

DOSSIER DE PRENSA

Publicaciones 2019



1. **EL ECONOMISTA.** DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año. 5 Marzo 2019
2. **COMPUTING.** DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año. 5 Marzo 2019.
3. **DATA CENTER MARKER.** DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año. 5 Marzo 2019.
4. **TECHWEEK.** DEISER incrementa su facturación más de un 10% en el último año 20 Marzo 2019.
5. **CAPITAL RADIO.** Conversaciones con el CEO. Entrevista a Guillermo Montoya. 9 Abril 2019.
6. **ERP-LATINO.** Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube. 9 Mayo 2019.
7. **EL ECONOMISTA.** Atlassian celebra su décimo Summit en EEUU con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube. 19 Mayo 2019.
8. **BYTE.** Atlassian anuncia la adquisición de Agile Craft. 9 Mayo 2019.
9. **COMPUTING.** Atlassian subraya su camino hacia Agile y la nube. 9 Mayo 2019.
10. **DATA CENTER MARKER.** Atlassian subraya su camino hacia Agile y la nube. 17 Mayo 2019.
11. **COMUNICACIONES HOY.** Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube. 27 Junio 2019.
12. **EXPANSIÓN. ACTUALIDAD ECONÓMICA.** Quién es quién en la Empresa española. 17 Junio 2019.
13. **EL ECONOMISTA.** Daniel Luengo, cofundador de DEISER: "Nuestra filosofía de empresa se centra en las personas". 28 Junio 2019.
14. **IT LATINO. INNOVANDO.biz.** Entrevista a Daniel Luengo, cofundador de DEISER: "Nuestra filosofía se centra en las personas". 5 Julio 2019.
15. **COMPUTING.** Daniel Luengo, cofundador de Deiser: "Nuestra filosofía se centra en las personas". 22 Julio 2019.

Índice de publicaciones

16. **DIARIO ABIERTO.** Guillermo Montoya: «Es posible ser rentable sin renunciar al bienestar de la plantilla» 27 Septiembre 2019.
17. **SECTOR EJECUTIVO.** Entrevista a Guillermo Montoya. Octubre 2019.
18. **EL ECONOMISTA.** Talento, trabajo y felicidad... ¿compatibles? 29 Noviembre 2019.
19. **BYTE.** Talento, trabajo y felicidad... ¿compatibles?. 2 Diciembre 2019.
20. **IT LATINO. INNOVANDO.biz.** Talento, trabajo y felicidad... ¿compatibles? 12 Diciembre 2019
21. **COMPUTING.** Talento, trabajo y felicidad... ¿compatibles? 3 Diciembre 2019.

DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año



DEISER, desarrollo e integración de Sistemas SL, Platinum Solution Partner español de la compañía Atlassian, ha incrementado sus ingresos en más de un 10% durante el ejercicio fiscal de 2018, alcanzando una facturación de 5,9 Millones de Euros, frente a los 5,25 millones conseguidos el año anterior.

DEISER, que cumplió 20 años en 1998, centra su foco de negocio desde hace más de 11 años en la implantación de soluciones Atlassian en las organizaciones, fundamentalmente Jira Software, Jira Service Desk y Confluence. Además, desarrolla aplicaciones para el Marketplace de Atlassian.

DEISER, compañía de capital 100% español, especializada en Atlassian, está consolidada en el mercado español como una de las referencias más importantes para poder sacar el mayor partido de los equipos de trabajo cuando utilizan herramientas de colaboración como Jira Software, Jira Service Desk o Confluence, por ejemplo.

Según palabras de Daniel Luengo, Head of Márketing de DEISER y uno de sus fundadores: "Hoy en día las empresas no sólo esperan un buen servicio o producto (eso lo dan por hecho) esperan también una experiencia que haga su trabajo/vida más cómoda y fácil. Esperan que no haya fricciones, esperan ser ayudado, esperan que se le trate con amabilidad, transparencia y esperan recibir valor antes siquiera de decidir si va a trabajar con nosotros".

"Para nosotros, en DEISER supone una enorme satisfacción poder ofrecer unos resultados como estos sabiendo que aún tenemos muchísimo recorrido en el terreno de la Experiencia de Cliente para mejorar y seguir alcanzando nuevos logros año tras año", añadió Daniel Luengo.

Para 2019, la Compañía espera superar los 6,5 millones de Euros de Facturación y estar cerca de ingresar 1 millón de euros por la venta de licencias de las apps desarrolladas por la propia compañía para el Marketplace de Atlassian.

DEISER está acreditada como Solution Partner de Atlassian desde el año 2007, y con la máxima categoría posible, Platinum, desde finales de 2011.

DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año

DEISER está acreditada como Solution Partner de Atlassian desde el año 2007, y con la máxima categoría posible, Platinum, desde finales de 2011.



[DEISER](#), desarrollo e integración de Sistemas, Platinum Solution Partner español de la compañía [Atlassian](#), ha incrementado sus

ingresos en más de un 10% durante el ejercicio fiscal de 2018, alcanzando una **facturación de 5,9 millones de euros**, frente a los 5,25 millones conseguidos el año anterior.

DEISER centra su foco de negocio desde hace más de 11 años en la **implantación de soluciones Atlassian en las organizaciones**, fundamentalmente **Jira Software, Jira Service Desk y Confluence**. Además, desarrolla aplicaciones para el Marketplace de Atlassian.

DEISER, compañía de capital 100% español, especializada en Atlassian, está consolidada en el mercado español como una de las referencias más importantes para poder sacar el mayor partido de los equipos de trabajo cuando utilizan herramientas de colaboración como Jira Software, Jira Service Desk o Confluence, por ejemplo.

Según palabras de Daniel Luengo, Head of Marketing de DEISER y uno de sus fundadores: *“Hoy en día las empresas no solo esperan un buen servicio o producto (eso lo dan por hecho) esperan también una experiencia que haga su trabajo/vida más cómoda y fácil. Esperan que no haya fricciones, esperan ser ayudado, esperan que se le trate con amabilidad, transparencia y esperan recibir valor antes siquiera de decidir si va a trabajar con nosotros”*.

“Para nosotros, en DEISER supone una enorme satisfacción poder ofrecer unos resultados como estos sabiendo que aún tenemos muchísimo recorrido en el terreno de la Experiencia de Cliente para mejorar y seguir alcanzando nuevos logros año tras año”, añadió Daniel Luengo.

Para 2019, la compañía espera superar los 6,5 millones de euros de facturación y estar cerca de ingresar un millón de

euros por la venta de licencias de las apps desarrolladas por la propia compañía para el Marketplace de Atlassian.

DEISER incrementa su facturación más de un 10% en su último año

DEISER está acreditada como Solution Partner de Atlassian desde el año 2007, y con la máxima categoría posible, Platinum, desde finales de 2011.



DEISER, desarrollo e integración de Sistemas, Platinum Solution Partner español de la compañía Atlassian, ha incrementado sus ingresos en más de un 10% durante el ejercicio fiscal de 2018, alcanzando una facturación de 5,9 millones de euros, frente a los 5,25 millones conseguidos el año anterior.

DEISER centra su foco de negocio desde hace más de 11 años en la implantación de soluciones Atlassian en las organizaciones, fundamentalmente Jira Software, Jira Service Desk y Confluence. Además, desarrolla aplicaciones para el Marketplace de Atlassian.

DEISER, compañía de capital 100% español, especializada en Atlassian, está consolidada en el mercado español como una de las referencias más importantes para poder sacar el mayor partido de los equipos de trabajo cuando utilizan herramientas de colaboración como Jira Software, Jira Service Desk o Confluence, por ejemplo.

Según palabras de Daniel Luengo, Head of Marketing de DEISER y uno de sus fundadores: “Hoy en día las empresas no solo esperan un buen servicio o producto (eso lo dan por hecho) esperan también una experiencia que haga su trabajo/vida más cómoda y fácil. Esperan que no haya fricciones, esperan ser ayudado, esperan que se le trate con amabilidad, transparencia y esperan recibir valor antes siquiera de decidir si va a trabajar con nosotros”.

“Para nosotros, en DEISER supone una enorme satisfacción poder ofrecer unos resultados como estos sabiendo que aún tenemos muchísimo recorrido en el terreno de la Experiencia de Cliente para mejorar y seguir alcanzando nuevos logros año tras año”, añadió Daniel Luengo.

Para 2019, la compañía espera superar los 6,5 millones de euros de facturación y estar cerca de ingresar un millón de euros por la venta de licencias de las apps desarrolladas por la propia compañía para el Marketplace de Atlassian.

DEISER incrementa su facturación más de un 10% en el último año

DEISER, Platinum Solution Partner español de la compañía Atlassian, ha incrementado sus ingresos en más de un 10% durante el ejercicio fiscal de 2018, alcanzando una facturación de 5,9 Millones de Euros, frente a los 5,25 millones conseguidos el año anterior

[DEISER](#), que cumplió 20 años en 2018, centra su foco de negocio desde hace más de 11 años en la **implantación de soluciones Atlassian** en las organizaciones, fundamentalmente Jira Software, Jira Service Desk y Confluence. Además, desarrolla aplicaciones para el Marketplace de Atlassian.



Compañía de capital 100% español, DEISER está consolidada en el mercado español como una de las referencias más importantes para poder sacar el mayor

partido de los equipos de trabajo cuando utilizan herramientas de colaboración como **Jira Software, Jira Service Desk o Confluence**, por ejemplo.

Según palabras de **Daniel Luengo**, Head of Márketing de DEISER y uno de sus fundadores: *“Hoy en día las empresas no sólo esperan un buen servicio o producto (eso lo dan por hecho) **esperan también una experiencia que haga su trabajo/vida más cómoda y fácil**. Esperan que no haya fricciones, esperan ser ayudado, esperan que se le trate con amabilidad, transparencia y esperan recibir valor antes siquiera de decidir si va a trabajar con nosotros.”*

*“Para nosotros, en DEISER supone una enorme satisfacción poder ofrecer unos resultados como estos sabiendo que **aún tenemos muchísimo recorrido en el terreno de la Experiencia de Cliente** para mejorar y seguir alcanzando nuevos logros año tras año”,* añadió Daniel Luengo.

Para 2019, la Compañía **espera superar los 6,5 millones de Euros de Facturación** y estar cerca de ingresar 1 millón de euros por la venta de licencias de las

apps desarrolladas por la propia compañía para el Marketplace de Atlassian.

DEISER está acreditada como Solution Partner de Atlassian desde el año 2007, y con la máxima categoría posible, Platinum, desde finales de 2011.



Conversaciones con el CEO

Con Luis Álvarez Satorre

Jueves de 23:00 a 00:00
Domingo de 21:00 a 22:00

El programa de Capital Radio donde los líderes expresan las claves del management y de la influencia empresarial. Dirigido y presentado por Luis Álvarez Satorre desvelará los secretos del trabajo de un consejero delegado, su soledad, las habilidades necesarias, las experiencias acumuladas durante 30 años liderando equipos. En los últimos 5 años, Luis Álvarez fue CEO de BT Global, dirigiendo a más 20.000 personas, en 62 países y manejando inversiones por encima de los 8.000 millones de euros.

📞 912 833 333
📞 687 050 600
✉️
📡

Título	Fecha	Duración
--------	-------	----------

Episodio 53 - Guillermo Montoya

Guillermo Montoya, CEO de DEISER. Guillermo comparte su visión de un CEO que está al servicio de su organización. Recalca la importancia de mantener el foco en lo que uno es el mejor, y saber decir que no a los clientes cuando te piden afrontar proyectos que no son tu especialidad. DEISER se enfoca en apoyar la flexibilidad en el desarrollo de soluciones. Guillermo es un firme defensor de trasladar esa flexibilidad a todos los ámbitos de la empresa. Guillermo shares his vision of the CEO serving the organization. Keep the focus on what you are best at, and be ready to say no even to customer demands which derail from you main path.



9/04/2019

00:39:19



Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube

DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas centrándose en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500

Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas, su conferencia mundial, el Atlassian Summit que ha reunido a cerca de 5000 personas de 46 países entre clientes, partners, y fabricantes de apps.

Este evento, que se celebra por décima vez en Estados Unidos (recordemos que en 2017 y 2018 además tuvo una versión europea en Barcelona) ha capturado el foco

de atención del mundo tecnológico, deseoso de conocer las novedades que el gigante Australiano suele presentar en su Conferencia. Sus soluciones están presentes en la mayoría de empresas del Fortune 500 y cuentan ya con cerca de 150.000 organizaciones usuarias de Jira, Trello o Bitbucket, por poner un ejemplo.

En este caso, la compañía **Aussie** que ya está cerca de tener una valoración de 30 billones de dólares y que cotiza en el NASDAQ bajo el epígrafe “TEAM”, ha demostrado que está en uno de sus mejores momentos y, como suele hacer últimamente en sus eventos, ha anunciado la adquisición de una nueva compañía, en este caso Agile Craft, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición Atlassian se posiciona claramente como una de las empresas líderes en el mundo 'Enterprise Agile' ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación

digital y gestión ágil del portofolio de proyectos.

Atlassian lanzó su IPO en diciembre de 2015 y desde entonces su crecimiento ha sido imparable, multiplicando por más de cuatro su valoración inicial.

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos OnPremise se desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

En la actualidad Atlassian cuenta con 100.000 clientes cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición.

Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará disponible para instancias de 10000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera.

Pero hay más, aún, Atlassian ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado Atlassian Cloud Premium, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99.9%)

DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como **Sponsor Gold** en Las Vegas. Ésta es

su séptima presencia en Estados Unidos, donde nunca ha faltado desde 2012. En esta ocasión se ha puesto foco en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500 y con la que se están convirtiendo en una de las empresas más representativas del Marketplace de Atlassian en el mundo. Además ofrecen servicios 360 como Atlassian Platinum Solution Partner en España.

Atlassian celebra su décimo Summit en EEUU con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube

DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold



DEISER

Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas, su conferencia mundial, el Atlassian Summit que ha reunido a cerca de 5000 personas de 46 países entre clientes, partners, y fabricantes de apps.

Este evento, que se celebra por décima vez en Estados Unidos (recordemos que en 2017 y 2018 además tuvo una versión europea en Barcelona) ha capturado el foco de atención del mundo tecnológico, deseoso de conocer las novedades que el gigante Australiano suele presentar en su Conferencia. Sus soluciones están presentes en la mayoría de empresas del Fortune 500 y cuentan ya con cerca de 150.000 organizaciones usuarias de Jira, Trello o Bitbucket, por poner un ejemplo.

En este caso, la compañía Aussie que ya está cerca de tener una valoración de 30 billones de dólares y que cotiza en el NASDAQ bajo el epígrafe "TEAM", ha demostrado que está en uno de sus mejores momentos y, como suele hacer últimamente en sus eventos, ha anunciado la adquisición de una nueva compañía, en este caso Agile Craft, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición Atlassian se posiciona claramente como una de las empresas líderes en el mundo 'Enterprise Agile'

ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación digital y gestión ágil del portofolio de proyectos.

Atlassian lanzó su IPO en diciembre de 2015 y desde entonces su crecimiento ha sido imparable, multiplicando por más de cuatro su valoración inicial.

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos OnPremise se desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

En la actualidad Atlassian cuenta con 100.000 clientes cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición. Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará disponible para instancias de 10000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera.

Pero hay más, aún, Atlassian ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado Atlassian Cloud Premium, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99,9%)

DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas. Ésta es su séptima presencia en Estados Unidos, donde nunca ha faltado desde 2012. En esta ocasión se ha puesto foco en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500 y con la que se están convirtiendo en una de las empresas más representativas del Marketplace de Atlassian en el mundo. Además ofrecen servicios 360 como Atlassian Platinum Solution Partner en España.

Atlassian anuncia la adquisición de Agile Craft



atlassian summit 2019

Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas, su conferencia mundial, el Atlassian Summit donde ha anunciado la adquisición de una nueva

compañía, en este caso Agile Craft, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición la firma norteamericana quiere posicionarse como una empresa fundamental en el mercado del denominado 'Enterprise Agile' ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación digital y gestión ágil del portofolio de proyectos.

Futuro en cloud

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de la firma por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos OnPremise se desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

Con la adquisición de Agile Craft, Atlassian quiere posicionarse como una empresa fundamental en el mercado del denominado 'Enterprise Agile'

En la actualidad la compañía cuenta con 100.000 clientes cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición. Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará disponible para instancias de 10000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera.

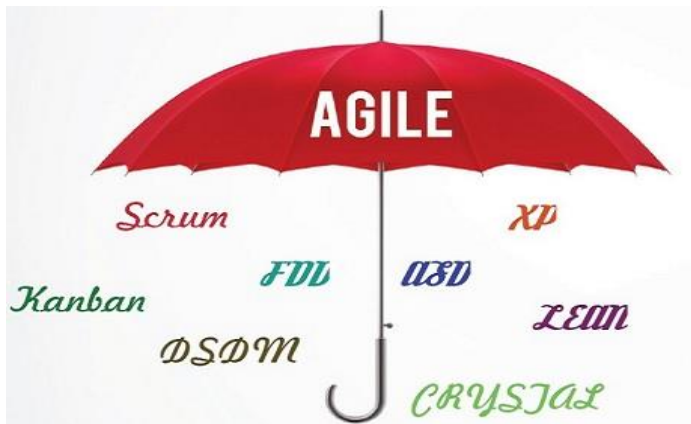
La compañía, además, ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado Atlassian Cloud Premium, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99.9%)

DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas. Ésta

es su séptima presencia en Estados Unidos, donde nunca ha faltado desde 2012. En esta ocasión se ha puesto foco en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500 y con la que se están convirtiendo en una de las empresas más representativas del Marketplace de Atlassian en el mundo. Además ofrecen servicios 360 como Atlassian Platinum Solution Partner en España.

Atlassian subraya su camino hacia Agile y la nube

Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por el cloud.



DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas centrándose en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en

muchas de las empresas del Fortune 500. Es en este marco en el que Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas, su conferencia mundial, el **Atlassian Summit**, que ha reunido a cerca de 5.000 personas de 46 países entre clientes, partners, y fabricantes de apps.

Este evento, que se celebra por décima vez en Estados Unidos (en 2017 y 2018 además tuvo una versión europea en Barcelona) ha capturado el foco de atención del mundo tecnológico, deseoso de conocer las novedades que el gigante australiano suele presentar en su Conferencia. Sus soluciones están presentes en la mayoría de las empresas del Fortune 500 y **cuentan ya con cerca de 150.000 organizaciones usuarias de Jira, Trello o Bitbucket, por poner un ejemplo.**

En este caso, la compañía Aussie que ya está cerca de tener una valoración de 30 billones de dólares y que cotiza en el Nasdaq bajo el epígrafe "TEAM", ha demostrado que está en uno de sus mejores momentos y, como suele hacer últimamente en sus eventos, **ha anunciado la adquisición de una nueva compañía, en este caso Agile Craft**, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición, Atlassian se posiciona como **una de las**

empresas punteras en el mundo 'Enterprise Agile' ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación digital y gestión ágil del portofolio de proyectos.

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos on premise se desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

Este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube

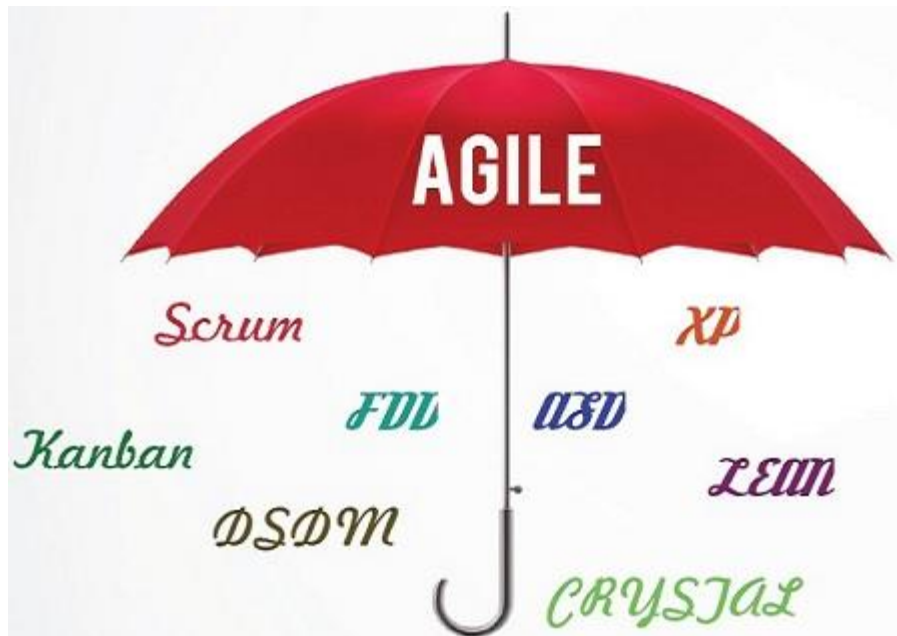
En la actualidad Atlassian cuenta con 100.000 clientes cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición. Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará disponible para instancias de

10.000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera.

Pero hay más, aún, Atlassian ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado **Atlassian Cloud Premium**, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99.9%).

Atlassian subraya su camino hacia Agile y la nube

Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por el cloud.



DEISER ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas centrándose

en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500. Es en este marco en el que Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas,

su conferencia mundial, el Atlassian Summit, que ha reunido a cerca de 5.000 personas de 46 países entre clientes, partners, y fabricantes de apps.

Este evento, que se celebra por décima vez en Estados Unidos (en 2017 y 2018 además tuvo una versión europea en Barcelona) ha capturado el foco de atención del mundo tecnológico, deseoso de conocer las novedades que el gigante australiano suele presentar en su Conferencia. Sus soluciones están presentes en la mayoría de las empresas del Fortune 500 y cuentan ya con cerca de 150.000 organizaciones usuarias de Jira, Trello o Bitbucket, por poner un ejemplo.

En este caso, la compañía Aussie que ya está cerca de tener una valoración de 30 billones de dólares y que cotiza en el Nasdaq bajo el epígrafe "TEAM", ha demostrado que está en uno de sus mejores momentos y, como suele hacer últimamente en sus eventos, ha anunciado la adquisición de una nueva compañía, en este caso Agile Craft, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera

de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición, Atlassian se posiciona como una de las empresas punteras en el mundo 'Enterprise Agile' ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación digital y gestión ágil del portofolio de proyectos.

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos on premise se desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

Este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube

En la actualidad Atlassian cuenta con 100.000 clientes cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición. Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará

disponible para instancias de 10.000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera. Pero hay más, aún, Atlassian ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado Atlassian Cloud Premium, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99.9%).

Atlassian celebra su décimo Summit en Estados Unidos con la adquisición de Agile Craft y una apuesta definitiva por la nube

Atlassian acaba de celebrar en Las Vegas, su conferencia mundial, el Atlassian Summit que ha reunido a cerca de 5000 personas de 46 países entre clientes, partners, y fabricantes de apps.

Este evento, que se celebra por décima vez en Estados Unidos (en 2017 y 2018 tuvo además una versión europea en Barcelona) ha capturado el foco de atención del mundo tecnológico, deseoso de conocer las novedades que el gigante australiano suele presentar en su conferencia. Sus soluciones están presentes en la mayoría de empresas del Fortune 500 y cuentan ya con cerca de 150.000 organizaciones usuarias de Jira, Trello o Bitbucket, por poner un ejemplo.

En este caso, la compañía Aussie que ya está cerca de tener una valoración de 30 billones de dólares y que cotiza

en el NASDAQ bajo el epígrafe 'TEAM', ha demostrado que está en uno de sus mejores momentos y, como suele hacer últimamente en sus eventos, ha anunciado la adquisición de una nueva compañía, en este caso Agile Craft, que a partir de ahora se denominará Jira Align, y que se incorpora a la cartera de productos y servicios, al igual que últimamente lo hicieron Trello, StatusPage y OpsGenie.

Con esta adquisición Atlassian se posiciona claramente como una de las empresas líderes en el mundo 'Enterprise Agile' ofreciendo soluciones y herramientas que ayudan a acelerar los procesos de transformación digital y gestión ágil del portfolio de proyectos.

Atlassian lanzó su IPO (Oferta Pública Inicial) en diciembre de 2015 y desde entonces su crecimiento ha sido imparable, multiplicando por más de cuatro su valoración inicial.

Por otro lado, este evento ha significado la apuesta definitiva de Atlassian por un futuro en la nube, a través de sus soluciones Atlassian Cloud e incluso de las facilidades que ofrece para que sus productos 'OnPremise' se

desplieguen la nube de Amazon (AWS) o de Microsoft (Azure).

En la actualidad Atlassian cuenta con 100.000 clientes Cloud y su objetivo es seguir reforzando esta posición. Para ello ha anunciado que su solución Atlassian Cloud pronto estará disponible para instancias de 10000 usuarios y que muy pronto sobrepasará esa barrera.

Además, Atlassian ha anunciado el lanzamiento de un nuevo producto, denominado Atlassian Cloud Premium, que incluirá su servicio Premium support 24x7 y una disponibilidad de tres dígitos (99.9%)

Deiser ha sido la única empresa española que ha participado como Sponsor Gold en Las Vegas. Ésta es su séptima presencia en Estados Unidos, donde nunca ha faltado desde 2012. En esta ocasión se ha puesto foco en su producto estrella, Profields, una app para Jira que ya está presente en muchas de las empresas del Fortune 500 y con la que se están convirtiendo en una de las empresas más representativas del Marketplace de Atlassian en el mundo. Además, ofrecen servicios 360 como Atlassian Platinum Solution Partner en España.

LA REVISTA SEMANAL
DE ECONOMÍA
17 AL 23 DE JUNIO 201928
51ACTUALIDAD
ECONÓMICA

QUIÉN ES EL
MAPA DE LOS
NEGOCIOS
EN LA MAS
EMPRESA
ESPAÑOLA

NÚMERO
ESPECIAL
EDICIÓN
2019

**CONSTRUCCIONES
Y ALQUILER DE
FERROCARRILES (CAP)**
Presidente: David Vico
Andrés Antezomía García
Dirección: José Miguel
Barral, 26, Sevilla
20200 Guipúzcoa
Teléfono: 943397000
Web: cap.es
Empleados: 11.463
Facturado en 2018: 2.048
millones de euros

SIF ESPAÑOLA
Dir. Gen.: José María Estévez
Dirección: Avda. V. Vega, 21
Alcobendas 28108 Madrid
Teléfono: 913564000
Web: sif.es
Empleados: 308
Facturado en 2018:
300,5 millones de euros

**STADLER RAIL
VALENCIA**
Pa. en España:



Rigo Perea
Dirección: C/ Milena, 6 y
Mediosevilla Alcobendas
46002 Valencia
Teléfono: 914550000
Web: stadler.es
Empleados: 361

TALGO
Presidente: Carlos de Palacios
CEO: José María Ortíz
Dirección: P. Trias
Talgo, 2, Las Matas
28200 Madrid
Teléfono:
916333000
Web: talgo.com
Empleados:

2.360
Factura-
ción
2018:
334,4
millones
de euros
Actividad:
prevista CAP.

CONSULTORÍA

Los ingresos del negocio, que se amplió a más de 170.000 profesionales en España, crecieron en 2018 un 7,0% respecto al ejercicio anterior, según los datos de la Asociación Española de Empresas de Consultoría (AAEC). Estas cifras reflejan que el crecimiento del sector se aceleró gracias a la buena marcha de la economía: más trabajo, más contrataciones y más ingresos. Las empresas de consultoría han seguido contribuyendo a la creación de un empleo más cualificado y de mayor calidad, y si no se dan profesionalización en plantilla ha crecido un 10,8% en 2018.

A.T. KEARNEY
Pa. España y Portugal
Presidente: Pedro Mateado
Dirección de Marketing
y Comunicación:
Bilva Vallés Director
Dirección: P. de la Castellana,
31, 28046 Madrid
Teléfono: 913573600
Web:
atearney.com

ACCENTURE
Presidente: Juan Pedro Moreno
Director Digital: José Luis
Sánchez
Director: Dr. Alberto Carrasco
Dirección: Technology:
Mercedes Otero
Director Oper.: Manuel López
Dirección: P. de la Castellana,
31, 28046 Madrid
Teléfono: 913565000
Web: accenture.com
Empleados: 12.000
Facturado en 2018: 1.083
millones de euros

ACCURACY ESPAÑA
Socio y O.: Edward Sauer
Dirección: P. de la Castellana, 31,
6A, 28046 Madrid
Teléfono: 914062500
Web: accuracy.com
Empleados: 40

Facturado en 2018: 90
millones de euros

ACTUENDO
Dir. General: Fede Marín
Dir. General: José Marín
Dirección: C/ Talma, 245,
08006 Barcelona
Teléfono: 932663333
Web: actuendo.com
Empleados: Total: 40
Facturado en 2018: 79
millones de euros

ADECO OUTSOURCING
Director Oper.: Juan Remer
Dirección: C/ Luis Miguel
Jiménez
Director Finanzas:
Jaime Alcobilla
Dirección: 90041
Director: Esther López
Dirección: Camino del Cerro
de los Gamos, 3,
28224 Madrid
Teléfono: 916323600
Web: adecooutsourcing.es
Empleados: 240

ADINOR
Pa. en España: Esteban Rortal
Director General: Rafael
García Helio
Dirección: C/ Girona, 6,
28004 Madrid

Teléfono: 914326000
Web: adinor.com
Empleados: 746

**ALFA CONSULTING
WORLDWIDE**
Presidente: Ramón Fontanals
CEO: Ignacio Guerra
Dirección: P. de la Castellana,
31, 4A, 28046 Madrid
Teléfono: 914770059
Web: alfconsulting.com
Empleados: 80
Facturado en 2018: 12
millones de euros

ALPHABETA-EDIOS
Dir. General: Jaime Guzmán
Dir. Comercial: J. Ramón Díaz
Dir. Oper.: Raúl Izquierdo
Dir. Finanzas: Daniel Nagai
Dirección: C/ Alameda, 16,
28037 Madrid
Teléfono: 917672500
Web: alphabeta-edi.es
Empleados: 109
Facturado en 2018: 22,2
millones de euros

ALTIRAN
CEO: José Ramón Higuera
Dirección: Daniel Iglesias
Dirección: Campes, 1,
Salleto 1, 28023 Madrid
Teléfono: 915040000
Web: altiran.com
Empleados: 4.000
Fact. 2018: 201 millones de euros

ANTARES
Socio O.: Eduard Portela
Dirección: P. de la Castellana, 33,
28046 Madrid
Teléfono: 917670066
Web: antares-consulting.com
Empleados: 50
Fact. 2018: 45 millones de euros

APPLIUS
CEO: Fernando Saizbe
Dirección: C/ Cervantes, 1,
28022 Madrid
Teléfono: 912000000
Web: applius.com
Empleados: 22.800
Facturado en 2018: 1.675
millones de euros

ARTHUR D. LITTLE
Presidente: Carlos Pina
Dirección: P. de la Castellana,
31, 4A, 28046 Madrid
Teléfono: 917027400
Web: ardlittle.com
Empleados: 47

**ASOC. CONSULTA BAS
INNOVACIONES (AGI)**
Presidente: Ricardo Marín
Fluix
Dirección: P. de la Castellana,
10, 28046 Madrid
Teléfono: 917277777
Web: consultabas.es
Innovación:

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE EMPRESAS DE
CONSULTORÍA (AEIC)**
Presidente: Elena Salgado
Vicepresidenta: Patricia
Juan García Aranda
Vicepresidenta Segunda:
Alicia Sánchez
Dirección: C/ Martín
García, 34, 28002 Madrid
Teléfono: 913000000
Web: aeic.es
Empleados:

1.000
Fact. 2018: 201 millones de euros

AVANADE
General Manager Iberia:
Cofre Vela
Dirección: P. de la Castellana, 31,
4A, 28046 Madrid
Teléfono: 914400000
Web: avanade.com
Empleados: 900

AUS CORPORATE
Presidente: Orestes
Calderín García
Socio: Luis Fernández
Sebastián Muñoz, Joaquín
Yagüe, Juan Carbón, Juan
Hidalgo, Jean Jacques
González, Javier García y
José Luis Álvarez
Dirección: Avda. Diagonal,
640, 08017 Madrid
Teléfono: 902524644
Web: auscorporate.com
Fact. 2018: 29 millones de euros

BAIN & COMPANY
Socio O.: Antonio Martínez
Dirección: P. de la Castellana,
31, 28046 Madrid
Teléfono: 913035000
Web: bain.com
Empleados: 109

**BARCELLO
ASOCIADOS**
Director General: Santiago
Barbillo
Dirección: C/ Alcala, 128,
28009 Madrid
Teléfono: 912000000
Web: barcello.es
Empleados: 12
Facturado en 2018: 3 millones de euros

**BLUETELEMCOM
CONSULTING**
CEO: Miguel A. García
Hidalgo
Dir. Técnico: Ricardo Silva
Dirección: C/ Santa Leona,
65, 28037 Madrid
Teléfono: 917540444
Web: blutelemcom.com
Empleados: 100
Facturado en 2018: 62 millones de euros

BOSTON CONSULTING GR.
Director General: Capel
y Portugal: Rafael Rilo
Dirección: C/ Alcala, 65,
28009 Madrid
Teléfono: 912000000
Web: bcg.com

BOVE MONTERO
Director General: Bove
y Portugal: Rafael Rilo
Dirección: C/ Alcala, 65,
28009 Madrid
Teléfono: 912000000
Web: bmc.com

**BRAIN TRUST
CONSULTING SERVICES**
Socio Director:
Juan Sando de la Torre
Dirección: Avda. Industria, 4,
Alcobendas 28108 Madrid
Teléfono: 91490484
Web: braintrust.es

BREITENBURG
Presidente: Orestes
Calderín García
Director: Corporativo Global
Baleares: Miguel Castro
Dirección: Calle de la Torre
González de Huelva:
Marina Mendez
Dirección: C/ Omeña, 70,
28020 Madrid

Empleados: 75
Fact. 2018: 3,9 mil millones de euros

BUREAU VERITAS
Presidente: Orestes
Calderín García
Dirección: Cam. Can Amador,
31, San Cugat del Valles 08165
Barcelona
Teléfono: 932532000
Web: bureauveritas.com
Empleados: 2.495
Fact. 2018: 130 millones de euros

**BUSINESS INFORMATION
PARTNERS**
Managing Director:
Giovanni Alexandrino
Asociado Partner:
José Manuel Cas
Dirección: Avda. de Burgos, 12,
8 y P. de la Castellana,
31, 28046 Madrid
Teléfono: 913030475
Web: businessinformation-partners.com
Empleados: 70
Facturado en 2018: 6,7 millones de euros

CAIGEMINI
CEO: Francisco Bermúdez
Dirección: C/ Puerto Sempit,
3, 04.000 Madrid
Teléfono: 917370000
Web: caigeminim.com
Empleados: 200.000
Empleados: 5.000
Facturado en 2018: 15.97
millones de euros

CARE ESPAÑA
Presidente: Andrés
San Benito
Dirección: P. de la Castellana, 20,
28046 Madrid
Teléfono: 913030000
Web: care.es
Empleados: 1.507
Fact. 2018: 234,5 mil millones de euros

**CLISHMAN & WAKEFIELD
SPAIN**
CEO: Orestes Bermúdez
Dirección: C/ Ortega y Gasset,
31, 28009 Madrid
Teléfono: 917000000
Web: clishmanwakefield.es
Empleados: 300

DEBER
CEO: Guillermo Montoya
Director: Antonio
José Manuel Sánchez
Dirección: C/ Vázquez de
31, Bajo de la Castellana,
31, 28046 Madrid
Teléfono: 912047000
Web: deber.com
Empleados: 45
Facturado en 2018: 5,9
millones de euros

DEIR
Presidente: Ángel Pansa
Dir. Orestes: José Ignacio Salas
Dir. Consejería: Maximino
Carrillo y Elena Rodríguez
Dirección: Avda. Marqués, 45,
28010 Madrid
Teléfono: 913030000
Web: deir.es
Empleados: 32.000
Fact. 2018: 210 millones de euros

DIAGNOS
Presidente: Ángel Pansa
Dir. Orestes: José Ignacio Salas
Dir. Consejería: Maximino
Carrillo y Elena Rodríguez
Dirección: Avda. Marqués, 45,
28010 Madrid
Teléfono: 913030000
Web: diagnoss.com
Empleados: 32.000
Fact. 2018: 210 millones de euros

ENTELGY
Presidente: Orestes
Calderín García
Director: Corporativo Global
Baleares: Miguel Castro
Dirección: Calle de la Torre
González de Huelva:
Marina Mendez
Dirección: C/ Omeña, 70,
28020 Madrid

Empleados: 75
Fact. 2018: 3,9 mil millones de euros

ENTELGY
Web: entelgy.com
Empleados: 1470
Fact. 2018: 3,7 millones de euros

EVERIS
Presidente: Eduardo Serra
CEO: Orestes Bermúdez
Dirección: Cam. Can Amador,
31, San Cugat del Valles 08165
Barcelona
Teléfono: 932532000
Web: everis.com
Empleados: 2.495
Fact. 2018: 130 millones de euros

F. INGLATERRA & H&H
CEO: María Combarro
Dir. General: Iván Ruiz
Dirección de Negocios: José
Miguel Lora
Dirección: C/ General Lacy, 1,
28045 Madrid
Teléfono: 916325400
Web: fih.es
Empleados: 500
Fact. 2018: 30 millones de euros

GENEN
Dir. General: Santiago Aranda
Dir. de Servicios: Luis Cano
Director Finanzas:
José L. Luengo
Dirección de Recursos
Humanas: Vicente García
Dirección: C/ Alfonso Gómez,
42, 28017 Madrid
Teléfono: 917420000
Web: genen.com
Empleados: 364
Fact. 2018: 10,8 mil millones de euros

GIR ESPAÑA
CEO: Carlos Muñoz
Director Finanzas:
José M. Pareda
Dir. Orestes: Eduardo García
Dirección: C/ Serrano
Gálvez, 24, 28035 Madrid
Teléfono: 913030000
Web: gir.es
Empleados: 244
Fact. 2018: 10,8 mil millones de euros

GRIFFIN CONSULTING
Dir. General: Carlos Ena
Dir. Finanzas: Xavier de Ocho
Dir. Orestes: Eduardo García
Dir. Tecnología e Información:
Joan M. Díaz
Dirección: Avda. Alcalá
Serrano, 69-71, Sert. Cap. del
Valles 08134 Barcelona
Teléfono: 933630000
Web: griffin.com

Empleados: 1240
Facturado en 2018: 30,6
millones de euros

GRUPO GESA
Dir. General: Luis Rumbal
Director General:
Hector Rodríguez Sánchez
Dirección: C/ María Curie, 5,
28010 Madrid
Teléfono: 913030000
Web: grupogesa.com
Empleados: 32.000
Fact. 2018: 210 millones de euros

HITACHI CONSULTING
Vicepresidente: Daniel Sordo
Directores: Javier Molina
Miguel y Santiago de la Torre
Forcuberta
Dirección: C/ Pedro Tejada, 8,
28020 Madrid
Teléfono: 917000000
Web: hitachiconsulting.com
Empleados: 62
Fact. 2018: 5,8 mil millones de euros

Daniel Luengo, cofundador de DEISER:
"Nuestra filosofía de empresa se centra en
las personas"



En noviembre de 2016 DEISER alcanzó el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian. En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incrementar la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños.

Entrevistamos a Daniel Luengo, cofundador y Head of Marketing de DEISER.

Daniel, usted es socio y cofundador de DEISER pero cómo surgió la idea de crear la Empresa?

DEISER se fundó en 199, aunque la actividad de la empresa ha cambiado mucho desde entonces. Los primeros años se centraron en servicios de formación y desarrollo de software. En 2007 nos convertimos en partners de Atlassian. Sus productos, sus formas de trabajo y su concepción de una empresa Agile hizo que nos replanteáramos cómo debía ser nuestra forma de trabajo y nuestros objetivos como empresa.

A partir de 2010 decidimos dar un cambio de 180 grados y sentimos la necesidad de refundar la compañía desde el punto de vista de sus objetivos y su misión. Decidimos en convertirnos en lo que somos ahora: Partner de referencia a nivel internacional en la venta e implantación de Software Atlassian. Este cambio llevó aparejado un cambio en nuestra forma de pensar y de concebir la empresa.

A partir de este momento nuestra historia ha ido ligada a Atlassian: nos convertimos en 2011 en Platinum Solution Partner de Atlassian. En 2012 lanzamos nuestra primera aplicación para el Marketplace de Atlassian. En Mayo de 2012 recibimos el premio al Partner Platinum con mayor porcentaje de nuevas ventas en el Summit de San Francisco.

Desde 2013 organizamos el evento de Atlassian en Madrid el "Deiser Enterprise Day". En 2015 obtuvimos el premio en Excelencia creativa como reconocimiento al "Deiser Enterprise Day", que ha sido adoptado como formato de eventos en el Ecosistema de Atlassian. En noviembre de 2016 alcanzamos el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian.

¿Cuál es la oferta de servicios de DEISER?

Nuestra oferta se centra en la relación con Atlassian y la venta de Licencias y Servicios relacionados con sus productos.

La oferta de Servicios incluye todas las actividades que una

empresa puede necesitar alrededor de los productos, como instalación, adaptación, parametrización, formación, auditoría, soporte, etc.

El equipo de licencias se centra en la venta, renovación y asesoramiento en todo lo relacionado a la adquisición y actualización de licencias Atlassian y de productos de su Marketplace. El mundo Atlassian es enormemente flexible, pero también complicado de dominar al 100% y el apoyo de una empresa como DEISER con un gran conocimiento del mismo, resulta fundamental para sacar el máximo partido posible a la inversión en tecnología

Desde 2012, en DEISER tomamos conciencia de la importancia de poder escalar su negocio de manera sostenible. Tomamos, entre otras decisiones, la decisión de comenzar a desarrollar Apps para el Marketplace de Atlassian y salir al mercado internacional. Esto ha supuesto que a la áreas de Servicios y Licencias se suma a un tercer pilar, el que llamamos DEISER Apps, que está constituido por las Apps para Jira que DEISER tiene en la actualidad en el Marketplace de Atlassian. Nuestro

objetivo con una de estas app (Profields) es convertirlo en la App de referencia para cualquier instalación Jira en el mundo que tenga más de 25 o 30 proyectos.

En la actualidad las Apps de DEISER están siendo usadas por más de 2000 compañías en todo el mundo. Compañías de la importancia de: BBVA, Inditex, Banco de Santander, Paypal, Johnson & Johnson, BMW, Bank Of America, utilizan las apps de DEISER.

Nuestro objetivo es alcanzar los 5000 clientes en todo el mundo, lo que nos convertiría en una de las empresas tecnológicas españolas con mayor cantidad de organizaciones en su cartera.

¿En qué se diferencia DEISER de empresas similares?

Nuestra aportación de valor se basa en nuestra experiencia y nuestra relación privilegiada con Atlassian. A lo largo de estos años hemos realizado proyectos de diferente complejidad y hemos trabajado en multitud de casos diferentes, dando

soluciones distintas y aportando nuestra experiencia. El equipo de especialistas de DEISER acumula muchos años de trabajo con Atlassian y decenas de implantaciones, desde startups hasta empresas del IBEX 35.

Nuestra experiencia en la venta de licencias y en el desarrollo de apps nos coloca en una posición privilegiada frente a otras muchas organizaciones para ayudar a nuestros clientes a sacar el máximo partido posible a los productos.

Finalmente, y eso es algo que forma parte de nuestros valores, en DEISER, entablamos conversaciones con sinceridad para lograr relaciones duraderas con nuestros clientes. Esta manera de actuar la llevamos hasta sus últimas consecuencias. Esto significa que si un proyecto o una colaboración no está claramente definida, lo ponemos cuanto antes sobre la mesa y estamos dispuestos a rechazarlo, para preservar la relación con el cliente. No aceptamos colaboraciones ni proyectos, sólo por conseguir más facturación. Esta forma de actuación también es un valor diferencial que nuestros clientes aprecian.

Con unos servicios tan definidos y específicos, ¿cuál es su cliente tipo?

Nuestros clientes son muy diferentes. En general, nuestro cliente es cualquier empresa, startup, pyme o multinacional, que esté interesada en implantar alguno de los productos de Atlassian o que ya los tenga y quiera mejorar su implantación o sus resultados.

Para las Appside DEISER, el perfil tipo son empresas que gestionen un volumen medio y alto de proyectos Jira (50 o más) y necesiten enriquecer, extender y potenciar los proyectos Jira de sus instancias o que necesiten gestionar y explotar de forma centralizada la información que contienen.

¿Cuál es la filosofía de DEISER como empresa?

Nuestra filosofía de empresa se centra en las personas; para nosotros son el activo más importante sobre el que se construye todo. Y cuando hablamos de personas, hablamos de empleados. Promovemos su autonomía y depositamos toda

nuestra confianza en ellos para que puedan desarrollar todo su potencial en el mejor entorno y condiciones posibles.

Nuestra estrategia con clientes se basa en construir relaciones duraderas con ellos. Les escuchamos y tratamos de encontrar soluciones en un entorno de confianza mutua.

Las personas, las herramientas y los procesos adecuados son la clave para el éxito de una organización.

¿En qué basan su estrategia para los próximos años?

Nuestra estrategia basada en los productos de Atlassian creemos que seguirá creciendo en los próximos años, pero querría destacar dos tendencias que tendrán mucha importancia en nuestra estrategia: los servicios de suscripción en la nube y el escalado agile en las organizaciones más importantes del mundo.

Atlassian ha lanzado una apuesta definitiva por sus soluciones Cloud, y también por la construcción de soluciones basadas en

nubes como Amazon o Azure. Esto provocará durante los próximos años un crecimiento significativo de los servicios anunciados como Atlassian Cloud Premium. También tendrán un gran crecimiento las soluciones Data Center. Servicios de suscripción, críticos, con una disponibilidad del 99.9% y suficientemente flexibles como para responder a cualquier tipo de organización, incluidas las más grandes.

Por otro lado, el anuncio de Jira Align supone un salto fundamental para la oferta de soluciones de escalado Agile a nivel corporativo. En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incrementar la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños. Jira Align es una herramienta que puede ser de gran ayuda a grandes organizaciones para gestionar su Transformación Digital y la gestión de equipos Agile a nivel corporativo.

Entrevista a Daniel Luengo, cofundador de DEISER: “Nuestra filosofía se centra en las personas”

El partner de Atlassian explica su estrategia para los próximos años

En noviembre de 2016 DEISER alcanzó el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian. En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incrementar la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños. Entrevistamos a Daniel Luengo, cofundador y Head of Marketing de DEISER.

1. Daniel, usted es socio y cofundador de DEISER pero cómo surgió la idea de crear la Empresa?

DEISER se fundó en 1998, aunque la actividad de la empresa ha cambiado mucho desde entonces. Los primeros años se centraron en servicios de formación y

desarrollo de software.

En 2007 nos convertimos en partners de Atlassian. Sus productos, sus formas de trabajo y su concepción de una empresa Agile hizo que nos replanteáramos cómo debía ser nuestra forma de trabajo y nuestros objetivos como empresa.

A partir de 2010 decidimos dar un cambio de 180 grados y sentimos la necesidad de refundar la compañía desde el punto de vista de sus objetivos y su misión. Decidimos en convertirnos en lo que somos ahora: Partner de referencia a nivel internacional en la venta e implantación de Software Atlassian. Este cambio llevó aparejado un cambio en nuestra forma de pensar y de concebir la empresa.

A partir de este momento nuestra historia ha ido ligada a Atlassian: Nos convertimos en 2011 en Platinum Solution Partner de Atlassian. En 2012 lanzamos nuestra primera aplicación para el Marketplace de Atlassian. En Mayo de 2012 recibimos el premio al Partner Platinum con mayor porcentaje de nuevas ventas en el Summit de San Francisco.

Desde 2013 organizamos el evento de Atlassian en Madrid el “Deiser Enterprise Day”. En 2015 obtuvimos el premio en Excelencia creativa como reconocimiento al “Deiser Enterprise Day”, que ha sido adoptado como formato de eventos en el Ecosistema de Atlassian. En noviembre de 2016 alcanzamos el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian.

2. ¿Cuál es la oferta de servicios de DEISER?

Nuestra oferta se centra en la relación con Atlassian y la venta de Licencias y Servicios relacionados con sus productos.

La oferta de Servicios incluye todas las actividades que una empresa puede necesitar alrededor de los productos, como instalación, adaptación, parametrización, formación, auditoría, soporte, etc.

El equipo de licencias se centra en la venta, renovación y asesoramiento en todo lo relacionado a la adquisición y actualización de licencias Atlassian y de productos de su Marketplace. El mundo Atlassian es enormemente flexible, pero también complicado de dominar al 100% y el apoyo de una empresa como DEISER con un gran

conocimiento del mismo, resulta fundamental para sacar el máximo partido posible a la inversión en tecnología. Desde 2012, en DEISER tomamos conciencia de la importancia de poder escalar su negocio de manera sostenible. Tomamos, entre otras decisiones, la decisión de comenzar a desarrollar Apps para el Marketplace de Atlassian y salir al mercado internacional. Esto ha supuesto que a la áreas de Servicios y Licencias se suma a un tercer pilar, el que llamamos DEISER Apps, que está constituido por las Apps para Jira que DEISER tiene en la actualidad en el Marketplace de Atlassian. Nuestro objetivo con una de estas app (Profields) es convertirlo en la App de referencia para cualquier instalación Jira en el mundo que tenga más de 25 o 30 proyectos.

En la actualidad las Apps de DEISER están siendo usadas por más de 2000 compañías en todo el mundo. Compañías de la importancia de: BBVA, Inditex, Banco de Santander, Paypal, Johnson & Johnson, BMW, Bank Of America, utilizan las apps de DEISER. Nuestro objetivo es alcanzar los 5000 clientes en todo el

mundo, lo que nos convertiría en una de las empresas tecnológicas españolas con mayor cantidad de organizaciones en su cartera.

3. ¿En qué se diferencia DEISER de empresas similares?

Nuestra aportación de valor se basa en nuestra experiencia y nuestra relación privilegiada con Atlassian. A lo largo de estos años hemos realizado proyectos de diferente complejidad y hemos trabajado en multitud de casos diferentes, dando soluciones distintas y aportando nuestra experiencia. El equipo de especialistas de DEISER acumula muchos años de trabajo con Atlassian y decenas de implantaciones, desde startups hasta empresas del IBEX 35.

Nuestra experiencia en la venta de licencias y en el desarrollo de apps nos coloca en una posición privilegiada frente a otras muchas organizaciones para ayudar a nuestros clientes a sacar el máximo partido posible a los productos.

Finalmente, y eso es algo que forma parte de nuestros valores, en DEISER, entablamos conversaciones con

sinceridad para lograr relaciones duraderas con nuestros clientes. Esta manera de actuar la llevamos hasta sus últimas consecuencias. Esto significa que si un proyecto o una colaboración no está claramente definida, lo ponemos cuanto antes sobre la mesa y estamos dispuestos a rechazarlo, para preservar la relación con el cliente. No aceptamos colaboraciones ni proyectos, sólo por conseguir más facturación. Esta forma de actuación también es un valor diferencial que nuestros clientes aprecian.

4. Con unos servicios tan definidos y específicos, ¿Cuál es su cliente tipo?

Nuestros clientes son muy diferentes. En general, nuestro cliente es cualquier empresa, startup, pyme o multinacional, que esté interesada en implantar alguno de los productos de Atlassian o que ya los tenga y quiera mejorar su implantación o sus resultados.

Para las Apps de DEISER, el perfil tipo son empresas que gestionen un volumen medio y alto de proyectos Jira (50 o más) y necesiten enriquecer, extender y potenciar los proyectos Jira de sus instancias o que necesiten

gestionar y explotar de forma centralizada la información que contienen.

5. ¿Cuál es la filosofía de DEISER como empresa?

Nuestra filosofía de empresa se centra en las personas; para nosotros son el activo más importante sobre el que se construye todo. Y cuando hablamos de personas, hablamos de empleados. Promovemos su autonomía y depositamos toda nuestra confianza en ellos para que puedan desarrollar todo su potencial en el mejor entorno y condiciones posibles.

Nuestra estrategia con clientes se basa en construir relaciones duraderas con ellos. Les escuchamos y tratamos de encontrar soluciones en un entorno de confianza mutua.

Las personas, las herramientas y los procesos adecuados son la clave para el éxito de una organización.

6. ¿En qué basan su estrategia para los próximos años?

Nuestra estrategia basada en los productos de Atlassian creemos que seguirá creciendo en los próximos años, pero querría destacar dos tendencias que tendrán mucha

importancia en nuestra estrategia: Los servicios de suscripción en la nube y el escalado agile en las organizaciones más importantes del mundo.

Atlassian ha lanzado una apuesta definitiva por sus soluciones Cloud, y también por la construcción de soluciones basadas en nubes como Amazon o Azure. Esto provocará durante los próximos años un crecimiento significativo de los servicios anunciados como Atlassian Cloud Premium. También tendrán un gran crecimiento las soluciones Data Center. Servicios de suscripción, críticos con una disponibilidad del 99.9% y suficientemente flexibles como para responder a cualquier tipo de organización, incluidas las más grandes.

Por otro lado, el anuncio de Jira Align supone un salto fundamental para la oferta de soluciones de escalado Agile a nivel corporativo. En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incremental la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños. Jira Align es una herramienta que puede ser de gran ayuda a grandes organizaciones para

gestionar su Transformación Digital y la gestión de equipos Agile a nivel corporativo.

Daniel Luengo, cofundador de Deiser: “Nuestra filosofía se centra en las personas”

En noviembre de 2016, Deiser alcanzó el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian.

En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incrementar la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños. Entrevistamos a Daniel Luengo, cofundador y Head of Marketing de DEISER.

Daniel, usted es socio y cofundador de Deiser pero, ¿cómo surgió la idea de crear la Empresa?

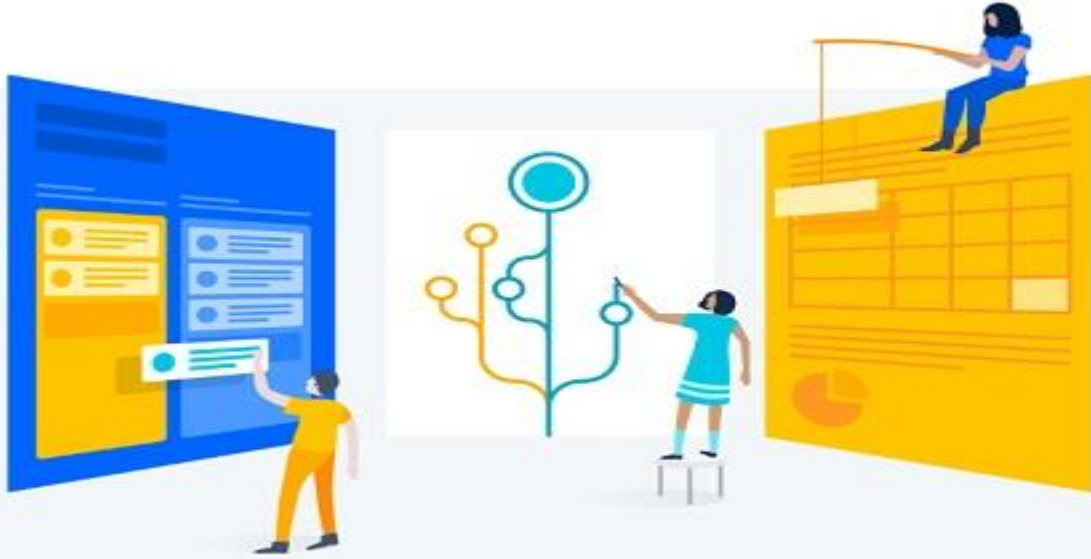
E. N. de 2.: Deiser se fundó en 1998, aunque la actividad de la empresa ha cambiado mucho desde entonces. Los primeros años se centraron en servicios de formación y desarrollo de software.

En 2007 nos convertimos en partners de Atlassian. Sus productos, sus formas de trabajo y su concepción de una empresa Agile hizo que nos replanteáramos cómo debía ser

nuestra forma de trabajo y nuestros objetivos como empresa. A partir de 2010 decidimos dar un cambio de 180 grados y sentimos la necesidad de refundar la compañía desde el punto de vista de sus objetivos y su misión. Decidimos en convertirnos en lo que somos ahora: Partner de referencia a nivel internacional en la venta e implantación de Software Atlassian. Este cambio llevó aparejado un cambio en nuestra forma de pensar y de concebir la empresa.

A partir de este momento nuestra historia ha ido ligada a Atlassian: Nos convertimos en 2011 en Platinum Solution Partner de Atlassian. En 2012 lanzamos nuestra primera aplicación para el Marketplace de Atlassian. En mayo de 2012 recibimos el premio al Partner Platinum con mayor porcentaje de nuevas ventas en el Summit de San Francisco.

Desde 2013 organizamos el evento de Atlassian en Madrid el “Deiser Enterprise Day”. En 2015 obtuvimos el premio en Excelencia creativa como reconocimiento al “Deiser Enterprise Day”, que ha sido adoptado como formato de eventos en el Ecosistema de Atlassian. En noviembre de 2016 alcanzamos el objetivo del millón de dólares en ventas directas con Atlassian.



instalación, adaptación, parametrización, formación, auditoría, soporte, etc.

El equipo de licencias se centra en la venta, renovación y asesoramiento en todo lo relacionado a la adquisición y actualización de licencias Atlassian y de productos de su Marketplace. El mundo Atlassian es enormemente flexible, pero también complicado de dominar al 100% y el apoyo de una empresa como Deiser con un gran conocimiento de este, resulta fundamental para sacar el máximo partido posible a la inversión en tecnología

¿Cuál es la oferta de servicios de Deiser?

E. N. de 2.: Nuestra oferta se centra en la relación con Atlassian y la venta de Licencias y Servicios relacionados con sus productos.

La oferta de Servicios incluye todas las actividades que una empresa puede necesitar alrededor de los productos, como

Desde 2012, en Deiser tomamos conciencia de la importancia de poder escalar su negocio de manera sostenible. Tomamos, entre otras decisiones, la decisión de comenzar a desarrollar Apps para el Marketplace de Atlassian y salir al mercado internacional. Esto ha supuesto que a las áreas de Servicios y Licencias se suma a un tercer pilar, el que llamamos Deiser Apps, que está constituido por las Apps para Jira que Deiser tiene en la actualidad en el Marketplace de Atlassian. Nuestro objetivo con una de estas apps (Profields) es convertirlo en la

App de referencia para cualquier instalación Jira en el mundo que tenga más de 25 o 30 proyectos.

En la actualidad las Apps de Deiser están siendo usadas por más de 2000 compañías en todo el mundo. Compañías de la importancia de: BBVA, Inditex, Banco de Santander, Paypal, Johnson & Johnson, BMW, Bank Of America, utilizan las apps de Deiser.

Nuestro objetivo es alcanzar los 5.000 clientes en todo el mundo, lo que nos convertiría en una de las empresas tecnológicas españolas con mayor cantidad de organizaciones en su cartera.

¿En qué se diferencia Deiser de empresas similares?

E. N. de 2.: Nuestra aportación de valor se basa en nuestra experiencia y nuestra relación privilegiada con Atlassian. A lo largo de estos años hemos realizado proyectos de diferente complejidad y hemos trabajado en multitud de casos diferentes, dando soluciones distintas y aportando nuestra

experiencia. El equipo de especialistas de Deiser acumula muchos años de trabajo con Atlassian y decenas de implantaciones, desde startups hasta empresas del IBEX 35.

Nuestra experiencia en la venta de licencias y en el desarrollo de apps nos coloca en una posición privilegiada frente a otras muchas organizaciones para ayudar a nuestros clientes a sacar el máximo partido posible a los productos.

Finalmente, y eso es algo que forma parte de nuestros valores, en Deiser, entablamos conversaciones con sinceridad para lograr relaciones duraderas con nuestros clientes. Esta manera de actuar la llevamos hasta sus últimas consecuencias. Esto significa que si un proyecto o una colaboración no está claramente definida, lo ponemos cuanto antes sobre la mesa y estamos dispuestos a rechazarlo, para preservar la relación con el cliente. No aceptamos colaboraciones ni proyectos, solo por conseguir más facturación. Esta forma de actuación también es un valor diferencial que nuestros clientes aprecian.

Nuestra historia ha ido ligada a Atlassian

Con unos servicios tan definidos y específicos, ¿Cuál es su cliente tipo?

E. N. de 2.: Nuestros clientes son muy diferentes. En general, nuestro cliente es

cualquier empresa, startup, pyme o multinacional, que esté interesada en implantar alguno de los productos de Atlassian o que ya los tenga y quiera mejorar su implantación o sus resultados.

Para las Apps de Deiser, el perfil tipo son empresas que gestionen un volumen medio y alto de proyectos Jira (50 o más) y necesiten enriquecer, extender y potenciar los proyectos Jira de sus instancias o que necesiten gestionar y explotar de forma centralizada la información que contienen.

¿Cuál es la filosofía de Deiser como empresa?

E. N. de 2.: Nuestra filosofía de empresa se centra en las personas; para nosotros son el activo más importante sobre el que se construye todo. Y cuando hablamos de personas, hablamos de empleados. Promovemos su autonomía y

depositamos toda nuestra confianza en ellos para que puedan desarrollar todo su potencial en el mejor entorno y condiciones posibles.

Nuestra estrategia con clientes se basa en construir relaciones duraderas con ellos. Los escuchamos y tratamos de encontrar soluciones en un entorno de confianza mutua.

Las personas, las herramientas y los procesos adecuados son la clave para el éxito de una organización.

¿En qué basan su estrategia para los próximos años?

Nuestra estrategia basada en los productos de Atlassian creemos que seguirá creciendo en los próximos años, pero querría destacar dos tendencias que tendrán mucha importancia en nuestra estrategia: Los servicios de suscripción en la nube y el escalado agile en las organizaciones más importantes del mundo.

Atlassian ha lanzado una apuesta definitiva por sus soluciones Cloud, y también por la construcción de soluciones basadas en nubes como Amazon o Azure. Esto provocará durante los próximos años un crecimiento significativo de los servicios anunciados como Atlassian Cloud Premium. También tendrán un gran crecimiento las soluciones Data Center. Servicios de suscripción, críticos, con una disponibilidad del 99.9% y suficientemente flexibles como para responder a cualquier tipo de organización, incluidas las más grandes.

Por otro lado, **el anuncio de Jira Align supone un salto fundamental para la oferta de soluciones de escalado Agile a nivel corporativo**. En la actualidad las grandes empresas están centradas en poder incremental la agilidad de manera racional en sus organizaciones, sin perder la esencia y la ventaja que supone en los equipos más pequeños. Jira Align es una herramienta que puede ser de gran ayuda a grandes organizaciones para gestionar su Transformación Digital y la gestión de equipos Agile a nivel corporativo.

Guillermo Montoya: «Es posible ser rentable sin renunciar al bienestar de la plantilla»

Susana de Pablos. Entrevistamos al CEO de DEISER, evangelista de los productos Atlassian

“Las empresas desempeñan un papel de cambio tremendo, y mucho más en el sector tecnológico. **Atlassian** fue el faro que nos mostró un camino diferente en el que se podía disfrutar de una empresa rentable sin renunciar al bienestar y cuidado de todas las personas implicadas”. Con estas palabras, el CEO de **DEISER**, **Guillermo Montoya**, deja claro que para vender un producto es preciso estar convencido de sus bondades. Montoya, sus socios y los profesionales que trabajan para ellos son evangelistas. Y esa es la clave del éxito de DEISER desde hace 20 años, al desarrollar sus proyectos de consultoría de TI, desde la instalación y formación hasta el desarrollo, definición y configuración. Como resultado, esta empresa española prevé alcanzar

los 6,5 millones de facturación en 2019, frente a los 5,9 de 2018.

Desde 1998, el negocio de los fundadores de DEISER, con Montoya al frente, está centrado en implantar en sus empresas cliente tecnología y asesorarlas para que puedan obtener el máximo rendimiento de ella. En concreto, implantan las soluciones para planificar, colaborar y gestionar equipos de la australiana **Atlassian** (Jira Software, Confluence, Jira Service Desk, Bitbucket, Stride, Trello, etc.) y asesoran sobre su explotación y mejora. Junto a ello, DEISER comercializa componentes, *plugins* y apps en el *marketplace* de Atlassian, que ya cuenta con 45.000 organizaciones usuarias, siete de los bancos más importantes y más del 80% de corporaciones del Fortune 100. organizaciones como BBVA, Inditex, Banco de Santander, Paypal, Johnson & Johnson, BMW, Bank Of America...



El éxito se reconoce

Desde hace 11 años, DEISER es *solution partner* de Atlassian en España y, desde hace casi siete años, ostenta las dos acreditaciones más

importantes que ofrece la

multinacional a las empresas de su canal en el mundo: Enterprise y Platinum. Además, DEISER es Atlassian Marketplace Top Vendor. “Somos un referente de Atlassian en España desde hace 12 años, al ofrecer, implantar, adaptar y mejorar cualquier instalación relacionada con los productos Atlassian. Tener estas certificaciones implica también que nuestro personal tiene que estar certificado en todos los productos que comercializamos y soportamos”, comenta Montoya.

“Hoy somos cinco socios, una veintena de años trabajando juntos, tratando de vivir dignamente de esta empresa. Hasta ahora lo hemos conseguido, pero nos gustaría dar un salto hacia adelante. Estoy convencido de

que Internet, y la tecnología, son un motor de cambio cada vez más importante. Llevo pues más de 20 años disfrutando todos los días de mi trabajo, y sigo apasionado por el momento de cambio y evolución tecnológica que vive la humanidad”, comenta optimista Montoya. En esa cotidianeidad, Montoya confía plenamente en sus colaboradores: “Las personas son nuestro mayor activo; somos conscientes, los resultados económicos son solo una parte del éxito. El liderazgo, la participación y el impulso necesario para materializar nuestra visión están relacionados con el trabajo en equipo. Cada uno de nosotros tiene la autonomía para tomar sus propias decisiones y aprender de los errores. Construimos una cadena de confianza, no ordenamos, y facultamos al equipo para que se haga cargo de los resultados de nuestro trabajo».

Y añade Montoya: «Apoyamos los estilos, preferencias, necesidades, deseos y circunstancias personales de cada profesional de DEISER. Es nuestra receta para la felicidad en la oficina y más allá. Además, animamos a

cada miembro de DEISER a tener una influencia positiva en su actividad, sus relaciones con los demás y su entorno. Es por eso que apoyamos hábitos saludables entre nuestros empleados y colaboramos con iniciativas de impacto social. Todo el mundo crece: empleados, clientes y nuestra comunidad”. Para conocer mejor la estrategia de DEISER, entrevistamos a Montoya:

◆ **diarioabierto.es: ¿Qué servicios de DEISER son los más demandados?**

Guillermo Montoya: Ofrecemos a las empresas la mejor experiencia posible con los productos Atlassian, desde su compra hasta su explotación y mejora, pasando, sobre todo, por su integración dentro de sus procesos de tecnología y de negocio con el consiguiente ahorro y aprovechamiento de la



Guillermo Montoya, cofundador y CEO de DEISER

inversión realizada. Eso incluye, y de manera creciente, el desarrollo de *plugins* o complementos para el *marketplace* de Atlassian, un universo de más de 140.000 empresas en el mundo y que crece de manera vertiginosa.

◆ **diarioabierto.es: ¿Cuáles son las unidades de negocio de DEISER y cuál es su peso en porcentaje en la facturación?**

G.M.: DEISER es simultáneamente Atlassian Platinum Solution Partner y Atlassian Marketplace Top Vendor. Somos una referencia en el mundo Atlassian en España desde hace 12 años cuando se trata de ofrecer, implantar, adaptar y mejorar cualquier instalación relacionada con los productos Atlassian: Desde Jira Software a Jira Service Desk, pasando por Confluence, Bitbucket, Bamboo, y todos los productos de la compañía: Trello, ahora Agile Craft (Jira Align, su nueva denominación) Nuestra actividad está hoy completamente volcada en Atlassian, y se refleja en dos de las áreas de negocio de DEISER: Servicios Atlassian y Licencias Atlassian (que incluye tanto los productos específicos de Atlassian como

la multitud de apps que existen en el Marketplace de la compañía australiana y que complementan a la perfección el funcionamiento de la suite Atlassian, tanto en despliegues Cloud, como server, como Data Center, que son las tres modalidades de dichos productos. Estas áreas, denominadas internamente Services y Licensing, se suman a un tercer pilar, el que llamamos DEISER Apps, que está constituido por las Apps para Jira que DEISER tiene en la actualidad en el Marketplace de Atlassian.

◆ **diarioabierto.es: ¿Para qué sectores de actividad económica están destinadas esas tecnologías y qué perfil tienen sus empresas clientes?**

G.M.: Nuestro cliente típico no pertenece a un sector concreto. Nuestros productos y servicios son técnicos y, por tanto, dirigidos a departamentos de TI (tecnologías de la información). Nuestro cliente es cualquier empresa — *startup*, pyme o multinacional— que esté interesada en implantar alguno de los productos de Atlassian; que ya los tenga y quiera mejorar su implantación o sus resultados; que quiera formar a su equipo, o quiera tener un *partner* o

un proveedor de confianza para cualquier servicio relacionado con los productos Atlassian. Lo que nos satisface es que muchos de nuestros clientes son grandes compañías que pertenecen al IBEX 35 o con gran proyección internacional, pero también trabajamos con muchas *startups* de nueva creación que consideran que podemos aportar innovación y agilidad de desarrollo.

◆ **diarioabierto.es: ¿Opera DEISER también fuera de España?**

G.M.: DEISER no es una empresa muy grande: contamos con una oficina física en Madrid donde se concentra el 90% de nuestros equipos, aunque sea nominalmente, ya que el trabajo con nuestros clientes y la libertad de poder trabajar de manera remota hace que en general la oficina está ocupada por no más del 50% del personal de forma habitual. Además, tenemos varias personas trabajando en Barcelona y Valladolid.

En el año 2012, DEISER tomó conciencia de la importancia de poder escalar su negocio de manera sostenible y tomó la decisión, entre otras, de comenzar a desarrollar apps para el *marketplace* de Atlassian y salir al mercado internacional. Desde entonces DEISER participa

como *sponsor* en los eventos internacionales de Atlassian, a los que no ha faltado desde ese año. Son ya 10 Atlassian Summit, diez celebrados en Estados Unidos, ofreciendo su imagen más internacional. Además, actualmente DEISER también está en Dublín.

Cada vez más hacemos uso de servicios en la nube para conectarnos y desarrollar nuestro trabajo, aunque seguimos contando con una serie de servidores propios que nos permite ofrecer algunos servicios de apoyo específicos tanto internos como externos. En definitiva, ahora mismo podríamos decir que DEISER está donde encuentra profesionales con talento y hemos roto la barrera de tener sólo una oficina y una ciudad para desarrollar la actividad.

En la actualidad las apps de DEISER están siendo usadas por más de 2000 compañías en todo el mundo. Compañías que usan Jira Software y Jira Service Desk como soluciones estratégicas y que tiene Profields, Exporter o Workload en sus instalaciones. Empresas de la importancia de: BBVA, Inditex, Banco de Santander, Paypal, Johnson & Johnson, BMW, Bank Of America por

señalar solo algunas de ellas. El objetivo de DEISER es alcanzar los 5.000 clientes en todo el mundo, lo que le convertiría en una de las empresas tecnológicas españolas con mayor cantidad de organizaciones en su cartera.

◆ **diarioabierto.es: ¿Qué diferencia a DEISER de su competencia?**

G.M.: No estoy seguro. La realidad es que para nosotros resulta difícil ejecutar un trabajo o proyecto al que no veamos el sentido o cuyos resultados no podemos garantizar, así como resulta complicado vender un producto que sabemos que el cliente no empleará. En nuestro caso, no todo vale para vender o desarrollar nuestro negocio. No quiero decir con esto que las demás empresas no lo hagan. En nuestro caso, es una filosofía del día a día.

Desde el punto de vista del valor que DEISER aporta a las organizaciones que hacen uso del *software* de Atlassian, es importante nuestra posición como Platinum Partner desde 2011. Y es así porque nos ha permitido abordar proyectos Atlassian de diferente complejidad,

, desde hace años, y conocer multitud de escenarios en los que poder aportar nuestra experiencia. Además, el equipo de especialistas Atlassian de DEISER acumula muchísimos años trabajando con Atlassian y decenas de implantaciones, desde *startups* hasta empresas del IBEX 35. Tanto la venta de licencias como el desarrollo de apps requiere años de experiencia y estar ofreciendo los productos Atlassian desde 2007 y desarrollando apps para el Atlassian Marketplace desde 2012 nos coloca en una posición privilegiada frente a otras muchas organizaciones, para ayudar a nuestros clientes a su crecimiento y a alcanzar sus objetivos sacando el máximo partido posible a los productos Atlassian.

Finalmente, y eso es algo que forma parte de nuestros valores, DEISER no solo escucha a sus clientes, entablamos conversaciones con sinceridad para lograr relaciones duraderas. Esta manera de actuar la llevamos hasta sus últimas consecuencias. Así, si un proyecto o una colaboración no está claramente definida, o no tiene un alcance claro, lo ponemos cuanto antes sobre la mesa. Y si tenemos que rechazarlo, para preservar la relación

con el cliente, la calidad de nuestro trabajo, y/o la reputación de los productos de Atlassian, lo haremos. No aceptamos colaboraciones ni proyectos, sólo por conseguir más facturación. Y eso acaba siendo un valor diferencial.



nuevas tecnologías

Guillermo Montoya Fanegas, CEO de DEISER

"Nuestro objetivo es alcanzar los 5.000 clientes en todo el mundo"

Arturo Díaz

Guillermo Montoya, CEO de DEISER, empresa española de tecnología que desde hace más de 12 años representa a ATlassian en España. DEISER enfoca su negocio hacia la implantación de sus soluciones Atlassian, y el asesoramiento sobre su explotación y mejora. En la actualidad son cada vez más las empresas, organizaciones, usuarios, corporaciones, entidades financieras que usan alguna de sus aplicaciones.

¿Cuándo se fundó la compañía, dónde, por quién y con qué objetivos? Fundé DEISER en 1997, aunque no fue hasta mayo de 1998 cuando comenzó su actividad como compañía. La actividad de la empresa, aún dentro de TI, ha variado mucho desde entonces. Los primeros años se centraron en servicios de formación y desarrollo de software para compañías de automoción. A partir de 2004 la empresa empezó a crecer ofreciendo servicios de outsourcing hasta llegar a casi 60 personas cuando decidimos dar un cambio de 180 grados. Era el año 2010-2011 y entonces sentimos la necesidad de redefinir la compañía desde el punto de vista de sus objetivos y su misión, en un momento en el que Atlassian, de quienes ya éramos *partners* desde 2007, capó nuestra atención. Sus valores, sus productos y la irrupción de las ideas Agile nos decidió a convertirnos en lo que somos ahora: *partner* de referencia a nivel internacional en la venta e implantación de Software Atlassian. Para nosotros Jira Software, Jira Service Desk, Confluence o Trello son nuestra fuente de trabajo, inspiración y propósito.



Indíquenos los valores y cultura de DEISER. Nuestra filosofía se centra en las personas, el activo más importante sobre el que se construye todo. Cuando habla-

mos de personas, hablamos de empleados, promoviendo su autonomía y depositando toda nuestra confianza en ellos para que desarrollen todo su potencial en el mejor entorno y condicio-

nes posibles; y de clientes, colocándoles en el centro de nuestras decisiones, no sólo escuchándoles, sino estableciendo conversaciones con ellos, desde la confianza mutua, construyendo relaciones duraderas. Para hacer realidad esta filosofía la organización tiene que contar sobre todo con las personas adecuadas, las herramientas adecuadas, los procesos adecuados y la inversión adecuada. Esa es la clave.

Acaban de celebrar su 20 aniversario. ¿Cuáles han sido los hitos más relevantes en estas dos décadas? Aunque DEISER existe desde 1997, en 2007 nos convertimos en *partner* de Atlassian; y en 2011 en el primer Platinum Solution Partner de Atlassian en España. Sus valores, sus productos, su forma de pensar y sus metodologías ágiles nos cambió y cambió también la empresa.

En 2012 lanzamos Profileds, nuestra primera Atlassian Marketplace app de pago para Jira. En mayo de 2012 reci-

bimos en el Summit de Atlassian el premio al *partner* con mayor porcentaje de crecimiento mundial en nuevas ventas.

En 2013 organizamos el primer evento Atlassian en Madrid el "DEISER Enterprise Day". En 2015 recibimos el President Award en Excelencia creativa como reconocimiento a ese "DEISER Enterprise Day", adoptado como formato de eventos en el Ecosistema de Atlassian.

En la actualidad nuestras ventas de licencias de software Atlassian superan los 4 millones de euros.

¿Cuáles son los servicios que ofertan al mercado y cuáles los más demandados?

Nuestro objetivo es el ofrecer la mejor experiencia posible con los productos Atlassian: Jira Software, Confluence, Jira Service Desk, Trello... Desde su compra hasta su explotación y mejora, pasando por su integración dentro de los procesos de negocio, con el consi-

guiente ahorro y aprovechamiento de la inversión realizada.

También desarrollamos apps para el Marketplace de Atlassian, un universo de 120.000 empresas en el mundo y que crece de manera vertiginosa.

¿Cuáles son sus Unidades de Negocio y su peso en porcentaje en la facturación?

Nuestra actividad actualmente está volcada en Atlassian, y se refleja en dos de las áreas de negocio de DEISER: Servicios y Licencias Atlassian (que incluye los productos específicos de Atlassian y las Apps de su Marketplace y que complementan el funcionamiento de la suite Atlassian, tanto en despliegues Cloud, como Server o Data Center).

Estas áreas se suman a un tercer pilar, las DEISER Apps, que está constituido por las apps para Jira que DEISER tiene en dicho Marketplace de Atlassian.

¿Para qué sectores de actividad económica están destinados y qué perfil tienen sus empresas clientes?

Nuestro cliente típico no pertenece a un sector concreto. Nuestros productos y servicios están dirigidos a departamentos de TI, fundamentalmente. Nuestro cliente es cualquier empresa, *startup*, *pyme* o multinacional, interesada en implantar productos Atlassian, que ya los tenga y quiera mejorar sus resultados, o quiera un proveedor de confianza para cualquier servicio relacionado con Atlassian. Muchos de nuestros clientes son compañías del IBEX 35 o con gran proyección internacional, pero también trabajamos con muchas *startups*.

Háblenos de sus certificaciones de calidad y su importancia.

DEISER es Atlassian Platinum Solution Partner y Atlassian Marketplace Top Vendor. Somos referencia en el mundo Atlassian en España desde hace 12 años cuando se trata de ofrecer, implantar, adaptar y mejorar cualquier instalación Atlassian.

El tener estas acreditaciones implica que nuestro equipo tiene que estar certificado en todos los productos que comercializamos y soportamos.

¿Qué nos puede decir del principal activo de DEISER, su equipo humano?

Las personas son nuestro mayor activo; somos conscientes de que los





resultados económicos son sólo una parte del éxito. El liderazgo, la participación y el impulso necesario para materializar nuestra visión están relacionados con el trabajo en equipo. Cada uno de nosotros tiene la autonomía para tomar sus propias decisiones y aprender de los errores. Construimos una cadena de confianza y facultamos al equipo para que se haga cargo de los resultados de nuestro trabajo.

Apoyamos los estilos, preferencias, necesidades, deseos y circunstancias personales de cada profesional de DEISER. Es nuestra receta para la felicidad fuera y dentro de la oficina.

Animamos a cada miembro de DEISER a tener una influencia positiva en su actividad, sus relaciones con los demás y su entorno. Es por eso que apoyamos hábitos saludables entre nuestros empleados y colaboramos con iniciativas de impacto social.

¿Operan en todo el territorio nacional o también fuera de España?

DEISER no es una empresa grande: contamos con una oficina en Madrid donde se concentra el 85% de la gente. Tenemos gente trabajando en Barcelona, Dubái, Valencia y Valladolid.

En el año 2012 DEISER tomó conciencia de la importancia de poder escalar

su negocio de manera sostenible y comenzó a desarrollar apps para el Marketplace de Atlassian y salir al mercado internacional.

Desde entonces DEISER participa como *sponsor* en los eventos internacionales de Atlassian. Son ya 9 Atlassian Summit, 7 en Estados Unidos.

En la actualidad las apps de DEISER se usan en más de 2.000 compañías en todo el mundo. Empresas como BBVA, Inditex, Banco de Santander, PayPal, Johnson & Johnson, BMW o Bank Of America, por señalar sólo algunas de ellas.

El objetivo de DEISER es alcanzar los 5.000 clientes en todo el mundo, lo que le convertiría en una de las empresas tecnológicas españolas con mayor cantidad de organizaciones en su cartera.

¿Cuáles son las grandes cifras del grupo: oficinas, facturación 2018, empleados?

Somos 40 personas enfocadas en Atlassian y hemos aumentado nuestros resultados hasta alcanzar una cifra en torno a 5,9 millones de euros en 2018. Para 2019 nuestras previsiones son el quedamos cerca de los 7 millones de euros. Queremos llegar a 10 millones de dólares en 2020. Pero no es algo que nos obsesione.

¿Qué les diferencia de la competencia?

No estoy seguro en qué nos diferenciamos. Para nosotros resulta difícil ejecutar un proyecto al que no vemos el sentido o cuyos resultados no podemos garantizar; o vender un producto que sabemos que el cliente no va a emplear. No todo vale para desarrollar nuestro negocio. No quiero decir con esto que las demás empresas no lo hagan. Nosotros lo hacemos todos los días.

DEISER aporta a las organizaciones una gran experiencia en el uso del Software de Atlassian. Nuestra relación con Atlassian nos ha permitido abordar proyectos de diferente complejidad desde hace años y conocer multitud de escenarios en los que aportar nuestra experiencia.

Esta manera de actuar la llevamos hasta sus últimas consecuencias. No aceptamos proyectos sólo por conseguir más facturación. Y eso acaba siendo un valor diferencial.

¿Quién es Guillermo Montoya? ¿Cuándo decidió hacerse empresario, en qué circunstancias y por qué?

DEISER fue una creación algo atípica. Todos los socios de DEISER venimos de una empresa anterior donde yo era socio y ellos parte de la plantilla. Una serie de divergencias con mi socio condujo a un final traumático. Con una de esas personas empleadas con quien había labrado una gran amistad se fundó DEISER (1997-1998) e inmediatamente se incorporaron tres personas más, que siendo ya trabajadores de DEISER pasaron a ser socios. Cinco personas que llevamos juntas más de 21 años, que no es poco.

Para mí, internet es un motor de cambio cada vez más importante. Llevo más de 21 años disfrutando todos los días de mi trabajo, y sigo apasionado por el momento y la evolución tecnológica que vive el mundo.

Me declaro enamorado de Atlassian y sus productos desde el año 2007, cuando dije: "Encuentro un valor extraordinario del que aún sólo aprovechamos una pequeña parte". El tiempo me ha dado la razón y en la actualidad las soluciones Atlassian están por todas partes, y la empresa australiana tiene una valoración de 30 billones de dólares.

En lo personal, tengo una deuda pendiente conmigo mismo: escribir un libro sobre Carlos V ■

Talento, trabajo y felicidad... ¿compatibles?



Guillermo Montoya, CEO de DEISER

Uno de los objetivos no escritos que una empresa consciente debe tener es capturar/captar/integrar el mayor talento posible. Crear sus propias reglas sobre lo que debe caracterizar a una persona que tiene que incorporarse y perdurar en la

organización: valores, aptitudes y, sobre todo, las actitudes que debe tener.

Cada vez más surgen empresas que consideran que el beneficio económico nunca puede ser un fin en sí mismo, sino un medio. Puede resultar ingenuo o naíff tratar de construir un ecosistema así, pero tiene cada vez más sentido en un mundo que debería resolver el problema de la falta de medios y de mecanismos para vivir dignamente más rápidamente de lo que nos gustaría.

Queremos vivir mejor, y ello no significa necesariamente ganar más dinero. Cada vez vemos más ejemplos en los que esta vida ideal no tiene porqué estar necesariamente vinculada a la riqueza económica.

Nuestras empresas deberían empezar a dirigirse en ese sentido. Nuestro mundo está alcanzando un grado de evolución y de bienestar que nos obliga moralmente a tratar de trasladarlo a todos los rincones, sin excusas, sin limitaciones.

Esta reinención de los modelos sociales y de la manera de entender el capitalismo actual (en muchos foros se empieza a hablar de capitalismo consciente, capitalismo humanista, o, incluso capitalismo social, casi un oxímoron) debe trasladarse también en la medida de lo posible a las empresas. En este sentido, en el campo de la tecnología somos un sector privilegiado. Suele ser un sector bien, o muy bien, pagado y además mucha gente está en él porque le gusta o incluso le apasiona, y no porque no tiene otro remedio.

Esa posición privilegiada debería instarnos en el sector a construir cada vez mejores empresas. Si no somos capaces de crear esas organizaciones en un sector donde tenemos todo lo necesario para hacerlo... ¿Qué vamos a exigir a otros? ¿Qué justificación moral tendremos?

Cierto es que hay mucho ruido, que muchas veces con la excusa de construir un mundo mejor o buscar la felicidad de las personas se esconden oscuros objetivos de productividad y dedicación. Frente a esa realidad hay otra igual de cierta. Y es que somos muchos los que pensamos que efectivamente es

así, que el mundo está en un momento de 'vivir o morir' en el que si elegimos bien podremos ofrecer un panorama radicalmente opuesto al actual. La tecnología, villana en muchas cosas, también nos puede ofrecer un futuro esperanzador, ilusionante... Es el momento en el que tenemos que elegir entre la pastilla azul y la pastilla roja.

Sabiendo que las empresas tecnológicas son las que cuentan con más personas que están en ellas porque les gusta o incluso les apasiona su trabajo tenemos la obligación moral de ser la punta de lanza de ese nuevo modelo. Debemos ser el ejemplo en el que puedan mirarse miles, millones de empresas y personas que buscan ese trozo de felicidad o, como mínimo, ese bienestar de lunes a viernes, y que muchas veces no encuentran más que de viernes a domingo.

Somos cada vez más los convencidos de que la manera de ganar dinero o de obtener beneficios es importante, pero que debemos combinar los intereses de todos. Podemos ser socios, dueños o accionistas mayoritarios, pero realmente el futuro de la organización está en manos del talento de la gente que, día a

día, dirige sus operaciones con conocimiento, preparación, ambición y, cada vez más, pasión por su trabajo, que no le faltan las ganas de aportar algo más que su propio esfuerzo (en el mundo de la filosofía se llamaría 'trascender') sino que les ilusiona el poder participar de manera efectiva en el desarrollo del negocio.

Creo que el capitalismo gestionado con conciencia (lo que muchos llaman capitalismo consciente) es, todavía, el mejor modelo económico-social que hemos logrado. Ahora estamos pasando por una situación de crisis provocada entre otros factores por el tremendo ruido de las redes sociales y los poderes fácticos que, cada vez entienden mejor lo que Internet puede darles y que durante varios años les ha quitado. La batalla ya está declarada y quienes conocemos el poder de la transparencia y la comunicación debemos hacer todo lo posible por no volver a perder todo esto que hemos ganado... ¿Vamos adelante?

Talento, trabajo y felicidad.... ¿Compatibles?



Uno de los objetivos no escritos que una empresa consciente debe tener es capturar/captar/integrar el mayor talento posible. Crear sus propias reglas sobre lo que debe caracterizar a una persona que

tiene que incorporarse y perdurar en la organización: valores, aptitudes y, sobre todo, las actitudes que debe tener.

Cada vez más surgen empresas que consideran que el beneficio económico nunca puede ser un fin en sí mismo, sino un medio. Puede resultar ingenuo o naíff tratar de construir un ecosistema así, pero tiene cada vez más sentido en un mundo que debería resolver el problema de la falta de medios y de mecanismos para vivir dignamente más rápidamente de lo que nos gustaría.

Queremos vivir mejor, y ello no significa necesariamente ganar más dinero. Cada vez vemos más ejemplos en los que esta vida ideal no tiene porqué estar necesariamente vinculada a la riqueza económica.

Nuestras empresas deberían empezar a dirigirse en ese sentido. Nuestro mundo está alcanzando un grado de evolución y de bienestar que nos obliga moralmente a tratar de trasladarlo a todos los rincones, sin excusas, sin limitaciones.

Esta reinvencción de los modelos sociales y de la manera de entender el capitalismo actual (en muchos foros se empieza a hablar de capitalismo consciente, capitalismo humanista, o, incluso capitalismo social, casi un oxímoron) debe trasladarse también en la medida de lo posible a las empresas. En este sentido, en el campo de la tecnología somos un sector privilegiado. Suele ser un sector bien, o muy bien, pagado y además mucha gente está en él porque le gusta o incluso le apasiona, y no porque no tiene otro remedio. Esa posición privilegiada debería instarnos en el sector a construir cada vez mejores empresas. Si no somos capaces de crear esas organizaciones en un sector donde tenemos todo lo necesario para hacerlo... ¿Qué vamos a exigir a otros? ¿Qué justificación moral tendremos?

Cierto es que hay mucho ruido, que muchas veces con la excusa de construir un mundo mejor o buscar la felicidad de las personas se esconden oscuros objetivos de productividad y dedicación.

Frente a esa realidad hay otra igual de cierta. Y es que somos muchos los que pensamos que efectivamente es así, que el mundo está en un momento de 'vivir o morir' en el que si elegimos bien podremos ofrecer un panorama radicalmente opuesto al actual. La tecnología, villana en muchas cosas, también nos puede ofrecer un futuro esperanzador, ilusionante... Es el momento en el que tenemos que elegir entre la pastilla azul y la pastilla roja.

Sabiendo que las empresas tecnológicas son las que cuentan con más personas que están en ellas porque les gusta o incluso les apasiona su trabajo tenemos la obligación moral de ser la punta de lanza de ese nuevo modelo. Debemos ser el ejemplo en el que puedan mirarse miles, millones de empresas y personas que buscan ese trozo de felicidad o, como mínimo, ese bienestar de lunes a viernes, y que muchas veces no encuentran más que de viernes a domingo.

Somos cada vez más los convencidos de que la

manera de ganar dinero o de obtener beneficios es importante, pero que debemos combinar los intereses de todos. Podemos ser socios, dueños o accionistas mayoritarios, pero realmente el futuro de la organización está en manos del talento de la gente que, día a día, dirige sus operaciones con conocimiento, preparación, ambición y, cada vez más, pasión por su trabajo, que no le faltan las ganas de aportar algo más que su propio esfuerzo (en el mundo de la filosofía se llamaría 'trascender') sino que les ilusiona el poder participar de manera efectiva en el desarrollo del negocio.

Creo que el capitalismo gestionado con conciencia (lo que muchos llaman capitalismo consciente) es, todavía, el mejor modelo económico-social que hemos logrado. Ahora estamos pasando por una situación de crisis provocada entre otros factores por el tremendo ruido de las redes sociales y los poderes fácticos que, cada vez entienden mejor lo que Internet puede darles y que durante varios

años les ha quitado. La batalla ya está declarada y quienes conocemos el poder de la transparencia y la comunicación debemos hacer todo lo posible por no volver a perder todo esto que hemos ganado... ¿Vamos adelante?

Autor: Guillermo Montoya, CEO de DEISER

Talento, trabajo y felicidad.... ¿Compatibles?

Por Guillermo Montoya, CEO de DEISER

Uno de los objetivos no escritos que una empresa consciente debe tener es capturar/captar/integrar el mayor talento posible. Crear sus propias reglas sobre lo que debe caracterizar a una persona que tiene que incorporarse y perdurar en la organización: valores, aptitudes y, sobre todo, las actitudes que debe tener. Cada vez más surgen empresas que consideran que el beneficio económico nunca puede ser un fin en sí mismo, sino un medio. Puede resultar ingenuo tratar de construir un ecosistema así, pero tiene cada vez más sentido en un mundo que debería resolver el problema de la falta de medios y de mecanismos para vivir dignamente más rápidamente de lo que nos gustaría. Queremos vivir mejor, y ello no significa necesariamente ganar más dinero. Cada vez vemos más ejemplos en los que esta vida ideal no tiene porqué estar necesariamente vinculada a la riqueza económica.

Nuestras empresas deberían empezar a dirigirse en ese sentido. Nuestro mundo está alcanzando un grado de evolución y de bienestar que nos obliga moralmente a tratar de trasladarlo a todos los rincones, sin excusas, sin limitaciones.

Esta reinvencción de los modelos sociales y de la manera de entender el capitalismo actual (en muchos foros se empieza a hablar de capitalismo consciente, capitalismo humanista, o, incluso capitalismo social, casi un oxímoron) debe trasladarse también en la medida de lo posible a las empresas. En este sentido, en el campo de la tecnología somos un sector privilegiado. Suele ser un sector bien, o muy bien, pagado y además mucha gente está en él porque le gusta o incluso le apasiona, y no porque no tiene otro remedio.

Esa posición privilegiada debería instarnos en el sector a construir cada vez mejores empresas. Si no somos capaces de crear esas organizaciones en un sector donde tenemos todo lo necesario para hacerlo... ¿Qué vamos a exigir a otros? ¿Qué justificación moral tendremos?

Cierto es que hay mucho ruido, que muchas veces con la excusa de construir un mundo mejor o buscar la felicidad de las personas se esconden oscuros objetivos de productividad y dedicación. Frente a esa realidad hay otra igual de cierta. Y es que somos muchos los que pensamos que efectivamente es así, que el mundo está en un momento de 'vivir o morir' en el que si elegimos bien podremos ofrecer un panorama radicalmente opuesto al actual. La tecnología, villana en muchas cosas, también nos puede ofrecer un futuro esperanzador, ilusionante... Es el momento en el que tenemos que elegir entre la pastilla azul y la pastilla roja.

Sabiendo que las empresas tecnológicas son las que cuentan con más personas que están en ellas porque les gusta o incluso les apasiona su trabajo tenemos la obligación moral de ser la punta de lanza de ese nuevo modelo. Debemos ser el ejemplo en el que puedan mirarse miles, millones de empresas y personas que buscan ese trozo de felicidad o, como mínimo, ese bienestar de lunes a viernes, y que muchas veces no encuentran más que de viernes a domingo.

Somos cada vez más los convencidos de que la manera de ganar dinero o de obtener beneficios es importante, pero que debemos combinar los intereses de todos. Podemos ser socios, dueños o accionistas mayoritarios, pero realmente el futuro de la organización está en manos del talento de la gente que, día a día, dirige sus operaciones con conocimiento, preparación, ambición y, cada vez más, pasión por su trabajo, que no le faltan las ganas de aportar algo más que su propio esfuerzo (en el mundo de la filosofía se llamaría 'trascender') sino que les ilusiona el poder participar de manera efectiva en el desarrollo del negocio.

Creo que el capitalismo gestionado con conciencia (lo que muchos llaman capitalismo consciente) es, todavía, el mejor modelo económico-social que hemos logrado. Ahora estamos pasando por una situación de crisis provocada entre otros factores por el tremendo ruido de las redes sociales y los poderes fácticos que, cada vez entienden mejor lo que Internet puede darles y que durante varios años les ha quitado. La batalla ya está declarada y quienes conocemos el poder de la

transparencia y la comunicación debemos hacer todo lo posible por no volver a perder todo esto que hemos ganado... ¿Vamos adelante?

Talento, trabajo y felicidad.... ¿compatibles?

Guillermo Montoya, CEO de Deiser.



Guillermo Montoya, CEO de DEISER

Uno de los objetivos no escritos que una empresa consciente debe tener es **capturar/captar/integrar el mayor talento posible**. Crear sus propias reglas sobre lo que debe caracterizar

a una persona que tiene que incorporarse y perdurar en la organización: valores, aptitudes y, sobre todo, las actitudes que debe tener.

Cada vez más surgen empresas que consideran que el beneficio económico nunca puede ser un fin en sí mismo, sino un medio. Puede resultar ingenuo o naíff tratar de construir un ecosistema así, pero tiene cada vez más sentido en un mundo que debería resolver el problema de la falta de medios y de mecanismos

para vivir dignamente más rápidamente de lo que nos gustaría. Queremos vivir mejor, y ello no significa necesariamente ganar más dinero. Cada vez vemos más ejemplos en los que esta vida ideal no tiene por qué estar necesariamente vinculada a la riqueza económica.

Nuestras empresas deberían empezar a dirigirse en ese sentido. Nuestro mundo está alcanzando un grado de evolución y de bienestar que nos obliga moralmente a tratar de trasladarlo a todos los rincones, sin excusas, sin limitaciones.

Esta reinención de los modelos sociales y de la manera de entender el capitalismo actual (en muchos foros se empieza a hablar de capitalismo consciente, capitalismo humanista, o, incluso capitalismo social, casi un oxímoron) debe trasladarse también en la medida de lo posible a las empresas. En este sentido, en el campo de la tecnología somos un sector privilegiado. **Suele ser un sector bien, o muy bien, pagado y además mucha gente está en él porque le gusta o incluso le apasiona, y no porque no tiene otro remedio.**



Esa posición privilegiada debería instarnos en el sector a construir cada vez mejores empresas. Si no somos capaces de crear esas organizaciones en un sector donde tenemos todo lo necesario para hacerlo... ¿Qué vamos a exigir a otros? ¿Qué justificación moral tendremos?

Cierto es que hay mucho ruido, que muchas veces con la excusa de construir un mundo mejor o buscar la felicidad de las

personas se esconden oscuros objetivos de productividad y dedicación. Frente a esa realidad hay otra igual de cierta. Y es que somos muchos los que pensamos que efectivamente es así, que **el mundo está en un momento de 'vivir o morir' en el que si elegimos bien podremos ofrecer un panorama radicalmente opuesto al actual.** La tecnología, villana en muchas cosas, también nos puede ofrecer un futuro esperanzador, ilusionante... Es el momento en el que tenemos que elegir entre la pastilla azul y la pastilla roja.

Ejemplo a seguir

Sabiendo que las empresas tecnológicas son las que cuentan con más personas que están en ellas porque les gusta o incluso les apasiona su trabajo tenemos la obligación moral de ser la punta de lanza de ese nuevo modelo. Debemos ser el ejemplo en el que puedan mirarse miles, millones de empresas y personas que buscan ese trozo de felicidad o, como mínimo, ese bienestar de lunes a viernes, y que muchas veces no encuentran más que de viernes a domingo.



Somos cada vez más los convencidos de que la manera de ganar dinero o de obtener beneficios es importante, pero que debemos combinar los intereses de todos. Podemos ser socios, dueños o accionistas mayoritarios, pero **realmente el futuro de la organización está en manos del talento de la gente que, día a día, dirige sus operaciones con conocimiento, preparación, ambición y, cada vez más, pasión por su trabajo, que no le**

faltan las ganas de aportar algo más que su propio esfuerzo (en el mundo de la filosofía se llamaría 'trascender') sino que les ilusiona el poder participar de manera efectiva en el desarrollo del negocio.

Creo que el capitalismo gestionado con conciencia (lo que muchos llaman capitalismo consciente) es, todavía, el mejor modelo económico-social que hemos logrado. Ahora estamos pasando por una situación de crisis provocada entre otros factores por el tremendo ruido de las redes sociales y los poderes fácticos que, cada vez entienden mejor lo que Internet puede darles y que durante varios años les ha quitado. La batalla ya está declarada y quienes conocemos el poder de la transparencia y la comunicación debemos hacer todo lo posible por no volver a perder todo esto que hemos ganado... ¿Vamos adelante?

