

¿Quién dice que las grandes cuentas no son para las pymes?

La consultora tecnológica Entel se ha hecho un hueco en un mercado dominado por multinacionales como IBM y Accenture.

E. ARRIETA. Madrid

La consultora tecnológica Entel ha tenido agallas como pocas. Fundada poco después de la explosión de la llamada burbuja tecnológica, esta compañía española ha logrado poner en práctica la mayor parte de los principios de buena gestión descritos en los libros que se estudian en las facultades de Empresariales.

Aspectos como la orientación al cliente, la flexibilidad y la capacidad de adaptación, el trabajo en equipo, el buen ambiente laboral, la visión de largo plazo y la integridad moral han hecho de Entel, que ahora cumple cinco años, una consultora presente en las decisiones estratégicas de más de un centenar de grandes compañías nacionales e internacionales, entre las que figuran Telefónica, Bankinter, BBVA, el Ministerio de Cultura, Iberia, el Banco de España y British Petroleum (BP).

El grupo suma más de un centenar de clientes, como BBVA, Telefónica, Iberia y el Banco de España

“El año 2003 era un momento complicado para empezar. La burbuja tecnológica, el efecto 2000 y el paso al euro eran aún muy recientes, y muchas de las expectativas económicas de las empresas habían sido frustradas, pero si esperas al mejor momento para salir, no lo harás nunca”, cuenta José Francisco Olascoaga, presidente y fundador de Entel.

¿Cómo poner en marcha un negocio en ese contexto? “Todos los que participamos en el nacimiento de Entel éramos gente que había tra-



José Francisco Olascoaga, presidente de Entel.

bajado durante muchos años en el sector, por lo que conocíamos bien el mercado y a las personas que trabajaban en él, y viceversa”, confiesa Olascoaga. “Después, en un mercado de servicios, lo importante son las personas”, continúa. Como prueba de esta promesa, la plantilla de la compañía ha crecido a un ritmo vertiginoso. Entel nació con la ayuda de una treintena de personas y hoy ya suma más de 700 trabajadores, con una rotación laboral inferior al 10%.

En 'primera división'

¿A qué se dedica exactamente Entel? “Somos una empresa de productos”, comenta Olascoaga. La consultora estudia las necesidades de sus clientes, que, en su mayoría, son grandes empresas. A partir de ahí, implementa soluciones tecnológicas. Algunos de estos programas los desarrollan ellos mismos y otros los buscan en otras empresas de software de gestión, como Hewlett-Packard, Sun Microsystems o Novell, entre otras. En este sentido, compete directamente con

grandes nombres del mundo de la consultoría, como IBM, Accenture o Capgemini.

“Las tecnologías de la información (TI) son hoy clave para cualquier decisión de negocio”, apunta el ejecutivo español, firme defensor de las posibilidades de la indus-

En cinco años, Entel ha pasado de una plantilla de treinta personas a más de 700 trabajadores

tria española en esta área. “Cada país debe centrarse en aquellas actividades que haga bien. Así, España es un referente en la pintura, el turismo y, cada vez más, las aplicaciones de gestión”, comenta.

En 2007, Entel obtuvo unas ventas de 34,59 millones de euros, un 56% más que el año anterior y un 8% más que las previsiones realizadas el pasado verano por la propia compañía. Para este año, el grupo espera ingresar casi cincuenta millones, lo que supondría un crecimiento orgánico del 38%.

Una opo per

La Ley de Defensa de la Competencia acogió, acertadamente, en su artículo 5, solicitud de diversas asociaciones y despacho de abogados, el régimen de los “acuerdos de minimis”, ya instaurado, de hecho, de hacia tiempo, en el régimen de defensa de la Competencia a nivel Europeo. (Comunicación “de minimis” DO C 372 de 9/12/97, sustituida posteriormente, por Comunicación DO 2001/ c 368/07 de 22/12/01).

En términos generales, el régimen de los “acuerdos de minimis” supone, a nivel europeo, que todos aquellos acuerdos verticales –esto es, entre no competidores– contratos de agencia impuros, de distribución, de licencia de marca, de franquicia, etc.– suscritos por empresas cuya cuota de mercado no exceda del 10% quedan excluidos del ámbito de aplicación del artículo 81.1. Régimen que se extendió, más allá de la citada cuota, a los acuerdos entre pymes.

La citada exclusión supone que, salvo por lo que respecta a las condiciones especialmente graves establecidas en la Comunicación de Minimis, los acuerdos verticales que se celebren entre empresas que posean una cuota de mercado igual o inferior al 10% o cuando sean empresas que empleen menos de 250 personas y cuyo volumen de negocio habitual no exceda los 40 millones de euros o cuyo balance general no exceda de 27 millones de euros. En principio, se hallan fuera del apartado 1 del artículo 81, siendo, por tanto, legales y contrarios a la normativa sobre defensa de la competencia.

A nivel del mercado español, en un momento en el que todo el mundo propugna la necesidad de renovar nuestro tejido empresarial a través de las pymes y donde se apuntaba un descenso del crecimiento del PIB, sin embargo, el Reglamento de Defensa de la Competencia se ha quedado, en mi opinión, corto.

Este reglamento entiende, acertadamente, que son conductas de menor importancia, conforme a su artículo 1, y, tanto, no sujetas a las prohibiciones del artículo 5 de la Ley que desarrolla, “las conductas entre empresas que no sean competidoras, ni reales ni potenciales, cuya cuota de mercado de cada una no exceda del 15% en ninguno de los mercados relevantes afectados.”

Debemos felicitarnos por haberse seguido la tendencia europea que propugna aumentar la cuota del 10% al 15%, pero debemos lamentarnos por el hecho de que no se haya acogido expresamente la posibilidad de dar un marco jurídico más sólido para el desarrollo de las pymes, en