

el nuevo lunes / 36

19 al 25 de septiembre de 2005



01149

8 413042 989509

AL GRANO

Ontrack Data Recovery es la compañía líder de recuperación de datos en el mundo y fue adquirida en 2004 por la consultora de riesgos y seguros Marsh & McLennan. Presente en una docena de países de todo el mundo, tras la reciente apertura de oficinas en Australia y Canadá, la compañía opera en España desde hace año y medio. Su responsable, Nicholas Green, afirma que la intención en el mercado doméstico es introducir transparencia y calidad ante la gran atomización de empresas dedicadas a la recuperación de datos informáticos. Por el momento, su objetivo es concienciar al empresariado español de la necesidad de implantar pla-

nes preventivos de recuperación de datos y sus metas son ser líderes en el mercado español, en donde no se descartarían compras puntuales en un futuro. El grupo Ontrack destina el 18% de sus ingresos a Investigación y Desarrollo, mientras que el mejor marketing, según Nicholas Green, es el que logran de sus propios clientes al recomendar sus servicios a otras empresas. Las pérdidas de datos se deben principalmente a fallos de hardware y errores humanos, mientras que las pérdidas por catástrofes naturales o siniestros, como el incendio del edificio Windsor en Madrid, suponen un porcentaje muy pequeño.

Nicholas Green, responsable de Ontrack Data Recovery en España

“El 18% de la facturación del grupo se invierte en Investigación y Desarrollo”

Ontrack está presente en el mercado español desde hace algo más de un año. ¿Qué pretende su compañía en España y qué objetivos se han fijado en cuanto al número de clientes?

Ontrack pretende introducir en el mercado español, y en el Ibérico en general, transparencia y calidad. De hecho, ya llevamos unos doce años trabajando para clientes españoles. Hace unos dieciocho meses que nos instalamos físicamente aquí. Esta decisión se tomó para fortalecer nuestra relación con los fabricantes, para dar un servicio a sus clientes más local y ajustado a sus necesidades. En segundo lugar, Ontrack pretende abrir el mercado, porque existían una serie de empresas dedicadas a estos servicios de recuperación de datos pero sin la experiencia ni la tecnología nuestra. Esta es la principal diferencia entre nosotros y otros competidores que sólo cuentan con un pequeño taller. En cuanto a objetivos, es muy pronto para poder adelantar cifras exactas, porque el 60% de nuestros clientes provienen de aquellos que ya han utilizado nuestros servicios. Potencialmente, hay miles de clientes que pueden necesitar nuestros servicios de recuperación de datos. España es un país en el que es obligatorio estar para cualquier empresa con vocación mundial como la nuestra, ya que tiene mucho potencial de desarrollo y atractivo por la marcha de la economía.

¿Pero prevén alcanzar una determinada cuota de mercado en España?

También sería muy prematuro para fijar una cuota de mercado, aunque entre nues-

tros planes está el poder ofrecer a la mayoría de las empresas del país nuestros servicios.

¿Están concienciadas las empresas españolas en tener un servicio de recuperación de datos? ¿Qué receptividad han detectado?

En un principio, los directores de informática de grandes empresas son conscientes de que en cualquier momento se puede producir una incidencia que ponga en peligro los datos claves de la compañía. Pero es necesario concienciar a los empresarios que no sólo es necesario un equipo interno de informática, sino contar con especialistas en estas tareas.

¿Qué tipo de empresa -grande, mediana o pequeña- es el cliente habitual de Ontrack?

Nuestros clientes provienen de todo tipo de empresas, aunque es verdad que las de mayor tamaño son las que más se interesan por un servicio de recuperación de datos. Pero tanto nuestros servicios como las tarifas de los mismos no están orientados a las grandes empresas que, por lo común, ya suelen tener planes de contingencia ante la posible pérdida de datos.

Por sectores, ¿qué empresas están más concienciadas?

Hay un poco de todo, porque incluso nos ha llegado un disco duro de una fábrica de embutidos. Pero como es lógico, las empresas con más ordenadores, sobre todo en el sector servicios, son las que nos llaman con más frecuencia. Por ejemplo, recibimos bastantes solicitudes del mundo financiero -seguros, bancos y cajas- y de empresas de transporte.

¿Cuántas personas trabajan para Ontrack en España?

Nosotros contamos con la tecnología y el conocimiento del Laboratorio Europeo, en las afueras de Londres. Hasta el momento no hemos montado un laboratorio en España porque, según nuestros propios estudios, no interesa a nuestros clientes. Por ello, con-

tamos con una plantilla pequeña en España pero en Inglaterra hemos contratado una serie de técnicos y comerciales españoles. En total serán unas 25 personas.

¿Esta estrategia de no tener un laboratorio en España es permanente o dependerá de cómo evolucione el mercado español?

Dependerá, lógicamente, de la evolución del mercado. Si detectamos entre nuestros clientes que es oportuno montar un laboratorio aquí, lo haremos sin duda alguna. Es un aspecto que estará en continua evaluación, pero no dependerá de la masa de clientes. Los quince años de experiencia de nuestro laboratorio en Londres permite mantener la calidad del servicio, tan importante o más que los precios.

Ontrack se plantea un crecimiento orgánico en España o creará mediante compras?

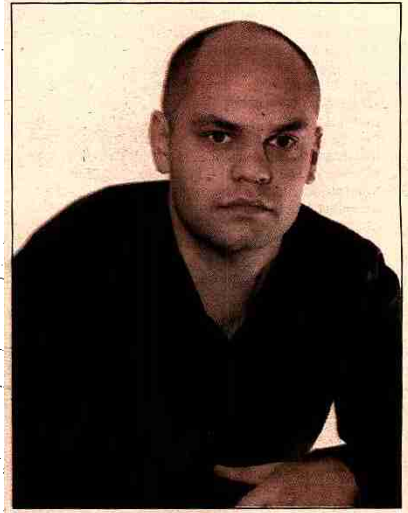
Nuestra expansión por otros mercados europeos sí se ha hecho mediante adquisiciones puntuales. Esta posibilidad no se descarta en ningún país, incluido España. Por ejemplo, hace unos meses hemos adquirido una empresa en Polonia, con la que llevábamos trabajando desde hace años. La adquisición ha sido lenta y progresiva, para entrar en los países de Europa. Y más recientemente hemos abierto oficinas en Canadá y Australia. Nuestro objetivo principal, ahora, en el mercado español es apalancar la marca Ontrack, un nombre reconocido. Por tanto, en un principio los planes se basarán en un crecimiento orgánico en el mercado español.

Ese objetivo supondrá una importante inversión en marketing. ¿Cuál es la inversión en España por este concepto?

No puedo avanzar una cifra exacta. Nosotros hacemos marketing directo y el propio desarrollo empresarial es el que nos facilita la recomendación de unos clientes a otros. No es el capítulo más importante de nuestras inversiones. Por ejemplo, el 18% de la facturación del grupo se invierte en Investigación y Desarrollo. Es un capítulo crucial para nosotros.

La recuperación de datos básicos de compañías se ha evidenciado en España que es vital tras el incendio de la Torre Windsor en Madrid. ¿Qué factores influyen más en las pérdidas de datos informáticos de una empresa?

Principalmente son los fallos de hard-



“Los fallos de hardware suponen un 44% de las pérdidas, seguidos por los errores humanos, que representan en torno a un 32%”

ware suponen un 44% de las pérdidas, seguidos por los errores humanos, que representan en torno a un 32%. Estas son las principales causas, aunque también afectan los fallos de software, los virus que atacan el sistema y en último lugar estarían los desastres naturales, en los que se pueden incluir los incendios.

¿Ontrack ha tenido que prestar sus servicios a alguna compañía afectada por el incendio de la Torre Windsor?

Dentro de ese edificio se encontraban algunos de nuestros clientes habituales, pero no puede citar nombres por confidencialidad con ellos. Nos llegaron un par de discos duros tras aquel incendio.

Ustedes se dedican a la recuperación de datos informáticos ante todas estas circunstancias que pueden provocar su pérdida. No obstante, ¿hay algunos casos irreversibles?

Muchas veces sí hay casos irreversibles y es necesario que la gente lo sepa, sobre todo a la hora de que cualquiera manipule los discos duros de sus ordenadores. Ello puede impedir la posterior recuperación. Pero en la mayoría de los casos podemos recuperar la totalidad de la información. Nosotros hacemos un diagnóstico completo de la situación de los discos o cintas. Algunas empresas dedicadas a la recuperación de datos sí dan estadísticas y porcentajes sobre la posibilidad de recuperar los datos perdidos. Pero no son muy creíbles, porque cada caso depende del tipo de fallo que lo haya provocado. Ahí entran las distintas soluciones de Ontrack: servicios a distancia; servicios internos, servicios in situ y software de autoservicio.

José Luis Marco

Nicholas Green nació el 21 de febrero de 1974 en Londres.

Licenciado en filología francesa, su carrera ha discursado por derroteros completamente distintos a su formación académica. Lleva más de cinco años trabajando en Ontrack para los mercados de España, Francia, Gran Bretaña y el resto de Europa. Desde su actual responsabilidad, se dedica a la promoción de soluciones de recuperación de datos en el mercado español. Green afirma que siente muy cómodo en España, donde ha encontrado una gran variedad gastronómica muy de su gusto.



Desde su actual responsabilidad, se dedica a la promoción de soluciones de recuperación de datos en el mercado español. Green afirma que siente muy cómodo en España, donde ha encontrado una gran variedad gastronómica muy de su gusto.