

Tirada: **18.274**
Difusión: **12.013**
(O.J.D)
Audiencia: **42.045**
Ref: **2104226**

Nacional **Mensual**
Economía
1ª Edición **01/08/2008**

Superficie: **576,00 cm²**
Ocupación: **97,96%**
Valor: **5.450,84**
Página: **43**



■ **El crecimiento de Optenet se basa en la política de reinversión del 30% de su facturación en I+D.**

■ **“Actualmente 100 operadoras controlan el tráfico del 90% de Internet y nosotros trabajamos con 50”.**

comprar, que fuese un producto propio. Empresas medianas o pequeñas como nosotros, tienen más donde elegir.

■ **Tras pasaron la solución, ¿pero reciben royalties por ella?**

– No la vendemos, la trabajamos en un esquema de ingresos compartidos, decisión difícil, porque en principio tienes mucho trabajo y pocos ingresos. Pero te facilita más una entrada, ya que el operador no necesita hacer un gran desembolso y viceversa. A Telefónica, France Telecom y otros operadores les interesó mucho y a nosotros en principio nos supuso un esfuerzo con pocos recursos, pero esa política de ingresos compartidos nos permite cada año, al abrir la puerta del 1 de enero, tener prácticamente garantizada no sólo toda la facturación del año anterior, sino también un crecimiento en torno al 20%. Que son las ventas nuevas que hacen todos los operadores que son socios nuestros, más las renovaciones de todo el anterior. Algo que nos da mucha solidez en el crecimiento.

■ **Pero lo que llama la atención de su empresa es su proyección exterior. ¿Se plantearon desde un principio el mercado internacional?**

– No, sólo pensamos en el mercado español, aunque pronto nos dimos cuenta de que debíamos afrontar una serie de retos, entre ellos, la internacionalización, ya que este tipo de soluciones para Internet nunca pueden ser locales. Se venden en todo el mundo, directamente vía Red o bien a través de canales, independientemente de donde esté el fabricante. Si nos circunscribíamos sólo al mercado español, desapareceríamos. Nuestra expansión internacional comenzó por Francia, país que no tenía productos propios en esta área y debían elegir entre los desarrollados en EE UU o los nuestros. Ahora mismo todos los grandes ISP en Francia están trabajando con nosotros. Después seguimos con Italia, Portugal e Inglaterra. Más tarde decidimos que era hora de intentar penetrar en el mercado de América Latina, donde nos hemos visto favorecidos por la gran cantidad de empresas españolas allí presentes. La mayoría son clientes nuestros. En estos momentos estamos con el reto de EE UU. Estamos comenzando y en Europa Central y del Este y en Asia.

■ **Me imagino que el mercado estadounidense requiere una estrategia absolutamente diferente. Una estra-**

tegia de marketing muy adecuada al país del marketing.

– Hubo que seguir una estrategia específica. Primero, estudiar durante dos o más años a empresas similares a la nuestra nacidas allí, con las que compartimos una característica común, lo han hecho muy bien. Basamos nuestra expansión en un plan de comunicación específico y muy bueno, con poca inversión en publicidad. Nos sirvió mucho tener una alianza con una de estas empresas, que es Crossbeam System, donde nosotros ponemos la aplicación. Así, comenzamos a salir en las revistas especializadas, como en *SC Magazine*, la más conocida, aceptada y seguida en el ámbito de la seguridad. Ésta nos hizo una evaluación de nuestro producto y nos puso 4 estrellas sobre 5.

■ **¿Para cuándo se prevén los primeros resultados en ese mercado?**

– A comienzos de 2009. Como atacamos un mercado que son grandes empresas y operadores, el ciclo de ventas es muy largo. Cada una de esas operaciones lleva muchos meses hasta que se cierra, pero los resultados son ampliamente satisfactorios. ■