Suiza, Austria, Egipto, Nigeria y otros países.

Repasando nuestros 10 años y comparando con las capacidades que tenemos en la actualidad QUÉ META NOS PODEMOS PONER!!! DÓNDE ESTÁ EL LIMITE!!!

En el presente y en España también tenemos una coyuntura innegable. Estamos sufriendo una crisis que nos afecta tanto como impacta a nuestros clientes. Entre los efectos de la crisis estamos sufriendo una reducción de algunos servicios y una presión sobre el precio como nunca antes hemos vivido. Aun así las nuevas contrataciones se están realizando con mejores márgenes de los que históricamente estábamos realizando.

Pero esta situación de crisis puede tener su efecto más perverso, tanto en cuanto logre arrebatarnos parte de esa ilusión y nos margine en la ceguera de los problemas, que no nos dejen ver más allá.

RECORDAD, cómo Entelgy nació en un contexto de profunda crisis en el sector TIC, y como hemos llegado tan lejos con un esfuerzo ilusionado, con un convencimiento en el hacer excelente y un compromiso con las personas!!!

Pero no me quiero centrar en la situación de España, porque también estamos en mercados de alto crecimiento donde con la misma ilusión estamos creciendo, y desde aquí les reitero el saludo y LA ILUSIÓN DE CREAR ALGO REALMENTE IMPORTANTE EN CADA UNO DE LOS PAÍSES!!!

Realmente hemos comprobado que se puede hacer, que crecemos como compañía, crecemos como profesionales y hasta nos divertimos consiguiendo nuevos retos!!!

Entelgy en el Futuro.

En el PRESENTE el mundo YA HA CAMBIADO respecto a los 10 años de vida de la compañía y sigue en un profundo cambio de paradigmas.

ENTELGY también debe cambiar y reinventarse, entre otras cosas porque nuestros clientes así lo están haciendo, incluso algunos ya nos llevan ventaja.

Todos sabemos que el cambio es un esfuerzo y quienes tenemos que traccionar este cambio, tenemos que multiplicar el ESFUERZO Y EJEMPLO en los equipos que lideramos.

Entelgy en el Futuro. Entelgy en la Innovación

Innovación en la Oferta.

Dentro de nuestra oferta la innovación ha sido una constante, pero los rápidos cambios del mercado nos obligan a hacer planteamientos novedosos.

Recordar que la innovación no sólo está en la tecnología, que tanto nos gusta, sino también en cómo se ofrece. Por ejemplo, donde antes había una licencia y unos servicios, el cliente nos solicita un pago por uso. INFOVISTA en LATAM, ya ha cambiado su modelo de negocio y no sólo porque es otra región, sino porque también es otro tiempo.

Esto tampoco debe significar irnos al extremo de estar creando continuamente nuevo *offering* y vender cada día cosas nuevas, porque eso no es negocio y no hay cuenta de resultados que lo soporte.

Innovación en la forma de vender.

También se puede innovar en la forma de vender. ¿Por qué no? Nuestra venta es consultiva, es la venta de mayor valor que pueda existir y la más compleja. Hacer el esfuerzo real de adaptarnos al entorno de nuestros clientes y sus empresas, y establecer las estrategias adecuadas y adaptadas, para minimizar las barreras de compras y superar al resto de competidores.

En los casos de negocio siguientes comprobareis como con Renault la innovación en la venta, se produce al cambiar al cliente todo el contexto de la licitación y plantear un nuevo modelo.

LA INNOVACIÓN ESTÁ EN CREER QUE PODEMOS CAMBIAR lo que a priori se da cómo inamovible!!!!.

Innovación en la construcción de soluciones para nuestros clientes.

Dentro del contexto del anterior ejemplo, me sirve para continuar proponiendo que somos diseñadores de soluciones, y en la medida que sepamos combinar nuestro conocimiento con las necesidades reales de nuestros clientes. Hay que tener en cuenta que las necesidades reales de nuestros clientes han evolucionado drásticamente, de necesidades a veces puramente tecnológicas a necesidades puramente de negocio, con una clara necesidad de justificar el ROI de la inversión.

Aprovecho para resaltar que a veces nos ponemos freno entre nosotros mismos. Es fácil imaginar al área comercial muy preocupada por no cumplir estrictamente las condiciones del cliente, del mismo modo que es fácil imaginar al área de Delivery sopesando los riesgos de una solución.

Debemos buscar el equilibrio, sabiendo que si creamos conjuntamente la solución más adecuada, probablemente conseguiremos defender un buen margen y tendremos un cliente implicado en apoyar la solución.

Innovación en nuestros procesos y en nuestro modelo empresarial.

Este es un ámbito de mejora clarísima y donde todos los departamentos de la compañía debemos implicarnos a tope para disponer de unos procesos eficaces con unas herramientas adecuadas.

Quienes me conocéis sabéis que en este tema tengo una preocupación/ocupación personal, pero que espero disfrutéis de algunas mejoras en los próximos meses.

Entelgy en el Futuro. Entelgy en el Negocio

La tecnología en si misma se está convirtiendo rápidamente en un “commodity” en formato servicio. Esta característica cambia a nuestro favor, según se incrementa la aportación de valor, de la tecnología al negocio.

Nuestra oferta orientada a Negocio.

En los últimos años hemos reforzado nuestro *offering*, acercándolo a las áreas de negocio, como puede ser el área de BI con QlikView, pero debemos reforzar nuestro acercamiento de la oferta a las áreas de negocio, como forma de llegar al *core* de nuestros clientes y donde se juegan su propio futuro y donde somos menos vulnerables a la presión en el precio.

La flexibilidad que requiere Negocio.

Habitualmente los negocio *core* de nuestros grandes clientes están sujetos a la tensión del mercado y por tanto requieren una respuesta flexible adaptada a su propia demanda. Tenemos que ser capaces de generar servicios que se adapten a esta demanda del negocio de nuestros clientes para ser eficientes y competitivos.

Esta realidad complica enormemente los condicionantes de gestión y rentabilidad, pero es donde está creciendo la demanda de los mayores clientes.

La capa entre las grandes consultoras y los integradores.

Existe una gran oportunidad en la actualidad para abordar oportunidades que recientemente cubrían grandes consultoras más cercanas a negocio (Acenture, PWC, etc), pero que con los recortes debidos a la crisis les convierte en poco competitivas. Debemos ser capaces de identificar estas oportunidades, e incluso, en su caso, fomentar la asociación con este tipo de compañías para complementar la capa de servicios.

La Verticalización de la oferta.

Con la especialización y la cercanía a negocio, avanzaremos en la verticalización de la oferta, ofreciendo soluciones específicas adaptadas a cada negocio. En la actualidad tenemos ejemplos como puede ser el ámbito de la SANIDAD, que luego comentaremos o NESSA en el caso de la BANCA, ofreciendo una solución de CORE BANCARIO MULTIENTIDAD, que adapta muy bien en varios de nuestros mercados.

Entelgy en el Futuro. Entelgy en el Mundo

Vocación internacional de Entelgy

En la actualidad somos una empresa que tiene una estructura internacional en cuanto que estamos implantados en varios países. El cambio en el que vamos a trabajar es en crear un ENTELGY con una DIMENSIÓN Y UNA CULTURA INTERNACIONAL!!!

Una convicción por todos y cada uno de los componentes de la organización, de que tenemos que sumar no sólo en nuestro entorno cercano Madrid, Bilbao, Barcelona, Bogotá, Sao Paulo, Santiago, Lima, etc, sino en la dimensión TOTAL de ENTELGY.

En la medida en que sepamos sumar nuestras capacidades, seremos capaces de multiplicar nuestra competitividad.

Aportar a 10.500 Km ¿ES UN INCONVENIENTE O ES UNA OPORTUNIDAD?

En la compañía se trabaja para seguir ampliando nuestra presencia en nuevos mercados, como puede ser Europa, México o Perú en el momento y en la forma adecuada, y para este crecimiento es importante tener implantada esta cultura internacional.

Muchos estarán pensando, “Qué incómodo y poco gratificante el poder ir a otros países y dejar la comodidad de mi casa...”

Qué fácil y que enriquecedor está siendo poder compartir ENTELGY en los diferentes países. De verdad, ¡Qué gran oportunidad personal y profesional!!!

Valores básicos de compañía.

Es importante que cambiemos y nos adaptemos a las nuevas realidades. Tan importante, como el mantener los principios básicos de compañía, como son la orientación al logro y al cliente, la apuesta por nuestros profesionales, la honestidad y la excelencia en el buen hacer.

Recientemente actualizamos los valores de compañía:

1. **ENTUSIASMO**: Motivación e Ilusión.
2. **TALENTO**: El valor diferencial de las Personas.
3. **INTEGRIDAD**: Coherencia, Compromiso, Confianza (C³).
4. **DIFERENCIACIÓN**: Innovación para el liderazgo.
5. **ORIENTACIÓN AL CLIENTE**: Aportando el máximo valor.
6. **ÉXITO COMPARTIDO**: Logro conjunto del objetivo.

Como comprobáis son los valores que continuamente estáis escuchando en el Kick Off. Es la auténtica base de la compañía, y esto SI ES LO QUE DEBEMOS MANTENER. En cada País, en cada mercado, nos tenemos que ADAPTAR a esa realidad, pero estos valores son los que nos marcan el ADN de la compañía, y lo que nos diferencia de la competencia.

Sumar todas las capacidades de la compañía

Me gusta recordar que en Entelgy siempre hemos tenido claro qué es antes:

¿El huevo o la gallina?

Lo primero es el negocio!!. Sin embargo esto no significa que prepondera el área comercial, sino que es un trabajo conjunto de Comercial, de Delivery, de RRHH, hasta de Financiero y, cómo no, de las áreas de negocio especialistas. Es una suma de capacidades. Y eso lo tenemos muy claro!

Del mismo modo tenemos que ser capaces de sumar estas capacidades en todos los mercados y geografías, e ir complementando las capacidades de realización, especialización, preventa, etc.

También debemos sumar las especializaciones de cada país y cada mercado, traccionando para poder generar nuevo negocio en otros mercados.

En este sentido, en la actualidad tenemos un ejemplo de sinergias entre Chile y Colombia, donde desde Colombia se mantiene una especialización en PeopleSoft, y en Chile existe un mercado importante, y desde Chile (y España) existe una importante especialización en Gestión Documental y otras soluciones de OpenText, y en Colombia también existe un mercado muy relevante.

En la medida que seamos capaces de encontrar y traccionar estas sinergias, seremos capaces de acelerar nuestro crecimiento.

Recordar cómo nacimos, cómo hemos crecido, y cómo con ilusión, trabajo y excelencia podemos llegar donde queramos!!

YA SOMOS INTERNACIONALES!!! Y AVANZAMOS EN UNA NUEVA DIMENSIÓN!!!

YA ESTAMOS TRABAJANDO EN EL FUTURO!!!

LIVE IT ¡!! LIVE ENTELGY!!!!!!