



BEST STARTUPS

Entrevista **JAVIER MEDEL** CEO Y SOCIO FUNDADOR DE THEGLOBALPASSWORD

“Theglobalpassword posibilita la comunicación en cualquier idioma y situación”

La tecnología ha sido la gran aliada de Theglobalpassword, que ha encontrado la solución a las limitaciones existentes en el día a día de las comunicaciones entre personas de distinto idioma, ya sea a nivel particular o profesional, en una innovadora plataforma web que ofrece servicios integrales de traducción e interpretación en tiempo real prestados online por profesionales.

¿Cuándo nació este proyecto empresarial? ¿Cuál fue el motor impulsor?

La idea se me ocurrió en 2007, obsesionado por solucionar y facilitar la comunicación entre personas de distinto idioma tras vivir dos años fuera de España, pero por entonces la tecnología aún no estaba madura. Con la evolución de las redes de banda ancha fija y móvil, la aparición de tarifas planas de datos y la irrupción de los smartphones y tablets, en 2014 decidí dar el gran paso.

¿Qué profesionales se juntaron para unir conocimientos y experiencia?

He tenido la suerte de conformar un equipo heterogéneo y equilibrado de profesionales, con mucha experiencia y conocimiento en las áreas más importantes para un proyecto de esta envergadura. Al frente de la dirección informática y tecnológica está Alejandro Barroso Muñoz, Manuel Villalón Suárez dirige la financiera, Álvaro Muñoz de las Casas dirige el desarrollo de negocio y ventas, David Villanueva González dirige y coordina las operaciones y servicios lingüísticos, y el marketing es diseñado y dirigido por Tom Horsey.



¿Qué es Theglobalpassword y qué solución ofrece?

Theglobalpassword es una innovadora plataforma web que ofrece servicios integrales de interpretación y traducción online, prestados por profesionales, para resolver la necesidad global de comunicación entre personas de distinto idioma, ya sea oral o escrita, de una forma sencilla, ágil, fiable y muy asequible.

“Los usuarios disfrutan de la garantía y calidad de un servicio profesional con la agilidad y comodidad de las soluciones automáticas”

En resumen, Theglobalpassword ofrece la posibilidad de comunicarse en cualquier idioma y en cualquier momento.

Para ello, el usuario accede desde cualquier dispositivo con conexión a internet a la plataforma web, y puede hacer uso de nuestros primeros cuatro servicios: interpretación online de conversaciones presenciales (Globalvoice), videoconferencias multiusuario con participación online de un intérprete (Globalvideo), traducción exprés de emails o textos cortos (Globalmail) o traducción de todo tipo de documentos y páginas webs (Globaldocs).

¿Para quién está pensado este servicio?

En realidad, hemos diseñado Theglobalpassword para cualquiera que tenga necesidad de comunicarse en otro idioma, tanto en el ámbito particular como en el profesional, facilitando las relaciones con clientes o proveedores y la internalización de productos y servicios.

¿Qué ventajas supone para los usuarios?

Theglobalpassword ofrece una respuesta rápida y fiable, a través de tecnología de comunicación en tiempo real, disponible en cualquier lugar y situación y que permite el control y gestión del proceso de manera autónoma por parte del usuario. Los usuarios



disfrutan de la garantía y calidad de un servicio profesional a un precio muy reducido, con la agilidad y comodidad de las soluciones de traducción automática.

Nuestros primeros clientes destacan la sencillez y eficacia del servicio, y su experiencia y grado de satisfacción nos está demostrando que una vez han probado nuestra plataforma, vuelven a repetir y demandar nuevos servicios.

¿Qué atractivo tiene el proyecto para un traductor o intérprete?

Sin duda, Theglobalpassword representa una oportunidad extraordinaria, ya que supone un innovador canal para ofrecer sus servicios, permitiéndoles incrementar exponencialmente su ámbito de actuación, sin limitación geográfica, y aumentar su cartera de servicios al poder utilizar toda la tecnología disponible en nuestra plataforma.

Contamos ya con una red global de profesionales que respaldan nuestra plataforma y prestan sus servicios desde varios países y continentes, con total libertad y flexibilidad, aumentando de forma sencilla sus ingresos.

¿Cuántos son los idiomas susceptibles de traducción e interpretación?

Actualmente, nuestra red nos permite ofrecer servicios hasta en 10 idiomas distintos y en 6 especialidades. Aparte de en los idiomas europeos más demandados, prestamos servicios en otros menos habituales, como ruso, chino o árabe, aumentando continuamente nuestra oferta de idiomas y especialidades.

¿El precio/tarifa varía en función del idioma?

Efectivamente el precio varía para los idiomas menos habituales, pero ahí radica uno de nuestros grandes atractivos: se paga solo por el uso, en minutos interpretados o palabras traducidas, sin mínimos prestables.

gastos, gastos añadidos ni llamadas telefónicas. Esto, unido a nuestro sistema y tecnología, nos permite aplicar las tarifas más reducidas y competitivas, al alcance de todo tipo de clientes y presupuestos, incluso para quien no se podía permitir hasta ahora recurrir a servicios profesionales.

Theglobalpassword supone además un ahorro en tiempo y aporta funcionalidades de valor añadido, como la incorporación del lenguaje no verbal en las videoconferencias o la capacidad de controlar el proceso de traducción de forma totalmente transparente.

¿En qué momento os encontráis y cuáles son los retos futuros?

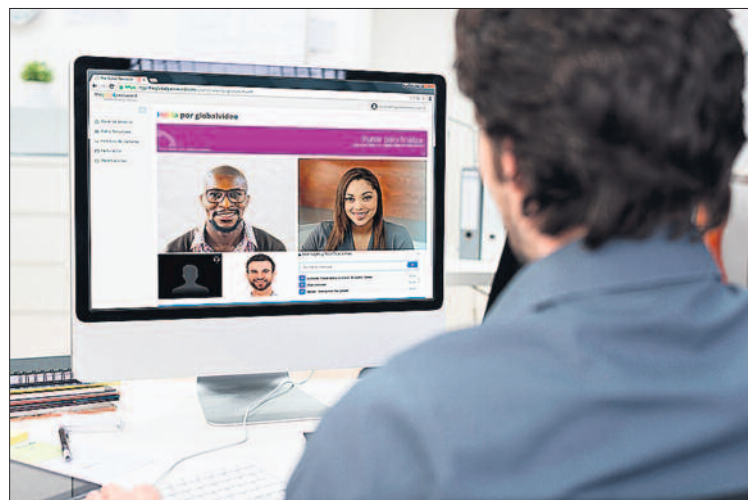
Tras haber superado la fase de desarrollo de nuestros primeros productos y haberlos probado con éxito en situaciones de uso real de mercado, hemos conseguido el apoyo de Business Angels y financiación pública de entidades como ENISA, y hemos comenzado la comercialización con una excelente acogida y valoración del servicio.

Nuestro reto es seguir desarrollando nuevos servicios innovadores para nuevas necesidades detectadas en el mercado actual y que no es posible satisfacer con las alternativas existentes, gracias en parte al diálogo constante con nuestros clientes. Explorar nuevas vías para ofrecer una solución a la comunicación global está desde su origen en el ADN de Theglobalpassword.

¿Qué tenemos que hacer para disfrutar de este servicio? ¿Por dónde empezamos?

Un usuario sólo tiene que registrarse de forma gratuita en nuestra web para acceder a la plataforma de Theglobalpassword y disfrutar del servicio que se ajuste a su necesidad, indicando el idioma y especialización que necesita con solo unos clicks. El sistema redirige su llamada o encargo al profesional disponible más idóneo, que le prestará el servicio online a través de la plataforma.

“Explorar nuevas vías para ofrecer una solución a la comunicación global está desde el origen en nuestro ADN”



Manzanapolis: tu mercado Apple de segunda mano

Si hay una gama de productos que tiene buena salida en el mercado de segunda mano, esta es la de Apple. Se trata de dispositivos muy bien pagados por su valor añadido cuyos propietarios tienen a partir de ahora un nuevo marketplace donde venderlos: Manzanapolis.

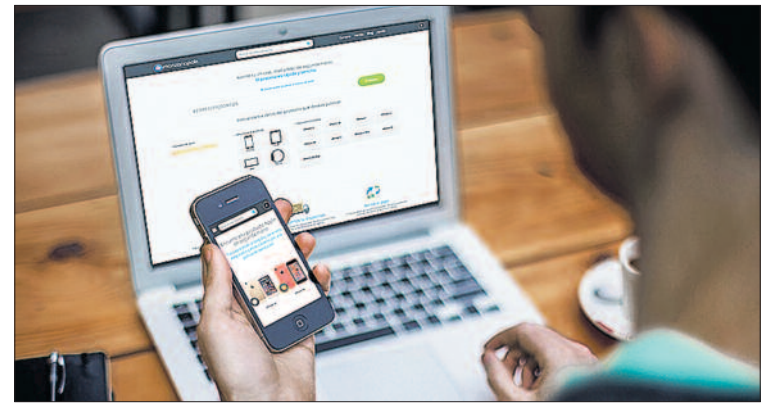
Manzanapolis nació en mayo de 2015 de la mano de Albert Ruiz como Director General, Mario Espósito como Director Técnico y dos business angels, aunque no fue hasta el pasado mes de septiembre cuando la plataforma se puso a disposición de los usuarios. “El principio es muy sencillo: ofrecer a los compradores y vendedores de productos Apple de segunda mano un lugar seguro y de confianza donde realizar sus transacciones”, explica Ruiz.

Garantía de seguridad

Y es que, cuando se trata de comprar o vender productos de segunda mano, la picaresca está muchas veces a la orden del día. Por esa razón, la empresa conecta a compradores y vendedores no solo para que los dos logren el mejor precio, sino también para que lo hagan con total tranquilidad. En este sentido, Mario Espósito explica que “todo el proceso de compraventa entre particulares está cubierto por una política de devolución de 72

horas que se inicia en cuanto el comprador recibe el producto, un periodo donde puede comprobar que todo está en orden o, de lo contrario, proceder a su devolución y al reintegro de su pago”.

Manzanapolis, que asesora al vendedor acerca del precio recomendado para su dispositivo (aunque finalmente es él quien lo decide), está abierto también a revendedores profesionales y tiendas especializadas en artículos usados. “La diferencia –explica Mario Es-



pósito– es que si son vendedores profesionales están obligados a ofrecer un año de garantía en los productos.

Apenas tres meses después de su puesta en marcha, ha realizado más de un centenar de transacciones y está inmerso en una segunda ronda de financiación que les permita crecer y, según confiesan sus responsables, extender el modelo a otros países. “La idea consolidar a Manzanapolis como un marketplace de referencia para productos

Apple y colaborar con nuestro pequeño grano de arena a la sostenibilidad del planeta, en este caso a través del fomento de la reutilización de los dispositivos electrónicos”, concluye Albert Ruiz.



Jobin Tu ‘manitas’ a tres clics de distancia

¿Cuántas veces hemos tenido dificultades a la hora de encontrar un ‘manitas’ de garantías que solventara algún problema doméstico? Ésa fue la pregunta que se hicieron Jorge Oliveros y sus socios antes de poner en marcha Jobin, una plataforma de reciente lanzamiento que pretende llevar ese proceso al siglo XXI a través de la tecnología.

“En realidad, el principio es muy sencillo –explica Jorge, Director General de Jobin–. Se trata de lograr que en unos pocos clics el usuario encuentre a un profesional solvente que pueda resolverle su problema, ya se trate de fontanería, de electricidad, de una mudanza o de cualquiera de esas pequeñas tareas que nos surgen en casa”. Para lograr esa respuesta, Jobin ha desarrollado una plataforma móvil que permite poner en contacto al usuario con el profesional de un modo directo a través de

un servicio de mensajería propio y de forma absolutamente gratuita.

“Cuando una persona publica su necesidad, Jobin le propone aquellos profesionales que, por proximidad y calidad, se adaptan mejor a lo que está buscando, incluyendo sus tarifas, para que el usuario pueda decidir acerca de cuál es el que mejor le conviene”, explica Oliveros. Ahí es donde entra en juego el trabajo del equipo de la empresa, a la hora de crear una base de datos de profesionales que sean capaces de ofrecer sus servicios. “A los ‘manitas’ les ofrecemos seis meses de presencia gratuita para que prueben la plataforma y vean que funciona muy bien. Cumplido ese periodo, la eficacia como herramienta de marketing y la posibilidad de llegar a un público hasta entonces inalcanzable para él hacen la inversión en Jobin muy rentable”, añaden desde la empresa.

Tras unas semanas en fase beta, Jobin está plenamente disponible desde principios de enero y plantea su crecimiento en dos ejes. Por un lado, un modelo de economía colaborativa donde es el usuario quien valida el mercado y a los profesionales que forman parte de la plataforma, aunque Jorge Oliveros reconoce que “Jobin también hace una primera selección para validar sus aptitudes antes de introducirlos en el sistema”. Por otro lado, la empresa está en fase de búsqueda de inversores para extender un modelo de negocio que, hasta ahora, no tiene competencia en España.

En los próximos meses, Jobin se expandirá desde Madrid hacia el resto de España



www.jobin.es



¿Cuándo una startup deja de serlo?

No hay consenso al respecto, pero existen algunas señales que nos indican cuándo una startup alcanza su edad adulta y podemos dejar de denominarla así.

Como ya sabrán, una startup es un proyecto de base tecnológica, innovador y con alto potencial de crecimiento. Hasta aquí todo claro. A lo largo de su historia, tal y como nos explica Carmen Bermejo, vicepresidenta de la Asociación Española de Startups, una startup pasa por varias fases que podríamos dividir en: descubrimiento, validación, eficiencia y crecimiento (aunque no todas siguen ese orden y algunas se saltan fases).

Precisamente para lograr tener

éxito en esta última fase, la del crecimiento, aunque algunas startups decidan financiarse con fondos propios, la mayoría de ellas requiere de grandes cantidades de financiación externa. En este sentido, es evidente que no todas las startups se financian igual, “pero podemos hablar de un patrón de inversión que acompaña a estas fases”, asegura Bermejo.

La primera fase suele estar financiada por los ahorros de los fundadores y los FFF (family, friends and fools - amigos, familia y locos-). Poste-

riormente, según nos explica esta experta, se intenta conseguir una ronda de capital semilla, de business angels (ángeles inversores) y aceleradoras. Después llegan las rondas importantes, denominadas rondas A, B, C, y en algunos casos incluso D y E. En estas rondas entran vehículos de inversión como los fondos de venture capital (fondos de capital riesgo) y en algunos casos private equity o venture debt, entre otras fórmulas más novedosas que se están ya implantando como el media for equity.

Las señales que indican que ya nos somos una startup

En palabras de Carmen Bermejo durante la fase de crecimiento, especialmente cuando ya han conseguido una ronda grande de financiación, hay gente que deja de denominar a la empresa startup para llamarla “scale-up”, pero no hay consenso al respecto. “Para mí, una startup deja de ser tal un poco después, cuando gasta más esfuerzo y dinero en mantener la estructura existente que en innovar y crecer. En la mayoría de los casos también podemos considerar una señal que dejen de necesitar inversión para vivir y sobrevivan de sus fondos

propios, aunque como hemos señalado antes, esto también puede ser considerado una estrategia de crecimiento sostenible”, añade.

Para finalizar, también hay voces que aseguran que una startup deja de serlo cuando su fundador puede estar una semana sin dar señales de vida y la empresa sigue funcionando perfectamente. “Este indicador nos gusta, porque estamos convencidos de que la clave del éxito de una startup está en el talento y la innovación”, concluye Bermejo. Juzguen ustedes mismos.

www.asociacionstartups.es

Entrevista ALEJANDRO ARTACHO CEO Y COFUNDADOR DE SPOTAHOME

“En nuestra web los propietarios de pisos alquilan sin tener que enseñar las casas”

Internet sigue siendo fuente de grandes ideas y Spotahome, una startup nacida en Madrid en marzo de 2014, podría acabar 2016 con una facturación de diez millones de euros si se cumplen las expectativas que detalla Alejandro Artacho. La plataforma de alquileres de pisos y habitaciones online tiene por objetivo convertirse en el número uno de su sector en todo el mundo.

¿Cómo funciona Spotahome?

Es una plataforma online de reservas a medio y largo plazo, similar a los alquileres vacacionales pero para los de más de un mes de duración. El 65% de nuestros inquilinos son estudiantes nacionales e internacionales, el otro 35% son profesionales de cualquier país del mundo que se mudan a las ciudades en las que estamos operando por una media de seis meses. Cuando empezamos pensábamos en estudiantes extranjeros, y ahora un 30% de las reservas son de nacionales reservando en el mismo país, y un 15% en la misma ciudad.

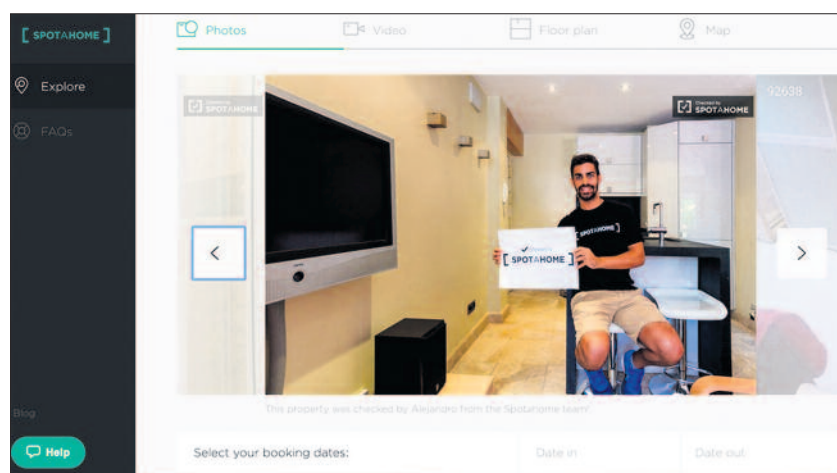
¿En qué se diferencia de las plataformas de alquileres vacacionales?

Cogimos su modelo transaccional pero nosotros verificamos personalmente todas las viviendas. Enviamos a las casas a una persona local que hace

fotos y vídeos en alta definición en los que enseña todo, también hace un plano y recolecta muchísima información haciendo así los anuncios más completos que hay en internet. Este servicio es gratuito. Lo que queremos hacer es llevar el alquiler de toda la vida a online. La gente reserva desde nuestra plataforma sin visitar la casa. Pensamos que si en el alquiler vacacional la gente reservaba una semana sin ver la casa, por qué no lo iban a hacer si se iban seis meses de Erasmus.

¿Cómo ha evolucionado la empresa?

Empezamos los cuatro fundadores en Madrid en marzo de 2014. Lanzamos la web con nueve casas y ahora en Madrid tenemos más de 3.200 en oferta. Durante 2014 expandimos a Barcelona, Granada, Valencia y Sevilla, y a principios de 2015 expandimos



internacionalmente a Roma y Milán, después París y Lyon, Bruselas, Londres y Dublín. Operamos en 6 países a nivel europeo. Ya somos 50 en la oficina y otros 40 fuera. En menos de dos años se han reservado ya 500 mil noches por inquilinos de más de 120 países generando más de €8 millones a propietarios. En 2015, hemos multiplicado por 5 todos los resultados de la empresa.

¿Por qué sois atractivos para los propietarios?

Porque les ahorramos dinero y tiempo, nuestros propietarios pueden

alquilar sus viviendas sin necesidad de enseñarlas! Pueden estar de vacaciones, en Agosto y en la playa, y lo único que tienen que hacer es aceptar o rechazar reservas desde el móvil; con un click pueden ocupar sus viviendas semanas antes de que queden libres. Por ello, grandes empresas inmobiliarias pueden centrar su tiempo y recursos en la adquisición de nuevos pisos y en la gestión de los ya existentes aumentando así el valor de su empresa; ya que de la promoción nos encargamos nosotros. Todas las condiciones sobre el alquiler las indica el propietario. Además, según la de-

manda puede ir actualizando precios para poder alquilar sus pisos más rápido. Nosotros tenemos datos reales del mercado y les ayudamos a sacarle la mayor rentabilidad a sus viviendas. Además, tanto para propietarios como inquilinos somos, como mínimo, 4 veces más baratos que una inmobiliaria local de toda la vida.

¿Cómo se han financiado?

Hemos cerrado tres rondas de inversión con fondos de Londres, de Estados Unidos y de España. Ahora estamos preparando la cuarta ronda y todos quieren volver a invertir. Nos va a servir para ampliar los equipos y expandirnos geográficamente. En 2016 tenemos previsto contratar a unas 130 personas, entre ellos mucho talento en ingeniería informática para mejorar la plataforma y así proporcionar la mejor experiencia posible tanto a inquilinos como a propietarios al usar Spotahome.com.

www.spotahome.com
Si eres propietario:
www.spotahome.com/es/propietarios

Entrevista NELSON PEREIRA COFUNDADOR Y CEO DE TOPDOX

“Queremos adaptar nuestra aplicación a cualquier dispositivo en que nuestros clientes quieran usarla”

En 2013 ideó con su actual socio una aplicación que permitiera editar documentos de diferentes plataformas en el móvil. Nelson Pereira describe Topdox y cuenta sus experiencias y sus objetivos con esta aplicación gratuita que está creciendo a un ritmo del 10% mensual y prevé acabar 2016 con más de medio millón de usuarios.

¿Qué es Topdox?

Cuando trabajas con un ordenador tienes acceso a muchos tipos de documentos, pero si lo intentas en el móvil empiezan los problemas, no puedes acceder a todos, sincronizarlos con el ordenador ni trabajar con diferentes plataformas. Lo que hace Topdox es unir plataformas como Google Drive, Dropbox, OneDrive y Box en un solo lugar, y así puedes acceder, compartir y editar cualquier documento en cualquier plataforma en la nube. Empezamos con la aplicación para móvil y lo estamos expandiendo al ordenador porque nuestros usuarios lo estaban pidiendo.

¿Cómo nació la idea?

La empresa empezó como un pro-

yecto en nuestro tiempo libre, porque mi socio y yo sentíamos que existía la necesidad de una aplicación que hiciera de puente entre el ordenador y el móvil. A finales de 2013 ganamos un premio local de emprendedores, y a principios de 2014 nos presentamos al Rockstart Accelerator Program, un programa de aceleración de startups en Ámsterdam. Fuimos seleccionados entre más de 500 aspirantes de todo el mundo, y entonces vimos que era el momento de dedicarnos en exclusiva al proyecto.

¿Cómo la pusieron en marcha?

Estuvimos cinco meses con mentores, trabajando el modelo de ne-



gocio, la aplicación y los primeros prototipos. Después estuvimos un mes en Silicon Valley, recogiendo feedback sobre el producto, y volvimos a Oporto para buscar inversores, porque queríamos hacerlo desde Europa. Conseguimos dos inversores que aportaron cerca de un millón de euros y en febrero de 2015 empezamos a montar el equipo. Ahora somos 18 personas y hemos terminado 2015 con más de 160.000 usuarios en iOS. A final de diciembre lanzamos la versión para Android y en primavera vamos a lanzar la versión para Windows. Esta-

mos aprendiendo cosas nuevas todas las semanas, evolucionando, mejorando, cambiando, ajustando para dar respuesta a las necesidades de los usuarios.

¿Qué usuarios tienen?

Nuestro cliente actual es el profesional, desde médicos, ingenieros y abogados a freelancers que como trabajan con diferentes empresas, necesitan una herramienta que les permita trabajar con todas las nubes, porque cada cliente usa una diferente. Y tener un único sitio centralizado en el que consiguen trabajar con

todos, especialmente en su móvil o en su tablet, en cualquier lugar y en cualquier momento, es una gran ventaja que les gusta. Está en nuestros planes ofrecer la herramienta también al mercado empresarial, pero es complicado y aún es pronto.

¿Qué objetivos se marcan para este año?

Estamos creciendo por encima del 10% mensual. La aplicación es gratuita y estamos probando algunas suscripciones de pago con funcionalidades avanzadas. Nuestro objetivo en 2016 es pasar del medio millón de usuarios, que es más que triplicar los que tenemos, y llegar a todas las plataformas para poder tener nuestra aplicación en cualquier dispositivo en que quieran usarla. Queremos estar en todos lados.



topdox.com

Entrevista **ÀLEX RODRÍGUEZ BACARDIT** SOCIO CO-FUNDADOR DE MARSBASED

“Calidad y cero quebraderos de cabeza para el proyecto web que necesitas”

La experiencia de los fundadores de MarsBased en grandes consultorías internacionales creó en ellos la inquietud de que las cosas se podían hacer de otra manera, menos tradicional, adaptándose a las tendencias actuales. Ese fue el punto de partida para dar forma a su propuesta como agencia de desarrollo de proyectos web. Una alternativa de calidad desde un enfoque de aportación de valor real al cliente. Un proveedor que toma las riendas del proyecto y cumple todos los compromisos relacionados para que el cliente pueda ocuparse de su negocio.

¿Cómo se define MarsBased? ¿Cuándo nace?

Somos una agencia de desarrollo de proyectos web especializada en Ruby on Rails y AngularJS, los dos frameworks que utilizamos para desarrollar las aplicaciones de nuestros clientes. La pusimos en marcha en 2014, desde el convencimiento que, con el bagaje acumulado, podíamos ofrecer una alternativa al cliente desde un enfoque de calidad. Desde el principio tuvimos claro que ahí es donde queríamos posicionarnos.

¿Qué hace MarsBased distinto de otras agencias de su sector?

Normalmente las agencias cubren muchas tecnologías, sin llegar a conocer ninguna al detalle, mientras que nosotros hemos querido especializarnos en un tipo de tecnología, apostando más por la calidad que por la cantidad. Esta es la propuesta de valor que ofrecemos. Tampoco incurrimos en prácticas habituales como cambiar los desarrolladores de proyecto cada dos por tres ni apropiarse del código de los clientes. Mientras un grueso de clientes eligen su agencia de desarrollo web en función del presupuesto, nosotros nos orientamos a un cliente

al que no le importa pagar un poco más, pero en cambio demanda más seriedad y proactividad en la gestión, además de un mejor acabado.

¿Cómo trabajan para marcar la diferencia?

Tratando de reducir al mínimo posible los quebraderos de cabeza que este tipo de proyectos pueden conllevar al cliente. Queremos que se despreocupe porque el proyecto se va a hacer, se va a hacer bien y se va a hacer en tiempo y sin salirnos del presupuesto acordado. Y todo ello es así, porque nuestro enfoque es el de ofrecer un proyecto tecnológico alineado con el modelo del negocio del cliente, que encaje perfectamente en su estrategia. Con todo ello, hemos conseguido que al cliente no le importe qué tecnología utilizamos, sino cómo lo hacemos y los beneficios que aportamos.

¿Dónde empieza y dónde termina su trabajo?

Nuestra propuesta de valor pasa por ocuparnos de cuantas más tareas mejor. De hecho, lo que nos gusta es llevar toda la gestión del proyecto, ofreciendo un servicio end to end, que abarca desde la idea al desempeño del proyecto, pasando por su

lanzamiento y posterior mantenimiento. Queremos liberar al cliente de riesgos y responsabilidades. Ya nos ocupamos nosotros.

¿Quiénes son sus clientes? ¿Puede referenciar proyectos realizados?

Somos proveedores de empresas medianas y también grandes que, teniendo su equipo de desarrollo propio, necesitan más capacidad de producción, de manera que nos subcontratan a nosotros para reducir el time to market y que gestionemos el proyecto, ayudando a las empresas a implantar tecnologías que sus equipos, por su tamaño, no pueden adoptar tan ágilmente. Entre nuestros clientes destacan Wuaki.tv (<http://www.wuaki.tv>), Ajuntament de Barcelona (<http://bcn.cat/bcnstartup-map>); List71 (<http://www.list71.com>); Skindler (<http://www.skindler.com>); Worldensing (<http://www.worldensing.com>), siendo algunos de ellos de fuera de España.

Importantes proyectos en apenas un año y medio de andadura... ¿Cuáles han sido las claves del éxito?



Por una parte, el hecho de haber incluido desde el principio un perfil de desarrollo de negocio, además de conseguir que nuestros clientes nos recomienden. Por otra, las acciones de marketing que realizamos orientadas a crear comunidad y dar visibilidad a nuestra empresa. Por ejemplo, somos los organizadores de Startup Grind en Barcelona, un evento de Google for Entrepreneurs (www.startupgrind.com/barcelona). Además hemos lanzado una comunidad de chat online para emprendedores de Barcelona, disponible en www.bcn-startups.com, donde ya somos más de 200 usuarios intercambiando ideas, recursos, ofertas de trabajo, blogs...

www.marsbased.com

Entrevista **ANDRÉS IBORRA Y ANDRÉS CARRILLO** CEO Y COO DE CLOUD INCUBATOR HUB

“Somos la aceleradora de Startup Europe enfocada íntegramente al Internet de las Cosas”

Poner la lavadora antes de llegar a casa, lavarse los dientes y conocer a través del propio cepillo el estado de su salud bucal, que su propio frigorífico le informe de los productos que faltan, o que sus zapatillas de correr le comuniquen los kilómetros que hizo la semana pasada. No es ciencia ficción, es el llamado Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés).

El Internet de las Cosas ya está aquí y por este motivo el Cloud Incubator HUB de la Universidad Politécnica de Cartagena, junto a otros socios Europeos (Ryan Academy, Crosspring, OCC, F6S y BLUSPECS), han impulsado un proyecto pionero en Europa: Startup Europe IoT Accelerator. Una iniciativa que dará el empujón necesario a las start ups y a las pymes que decidan desarrollar productos y servicios IoT.

¿Por qué un proyecto dedicado al Internet de las Cosas? ¿Existe un mercado potencial?

Andrés Carrillo. Desde luego que existe un mercado potencial; ya lo estamos viendo. De hecho, aquellos emprendedores que se decanten por desarrollar productos y servicios vinculados al IoT, obtendrán una clara ventaja competitiva en el mercado. Está siendo y será aún más en el futuro un sector a explotar por los emprendedores. Nosotros somos la aceleradora de Startup Europe enfocada íntegramente al Internet de las Cosas.

¿Cómo surgió el proyecto Startup Europe IoT Accelerator?

Andrés Iborra. Este es nuestro proyecto bandera y surgió, precisamente, al amparo de la fuerza que estaba tomando el IoT en el mercado mundial. Startup Europe es una iniciativa de la UE que pretende crear un ecosis-



Nodos de los ecosistemas emprendedores en Startup Europe

tema Europeo de startups que compita con el Silicon Valley. Nosotros hemos creado en ese marco una aceleradora que posibilita que las start ups ya consolidadas y las pymes del ámbito de las TICs puedan hacer realidad sus proyectos de IoT, obteniendo la inversión económica necesaria, el apoyo tecnológico y la difusión para el lanzamiento de sus productos o servicios a nivel mundial. Para desarrollar este proyecto trabajamos en colaboración con otras aceleradoras, grupos inversores internacionales y la comisión europea.

¿Qué tipo de expertos trabajan en colaboración con las empresas en sus proyectos de IoT dentro de esta iniciativa?

A.C. Nuestra aceleradora pone a disposición de las startups a un profesional dedicado exclusivamente a su proyecto con el que siempre mantendrán un contacto directo. En este sentido, en función de las necesidades particulares de cada startup, el enlace asignado derivará los requerimientos de cada compañía a los mentores internacionales especializados.

Startup Europe IoT Accelerator es un proyecto orientado a las start ups ya en fase de crecimiento y scaleups, pero desde Cloud Incubator HUB, además de como aceleradora, también actúan como incubadora de startups...

A.I. Así es, nacimos en 2011 con el interés de potenciar el emprendimiento tecnológico desde el ámbito de la Universidad, siendo una iniciativa de la Universidad de Cartagena. Desde el comienzo, el objetivo principal era potenciar el tejido industrial fomentando que desde la propia Universidad que se perdiera el miedo a crear empresas en el ámbito tecnológico. De todas formas, estamos abiertos a cual-



Staff de Cloud Incubator HUB: Pedro Sánchez, Andrés Carrillo, Andrés Iborra y Juan Ángel Pastor

quier emprendedor, dentro o fuera del ámbito académico, e independientemente de su lugar de procedencia.

Llegados a este punto, hablemos del proyecto Eu-Xcel...

A.C. Este es otro de nuestros proyectos más destacados. Eu-Xcel es también un programa de aceleración de Startup Europe, en este caso para ayudar a crearlas, el programa está orientado básicamente a los estudiantes universitarios. A través de este proyecto, estamos creando unas 100 startups internacionales que involucran a más de 600 estudiantes que provienen de toda la Unión Europea.



Miembros de las startups participantes en la actual edición de Startup Scaleup

startup-scaleup.eu/incubator.com