

“Para finales del 2012 esperamos que más del 60 por ciento de nuestros ingresos sean fuera de España”

- “Los mercados a lo que nos hemos dirigido son inmensos (solamente entre USA, Latinoamérica y Europa estamos hablando de más de 1.300 millones de personas)”
- “Nuestro objetivo es introducir proyectos de referencia de nuestras dos áreas de negocio en cada uno de los países, así como la creación de una red de partners y ecosistemas de innovación abierta locales”

Después de 16 años en el mercado tecnológico, **Ándago** se ha convertido en una de las empresas de referencia en el uso de software de fuentes abiertas dentro y fuera de nuestras fronteras. Recientemente la compañía, encargada del Plan de Modernización de la Administración de la [Alcaldía de Panamá](#), ha aportado la plataforma y el desarrollo del proyecto basado en la solución open source, [Open Cities](#), un mecanismo de gobierno electrónico que acerca a los ciudadanos y ofrece unos servicios de calidad a través de la consulta y pagos en línea de los impuestos municipales, ahorrando a los contribuyentes largas colas y tiempo de espera.

Por ello, nos entrevistamos con su fundador y director general, José María Olmo, a quien le pedimos nos dé su visión incomparable sobre la importancia de las estrategias de internacionalización en las empresas TIC, y, sobre todo, la oportunidad de negocio que se genera para las marcas que deciden salir al exterior, especialmente en épocas de crisis.

Gaceta Tecnológica. Hablar de estrategias de internacionalización en un mundo globalizado puede resultar algo contradictorio. Pero sin embargo no todas las empresas deciden dar el paso. No es el caso de Ándago que ya llevan varios años apostando por la salida de sus productos y servicios al exterior. ¿En qué países han extendido su modelo de negocio?

José María Olmo. Actualmente, Ándago se encuentra implantado en una red de centros de innovación en España (Madrid, Bilbao), Panamá, Reino Unido (Cambridge) y Estados Unidos (Miami). La red de centros nos está permitiendo comercializar nuestra tecnología en Europa Occidental, Europa del Este, Latinoamérica y Estados Unidos.

G.T. ¿Qué sectores son los más demandados por estos países y qué soluciones reclaman?

J.M.O. Latinoamérica y Europa del Este están demandando principalmente soluciones de eGovernment que ayuden a mejorar la eficiencia y transparencia de sus gobiernos, y a su vez, mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a sus ciudadanos.

Por otro lado, Estados Unidos y Europa Occidental están demandando principalmente nuestras soluciones de salud conectada (mhealth y tvhealth) que permiten el seguimiento remoto de pacientes mejorando su calidad de vida y ahorrando costes en los abultados presupuestos de salud. A su vez, en todos estos países están apoyando las actividades de investigación y desarrollo, especialmente las de colaboración entre países o áreas geográficas, tales como los programas [IBEROEKA](#) entre Europa y Latinoamérica. Esto nos ha permitido las sinergias en I+D entre nuestros diferentes centros de innovación y las redes de innovación locales.

G.T. ¿Les queda mucho camino por recorrer, especialmente en los países iberoamericanos, o no tienen nada que envidiar a países como el nuestro? Es decir, ¿cuál ha sido su evolución tecnológica en estos años que llevan trabajando con ellos?

J.M.O. Cada país iberoamericano tiene una realidad diferente; sin embargo, en general existen grandes carencias de introducción de tecnologías de la información en los gobiernos regionales y municipalidades. Existe en general en todos los países planes estratégicos digitales para la introducción de tecnologías en sus gobiernos. Muchos de estos planes han sido definidos siguiendo las estrategias digitales realizadas en España durante los últimos cinco años.

G.T. Ándago apuesta por las tecnologías open source tanto como motor de su estrategia de I+D+i, como por el modelo de desarrollo de soluciones que ofrece a sus clientes ¿Ha notado si en estos países hay menos reticencia a adoptar soluciones basadas en Software Libre? ¿Son más conscientes de las ventajas que ofrecen frente al privativo?

J.M.O. Aunque se comienza a ver una gran tendencia hacia el uso de Software Libre en los gobiernos latinoamericanos, todavía la cultura de compra predominante de tecnologías es la de compra de paquetes de software, especialmente privativos. No obstante, existen múltiples iniciativas de promoción del Software Libre en los gobiernos de estos países dadas las ventajas que ofrece a estos. Ésta fue la razón principal de nuestra implantación en Latinoamérica.

G.T. De todos los proyectos internacionales que han llevado a cabo, ¿cuál diría que fue el más difícil de afrontar?

J.M.O. Abrir cualquier centro en otro país implica conocer sus características específicas legales, administrativas, culturales, etc. Siempre es una aventura la primera fase de apertura (de seis a nueve meses). No obstante, por razones de idioma y culturales, la comercialización en países del Este implica un mayor esfuerzo. Así siempre recordaremos con cariño nuestro primer proyecto en la región de Sliven de Bulgaria, que en próximas fechas será inaugurado.

G.T. En un momento en el que es inevitablemente hablar de crisis, ¿cree que salir al exterior en busca de nueva oportunidades de negocio es un buen revulsivo para mantener los fantásticos números que avalan a Ándago?

J.M.O. No sólo lo creemos, sino que creemos que es la única forma de crecimiento y diversificación de cualquier compañía IT. En un mundo globalizado, las necesidades de software y tecnología de Administraciones Públicas y Servicios Sanitarios tienden a homogeneizarse. Nuestro objetivo es innovar en soluciones para estos sectores en nuestra red de centros y la comercialización en cada una de las áreas geográficas. Para finales del 2012 esperamos que más del 60 por ciento de nuestros ingresos sean fuera de España.

G.T. Un pequeño inciso. Una de las principales banderas de Ándago es la de la Responsabilidad social, ¿qué proyecto realizado en el exterior les ha reportado mayor satisfacción desde el punto de vista social?

J.M.O. Una de las primeras experiencias y de las más satisfactorias fue la colaboración con el equipo Pangea Explorer y su participación en el Mongol Rally 2008. El Mongol Rally es un Rally solidario cuyo objetivo es el de recaudar fondos para organizaciones benéficas en España y Mongolia. La carrera partía de tres ciudades europeas: Londres, Madrid y Roma para llegar a Ulán

Bator, en el corazón de Mongolia.

Para participar era preciso pagar una inscripción que se donaba a proyectos de ayuda humanitaria, tanto en el país de salida del equipo, en este caso en España la donación fue a parar al Proyecto [Pueblos Unidos](#) de la [Fundación San Juan del Castillo](#), como en Mongolia donde la ONG elegida fue [Mercy Corps Mongolia](#). De los 300 equipos participantes en esa quinta edición del Mongol Rally, 50 eran españoles y todos cumplían una norma: los vehículos que se utilizaron fueron de baja cilindrada y a su llegada a Mongolia se donaron al orfanato de Nairamdaal.

G.T. A principios del 2008 la compañía tomó la decisión de ceder a programas solidarios el 0.7 por ciento de aquellos proyectos relacionados con licitaciones públicas, destinando esta ayuda a la entidad que el cliente eligiese. ¿Nos puede decir en qué iniciativas han invertido este dinero y cuáles se tienen entre manos?

J.M.O. Principalmente, ha sido cesión de equipamiento tecnológico a centros cívicos, juventud o de personas mayores en diferentes localidades. Pero como curiosidad, hemos apoyado el envío de coches viejos a Mongolia como hemos comentado antes o apadrinado al [Coro de Voces Graves de Madrid GGC](#).

G.T. Continuamos hablando de los clientes, uno de los principales referentes de calidad de Ándago. ¿Cuáles son los sectores principales donde han desarrollado su trabajo y qué empresas han confiado en las soluciones de Ándago?

J.M.O. Principalmente nuestros sectores son las administraciones públicas con proyectos mayoritariamente en España (gobiernos regionales, diputaciones y municipios), Bulgaria (gobiernos regionales), Panamá, México (gobiernos locales) y Brasil (estados). En cuanto al sector sanitario, estamos colaborando con los principales fabricantes de dispositivos biomédicos para su comercialización en farmacias de USA y Europa. Por otro lado colaboramos, a través de nuestra participación en la [Continua Health Alliance](#) y la [Open Handset Alliance](#), con empresas tecnológicas como [A&D](#).

G.T. Uno de los principales activos de las empresas tecnológicas de éxito son sus partners y en esto Ándago ha sabido unirse a los mejores, también internacionalmente. ¿Qué alianzas estratégicas ha llevado a cabo para completar su oferta de valor desde el exterior?

J.M.O. Inicialmente, formamos parte de una creación de partners integradores con posicionamiento local en diferentes países, algunos de ellos conocidos como [Accenture](#), [Steria](#), [IECISA](#), pero otros con posicionamiento local como [STS](#), [ConsultingNet](#), Vercolli...

En cada una de las líneas de negocio estamos intentando crear un ecosistema de partners que complementen las diferentes cadenas de valor. Así, por ejemplo, en el área de salud estamos colaborando con fabricantes de dispositivos (A&D) o fabricantes de sistemas operativos como [Google](#).

G.T. ¿Qué es lo próximo?, ¿cuál es su ruta internacional?

J.M.O. Los mercados a lo que nos hemos dirigido son inmensos (solamente entre USA, Latinoamérica y Europa estamos hablando de más de 1.300 millones de personas), nuestro objetivo es introducir proyectos de referencia de nuestras dos áreas de negocio en cada uno de los países, así como la creación de una red de partners y ecosistemas de innovación abierta locales.

Los proyectos de referencia y la red de partners nos permitirán crecer y consolidarnos progresivamente en cada uno de los mercados.

G.T. Para finalizar, como director general de una compañía líder en el mercado del open source, y unas de las primeras en ofrecer sus servicios al exterior ¿ha pasado muchas noches en vela para abrirse camino en un mercado hasta entonces incierto?

J.M.O. La incertidumbre, el riesgo y, a veces, la soledad en las decisiones, es algo inherente al carácter emprendedor que con los años se hace cotidiano para cualquier ejecutivo con iniciativa. No

siempre la organización, o incluso los inversores, ven claro la necesidad de crecimiento con la internacionalización que inicialmente muestra muchos riesgos. Es necesaria una gran labor de arrastre de todo el mundo, asumiendo un riesgo personal, para conseguir cambiar la cultura de una organización hacia una organización multicultural y multinacional.

No obstante, la apertura del primer centro o del primer país es lo más difícil, hasta que defines una metodología de apertura de centros, desarrollo de innovación y comercialización local.

G.T. ¿Cómo fue el proceso?

J.M.O. En el área de Gobierno Electrónico identificamos las necesidades de Gobiernos, tanto en Latinoamérica como Europa del Este. Para la comercialización en Latinoamérica decidimos implantarnos en la Ciudad de Panamá. Europa del Este lo gestionamos desde los centros en España. En el área de Salud Conectada, identificamos que nuestros principales mercados iban a ser inicialmente UK y USA, por ello, conseguimos financiación para la apertura de centros en Cambridge y Miami para la comercialización y desarrollo de I+D en soluciones de Salud y Bienestar.

G.T. ¿Dudó en algún momento en que el camino escogido era el correcto?

J.M.O. Por supuesto que siempre te surgen dudas. La internacionalización no es un proceso que genere ingresos inmediatamente, sino que tiene un ciclo de vida de implantación de seis a nueve meses, y aproximadamente de 12 a 15 meses para disponer de una cartera de oportunidades que hagan rentable el centro. En todo este proceso, hay que ser paciente y persistente, los resultados llegan siempre al final. Pero por supuesto, que surgen muchas veces dudas que hay que saber gestionar.

G.T. ¿Contento del resultado?

J.M.O. Por supuesto, la internacionalización te enriquece y te hace ver el mundo de una forma diferente que desde un punto de vista nacional o regional. En los dos últimos años hemos conseguido convertirnos poco a poco en una empresa multicultural con personal de diferentes nacionalidades, y los proyectos se hacen con equipos multidisciplinares de diferentes países. Esto nos permite construir soluciones y definir estrategias de comercialización pensadas para un mercado más global. Como anécdota, es gracioso ver cómo en las reuniones se tiende hacia el bilingüismo donde se usa indistintamente y simultáneamente el español y el inglés.

DATOS BIOGRÁFICOS

José María Olmo es ingeniero en Informática por la [Universidad Politécnica de Madrid](#). Su experiencia profesional ha transcurrido en empresas relacionadas con el sector TIC con puestos de dirección de proyectos en Fundesco, [Telefónica](#), [Telefónica Móviles](#) y [Telefónica I+D](#). Gran emprendedor e impulsor del uso de Software Libre en la empresa y en la administración, fundó empresas como Informundo y Nexo antes de crear [Ándago](#) hace 16 años, trabajo que compagina con una plaza de miembro del Consejo Asesor del Grupo [Talde](#).

.....
Para más información:

Gaceta Tecnológica Ediciones
<http://www.gacetatecnologica.com>

comunicacion@gacetaediciones.com
Tlfo: 916393454