

# PLAN



# START UP



**ESPECIAL  
EMPREENDEDORES**

# AVISO IMPORTANTE TIENES EN TUS MANOS LA 1ª REVISTA INTERACTIVA DEL MUNDO



"Las grandes expectativas son la clave de todo" | Sam Walton

DESCÁRGATE LA APP VISIOON EN **THEVISION.COM**  
ESCANEA LAS PÁGINAS DE **PLAN** QUE LLEVEN  
EL ICONO DE VISIOON   
Y ACCEDE A CONTENIDO EXTRA



The image shows a magazine cover for 'PLAN' with the sub-header 'EMPRENDEDORES'. The cover features a portrait of Ana Villanueva, a smiling woman with long dark hair wearing a grey blazer. To the right of the portrait, the text reads: 'ANA VILLANUEVA', 'Cofundadora & CEO TIKO', and 'TIKO SIMPLIFICA EL PROCESO DE VENTA COMPRANDO LOS PISOS DIRECTAMENTE A LOS PROPIETARIOS, SIN INTERMEDIARIOS, POR LO QUE EL PAGO SE EFECTÚA EN CUESTIÓN DE DÍAS'. Below the text is a smartphone displaying the TIKO app interface, which includes a profile for Ana Villanueva, social media icons, and the TIKO logo at the bottom.





WE DELIVER IMPACT THROUGH INNOVATION

WE DELIVER  
**IMPACT**  
THROUGH  
INNOVATION

[opinno.com](https://opinno.com)

## Vestir a la mujer del futuro



Gracias a mi tarjeta Visa Business puedo enfocarme en mis patrones para vestir a la mujer del futuro.

Porque manejar un negocio ya es complicado, tu tarjeta Visa Business te ayuda a controlar tus gastos diarios de una forma más cómoda y segura.

Para más información consulta a tu banco.

**VISA**



**715 INTERACCIONES**  
**403 ENLACES**  
**12 VIDEOS**  
**22 DOCUMENTOS**  
**26 CANCIONES**



## Emprender, la esencia del empresario

En los últimos años venimos oyendo reiteradamente insistir sobre la importancia del emprendimiento y el papel de los emprendedores en el desarrollo económico y social del país. Una afirmación que, sin duda, es cierta. Pero no es menos cierto que hablar de emprendedores no es, ni más ni menos, que hablar de empresarios.

La esencia del empresario es la capacidad de emprender, de poder detectar nuevas oportunidades de negocio, aunar esfuerzos y recursos e impulsar nuevos proyectos que generen beneficios y puestos de trabajo y que, en definitiva, reviertan en progreso económico y social.

La actividad empresarial, nunca sobra decirlo, es fundamentalmente hacer de la necesidad virtud, sobreponerse y ver oportunidades en cada dificultad. Eso es ser empresario y en eso consiste fundamentalmente la vocación de generar riqueza y bienestar. La vocación de emprender.

**LOS EMPRESARIOS DEBEMOS SENTIRNOS CADA VEZ MÁS ORGULLOSOS DE SERLO Y REIVINDICAR NUESTRO PAPEL COMO IMPULSORES DEL DESARROLLO Y EL PROGRESO DE NUESTRO PAÍS.**

Los empresarios debemos sentirnos cada vez más orgullosos de serlo y reivindicar nuestro papel como impulsores del desarrollo y el progreso de nuestro país. Y debemos contribuir a que la sociedad reconozca este papel y que, cada vez más, los ciudadanos y especialmente los más jóvenes tengan una mayor conciencia de que ser empresario es una buena opción, que es posible llevar a la práctica una idea de negocio y arriesgar.

Para ello, es preciso inculcar y fomentar desde las primeras etapas educativas la iniciativa personal, la capacidad de decidir, de arriesgar y de sobreponerse a las dificultades... En definitiva, la pasión por el emprendimiento, que llevará a esos niños y jóvenes a convertirse en los empresarios del mañana.

**EL FRACASO DE UNA INICIATIVA EMPRESARIAL NO TIENE POR QUÉ SER UN LASTRE DE FUTURO, SINO UN BAGAJE QUE PERMITE AFRONTAR NUEVOS DESAFÍOS CON MAYOR EXPERIENCIA.**

Junto a este impulso de la iniciativa empresarial es igualmente necesario crear un entorno social que facilite y promueva el desarrollo de estas iniciativas, el nacimiento de nuevas empresas y su posterior crecimiento y consolidación, la creación de empleo; la transmisión de las mismas si fuese necesario. E incluso, cuando por distintas circunstancias la empresa desaparece, es necesario facilitar el proceso y dejar abierta una segunda oportunidad para aquellos emprendedores que quieran volver a intentarlo.

Porque, a diferencia de lo que sucede en nuestro país, el fracaso de una iniciativa empresarial no tiene por qué ser un lastre de futuro, sino un bagaje que permite afrontar nuevos desafíos con mayor experiencia, tal como sucede en otros países de nuestro entorno.

En todo este proceso es preciso contar con un marco favorecedor de la iniciativa empresarial, revitalizar la imagen del empresario en la sociedad y promover el nacimiento de nuevas vocaciones empresariales. Esta es la mejor receta para garantizar el crecimiento económico y la generación de empleo, en definitiva, el progreso social en nuestro país.

**Antonio Garamendi**  
Presidente CEPYME  
[@agaramendi](https://twitter.com/agaramendi)

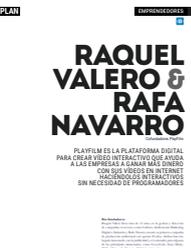


# SUMARIO



**AVISO IMPORTANTE TIENES EN TUS MANOS LA 1ª REVISTA INTERACTIVA DEL MUNDO**

Los grandes oportunistas son la clave de todo | Entrevista



**PORQUE TODAS LAS EMPRESAS NECESITAN UN PLAN**





# DICIEMBRE 2017

**Antonio Garamendi**  
Presidente CEPYME

**José Alberto González Ruiz**  
Secretario General

**Carla Domínguez**  
Directora Comunicación  
c.dominguez@cepyme.es

PLAN es una publicación de la  
Confederación Española de la Pequeña  
y Mediana Empresa. CEPYME

**Mikel Egidazu**  
Editor Jefe & Director  
meguidazu@upthemedi.com

**Gabriel Vázquez**  
Redactor Jefe  
gvazquez@upthemedi.com

**Cristóbal Terceiro**  
Director Técnico  
cterceiro@upthemedi.com

**Marcos Cuba**  
Arte y maquetación  
mcuba@upthemedi.com

**Beatriz Belda**  
Directora Comercial  
beatriz.belda@upthemedi.com

**Pilar Aquino**  
Responsable Comercial  
Sur de España  
pilar.aquino@upthemedi.com

**Rafael Castillo**  
Director Desarrollo Negocio  
rcastillo@upthemedi.com

**Beatriz Gómez**  
**Sandra García**  
**Eric Thompson**  
**Antonio González**  
Redactores

**Publicidad**  
681 605 340

**Suscripciones**  
planmagazine.es

**Edita**  
UpTheMedia Smart Publishing  
upthemedi.com

**Producción Editorial**  
J. de Haro Artes Gráficas

**DEPÓSITO LEGAL: B 10415-2016**

 @Plan\_Magazine

**#tengoPLAN**

---

**PORQUE TODAS LAS EMPRESAS NECESITAN UN PLAN**

---

#Duerme1HoraMás



# No pierdas un minuto de sueño pensando en tu seguro de salud. Vente a Asisa.

Porque cuando **te acuestas sabiendo que tu seguro invierte todos sus recursos en cuidar de tu salud, duermes mucho mejor.** De hecho, hemos invertido en este anuncio para ofrecerte un gran consejo: **#Duerme1HoraMás.**

ASISA  
**SALUD PYMES**  
VOCACIÓN PYMES

La mejor sanidad privada para ti, tus empleados y vuestras familias desde solo

**41,90€**  
persona\*/mes

\*Prima válida para 2017 y para hombre o mujer de hasta 64 años. Impuestos no incluidos.

Empresa Colaboradora:

 200 AÑOS

Infórmate:  
[asisa.es](http://asisa.es) 901 10 10 10

*Nada más que tu salud  
Nada menos que tu salud*

**asisa** 





# ¿CÓMO SON LOS EMPRENDEDORES ESPAÑÓLES?

South Summit

¿QUÉ QUIERES SER DE MAYOR? SI LE HACEMOS ESTA PREGUNTA A LOS NIÑOS SEGURO QUE MUCHOS RESPONDERÁN FUTBOLISTA, CHEF O PROFESOR. PERO LA REALIDAD ES QUE 6 DE CADA 10 EMPRENDEDORES SIEMPRE HAN QUERIDO SERLO

¿Qué quieres ser de mayor? Si le hacemos esta pregunta a los niños seguro que muchos responderán futbolista, chef o profesor. Pero la realidad es que **6 de cada 10 emprendedores siempre han querido serlo.**

Esta es una de las principales conclusiones del [Mapa del Emprendimiento 2017](#), realizado por Spain Startup-South Summit.

- El emprendedor recurrente se profesionaliza y sus proyectos fallan menos, 50% frente a un 54% a nivel global.
- El retrato robot del emprendedor español es un hombre de 36 años con formación universitaria (en ingeniería y ciencias sociales principalmente) y amplia experiencia profesional, que decide emprender para innovar y porque ha visto una oportunidad real de negocio.
- La mujer, una asignatura pendiente: las emprendedoras sólo representan el 18%, igual que la media europea. Las startups lideradas por mujeres fallan menos: sólo 3 de cada 10 fracasaron, frente al 58% de proyectos fundados por hombres.
- Más madurez y desarrollo en las iniciativas emprendedoras españolas: un 9% tiene entre 3 y 5 años de vida, el doble que en 2015 y un 2% más que en Europa.
- Un 14% de startups ha conseguido un EBITDA positivo, cifra similar a los proyectos que aspiran cerrar este año con una facturación de entre 150.000 y 500.000 euros.
- Startups como fuente de empleo: Crece el número de empleados en las startups españolas: un 9% ya cuenta con una plantilla de 10 a 20 empleados, un 2% más que en 2016. Además, 9 de cada 10 startups espera contratar a corto plazo a nuevos miembros para su equipo.

Para la elaboración del informe se ha tenido en cuenta una muestra de **1.585 proyectos** de los **3.516 presentados** a la Startup Competition. De ellos, un **47% son de origen español** y un **53% internacional**.

Se incrementa **la madurez y el desarrollo de las iniciativas emprendedoras españolas**: un 9% tiene entre 3 y 5 años de vida (el doble que en 2016 y un 2% más que en Europa) y un 19% ya ha alcanzado el nivel de desarrollo 'growth' (frente a un 17% en 2016). Igualmente, ha descendido el número de startups que han fallado, un 55% frente a un 62% del año anterior; y la cifra de startups vendidas que pasa de un 34% a un 29%.

**CASI LA MITAD (48%) DE LOS EMPRENDEDORES ESPAÑOLES LO SON EN SERIE, LA MISMA CIFRA QUE EN EUROPA. EN LATINOAMÉRICA AUMENTA HASTA EL 54%.**

A partir de los datos analizados se concluye que **casi la mitad (48%) de los emprendedores españoles lo son en serie**, la misma cifra que en Europa, mientras que Latinoamérica aumenta hasta el 54%. Además, en nuestro país un 4% de emprendedores ha creado más de 4 proyectos.

### ¿Qué características tienen las startups de emprendedores en serie?

A nivel global, mientras que 6 de cada 10 emprendedores recurrentes decidieron apoyarse en una aceleradora en el proceso de creación de su startup, menos de la mitad de emprendedores noveles optó por esta fórmula.

Asimismo, 3 de cada 10 vendieron su startup y un 26% continúa desarrollándola. Aunque la mitad de startups que pusieron en marcha falló (un 4% menos que el total de proyectos, que es del 54%), la tendencia al fracaso disminuye a medida que aumenta el número de startups creadas, hasta el 20% en el caso de los que han puesto en marcha más de cuatro startups.

“Estos datos no sólo demuestran un mayor conocimiento del ecosistema por parte del emprendedor en serie, que ya cuenta con una experiencia sólida, sino también su mayor profesionalización. Estamos ante un emprendedor centrado en la creación de su proyecto y el desarrollo de su startup, que no aspira a convertirse en un empresario sino en un profesional de la innovación” afirma **María Benjumea, fundadora de Spain Startup-South Summit**.

### Startups como fuente de empleo

La profesionalización de la startup lleva también al **aumento de la generación de empleo** y a una tendencia al alza en la contratación. Actualmente, en España 2 de cada 10 startups cuentan con un equipo de 5 a 10 personas y un 9% tiene entre 10 y 20 empleados en plantilla, un 2% más que en 2016. Además, **9 de cada 10 startups piensan seguir ampliando su equipo con nuevas contrataciones a corto plazo**.

**LA IMPORTANCIA DE UN BUEN EQUIPO ES FUNDAMENTAL EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA STARTUP.**

La importancia de un buen **equipo es fundamental en el proceso de creación de una startup**. De media cada proyecto cuenta con 2,5 fundadores. Lo más habitual es que la iniciativa parta de dos fundadores (38%), tres (23%) e incluso cuatro o cinco (11% y 4%, respectivamente).

¿Se mantienen estos fundadores en el equipo de la startup? Según el **Mapa del Emprendimiento 2017**, cada año más de vida de la startup significa la salida de un 7% de sus fundadores, por lo que 2 de cada 10 fundadores ya no forman parte del equipo de un proyecto cuando éste alcanza los tres años de vida.

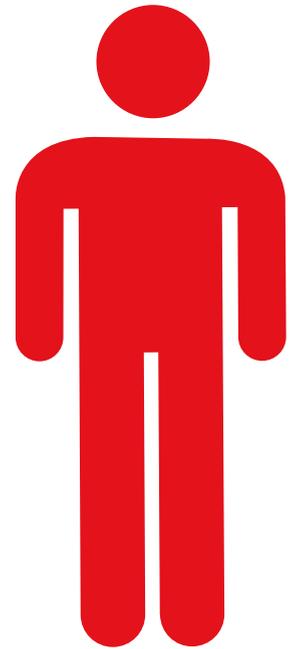
### ¿Cómo es el emprendedor español?

El retrato robot responde a un **hombre de 36 años** (en 2016 la edad media era de 34 años) **con formación universitaria**, principalmente ingeniero y de la rama de ciencias sociales. Los emprendedores españoles cuentan, asimismo, con **una sólida trayectoria profesional** antes de poner en marcha un proyecto: el 57% ha trabajado anteriormente por cuenta ajena. Sólo un 1,5% de emprendedores españoles (misma cifra que en Europa y Latinoamérica) estaba antes en situación de desempleo, lo que demuestra que se emprende por oportunidad y no por necesidad.

De hecho, 8 de cada 10 emprendedores en nuestro país crean su propia startup para **innovar tras detectar una oportunidad real de negocio**. No es de extrañar, por tanto, que **las iniciativas responden a las principales demandas de innovación del mercado**, relacionadas con Fintech, realidad aumentada, arte y diseño.

**La mujer, una asignatura pendiente**: En el último año, aunque ligeramente, ha crecido el número de proyectos liderados por una mujer, pasando del 17 al 18%. Los proyectos liderados por mujeres fallan menos, únicamente 3 de cada 10 fracasaron frente al 58% de proyectos fundados por hombres.

- **Hombre**
- **36 años**
- **Formación universitaria 96%**
- **Ingeniero 36%**
- **Ciencias Sociales 35%**
- **Emprendedor recurrente: el 48% ha creado más de una Startup**



### Principales retos del emprendedor

La financiación sigue siendo uno de los principales retos a los que se enfrenta el emprendedor, que recurre principalmente a recursos propios (57%) y amigos o familiares (24%) como fuentes de financiación para su proyecto. No obstante, aunque aún queda un **largo camino por recorrer para la sofisticación y profesionalización del modelo de financiación en España, aumentan los partidarios de recurrir a fondos privados (15%) o fórmulas alternativas como el crowdfunding (2%).**

**8 DE CADA 10 EMPRENDEDORES EN NUESTRO PAÍS CREAN SU PROPIA STARTUP PARA INNOVAR TRAS DETECTAR UNA OPORTUNIDAD REAL DE NEGOCIO.**

¿Y en cuanto a los resultados? **Un 14% de startups ha conseguido un EBITDA positivo**, un porcentaje similar a los proyectos que aspiran cerrar este año con una **facturación de entre 150.000 y 500.000 euros.**

Además de la financiación (19%), los emprendedores también buscan casi en el mismo porcentaje generar visibilidad para su proyecto (18%), conseguir socios estratégicos (17%) o nuevos clientes y atraer talento.

A sus ojos, el Gobierno juega también un papel fundamental, al que exigen reducir las tasas e impuestos para las startups y business angels, beneficios fiscales, flexibilidad en la contratación y facilidades para el acceso a fondos económicos.

### Ficha metodológica

Spain Startup ha elaborado este estudio del **Mapa del emprendimiento 2017** a partir de una muestra de **1.585 proyectos** de los **3.516 presentados** a la Startup Competition. De ellos, **47% son de origen español** y un 53% internacional.

**SOUTH  
SUMMIT**  
INNOVATION IS NOW!





# ACELERADORAS DE ESPAÑA

## ANDALUCÍA

- BIC
- Bolt Accelerator
- IDEOOS
- Sprita Startups
- Taktice
- Nao Ventues
- Andalucía Open Future
- Alfacamp
- Programa Minerva

## ARAGÓN

- Founder Institute Zaragoza
- Initland Zaragoza
- La Terminal

## ASTURIAS

- Astur Valley

## CANTABRIA

- YUZZ

## CASTILLA LAMANCHA

- Lazarus
- Startup Dragons

## CASTILLA Y LEÓN

- Castilla y León Open Future
- Startup Olé Accelerator
- Cybersecurity Ventures

## CATALUÑA

- Akola Ventura
- Antai Venture Builder
- Barcelona Activa
- Barcelona Ventures
- Bloomium
- BStartup
- Capptains
- Canodrom
- Cornellá Open Future
- Conector
- Demium Startups
- Empenta ESADECREAPOLIS
- EZ Start
- Game BCN
- Grants4Apps
- EIB Business School
- Incúbame
- Incubio
- Innio
- Intelectium
- IQS Tech Factory
- Itnig
- La Salle Technova
- Nuclio Venture Builder
- NUMA
- Reimagine Food
- Reimagine Drone
- Seedrocket
- Ship2B

- Startup Cataluña ACCIÓ
- Startupbootcamp
- TecnoCampus
- Youth Business Spain
- Wayra
- Tarragona Open Future
- Mediaêstruch

## COMUNIDAD VALENCIANA

- Blast off Partners
- Business Booster
- Climate KIC
- Demium Startups
- Innsomnia Fintech
- Lanzadera
- Oarsis
- Plug & Play
- Social Nest
- Start Wars

## EXTREMADURA

- Almendralejo Aceleradora
- Crowdworking Sapiem

## GALICIA

- ABANCA Innova by Conector
- Zarpamos
- Business Factory Auto
- Fishing Accelerator
- VíaGalicia



- Galicia Open Future
- Kaleido Logistics

#### ISLAS BALEARES

- Menorca Millennials
- Mola.com
- Agora Next

#### ISLAS CANARIAS

- Altavista Ventures
- Olympo Boxes
- IncubeGC
- Tenerife Innova
- Mentor Day
- Launchtf

#### MADRID

- 10 Entrepreneurs
- Aceleradora Alto Potencial
- Ánima Ventures
- Área 31
- B-Ventures
- Bankia Accelerator
- Barlab Mahou San Miguel
- Bridge of Billions
- Build Up Ferroviario
- Caser Incubadora
- Cemex Ventures
- CEU Emprrende
- Conector

- Correos Labs
- Cuatrecasas Acelera
- Demium Games
- Demium Startups
- Eatable Adventures
- EDP Starter Acceleration
- EIE
- Enagás Emprrende
- EOI
- Factoría Cultural
- Fondo Fundación Repsol
- Founder Institute
- Hotusa Ventures
- Hub Emprrende
- IMF Emprrende
- Impact Accelerator
- Impulsa Visión
- Kedgeco Investments
- Made in Mobile
- Mundi Lab
- Parque Científico de Madrid
- Pasarela Digital
- Oarsis
- Quatrecasas
- Santa Lucía Impulsa
- Seedrocket
- SEK Lab
- Sonar Ventures
- Startup Alcobendas
- Startup University

- StratupUC3M
- Open Future Madrid
- Tetuan Valley
- Top Seeds Lab
- Unlimiteck
- UNTLD
- Wanajump
- Wayra

#### LA RIOJA

- The Circular Lab

#### MURCIA

- Cloud Incubator
- Incubamus
- Murcia Open Future

#### NAVARRA

- Orizont
- Tecnalia Ventures

#### PAÍS VASCO

- Metxa
- Zitek
- BIC Vizcaya
- Initland Bilbao
- Vizcaya Open Future
- KBI Digital
- Bin 4.0
- Deusto Digital

NOMBRE	WEB	TWITTER
<b>Intrepreneurs</b>	10entrepreneurs.com	@10entrepreneurs
<b>Ánima Ventures</b>	animaventures.com	
<b>Aceleradora de Proyectos de Alto Potencial</b>	madridemprende.es	@MadridEmprende
<b>B-Ventures</b>	b-ventures.net	@BYAccelerator
<b>Área 31</b>	entrepreneurship.ie.edu	@IEBusiness
<b>Barlab Mahou San Miguel</b>	barlabmahousanmiguel.com	@MahouSanMiguel
<b>Bankia Accelerator</b>	conector.com/bankia	@ConectorSpain
<b>Bridge Of Billions</b>	bridgeofbillions.org	@bridge4billions
<b>Cemex Ventures</b>	cemexventures.com	@CEMEXVentures
<b>Caser incubadora</b>	incubadora.caser.es	@caser
<b>CEU Emprende</b>	ceu.es	@FundacionCEU
<b>Cuatrecasas Acelera</b>	cuatrecasas.openfuture.org	@Cuatrecasas
<b>Demium Games</b>	demiumgames.com	@demiumgames
<b>EDP Starter Acceleration Program</b>	edpenegia.es	@EnergiaEDP
<b>Eatable Adventures</b>	eatableadventures.com	@eatableadv
<b>EOI</b>	eoi.es/es/espacios.cowoking	@eoi
<b>Correos Labs</b>	correoslabs.com	@correos
<b>EIE</b>	eiespain.com	@eieuniversal
<b>Enagás Emprende</b>	enagasemprende.es	@enagas
<b>Build Up Ferroviario</b>	ferrovialbuildup.com	@ferrovial_es
<b>Factoría Cultural</b>	factoriaculturalmadrid.es	@Factoriamadrid
<b>Fondo de Emprendedores Fundación Repsol</b>	fondoemprendedores.fundacionrepsol.com	@fundacionrepsol
<b>Impact Accelerator</b>	impact-accelerator.com	@IMPACT_acc
<b>Founder Institute</b>	fi.co/madrid	@founding
<b>Hub Emprende</b>	hubemprende.es	@HUBEmprende
<b>Hotusa Ventures</b>	hotusaventures.com	@HotusaVentures
<b>IMF Emprende</b>	imfemprende.es	@IMFFORMACION
<b>Impulsa Visión</b>	rtve.es/impulsavision	@impulsavision
<b>Made in Mobile</b>	madeinmobile.es	@madeinmobile
<b>Pasarela Digital</b>	cofares.es/pasarela-digital-cofares	
<b>Mundi Lab</b>	mundi-lab.com	@mundilab
<b>Parque Científico de Madrid</b>	fpcm.es	@pcmMadrid
<b>SEK</b>	seklab.es	@SEK_Lab
<b>Santa Lucía Impulsa</b>	santaluciaimpulsa.es	@santalucia_imp
<b>Sonar Ventures</b>	sonarventures.com	@SonarVentures
<b>Startup Alcobendas</b>	startupalcobendas.org	@ALCBDS_StartUp
<b>StartupUC3M</b>	portal.uc3m.es	@parqUC3M
<b>Startup University</b>	startupuniversity.es	@startuniversity
<b>Kedgeco Investments</b>	knowdle.com/kedgeco-investments	@knowdler
<b>Top Seeds Lab</b>	topseedslab.com	@topseedslab
<b>UNTLD</b>	untldspain.org	@UnLtdspain
<b>Unlimiteck</b>	unlimiteck.com	@myunlimiteck
<b>Tetuan Valley</b>	tetuanvalley.com	@tetuanvalley
<b>Madrid Open Future</b>	openfuture.org/es	@OpenFuture_
<b>Wanajump</b>	wanajump.com	@wanajump
<b>Wayra</b>	openfuture.org/es	@WayraES
<b>Barcelona Activa</b>	bcn.cat/emprenedoria	@barcelonactiva
<b>Antai</b>	antaiyb.com	@antaiyb

NOMBRE	WEB	TWITTER
<a href="#">Barcelona Ventures</a>	<a href="http://barcelonaventures.com">barcelonaventures.com</a>	<a href="https://twitter.com/bcnventures">@bcnventures</a>
<a href="#">Bloomium</a>	<a href="http://bloomium.com">bloomium.com</a>	
<a href="#">Cornellá Open Future</a>	<a href="http://cornella.openfuture.org">cornella.openfuture.org</a>	<a href="https://twitter.com/openfuture_cor">@openfuture_cor</a>
<a href="#">Canodrom</a>	<a href="http://canodrom.com">canodrom.com</a>	<a href="https://twitter.com/canodrombcn">@canodrombcn</a>
<a href="#">Conector</a>	<a href="http://www.conector.com">www.conector.com</a>	<a href="https://twitter.com/ConectorSpain">@ConectorSpain</a>
<a href="#">Empeta ESADECREAPOLIS</a>	<a href="http://esadecreapolis.com">esadecreapolis.com</a>	<a href="https://twitter.com/esadecreapolis">@esadecreapolis</a>
<a href="#">IEB School</a>	<a href="http://iebschool.com">iebschool.com</a>	<a href="https://twitter.com/iebschool">@iebschool</a>
<a href="#">EZ Start</a>	<a href="http://ez-strat.es">ez-strat.es</a>	<a href="https://twitter.com/EZ_start">@EZ_start</a>
<a href="#">Grants4Apps -Bayer</a>	<a href="http://grants4apps.com/Barcelona">grants4apps.com/Barcelona</a>	<a href="https://twitter.com/grants4apps">@grants4apps</a>
<a href="#">Incúbame</a>	<a href="http://incubame.com">incubame.com</a>	<a href="https://twitter.com/incubame">@incubame</a>
<a href="#">Intelectium</a>	<a href="http://intelectium.com">intelectium.com</a>	<a href="https://twitter.com/intelectium">@intelectium</a>
<a href="#">Innio</a>	<a href="http://innio.biz">innio.biz</a>	<a href="https://twitter.com/inniobiz">@inniobiz</a>
<a href="#">Game BCN</a>	<a href="http://gamebcn.co">gamebcn.co</a>	<a href="https://twitter.com/gamebcn">@gamebcn</a>
<a href="#">Incubio</a>	<a href="http://incubio.com">incubio.com</a>	<a href="https://twitter.com/incubio">@incubio</a>
<a href="#">IQS Tech Factory</a>	<a href="http://iqstechfactory.com">iqstechfactory.com</a>	<a href="https://twitter.com/IQStechfactory">@IQStechfactory</a>
<a href="#">Itnig</a>	<a href="http://itnig.net">itnig.net</a>	<a href="https://twitter.com/itnig">@itnig</a>
<a href="#">Kautic 40</a>	<a href="http://kautic40.com">kautic40.com</a>	<a href="https://twitter.com/Kautic40">@Kautic40</a>
<a href="#">Nuclio Venture Builder</a>	<a href="http://nuclio.com/es">nuclio.com/es</a>	<a href="https://twitter.com/NuclioVB">@NuclioVB</a>
<a href="#">La Salle Technova</a>	<a href="http://technovabarcelona.org">technovabarcelona.org</a>	<a href="https://twitter.com/LaSalleTechnova">@LaSalleTechnova</a>
<a href="#">Mediaêstruch</a>	<a href="http://mediaestruch.cat">mediaestruch.cat</a>	<a href="https://twitter.com/mediaestruch">@mediaestruch</a>
<a href="#">Reimagine Drone</a>	<a href="http://reimaginedrone.com">reimaginedrone.com</a>	<a href="https://twitter.com/reimaginedrone">@reimaginedrone</a>
<a href="#">Seedrocket</a>	<a href="http://seedrocket.com">seedrocket.com</a>	<a href="https://twitter.com/seedrocket">@seedrocket</a>
<a href="#">Numa</a>	<a href="http://barcelona.numa.co">barcelona.numa.co</a>	<a href="https://twitter.com/NUMA_bcn">@NUMA_bcn</a>
<a href="#">Reimagine Food</a>	<a href="http://reimagine-food.com">reimagine-food.com</a>	<a href="https://twitter.com/ReimagineFood">@ReimagineFood</a>
<a href="#">Ship2B</a>	<a href="http://ship2b.org">ship2b.org</a>	<a href="https://twitter.com/SHIP2B">@SHIP2B</a>
<a href="#">Startup Bootcamp</a>	<a href="http://startupbootcamp.org">startupbootcamp.org</a>	<a href="https://twitter.com/sbclot_Data">@sbclot_Data</a>
<a href="#">Startup Cataluña ACCIÓ</a>	<a href="http://accio.gencat.cat">accio.gencat.cat</a>	<a href="https://twitter.com/accio_cat">@accio_cat</a>
<a href="#">Tarragona Open Future</a>	<a href="http://www.openfuture.org">www.openfuture.org</a>	<a href="https://twitter.com/OpenFuture_Tar">@OpenFuture_Tar</a>
<a href="#">Youth Business Spain</a>	<a href="http://youthbusiness.es">youthbusiness.es</a>	<a href="https://twitter.com/ybspain">@ybspain</a>
<a href="#">TecnoCampus</a>	<a href="http://tecnocampus.cat">tecnocampus.cat</a>	<a href="https://twitter.com/TecnoCampus">@TecnoCampus</a>
<a href="#">Business Booster</a>	<a href="http://bbooster.org/es/">bbooster.org/es/</a>	<a href="https://twitter.com/Bbooster_org">@Bbooster_org</a>
<a href="#">Climate KIC</a>	<a href="http://climatekic-valencia.org">climatekic-valencia.org</a>	<a href="https://twitter.com/climatekicVLC">@climatekicVLC</a>
<a href="#">Blast Off Partners</a>	<a href="http://blastoffpartners.com">blastoffpartners.com</a>	
<a href="#">Demium Startups</a>	<a href="http://demiumstartups.com">demiumstartups.com</a>	<a href="https://twitter.com/demiumstartups">@demiumstartups</a>
<a href="#">Innsomnia Fintech</a>	<a href="http://innsomnia.es">innsomnia.es</a>	<a href="https://twitter.com/Inn_Somnia">@Inn_Somnia</a>
<a href="#">Oarsis Venture Builder</a>	<a href="http://oarsis.com">oarsis.com</a>	<a href="https://twitter.com/oarsisvr">@oarsisvr</a>
<a href="#">Lanzadera</a>	<a href="http://lanzadera.es">lanzadera.es</a>	<a href="https://twitter.com/lanzaderaes">@lanzaderaes</a>
<a href="#">Plug &amp; Play</a>	<a href="http://plugandplaytechcenter.com">plugandplaytechcenter.com</a>	<a href="https://twitter.com/plugandplayes">@plugandplayes</a>
<a href="#">StartWars Lab</a>	<a href="http://startwarslab.es">startwarslab.es</a>	
<a href="#">Social Nest</a>	<a href="http://socialnest.org">socialnest.org</a>	<a href="https://twitter.com/socialnest_org">@socialnest_org</a>
<a href="#">Orizont</a>	<a href="http://orizont.es">orizont.es</a>	<a href="https://twitter.com/Orizon_Agro">@Orizon_Agro</a>
<a href="#">Incubamus</a>	<a href="http://incubamus.com">incubamus.com</a>	<a href="https://twitter.com/Incubamus">@Incubamus</a>
<a href="#">Cloud Incubator</a>	<a href="http://cincubator.com">cincubator.com</a>	<a href="https://twitter.com/cincubatorhub">@cincubatorhub</a>
<a href="#">Tecnalia Ventures</a>	<a href="http://tecnaliaaventures.com">tecnaliaaventures.com</a>	<a href="https://twitter.com/tecnaliaaventures">@tecnaliaaventures</a>
<a href="#">Murcia Open Future</a>	<a href="http://murciaopenfuture.es">murciaopenfuture.es</a>	<a href="https://twitter.com/openfuture_">@openfuture_</a>
<a href="#">Berriup</a>	<a href="http://berriup.com">berriup.com</a>	<a href="https://twitter.com/berriup">@berriup</a>
<a href="#">BIC Vizcaya</a>	<a href="http://bicbizcaia.es">bicbizcaia.es</a>	<a href="https://twitter.com/bicbizkerraldea">@bicbizkerraldea</a>
<a href="#">Vizcaya Open Future</a>	<a href="http://openfuture.org/es/space/ilgner">openfuture.org/es/space/ilgner</a>	<a href="https://twitter.com/openfuture_Biz">@openfuture_Biz</a>

NOMBRE	WEB	TWITTER
<a href="#">Deusto Digital Accelerate</a>	<a href="http://deustodigital.deusto.es">deustodigital.deusto.es</a>	@deustoDEC
<a href="#">Bind 4.0</a>	<a href="http://bind40.com">bind40.com</a>	@bind40
<a href="#">Initland Bilbao</a>	<a href="http://theinit.com/initland">theinit.com/initland</a>	@initlandBilbao
<a href="#">KBI Digital</a>	<a href="http://kbidigital.eus/en">kbidigital.eus/en</a>	@kbidigital
<a href="#">Metxa</a>	<a href="http://metxa.com">metxa.com</a>	@Metxa_Emprende
<a href="#">The Circular Lab</a>	<a href="http://thecircularlab.com">thecircularlab.com</a>	@thecircularlab
<a href="#">Zitek</a>	<a href="http://emprendedoreszitek.com">emprendedoreszitek.com</a>	@emprenderzitek
<a href="#">Ágora Next</a>	<a href="http://agoranext.org">agoranext.org</a>	@AgoraNext
<a href="#">Mola</a>	<a href="http://mola.com">mola.com</a>	@molapuntocom
<a href="#">Menorca Millennials</a>	<a href="http://menorcamilennials.com">menorcamilennials.com</a>	@M_Millennials
<a href="#">BIC Euronova</a>	<a href="http://bic.es">bic.es</a>	@BicEuronova
<a href="#">Alfacamp</a>	<a href="http://alfacamp.com">alfacamp.com</a>	@alfacamp
<a href="#">IDEOOS</a>	<a href="http://ideoos.com">ideoos.com</a>	@Ideoos
<a href="#">Bolt Accelerator</a>	<a href="http://bolt.eu.com">bolt.eu.com</a>	@BoltAcc
<a href="#">Programa Minerva</a>	<a href="http://programaminerva.es">programaminerva.es</a>	@ProgramaMinerva
<a href="#">Andalucía Open Future</a>	<a href="http://andalucia.openfuture.org">andalucia.openfuture.org</a>	@openfuture_And
<a href="#">Nao Ventures</a>	<a href="http://naoventures.com">naoventures.com</a>	@naoventures
<a href="#">Sprita Startups</a>	<a href="http://sprita-startups.es">sprita-startups.es</a>	@SpritaStartups
<a href="#">Táktice</a>	<a href="http://taktice.com">taktice.com</a>	@taktice
<a href="#">La Terminal</a>	<a href="http://la-terminal.es">la-terminal.es</a>	@termimad
<a href="#">Founder Institute Zaragoza</a>	<a href="http://fiz-zgz.com">fiz-zgz.com</a>	@fi_zgz
<a href="#">Startup Dragons</a>	<a href="http://eoi.es/es/promos/programa-dragons">eoi.es/es/promos/programa-dragons</a>	@eoi
<a href="#">Lazarus</a>	<a href="http://lazarusclm.com">lazarusclm.com</a>	@FCRCLM
<a href="#">Initland Zaragoza</a>	<a href="http://ciemzaragoza.es">ciemzaragoza.es</a>	@CIEMZaragoza
<a href="#">Crowdworking Sapiem</a>	<a href="http://sapiem.es">sapiem.es</a>	@OpenFuture_Ext
<a href="#">Almendralejo Acelera</a>	<a href="http://almendralejoacelera.com">almendralejoacelera.com</a>	@almendralejoa2
<a href="#">Startup Olé Accelerator</a>	<a href="http://startupoleaccelerator.com">startupoleaccelerator.com</a>	@StartupOle
<a href="#">Castilla y León Open Future</a>	<a href="http://jcy.es/ade2020">jcy.es/ade2020</a>	
<a href="#">ABANCA Innova by Conector</a>	<a href="http://abancainnova.com/aceleradora-abanca/">abancainnova.com/aceleradora-abanca/</a>	@ConectorSpain
<a href="#">Fishing Accelerator</a>	<a href="http://fishingaccelerator.com">fishingaccelerator.com</a>	@FishAccelerator
<a href="#">Business Factory Auto</a>	<a href="http://bfauto.es">bfauto.es</a>	@BFA_Auto
<a href="#">YUZZ</a>	<a href="http://yuzz.org">yuzz.org</a>	@Yuzzing
<a href="#">ViaGalicia</a>	<a href="http://viagaliacia.gal">viagaliacia.gal</a>	@viavigo
<a href="#">Galicia Open Future</a>	<a href="http://galicia.openfuture.org">galicia.openfuture.org</a>	@openfuture_gal
<a href="#">Kaleido Logistics</a>	<a href="http://logisticstechaccelerator.com">logisticstechaccelerator.com</a>	@KALEIDOLogistic
<a href="#">Astur Valley</a>	<a href="http://asturvalley.com">asturvalley.com</a>	@asturvalley
<a href="#">Zarpamos</a>	<a href="http://zarpamos.com">zarpamos.com</a>	@zarpamos_com
<a href="#">Altavista Ventures</a>	<a href="http://altavistaventures.com">altavistaventures.com</a>	@AltavistaVentur
<a href="#">LaunchTF</a>	<a href="http://launchtf.com">launchtf.com</a>	@oliverguisado
<a href="#">TF Innova</a>	<a href="http://tenerifeinnova.es/">tenerifeinnova.es/</a>	@TFInnova
<a href="#">Olympo Boxes</a>	<a href="http://camaratenerife.com/olympoboxes.cfm">camaratenerife.com/olympoboxes.cfm</a>	
<a href="#">Incube GC</a>	<a href="http://incubegc.com/">incubegc.com/</a>	@incubeGC

Juanjo Ayelo  
Fundador de Decourba

“Más allá de una  
web, tengo una  
estrategia digital”

## Vodafone Digital Solutions

Con Vodafone Soluciones Digitales  
tendrá el asesoramiento que necesita  
para ganar visibilidad en internet y  
conseguir más clientes.

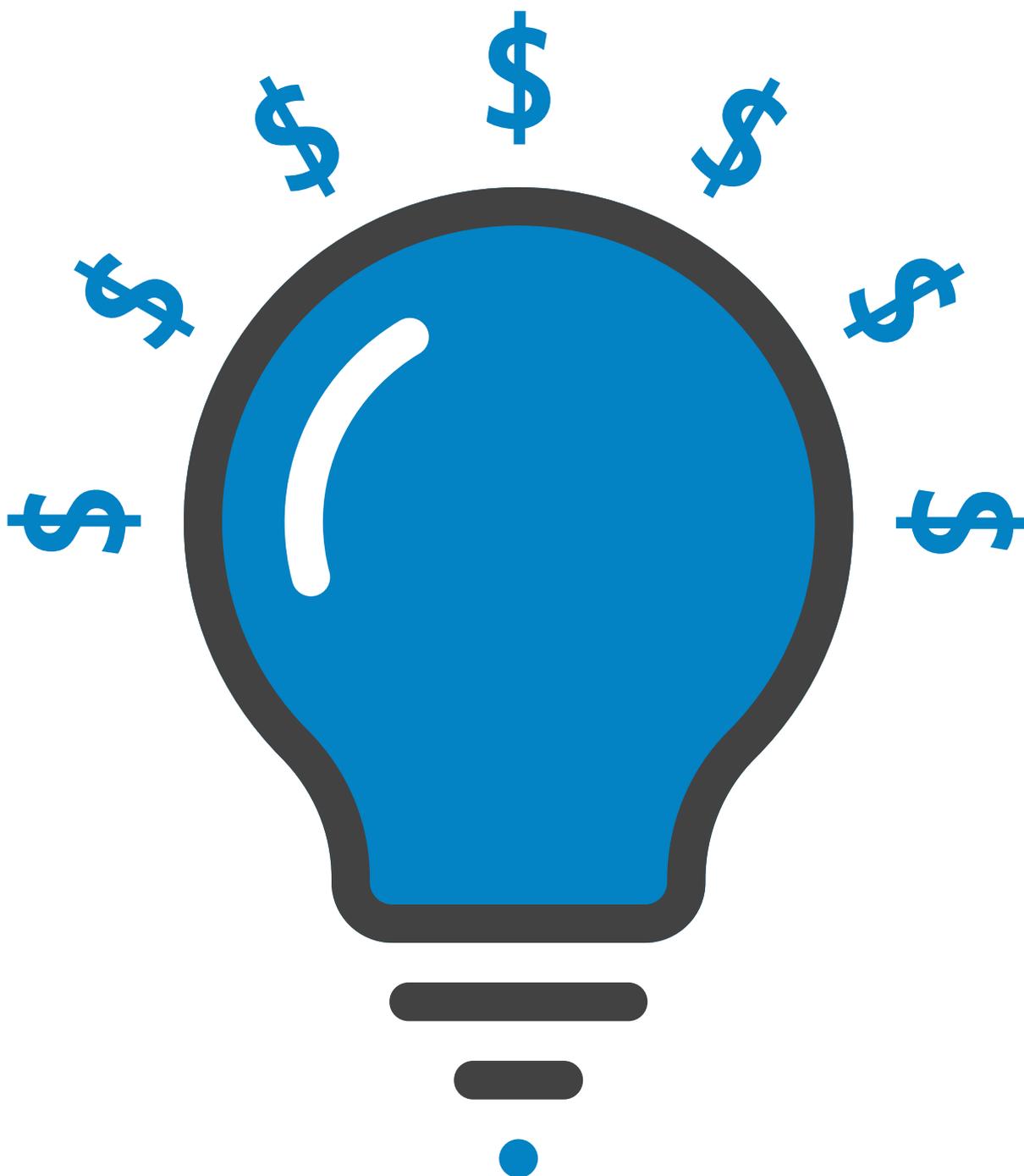
Vodafone, su partner en la era digital.

[observatoriovodafone.com](http://observatoriovodafone.com)

El futuro es apasionante.

**Ready?**

 **vodafone**





# FONDOS INVERSIÓN ESPAÑÓLES

NOMBRE	FUNDADORES	UBICACIÓN
ARCANO PARTNERS	Arcano Capital SGIC y Urizen Capital	Madrid y San Francisco
ACTIVE VENTURES PARTNERS	Ricard Söderberg, Philipp Schroeder y Christopher Pommerening	Barcelona
AD4VENTURES	Mediaset España	Madrid y Milán
FONDOS AMERIGO	Telefónica Open Future	Madrid
AXON PARTNERS	Francisco Velázquez	Madrid y Sevilla
MEDIA DIGITAL VENTURES	Gerard Olivé y Miguel Vicente	Barcelona
NAUTA CAPITAL	Dominic Endicott, Carles Ferrer, Daniel Sánchez y Jordi Viñas	Londres y Barcelona
QUALITAS PARTNERS	Borja Oyarzábal y Borja Pérez-Araúna	Madrid
SUMA CAPITAL	David Arroyo	Barcelona
SEAYA VENTURES	Beatriz González y Michael Kleindl	Madrid
SWANLAAB VENTURE FACTORY	Giza Venture Capital	Madrid y Tel Aviv
ADARA VENTURES	Alberto Gómez y Nicolás Goulet	Luxemburgo
CAIXA CAPITAL RISC	Carlos Trenchs	Barcelona
CLAVE MAYOR	Isidoro Parra, José Javier Armendáriz y Laura Aguirre	Pamplona
KIBO VENTURES	Javier Torremocha, Aquilino Peña y José María Amusátegui	Madrid
NAJETI CAPITAL	Thibaud Durand y Jean J. Durand	Madrid
SANTANDER INNOVENTURES	Mariano Belinky	Londres, Madrid
INVESTING PROFIT WISELY	Juan Santamaría	Madrid
ATHOS CAPITAL	Fernando Castiñeiras	Barcelona
BE ABLE CAPITAL	David López, Alberto Díaz, Roberto Ranera y Almudena Trigo	Madrid
BIG SUR NECOTIUM	José Miguel Herrero y Manuel Matés	Madrid y Barcelona
K-FUND	Iñaki Arrola, Ian Noel y Carina Szpilka	Madrid
BBVA VENTURES	Jay Reinemann, Tom Whiteaker y Ryan Gilbert	Londres y Madrid
BONSAI VENTURE CAPITAL	Javier Cebrián	Madrid
BULLNET CAPITAL	Javier Ulecia y Miguel del Cañizo	Madrid
INVEREADY	Josep María Echarri e Ignacio Fonts	Barcelona
MUNDI VENTURES	Club Mundi	Madrid
NEKKO CAPITAL	Mercè Tell, Ernest Sánchez, Josep Santacana y David Avilés	Barcelona
NERO VENTURES	Ricardo Coscollola, Anindya Saha, Mathieu Careno	Barcelona y Madrid
ONZA CAPITAL	Gonzalo Ortiz, Nicolás Bergareche, Juan Vallejo...	Madrid y Miami
REPSOL ENERGY VENTURES	Julio Cortezón	Madrid
SAMAIPATA VENTURES	José del Barrio	Madrid
ENCOMENDA SMART CAPITAL	Oriol Juncosa y Carlos Blanco	Barcelona
JME VENTURES	Javier Alarcó	Madrid
TOUSHKA CAPITAL	Francisco Aguilera y Juan Hernández	México y Madrid
NEXT CHANCE INVEST	Nicolás Luca de Tena	Madrid
YARA VENTURES	Jesús Fernández, Jonathan Cooper, Alfredo Fernández...	Madrid
ANGELS CAPITAL	Juan Roig	Valencia
BBOOSTER VENTURES	Enrique Penichet	Valencia
CAPITANA VENTURE PARTNERS	Asier Parra y Juan Filiberto Martínez	Madrid
FARADAY VENTURE PARTNERS	Gonzalo Tradacete	Madrid
ALL IRON VENTURES	Jon Uriarte y Ander Michelena	Bilbao
SODENA	Pilar Irigoien Ostiza	Pamplona
CAPITAL MAB	Institut Català de Finances	Barcelona
FUNDACIÓN BANKINTER	Fundación Innovación Bankinter	2013
ORZA CAPITAL	EPSVs y Elkarkidetza	San Sebastián
ORIGEN VENTURES	Juan Álvarez de Lara y Andrea Alunni	Barcelona

WEB	TAMAÑO	TIPOLOGÍA	RANGO DE INVERSIÓN
arcanopartners.com	200-250M\$	Fondo de Capital de Riesgo	+5M   5M-2M
active-vp.com	54M€	Fondo de Capital Riesgo	+5M   5M-2M   2M-1M   1M-500k
ad4ventures.com	20M€	media for equity	+5M   5M-2M
openfuture.org	354M€	red de fondos no propietarios	5M-2M   2M-1M
axonpartnersgroup.com	+300M€	Venture Capital y Growth Capital	5M-2M   2M-1M   1M-500k
mediadigitalventures.com	30M€	media for equity	2M-1M   1M-500k   500k-250k
nautacapital.com	155M€	SGCR	+5M
qualitasequity.com	85M€	Fondo de Capital Riesgo	+5M   5M-2M
sumacapital.com		Sociedad Gestora de Fondos	5M-2M   2M-1M   1M-500k
seayaventures.com	140M€	Fondo de Capital Riesgo	+5M   5M-2M   2M-1M
swanlaab.com	40M€	Fondo de Capital Riesgo	5M-2M, 2M-1M   1M-500k
adaravp.com	+100M€	Sociedad de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k
caixacapitalrisc.es	200M€	Sociedad Gestora de Capital Riesgo	5M-2M   2M-1M   1M-500k   500k-250k
clavemayor.com		Sociedad Gestora de Capital Riesgo	+5M   5M-2M   2M-1M
kiboventures.com	115M€	Fondo de Capital Riesgo	5M-2M   2M-1M   1M-500k
spain.najeti.com	30M€	Sociedad Gestora de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k
santanderinnoventures.com	200M€	Corporate Venture Capital	5M-2M   2M-1M   1M-500k
ipw.es	Saas	Fondo de Capital Riesgo	5M-2M   2M-1M
athos-cap.com	12M\$	Fondo de Capital Riesgo - Pyme	1M-500k   500k-250k   250k-100k
beablecapital.com	35M€	Fondo de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
bigsurventures.es	indefinido	Sociedad Limitada	1M-500k   500k-250k   250k-100k
kfund.co	500M€	Fondo de Capital Riesgo Europeo	2M-1M   1M-500k   500k-250k
bbvaventures.com	250M€	Corporate Venture Capital	1M-500k   50k-250k
bonsaiventurecapital.com		Family Office	1M-500k   500k-250k
grupobullnet.com	42M€	Fondo de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k   500k-250k
inveready.com	90M€	Gestora de Fondos Cerrada	1M-500k   500k-250k   250k-100k
mundiventures.com/es	50M€	club de inversores	1M-500k   500k-250k
nekkovc	100M€	Fondo de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k
neroventures.com	20M€	Fondo de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
onzacapital.com	14M€	Sociedad Capital Riesgo Autogestión	1M-500k   500k-250k
repsol.energy/es		Sociedad Gestora Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k   500k-250k
samaipataventures.com	30M€	SGEIC	1M-500k   500k-250k   250k-100k
encomenda.com	20M€	Fondo de Capital Riesgo Europeo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
jme.vc	60M€	Gestora de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k   500k-250k
toushkacapital.com		Sociedad Limitada	1M-500k   500k-250k
yara.vc	50M€	Fondo de Capital Riesgo Europeo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
angelscapital.es	8,6M€	Sociedad Limitada	500k-250k   250k-100k
bbooster.org/es	10M€	Sociedad de Capital Riesgo	500k-250k   250k-100k
capitanavp.com		Fondo de Capital Riesgo Pyme	500k-250k   250k-100k   >100k
faraday.es		Pledge fund	700k-500k   500k-250k
allironventures.com	+30M€	Sociedad Limitada	1M-500k   500k-250k
sodena.com		Sociedad de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
icf.cat/es	10M€	Fondos de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k
Madrid	mobile B2B	Corporate Venture Capital	1M-500k   500k-250k   250k-100k
orza.info	100M€	AIE	500k-250k   250k-100k
origenventuresfund.com	35M€	Fondo de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k

NOMBRE	FUNDADORES	UBICACIÓN
PRISA VENTURES	Pablo Caño	Madrid
SPUTNIK INVERSIONES	Julio Haefner, Paco López, Manuel Terme, Fernando Castiñeiras...	Barcelona
TELEFÓNICA VENTURES		Madrid
SABADELL VENTURE CAPITAL	Banco Sabadell	Barcelona
ALANTIS SEED CAPITAL	Pablo Martín, Axel Serena, Manuel Velázquez y Javier García	Madrid
ANGEL CLUB	Enrique Dubois y Eneko Knörr	Madrid
CLIMBCREW VENTURE CAPITAL		Madrid
DARUAN VENTURE CAPITAL	David Ruiz de Andrés	Madrid
FINTECH VENTURES	Rodrigo García de la Cruz, Jesús Pérez y Gonzalo Ruiz Utrilla	Madrid
IDODI VENTURE CAPITAL	Marc Vidal	Barcelona y Dublín
LANTA CAPITAL	Ángel García	Barcelona
PERENNIUS	Alejandro Santana	Madrid
RICARI	Instituciones de La Rioja	Logroño
4FOUNDERSCAPITAL	Marc Badosa, Jesús Monleón, Javier Pérez-Tenessa y Marek Fodor	Barcelona
SHIP2B	Xabier Pont, Clara Navarro y Maite Fibla	Barcelona
SMARTTECH CAPITAL	Pere Vallés y Patricio Hunt	Barcelona
VICTORIA VENTURE CAPITAL	Abel Conill y Patricia Layola	Barcelona
101STARTUPS	Jordi Priu, Robert Vilaseca y Marc Borrell	Barcelona
2UP SEED	Antonio Ballester	Murcia
50TRESDIGITAL	Lucas Martínez	Valencia
ALVA HOUSE CAPITAL	Axel Serena	Barcelona
AURORIAL	PC Componentes	Almaha de Murcia
AYCE CAPITAL	Ángel Cánovas	Barcelona
BAMBOO	Raúl Baltar	A Coruña
BERRIUP	Pedro Muñoz-Baroja	San Sebastián
BLUE WAVE CAPITAL	Jorge Marfil	Madrid
BINOMIO VENTURES	Ezequiel Sánchez	Alicante
BSTARTUP10	Banco Sabadell	Barcelona
CANGURO INVERSIONES	Gonzalo Ruiz Utrilla	Madrid
CG HEALTH VENTURES	Carlos Gallardo	Barcelona
CIVETA INVERSIONES	Gonzalo Ruiz Utrilla, Daniel Seijo, Jesús Pérez, Carlos López...	Madrid
CONTENEO	Rubén Iglesias	Bilbao
CREAS	Francisco Soler	Madrid
DANKA CAPITAL	Walter y Christian Kobylanski	Madrid
DCN VENTURES	Lucas Martínez	Valencia
DEBAEQUE VENTURE CAPITAL	Patrick Raibaut y Marc Ferrero	Barcelona
EGAUSS BUSINESS HOLDING	Raúl Mata y Rafael Maté	Madrid
EIX LA SALLE TECHNOVA	La Salle Technova Barcelona	Barcelona
EMPRENDIZA	Guillermo Arregui	Vitoria y Madrid
FINAVES V IESE	Pedro Nuño	Barcelona
FITALENT	Everis	Madrid
GIN VENTURE CAPITAL	Julio Pazo	Madrid
GRUPO ZRISER	Pablo Serratosa y Ana Serratosa	Valencia
INCEPTION CAPITAL	Juan Vallejo, Marcelo Badimon, Gonzalo Ortiz y Gonzalo del Pozo	Madrid
INTELECTIUM VENTURES	Patricio Hunt	Barcelona y Madrid
INFORTISA	Juan José Contell	Valencia
IZERTIS VENTURES	Pablo Martín	Gijón, Madrid, Reus y Bilbao

WEB	TAMAÑO	TIPOLOGÍA	RANGO DE INVERSIÓN
prisaventures.com	15M€	Media for Equity	2M-1M   1M-500k
	5M€	Sociedad Limitada	500k-250k   250k-100k   >100k
openfuture.org/es	Abierto	Corporate Venture Capital	1M-500k   500k-250k
grupbancsabadell.com	50M€	Corporate Venture Capital	1M-500k   500k-250k
alantis.es		Sociedad Anónima Unipersonal	250k-100k   >100k
angelclub.es		Club de inversiones	500k-250k   250k-100k
climbcrew.com	10M€	Venture Builder	250k-100k   >100k
daruanvc.com	2M€	Sociedad de Capital Riesgo	250k-100k   >100k
finnovating.com/finnoventure	3M€	Pledge Fund	250k-100k   >100k
idodivc.com	5M€	Sociedad de Capital Riesgo	250k-100k   >100k
lantacapital.com	5M€	Fondo de Capital Riesgo	500k-250k   250k-100k
perennius.es	2M€	Family Office	250k-100k   >100k
ricari.es	5M€	Sociedad Anónima	2M-1M   1M-500k
4founderscapital.com	12M€	Fondo de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k   250k-100k
ship2b.org	1,45M€	Club de inversores	250k-100k   >100k
smartechcapital.com	2M€	Sociedad de Capital Riesgo	250k-100k, >100
victoriascr.com		Sociedad de Capital Riesgo Pymes	250k-100k   >100k
101startups.com	2M€	Venture Builder	>100k
2up.es		Sociedad Limitada	>100k
50tresdigital.es		Sociedad Limitada	>100k
alvahouse.es			>100k
aurorial.com	1,1M€	Sociedad Limitada Unipersonal	>100k
aycecapital.ayce.es		Club de inversores (Sociedad Limitada)	>100k
bamboventurecapital.com		Sociedad Limitada	>100k
berriup.com	500k	Sociedad Limitada	>100k
	500k	Sociedad Limitada	>100k
biomioventures.com		Sociedad Limitada	>100k
bstartup.org	1M€/año	programa de inversión	>100k
canguroinversiones.com	200k	Sociedad Limitada	>100k
cghealthventures.com		Fondo de Capital Riesgo	>100k
civeta.es	500k	Sociedad Anónima	>100k
conteneo.com		Sociedad Limitada	>100k
creas.org.es	200k / 1M€	Fundación / Sociedad Limitada	25k   250k
dankacapital.com		Sociedad Limitada	>100k
dcn.es	3,3M€	Fondo de Capital Riesgo	>100k
debaeque.com			>100k
egaussholding.com	5M€	Sociedad Limitada	>100k
technovabarcelona.com		club de inversores	250k-100k   >100k
emprendiza.com			>100k
iese.edu	3M€	club de inversores	>100k
fitalent.es	5M€	Sociedad Gestora de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k   500k-250k
gvcapital.es		club de inversores	>100k
zriser.es		Sociedad Limitada	>100k
inceptioncapital.com		Sociedad Limitada	>100k
intelectiumventures.com	1M€	Sociedad Limitada	>100k
infortisa.com		Sociedad Limitada	>100k
izertisventures.com	1,5M€	Sociedad Limitada	>100k

NOMBRE	FUNDADORES	UBICACIÓN
KEREON PARTNERS	Lorenzo Mendieta	Bilbao
KEYWORD VENTURE CAPITAL	Juan Tejeiro Escursell	Madrid
LÁNZAME CAPITAL	Antoni Castellort, Ferrán Martínez y Ferrán Burriel	Barcelona
MAKING IDEAS FOR BUSINESS	Alumnos y Profesores del ISDI	Madrid
MEGAM CAPITAL	María Eugenia Girón	Madrid
MICROWAVE VENTURES	Xabier Álvarez	Bilbao
NEWTECH CAPITAL	Jordi Rosés, Steve Hachenberger y Michael Counihan	Barcelona
ONA CAPITAL	Oriol Lobo i Baquer	Barcelona
PALLADIUM VENTURES	Manuel Matutes	Baleares
PINAMA INVERSIONES	Felipe García-Quirós, Manuel Muñoz y Nacho Alonso	Madrid
PDG INVEST	Ramón Faus y José Luis Raso	Barcelona
REALIZA BA	Lucas Martínez y Santiago Reyna	Valencia
RED ARBOR	David González Castro	Barcelona
SEED AND CLICK	Juan Álvarez de Lara	Barcelona
SEED SYNDICATES	Ángel Barranco	Madrid
SHERPA CAPITAL	Eduardo Navarro	Madrid
SITKA CAPITAL		Barcelona
SMARTECH VENTURES	Jesús Hernán y Miguel López	Barcelona
SOCIOSQ	Paula Artal	Madrid
SORIA FUTURO	Sergio Cabrerizo	Soria
SOUTHUP VENTURES	Álvaro Muñoz de las Casas, Manuel Villalón, David Rodríguez...	Sevilla
START DIGITAL MEDIA	Carlos Ortiz y Manuel Balsera	Madrid
STARTUP CAPITAL NAVARRA	Pilar Irigoien Ostiza	Pamplona
TAMARIX CAPITAL	Javier Juncadella	Barcelona
TARTESSOS VENTURES	Carmen Carpintero	El Puerto de Sta .María
THE IFEDES WAY	Tomás Guillén	Valencia
TOUBKAL PARTNERS	Marc Ferrán, Jesús Monleón, David Baratech, Marek Fodor...	Barcelona
TURTLE CAPITAL	Abel Font	Barcelona
UNINVEST	Socio Martín Rivas	Santiago de Compostela y Madrid
VENTO INVERSIONES	Aqualogy y CDTI	Barcelona
VENTURE CAP	Gin Venture Capital	Barcelona
ZAQUEO INVERSIONES	Javier Represas	Madrid
VIRIDITAS VENTURES	Yago Arbeloa, Yago Perrín y Ángel Asín	Madrid

# FONDOS

WEB	TAMAÑO	TIPOLOGÍA	RANGO DE INVERSIÓN
kereon.es		Sociedad de Capital Riesgo	2M-1M   1M-500k
keyword.vc	6M€	Sociedad Limitada	>100k
lanzame.es	6M€	Pledge Fund	>100k
makingideasbusiness.com	375k	club de inversión	>100k
megamcapital.com		Sociedad Limitada	>100k
microwaveventures.com	1M€	Sociedad Limitada	>100k
newtech-capital.com			>100k
onacapital.com	abierto	Sociedad de Capital Riesgo	>100k
palladiumcorporateventures.com		Sociedad Limitada	>100k
pinama.es	2M€	club de inversores	>100k
iese.edu	1M€	club de inversores	>100k
realiza-ba.com	3,3M€	Sociedad Anónima	>100k
redarbor.net		holding de inversión	>100k
seedandclick.com		club de inversores	>100k
seedsyndicates.com			grupo de inversores
sherpacapital.es	100M€	Sociedad Gestora de Capital Riesgo	
sitkacapital.com	1M€	Sociedad Limitada	>100k
smartech.ventures	500k	club de inversores	>100k
sociosq.com	1M€	Sociedad Limitada	>100k
soriafuturo.com	3,3M€	Sociedad Anónima	>100k
southupventures.com		Sociedad Limitada	>100k
startdmc.com		Sociedad Limitada	>100K
startup.es		Sociedad de Promoción de Empresas	500k-250k   250k-100k   >100k
	217k	Sociedad Limitada Unipersonal	>100k
tartessosventures.com		Sociedad de Capital Riesgo	>100k
thiefesway.com		Sociedad Limitada	>100k
toubkalpartners.com	500k	Sociedad Limitada	>100k
turtle-capital.com	indefinido	Sociedad Limitada	>100k
uninvest.es		Sociedad Gestora de Capital Riesgo	1M-500k   500k-250k
ventoinversiones.com	26M€	Fondo de Capital Riesgo	+5M   5M-2M   2M-1M   1M-500k
venturcap.es		Sociedad de Capital Riesgo	
zaqueo.com		Sociedad Limitada	>100k
viriditasventures.com/es		Sociedad Limitada	1M-500k   500k-250k   250k-100k

# INVERSIÓN

WELCOME!





# BUSINESS ANGELS

NOMBRE	TWITTER	LINKEDIN	RANGO INVERSIÓN
<a href="#">Adeyemi Ajao</a>		/adeyemiajao	
<a href="#">Aitor Sancho</a>	@AitorSanchoYb	/aitor-sancho-ybañez	
<a href="#">Albert Armengol</a>	@albertarmengol	/albertarmengol	10k/100k
<a href="#">Alberto Benbunan</a>	@betobetico	/abenbunan	15k/30
<a href="#">Alberto Jiménez</a>	@alberto_jime	/albertojimenezsanmateo	>25k
<a href="#">Alberto Knapp</a>	@albertoknapp	/albertoknapp	
<a href="#">Alejandro de León</a>	@aledeleonmoreno	/alejandro-de-leon-moreno	<50k
<a href="#">Álex Dantart</a>	@dantart	/dantart	<50k
<a href="#">Alexis Bonte</a>	@alexisbonte	/alexisbonte	15k/100k
<a href="#">Almudena Sáinz</a>		/almudena-sainz-de-la-cuesta	
<a href="#">Ander Michelena</a>	@andermichelena	/ander-michelena	20k/25k
<a href="#">Andoni Alfaro</a>	@alfaroandoni	/andoni-alfaro	<50k
<a href="#">Ángel Barranco</a>	@barrancoangel	/angel-barranco-guadarrama	15k/225k
<a href="#">Ángel García</a>	@angelgarciabcn	/angelgarciabcn	15k/225k
<a href="#">Antonio Fontanini</a>	@afontanini	/antoniofontanini	50k/100k
<a href="#">Aquilino Peña</a>	@Aquilino	/aquilinopena	500k/2M
<a href="#">Arturo Martín</a>		/arturomartinperez	<50k
<a href="#">Axel Serena</a>	@axelserena	/axelserena	10k/150k
<a href="#">Bernardo Hernández</a>	@berniehernie	/bernardohernandez	
<a href="#">Borja Larragán</a>	@bolarragan	/borjalarragan	50k/100k
<a href="#">Carlos Dexeus</a>	@cdexeus	/carlos-dexeus	
<a href="#">Carlos Domingo</a>	@carlosdomingo	/carlosdomingo	25k/50k
<a href="#">Carlos Blanco</a>	@carlos blanco	/carlosblanco	50k
<a href="#">Carlos Emilio Gómez</a>	@cagomor	/carlosemiliogomez	>50k
<a href="#">Carmen Carpintero</a>	@carpintero cubic	/carmencarpintero cubicarte	50k/25k
<a href="#">Catalina Parra</a>	@catalinica	/catalinaparra	30k/50k
<a href="#">César Bardají</a>	@bardajic	/cesarbardaji	25k/50k
<a href="#">Chema González</a>	@gochemago	/chemagonzalez	10k/50k
<a href="#">Daniel Giménez</a>	@danielgimenez	/danielgimenez	
<a href="#">David Boronat</a>	@davidboronat	/davidboronat	15k/50k
<a href="#">David Cabrero</a>	@davidcabrerjou	/david-cabrero	
<a href="#">David Carrero</a>	@carrero	/dcarrero	5k/30k
<a href="#">David Martín</a>	@dave14martin	/dave14martin	10k/30k
<a href="#">David Martínez</a>		/davidmartinezgimenez	>50k
<a href="#">David Tomás</a>	@davidtomas	/david-tomas	
<a href="#">Didac Lee</a>	@didaclee	/didaclee	
<a href="#">Diego Ballesteros</a>	@diegoteca	/diegoballesteros	25k/50k
<a href="#">Emilio Márquez</a>	@emiliomarquez	/emiliomarquezespino	10k/35k
<a href="#">Eneko Knörr</a>	@enekoknorr	/enekoknorr	50k/100K
<a href="#">Fabrice Grinda</a>	@fabricegrinda	/fabricegrinda	
<a href="#">Félix Ruiz</a>	@felixruiz	/felix-ruiz-hernandez	50k/500k
<a href="#">Fernando García</a>	@nanogarcia	/fernando-garcia	20k/30k
<a href="#">Florencio Barranco</a>	@flobarranco	/florenciobarranco	100k
<a href="#">François Derbaix</a>	@ferbaix	/ferbaix	50k/100k
<a href="#">Francisco Gimeno</a>	@gimemosab	/francisco-gimeno	
<a href="#">Gerard Olivé</a>	@gerardolive_	/gerardolive	
<a href="#">Gonzalo Ruiz Utrilla</a>	@cangurorico	/gonzalaruizutrilla	5k/50k
<a href="#">Guillem Serra</a>	@norbak	/guillemserraautonell	5k/15k

NOMBRE	TWITTER	LINKEDIN	RANGO INVERSIÓN
Hugo Arévalo			50k/500k
Hugo Mardomingo	@hugomardomingo	/hugomardomingo	
Ian Noel	@iannoel	/iannoelgarcia	100k/2Mk
Ignacio Vilela	@nachovilela	/nachovilela	100k/200k
Iker Marcaide	@ikermarcaide	/ikermarcaide	
Iñaki Berenguer	@inakib	/inakiberenguer	50k/250k
Iñaki Arrola	@arrola	/inakiarola	100k/2M
Ismael El Qudsi	@elqudsi	/elqudsi	50k
Jaime Ferré	@jaimeferre	/jaimeferre	25k
Jaime García-Bañón	@jaimegb	/jaimegb	5k/50k
Javier Bustillo	@javierbustillo	/javierbustillo	25k
Javier Cebrián	@cebrianmonereo	/cebrianmonereo	250k/2,5M
Javier Llorente			100k/150k
Javier Megías	@jmegias	/javiermegiasterol	10k/30k
Javier Pérez-Tenessa	@tenessajavier	/javier-perez-tenessa	5k/25k
Javier Santiso	@javiersantiso	/javier-santiso	500k/5M
Javier Torremocha	@torremochaj	/javier-torremocha	500k/2M
Jean Derely	@jeanderely	/jderely	50k/200k
Jesús Encinar	@JesusEncinar	/jesus-encinar	50k/200k
Jesús Monleón	@jemonleon	/jesusmonleon	5k/25k
Jonhatan Fatelevich	@jfcamunicacion	/jonatan-fatelevich	
Jon Uriarte	@juriura	/jon-urarte-uranga	50k/1M
Jordi Altimira	@JordiAltimira	/jordialtimira	25k
Jordi Bartolomeu	@jordibartolomeu	/jordibartolomeu	
Jordi Safont	@jordisafont79	/jordisafont	5k/10k
Jorge Mata	@jmata99	/jorgematajimenez	
Jorge Dobón	@jorge_dobon	/jorgedobon	25k/100k
José Cabiedes	@josecabiedes	/josemartincabiedes	150k/3M
José de Cabo	@cabo80	/josedecabo	
José Luis Mínguez	@joseluiminguez	/joseluiminguez	20k
José Luis Vallejo	@jlvallejo	/jlvallejo	50k/500k
José Manuel Cifuentes	@jmcifuentesc		15k
José María Torroja	@josemariatorroj	/jose-maria-torroja-cifuentes	
José Marín		/jose-marin	100k
José Miguel Herrero	@joemycool	/josemiguelherrero	100k/300k
Juan Díaz Andreu	@jdiazandreu	/jdiazandreu	20k/100k
Juan Margenat	@jimargenat	/juanmargenat	
Juanjo Azcárate	@juanjoazcarate	/juanjoazcarate	
Lluís Faus	@lfaus	/lluiffaus	
Lluís Font	@lluifont	/lluifont	
Lucas Carné	@lcarne	/lucas-carne	
Luis Martín Cabiedes	@luismcabiedes	/luismartincabiedes	150k/3M
Manel Sarasa	@manelsarasa	/manelsarasa	
Manuel Matés	@maqrollmates	/manuelmatesgarcia	100k/300k
Manuel Muñiz	@mmunizmorell	/manuel-muniz-morell	30k
Manuel Velázquez	@manuelvl	/manuelvelazquezlopez	30k
Marc Borrell	@BorrellMarc	/marcborrellbemobile	50k/25k
Marc Vidal	@marcvidal	/vidalmarc	250k/25k

NOMBRE	TWITTER	LINKEDIN	RANGO INVERSIÓN
Marcos Alves	@malvescardoso	/marcosalvescardoso	10k/30k
Marcos Cabezón			30k/200k
Marek Fodor	@fodor	/marekfodor	10k/50k
Mario Brüeggemann	@mariobc	/mariobrueggemann	20k/100k
Marta Esteve	@martaesteve	/martaesteve	5k/10k
Martín Varsavsky	@martinvars	/martinvarsavsky	
Miguel Arias	@mike_arias	/miguelarias	50k
Miguel Vicente	@miguelvicente_	/miguel-vicente	50k/2M
Miriam González-Amezqueta		/miriamgonzalezamezqueta	
Nacho González	@nachog	/nachog	100k/200k
Oriol Juncosa	@ojuncosa	/ojuncosa	10k/50k
Óscar Fuente	@oscarfuente	/oscarfuente	10k
Óscar Matellanes		/oscarmatellanes	
Pablo Massana	@pablomassanat	/pablomassana	
Pablo Martín		/pabломartinrodriguez	10k/50k
Pablo Ventura	@pablo-ventura	/pablo-ventura-aranguren	<10k
Paco Gimena		/pacogimena	50k
Patricio Hunt	@patriciohunt	/patriciohunt	20k/50k
Patrick Raibaut		/patrick-raibaut	
Pedro Antón	@plucasanton	/pedro-anton	
Pedro Tellería	@telleria	/telleria	25k
Pere Valles		/perevalles	10k/50k
Ramón Faus		/ramon-faus	50k/200k
Raúl Aznar	@raul_aznar	/raul-aznar-gonzalez	<10k
Raúl del Pozo	@rauldelpozo	/rauldelpozo	50k/10k
René de Jong	@renedejong	/renedejongspain	25k/50k
Rodolfo Carpintier	@rcarpintier	/rodolfocarpintier	50k/100k
Rodrigo Aguirre de Cárcer		/rodrigoaguirredecarcer	
Rodrigo García	@rgarciadelacruz	/rodrigoarciadelacruz	100k/2.5M
Rubén Ferreiro	@rubenferreiro	/rubenferreiro	250k/25k
Sacha Michaud	@sachamichaud	/sachamichaud	10k/50k
Sébastien Chartier	@sebchartier	/sebchartier	5k/25k
Segio Cortés	@SergioCortes	/sergiocortesabab	>50k
Sixto Arias	@sixtoarias	/sixto	25k/75k
Steven Zitzer		/steven-zitzer	50k/100k
Tomás Guillén	@_tomasguillen	/tomasguillenifedes	50k/300k
Tomás Mendo	@tmendoh	/tomasmendo	
Vicente Arias	@vicentearias	/vicentearias	
Vicente Montesinos	@vicente-montesinos		>50k
Victoria Majadas	Twitter:@vmajadas	/victoria-majadas-morales	>50k
Vicent Rosso	@vicentjj	/vicentrosso	50k
Walter Kobylanski	@walterk	/kobylanski	
Yago Perrín	@yagoperrin	/yagoperrin	50k/100k
Zaryn Dentzel	@zaryn	/zaryn	10k/250k



Two men are sitting at a dark table in a room with a brick wall. They are looking at a document on the table. There are glasses of water and some papers on the table.

f facebook.com/Diverbofans  
in linkedin.com/company/diverbo  
t twitter.com/diverbo



## Can you think in english?

¿Habías hablado alguna vez con un inglés, un irlandés o un australiano? pues aquí lo harás, perderás la vergüenza y ganarás confianza. **PuebloInglés** es un programa de inmersión lingüística de 8 días en España en el que hablarás inglés en situaciones reales. Una experiencia única en la que convivirás con nativos angloparlantes de diferentes nacionalidades y culturas.

Un día completo en otro país se reduce en muchos casos a 30 minutos de conversación con un nativo, mientras que en **PuebloInglés** se llega a hablar más de 15 horas diarias. Es un "vuelo real" que te saca de las clases y te lanza a hablar en inglés con nativos de diferentes acentos, profesiones y edades. El programa está acreditado por más de 32.500 estudiantes que han conseguido superar sus barreras con el idioma de una vez por todas.

Queríamos crear un lugar en el que personas que quisieran aprender inglés convivieran y conversaran durante días con angloparlantes, y así nació **PuebloInglés**, una experiencia de inmersión lingüística en la que acabas hablando, pensando y hasta soñando en inglés y de la que ya han disfrutado miles y miles de personas.

Desde programas de inmersión lingüística hasta educación superior con 3 programas distintos de **Máster en Inglés Profesional**, pasando por clases trimestrales y online para que no tengas que moverte de casa, todo ello con una metodología innovadora, práctica y cercana. No lo pienses más: dinos qué necesitas. **¡NOSOTROS NOS ADAPTAMOS A TI!**



SPEAK  
ENGLISH IN  
DAYS 8

# PuebloInglés®

www.diverbo.es www.puebloingles.com 913 913 400





# LAS ACELERADORAS, INCUBADORAS Y VENTURE BUILDERS MEJOR VALORADOS DE ESPAÑA

El Referente

HEMOS PREGUNTADO  
A MÁS DE 200 EMPRENDEDORES  
E INVERSORES NACIONALES,  
CUÁLES SON LAS MEJORES EN CADA CATEGORÍA,  
ASÍ COMO SUS PUNTOS FUERTES  
Y DÉBILES A LA HORA DE AYUDAR  
A LAS STARTUPS QUE INCUBAN Y ACELERAN

Seedrocket, Wayra y Lanzadera son las tres iniciativas mejor valoradas por el ecosistema español, que ya cuenta con más de 160 iniciativas de ayuda, incubación y aceleración. Muchas de ellas creadas por grandes corporaciones españolas y extranjeras preocupadas por el proceso de digitalización de sus sectores, y otras muchas por inversores y emprendedores experimentados que las crean y las convierten en sus vehículos de creación, lanzamiento, testeo y consolidación de startups. Las ciudades con mayor número de iniciativas (contando el origen de las mismas) de aceleración en el top 25 son: Barcelona (7), Valencia (6), Madrid (6), Andalucía (1), País Vasco (1), Galicia (1), Mallorca (1), no incluidos The Founder Institute ni Innoenergy.

A continuación detallamos de forma ordenada las iniciativas mejor valoradas por los emprendedores españoles y algunos inversores relevantes del sector, donde detallamos el tipo de iniciativa así como una pequeña descripción de los servicios que ofrece cada una a los emprendedores y los puntos fuertes y débiles de cada una de ellas (opiniones expuestas libremente por emprendedores que han pasado por cada uno de los programas).

## SEEDROCKET

SeedRocket es la primera aceleradora TIC en fase inicial de España creada en el año 2008 por un grupo de emprendedores e inversores de referencia en España entre los que se encuentran Vicente Arias, Iñaki Arrola, Jesús Monleón o François Derbaix.

El programa más relevante que organizan es el Campus de Emprendedores, que cuenta con convocatorias en Barcelona y otra en Madrid. SeedRocket proporciona formación, financiación y asesoría para potenciar el desarrollo de las startups, así como un espacio común de trabajo en el espacio Barcelona Activa y en Campus Madrid.

La aceleradora no se lleva equity de las startups en ningún caso. Entre los mentores se encuentran Marek Fodor, Jesús Encinar, Marcos Alves, Marta Esteve, Juan Margenat o David Baratech. Algunos de sus casos de éxito son Habitissimo, Chicfy, Kantox, Ulabox, o Escapada Rural.

### Puntos fuertes

- La red de contactos es excelente, crean relaciones a largo plazo
- Muy buena predisposición de todos sus mentores
- Se mueven por la generosidad y no pide equity en la empresa
- Poseen una buena sede con alojar a los proyectos: Campus Madrid
- Siempre están muy pendientes preguntando lo que necesitas
- Charlas semanales muy específicas e interesantes

### Aspectos a mejorar

- Las mentorías son de una calidad excelente, pero a veces se limitan a una reunión puntual, sin dar continuidad a la evolución del proyecto
- Algunos emprendedores echan en falta una visión más internacional
- Fomentar la comunidad de startups que pasan por la aceleradora

## WAYRA

Wayra es la aceleradora de Telefónica, y es una de las iniciativas que conforman la plataforma de la compañía para optimizar el uso de la innovación abierta y el apoyo al emprendimiento bajo el nombre de Telefónica Open Future\_. Desde la aceleradora, ayudan a las startups en fase semilla a consolidarse como negocios de éxito, y reciben funding, servicios de aceleración, espacio de trabajo, visibilidad y, fundamentalmente, acceso a Telefónica y a un amplio abanico de inversores y grandes clientes.

Los emprendedores deben cumplir una serie de requisitos para poder acceder a su programa: tener un producto/servicio, un equipo balanceado y sólido y un mercado escalable.

### Puntos fuertes

- Posee inversores y mentores de mucha calidad
- Fuerte respaldo de Telefónica y buena presencia internacional
- Visibilidad en medios y repercusión mediática

### Aspectos a mejorar

- La presentación y el acceso a posibles clientes

## LANZADERA

Lanzadera es la aceleradora de startups creada por Juan Roig, fundador de Mercadona y que se ubica en Marina de Empresas en Valencia. Dirigida por Javier Jiménez, cuenta con tres programas de apoyo a emprendedores para que puedan transformar sus ideas en realidad. Campus, para emprendedores provenientes de EDEM, Garaje, para emprendedores con proyectos en fases iniciales, y Lanzadera, para emprendedores con proyectos ya testados en el mercado.

En todos ellos muestran los fundamentos de un modelo de gestión que han aprendido gracias a la experiencia de Juan Roig al frente de Mercadona. Además, los emprendedores reciben formación, asesoramiento, mentoring, y financiación, todo ello adaptado al grado de maduración de los proyectos, que puede llegar hasta los 200.000€, en formato de préstamo, a un tipo de interés Euribor +0%, sin avales ni garantías, y con un calendario de repago flexible.



Además, desde 2017 cuenta con un programa adicional, PSTalents, en el que, de la mano de PlayStation, los emprendedores desarrollan videojuegos para la marca, y además reciben asesoramiento en gestión de empresas por parte de Lanzadera.

**Puntos fuertes**

- Poseen unas instalaciones muy buenas y un gran ambiente de trabajo
- La financiación que ofrecen a las startups incubadas
- Son exigentes, hacen un buen seguimiento muy enfocado en que puedas crecer
- El apoyo mediático que consigues y la ayuda de todo el equipo de Lanzadera

**Aspectos a mejorar**

- Están muy enfocados en ciertos verticales en concreto.
- Poseen mucha burocracia interna y son cortoplacistas en los objetivos marcados
- Les falta un poco de expertise en empresas tecnológicas, startups

**ANTAI VENTURE BUILDER**

Antai es el venture builder de referencia en España y Latinoamérica puesto en marcha por Gerard Olivé y Miguel Vicente, centrada en la creación de startups bajo un modelo internacional, online y mobile. Su actividad se centra en analizar el mercado en busca de negocios de éxito probado y, una vez identificados, implantarlos en otros mercados.

Para conseguirlo, seleccionan a los profesionales más preparados y les ayudan a emprender, codo con codo, acompañándolos a través de un servicio integral, que incluye el desarrollo de negocio, business intelligence, financiero, legal, aportando los medios, así como la búsqueda y contratación del personal necesario.

Su principal sello de identidad es su implicación en los proyectos, lo que les convierte en una de las venture builders mejor valoradas. La empresa se constituyó en 2012, y, desde entonces, ha experimentado un gran crecimiento.

Actualmente cuenta con más de 300 empleados que se dedican plenamente al desarrollo de nuevos negocios e ideas y que operan en un ámbito nacional e internacional.

**Puntos fuertes**

- Poseen un network de funding amplio que permite levantar rápidamente dinero
- Ayuda operativa, poseen un equipo dedicado al lanzamiento de sus compañías, sobre todo en área clave como finanzas, recursos humanos, desarrollo de negocio, marketing y tecnología
- Despreocupación de temas estructurales como las oficinas y temas legales
- Tienes a tu alcance un gran equipo con experiencia en diferentes ámbitos, lo que les ha servido a algunos emprendedores a contrastar decisiones con ellos y detectar potenciales errores basándonos en su experiencia

**Aspectos a mejorar**

- Que posean un equipo de tecnología dedicado a crear las compañías en el inicio
- Poner a disposición de los proyectos iniciales los recursos que realmente necesitan
- La dedicación a cada proyecto es proporcional al número de proyectos y a la magnitud de los mismos

**CONECTOR ACCELERATOR**

Conector es una aceleradora de startups creada en 2013 por 8 de los emprendedores más reconocidos del ecosistema español. Ellos son: Carlos Blanco, Gerard Olivé, Miguel Vicente, Xavier Verdguer, Marc Vidal, Marc Ros, Risto Mejide y Elisabeth Martínez. Mediante un programa de cinco meses de duración, donde los mentores juegan un papel clave, dan apoyo a proyectos en fase seed para crecer rápidamente y convertirse en iniciativas de éxito, probadas e invertibles.

Conector selecciona una media de 7 proyectos para cada programa. Las startups seleccionadas reciben más de 100.000€ en servicios de sus colaboradores, soporte en servicios legales, cursos y sesiones de formación por parte de mentores y la posibilidad de presentar su proyecto a inversores privados y empresas de venture capital al final del programa en el DemoDay.

Además, Conector también lleva a cabo programas verticales y corporativas, con corporates como Bankia, SEAT y ABANCA.

Conector tiene presencia en Barcelona, Madrid y Galicia y cuenta con, mínimo, dos convocatorias anuales en cada ciudad.

**Puntos fuertes**

- Poseen una excelente red de mentores y contactos del entorno digital
- Posee un buen acceso a una gran red de inversores para las startups
- Buenas instalaciones para el proceso de aceleración.
- Alto nivel de invitados y charlas
- Seguimiento de las startups por parte del equipo de Conector y de los mentores, tanto durante el programa como una vez finalizado

**Aspectos a mejorar**

- Formación semanal muy genérica y poco profunda
- No ofrecen soporte para la internacionalización
- Deben mejorar en el seguimiento de los programas de aceleración
- Necesarias más actividades fuera de las instalaciones

**PLUG AND PLAY**

PlugandPlay Spain es una plataforma de innovación abierta dirigida y cofundada por Juan Luis Hortelano, que forma parte de las más de 21 ciudades en las que se encuentra Plug and Play Tech Center.

Su misión es conectar la tecnología más innovadora que nace en las startups con grandes corporates mundiales a través de sus más de 11 programas verticales de aceleración que tiene en todo el mundo.

Además, desde 2012 ha invertido más de 3M de euros desde su propio fondo internacional ubicado en Silicon Valley, invirtiendo así en toda Europa y EEUU. Adicionalmente, provee de espacio, promociones en servicios y productos de proveedores a todo su portfolio de startups.

**Puntos fuertes**

- El ambiente que existe en sus entre las startups
- Poseen una buena red de networking que ayuda a sus startups
- Poseen ciclos de trabajo bien definidos
- Las sesiones de mentoring son de las mejores de España

**Aspectos a mejorar**

- Poca ayuda a la hora de la financiación para las startups
- No hacen un buen seguimiento en las startups aceleradas
- Están en Valencia, que posee menos ecosistema de Barcelona y Madrid
- El Expo Day es poco práctico, hay poca disposición a invertir en los proyectos

**DEMIUM STARTUPS**

Demium Startups es una red de incubadoras de startups fundada y dirigida por Jorge Dobón. Identifica, conecta y desarrolla el mejor talento para crear juntos empresas de éxito que transformen la sociedad, despertando conciencia emprendedora.

Se crean las startups desde cero, cuando no existe la idea ni tampoco el equipo. Identificamos juntos ideas basadas en modelos de éxito en otros países y tendencias de mercado a nivel global, construyendo así empresas innovadoras, escalables e invertibles.

Participan en un 15% en todas las sociedades creadas. Ya contamos con tres sedes centradas 100% en desarrollar negocios innovadores en las tres principales ciudades españolas (Valencia, Madrid, Barcelona), una vertical que dedicada al sector de los videojuegos (Demium Games), y otro vertical orientado al desarrollo de startups que hagan uso de VR/AR o mixta (Oarsis).

**Puntos fuertes**

- Acceso a una amplia red de inversores donde te incluyen para levantar capital
- Ayuda en la parte estratégica y de marketing personalizado para cada startup
- Ayuda a buscar cofundadores para las startups
- Crean un ecosistema de trabajo productivo, que ayuda a empujar hacia delante
- Buena metodología de trabajo que te permite marcarte objetivos realistas
- La diferenciación de su programa, no es necesario llegar con equipo ni proyecto, puedes empezar de cero

**Aspectos a mejorar**

- Financiación, deberían contar con más financiación en las incubadoras
- La captación de talento, uno de sus puntos fuertes en el pasado, deja mucho que desear y no funciona igual que antes

**TETUAN VALLEY**

Tetuan Valley es una aceleradora de startups dirigida por Karel Escobar con sede en Campus Madrid, que ayuda a startups de internet, software, apps o marketplaces a lanzar sus prototipos durante el proceso de aceleración. A través de seis sesiones reciben charlas de mentores y emprendedores. Al finalizar, las startups se gradúan y comienzan a formar parte de la comunidad de Tetuan Valley.

Una comunidad de 300 miembros formada por alumni, mentores, equipo y partners. Los beneficios de ser un alumni son: acceso a la red de mentores; a partners europeos; a mentores externos y asistencia a eventos; posibilidad de desarrollar el proyecto dentro de la incubadora; y perks y descuentos en servicios de otras empresas.

**Puntos fuertes**

- Poseen una grandísima comunidad de startups
- Poseen una gran red de contactos, están muy bien relacionados
- Formación para adoptar las prácticas empresariales más ágiles que existen
- La calidad de los mentores y la gente involucrada es de muy alto nivel

**Aspectos a mejorar**

- El acceso a la inversión para sus startups aceleradas

**IMPACT ACCELERATOR**

IMPACT Growth es el nuevo programa de la aceleradora europea IMPACT Accelerator, liderado por ISDI y FundingBox y dotado con 3,6 millones de euros. IMPACT Growth financiará

28 startups entre las que repartirá hasta 250.000 euros libres de intercambio de acciones, con el objetivo final de detectar a cuatro “super startups”.

El programa está dirigido a startups de todo el mundo en fase de crecimiento que cuenten con productos que ya están en el mercado.

Al final del programa de aceleración, formación y mentoring, las mejores startups tendrán la posibilidad de acceder a capital privado (1,5M€ de Kibo Ventures y Accelerace) para enfocarse en la escalabilidad y el crecimiento internacional.

**Puntos fuertes**

- Accedes a un importe económico importante para tu startup.
- Están centrados en proyectos de movilidad, poseen mucho conocimiento.
- Buena presencia de la aceleradora en el ámbito europeo.

**BBOOSTER**

Bbooster Ventures, aceleradora con sede en Valencia y dirigida por Enrique Penichet, persigue el impulso de nuevas ideas que basan su modelo de negocio en internet y en las apps móviles. No es imprescindible que las startups estén creadas, lo importante es el potencial del equipo y la capacidad de crecimiento de su mercado.

Para poder contar el apoyo de Bbooster, los candidatos pueden presentarse a sus dos convocatorias anuales de marzo y septiembre (los programas comienzan en Junio y Noviembre, luego las convocatorias son en Mayo y Octubre).

Ofrecen espacios de trabajo y reuniones, acceso a internet, asesoramiento y guía en la elaboración del proyecto de negocio, formación en estrategia, marketing online y finanzas, acceso a rondas de presentación a inversores y financiación, y todo aquello que el emprendedor necesita en su día a día.

**Puntos fuertes**

- Fondo de tamaño adecuado que invierte en las startups aceleradas
- Buena noción y ayuda en formación y conocimientos en internet
- Accesibilidad al equipo gestor de la aceleradora

**Aspectos a mejorar**

- Que haya que desplazarse a Valencia para realizar el programa de aceleración

## CLIMATE KIC

Climate-KIC Accelerator es la única aceleradora cleantech de España y la mayor de la UE. Ofrece apoyo económico, formación y mentorización a las mejores Start-ups que ofrezcan productos y servicios innovadores tanto para la mitigación como adaptación al cambio climático y la economía de bajo carbono.

La financiación de nuestro programa puede alcanzar 95.000 € dando además acceso a masterclasses nacionales e internacionales y a foros de inversión especializado, entre otros. Climate-KIC Start-up Accelerator busca soluciones innovadoras (industria, ciudades, sector agroforestal...) para impulsar una economía de bajo carbono. Esta aceleradora pertenece a Climate-KIC, una iniciativa impulsada por el EIT (Instituto Europeo de Tecnología e Innovación), un organismo de la UE.

### Puntos fuertes

- Exigen mejorar el pitch de cada startup en inglés
- Los mentores asignados a cada proyecto profundizar y ayudar mucho

### Aspectos a mejorar

- Echan en falta consejos y formación en las áreas comercial y técnica

## SONAR VENTURES

Sonar Ventures es la primera productora de startups en España. Fundada por Álvaro Cuesta y Adrián Heredia y dirigida por éste último como CEO, de la mano de emprendedores y corporaciones crean nuevos productos y servicios y construyen equipos para escalarlos como startups independientes. Al tener una implicación muy intensa en cada startup, se centran en pocos proyectos al mismo tiempo, desarrollando a su vez modelos de impacto en la vida de la gente.

Ayudan a las corporaciones a evitar los problemas derivados de la creación de nuevas iniciativas estratégicas en su camino a la innovación. No se trata de una incubadora o aceleradora, ni tampoco un Venture Capital. Su función es la de un co-fundador más, que se preocupa por los detalles y que invierte una gran cantidad de recursos y tiempo en cada nueva startup. SV normalmente crea nuevas startups de la mano de corporaciones basándose en ideas propias, necesidades de la corporación y tendencias globales.

## ÁREA 31

Área 31 es la incubadora del IE Business School y dirige Conchita Galdón. Destaca por ofrecer tutorías, pitching slams de acceso libre con inversores llamados Venture Networks, conferencias,

eventos con partners corporativos que apoyan el emprendimiento y la innovación, o hackathons y reuniones de programadores. Se realizan dos convocatorias para captar proyectos al año: en noviembre y en abril.

Los servicios que ofrecen a sus incubados son: asociación de marca con IE, uso del espacio e infraestructura de oficina (wifi, impresoras, salas de reuniones...), servicios bonificados o gratuitos (Microsoft, Amazon) o networking, con emprendedores e inversores y toda la comunidad de alumnos.

### Puntos fuertes

- Poseen un espacio de trabajo céntrico y con buenos servicios
- Eventos interesantes para buscar inversión y consolidar tu startup: Venture Day
- Acceso total al IE Business School en todas sus vertientes

### Aspectos a mejorar

- Mejorar la incorporación de mentoring estructurado
- Ayudas económicas o acceso “real” a las mismas

## VÍAGALICIA

VíaGalicia es un programa promovido por el Consorcio Zona Franca de Vigo y la Xunta de Galicia, cuyo objetivo es la aceleración de proyectos innovadores, a los que se acompaña en su validación, puesta en marcha, financiación y maduración.

Se trata de un Programa de Alto Rendimiento de 18 meses que combina formación, tutorización, mentoring, un espacio de trabajo y la aportación de capital semilla para arrancar el proyecto. Se evalúan los progresos de los equipos participantes con la finalidad de que los mejores proyectos sean presentados a inversores y socios industriales.

### Puntos fuertes

- Dan una cantidad económica importante a cada proyecto que aceleran: 100.000€
- Espacios de trabajos con buenas instalaciones y servicios

### Aspectos a mejorar

- Lentitud a la hora de tomar ciertas decisión relevantes
- Alguno mentores no poseen conocimientos suficientes para ayudar a las startups

## INNOENERGY

InnoEnergy es el mayor acelerador de energía sostenible de Europa y cuenta con un programa dirigido a startups de España y Portugal. De este modo ofrecen apoyo al crecimiento empresa-



rial valorado en hasta 500.000 euros a los emprendedores y pequeñas empresas más innovadores que trabajen para el futuro de la energía sostenible.

La iniciativa está respaldada por el programa InnoEnergy Highway para empresas emergentes con productos en desarrollo listos para comercializar en menos de dos años, y por InnoEnergy Boostway, diseñado para acelerar el crecimiento y potenciar el rendimiento de las empresas del sector de la energía sostenible en su adaptación al crecimiento de ventas, la industrialización y la internacionalización.

### NUCLIO VENTURE BUILDER

Nuclio es un venture builder que construye startups a partir de ideas de negocio validadas en otros mercados. Para conseguirlo, identifican e investigan modelos de éxito de otros mercados, los cuales trasladan a la compañía y desarrollan siguiendo una metodología propia y ágil en base a lean startup. Para captar el talento necesario para llevar a cabo los proyectos, se celebran dos Nuclio Weekends anuales. El perfil ideal de los candidatos son tecnológicos, growth hacker, marketing, diseñadores gráficos, negocios y líderes.

Entre los beneficios de Nuclio se encuentran: condiciones únicas para el emprendedor, ecosistema (acceso a una red de networking), confianza ante agentes del sector, contacto directo con los actores más importantes del ecosistema y servicios centrales

(IT, Software, Comunicación & PR, RRHH, Legal, Finanzas e Inversión). Nuclio ya ha creado 6 proyectos: Scanlotería, Eelp!, Housfy, Brokoli y otros dos que están en desarrollo.

### MOLA.COM

Mola es una incubadora, aceleradora y un holding de inversión en startups de tecnología en fase semilla fundada y dirigida por Paco Gimena. Ha participado en 65 empresas en las que ha invertido un total de 20 millones en colaboración con otras empresas inversoras. Actualmente la cartera contiene unas 40 empresas.

Mola participa activamente en gestiones de proyectos y diseña planes de vigilancia para garantizar su éxito; aparte de buscar sinergias entre los proyectos que portan; que son empresas con alto potencial de crecimiento a las que incuba y acelera para convertirlas en negocios rentables a través de recursos como espacios de trabajo, desarrollo de tecnología, diseño y marketing, recursos humanos, asesoramiento financiero, fiscal y contable, y desarrollo del negocio, aparte de ventas.

### SANTALUCIA IMPULSA

Santalucía IMPULSA es un programa de aceleración de startups promovido por Santalucía Seguros, dirigido por Ángel Uzquiza y Jorge Millán-Astray. El programa ofrece por una parte, un proceso único e individualizado de aceleración y la oportunidad

de buscar proactivamente colaboraciones y sinergias con Santalucía seguros, y por otra, la posibilidad de ganar uno de los tres premios en metálico que ofrece el propio programa sin equity.

Desde Santalucía IMPULSA ayudan a validar la propuesta de valor y capacitan a los equipos promotores para mejorar su competitividad, acelerar el desarrollo de sus proyectos y proporcionar acceso a financiación.

El programa tiene una duración de 4 meses con una formación específica dividida en 6 talleres de 4 horas y sesiones de mentoring cada 15 días.

#### Puntos fuertes

- Poseen un apoyo de mentores específicos para cada proyecto
- Gran capacidad para hacer networking, abren puertas increíbles para las startups
- Exigentes en la metodología de trabajo, el seguimiento, muy profesionales
- Logran dar repercusión mediática a sus startups aceleradas

#### Aspectos a mejorar

- La mentorización es muy puntual, debe ser más continúa
- No cubren los costes de alojamiento de startups de fuera de Madrid en el programa
- Los talleres de formación deberían ser más participativos

## STARTUPBOOTCAMP

Startupbootcamp es una de las aceleradoras líderes a nivel global con programas en funcionamiento en las principales ciudades como Londres, Amsterdam, Berlín, Barcelona, Nueva York, Mumbai, Chengdu, Dubai o Singapur con cada una de ellas especializadas en una industria ó vertical específico (Fintech, Digital Health, IoT & Data, Insurtech, FoodTech, Smart Cities, etc...)

Cada programa selecciona anualmente a nivel mundial las mejores startups para cada uno de los programas. Startupbootcamp Tiene como sponsors a las principales compañías del mundo como Intel, Cisco, Samsung, Amazon, Airbus, Mercedes Benz, Allianz, EY, ING, Phillips, etc.. hasta mas de 30 corporaciones líderes a nivel mundial.

El programa de Barcelona se centra en startups de Internet of Things & Data Tech con especial interés en aquellas con soluciones en Artificial Intelligence, Smart Data, Data Analytics, Deep Learning, Security, etc.. con una duración de tres meses. +30 workshops, acceso a su red de global, local sponsors, mentores y un demo-day final en 4YFN.

#### Puntos fuertes

- Aprendizaje rápido sobre técnicas, actores y trucos en la financiación.
- Buen acceso y visibilidad a una red de inversores potente.
- Buena proyección internacional y gran experiencia del director del programa
- Está muy bien conectado con el MWC donde las startups exponen sus proyectos

#### Aspectos a mejorar

- Las oportunidades de venta a clientes del programa siguen siendo un mito
- Faltan inversores locales especializados en la temática del programa de Barcelona

## BSTARTUP

BStartup es el programa del Banco Sabadell de apoyo a jóvenes compañías innovadoras y tecnológicas, el cual se compone de tres líneas de actuación: Oficinas y productos especializados en startups (las startups tienen modelos de desarrollo y financiación diferentes de las empresas tradicionales. Por eso ofrecen oficinas y gestores especializados, productos específicos y un circuito de riesgos especial para las operaciones de este tipo de empresas); inversión en equity, donde disponen de dos instrumentos de inversión: BStartup 10, donde invierten cada año en 10 empresas en fases iniciales, 100.000 euros por proyecto, a cambio de una participación en capital social y Sabadell Venture, vehículo de inversión dirigido a compañías que buscan potenciar su crecimiento mediante rondas A de inversión. Invierten hasta 500.000€ inicialmente por compañía, pudiendo llegar a inversiones de hasta 1M€ acompañando en nuevas rondas de inversión.

La tercera línea es la Innovación colaborativa, la cual consiste en acelerar el ritmo de innovación digital de Banco Sabadell gracias a la apertura y partnership con los emprendedores, principalmente con los que estén desarrollando soluciones en las áreas que son de interés para el banco.

#### Puntos fuertes

- Aportan una cantidad muy elevada de dinero a cambio de equity
- Gran programa de alto rendimiento dirigido por Inspirit y liderado por Dídac Lee
- Dan mucha libertad a los socios fundadores a la hora de ejecutar el proyecto
- Poseen una red de buenos mentores
- Se comprometen con los proyectos, les apoyan y realizan un buen seguimiento

**Aspectos a mejorar**

- No es un programa de aceleración al uso

**INNSOMNIA**

Innsomnia Accelerator es un hub de innovación especializado en la aceleración e incubación de proyectos de base tecnológica a través del acuerdo con grandes compañías que confían en la entidad para incorporar las últimas innovaciones a su modelo de negocio.

Así, Bankia Fittech by Innsomnia es la primera incubadora y aceleradora fintech de España que, con dos convocatorias ya en marcha -una nacional y otra internacional- trabaja para incorporar nuevos proyectos fintech en el departamento de innovación del banco.

También han desarrollado proyectos específicos con otras entidades, como el reto de digitalización de Feria Valencia. Con el mismo modelo -una aceleración no invasiva en la que no se exige equity a las startups y se les ofrece tutorización, mentoring, ayuda en la búsqueda de financiación pública y toda clase de asesoramiento- ocho empresas trabajan para ofrecer soluciones tecnológicas a la entidad ferial.

**Puntos fuertes**

- Poseen las mejores instalaciones de todo el ecosistema español
- Son muy buenos en formación y mentoring en el área de comunicación
- Montan eventos con mentores y empresas para buscar sinergias y networking
- Conocen los problemas reales del negocio que tiene una gran empresa

**Aspectos a mejorar**

- La colaboración con Bankia se dilata durante meses sin sentido (la gente de Bankia tiene más "voluntad" que tiempo disponible)
- Debería facilitar la realización de las pruebas de concepto en una gran empresa, afinando los tramites burocráticos y legales

**BERRIUP**

Berriup es una aceleradora privada dirigida por Pedro Muñoz Baroja, que busca apoyar a los emprendedores a lanzar sus proyectos al mercado.

Ofrece una inversión de 50.000 euros a cambio del 10% de la startup y un programa de cuatro meses que incluye: mentores, espacio coworking, formación y asesoramiento.

El programa tiene un coste de 12.000 euros por lo que los emprendedores obtienen 38.000 euros netos. Su objetivo es validar el modelo de negocio de la empresa y conseguir los primeros clientes, con un claro enfoque al mercado.

Berriup se compromete a ayudar a los emprendedores a conseguir financiación para desarrollar los proyectos. Se buscan proyectos innovadores con claro potencial de crecimiento y proyección internacional.

**Puntos fuertes**

- Tiene un gran grupo de mentores, que conocen su área y se vuelcan en el proyecto
- Pasan horas contigo y se crea un gran ambiente de trabajo
- Buen ambiente de colaboración entre startups que han pasado por BerriUp

**Aspectos a mejorar**

- Que puedan dar algo más de inversión y que realicen un Investors Day

**PROGRAMA MINERVA**

Minerva es un programa promovido por la Junta de Andalucía y Vodafone, para el impulso de proyectos tecnológicos en la región andaluza. El objetivo es apoyar a startups convirtiendo sus ideas en negocios reales. Se abre convocatoria cada año, donde se ofertan 20 plazas.

Tras evaluar todas las solicitudes presentadas, los participantes seleccionados entran en un programa que dura entre seis y ocho meses. Para los participantes que demuestren implicación y superen las evaluaciones técnicas, se reserva una bolsa de financiación propia de hasta un máximo de 30.000€ en préstamo.

**Puntos fuertes**

- No entran en el capital
- Hacen un seguimiento continuo del proyecto más allá del marco de la convocatoria
- Mantienen la relación con los proyectos acelerados tras concluir el programa
- Posee el apoyo de una de las grandes empresas de telecomunicación: Vodafone
- Acceso real a contactos de alto valor añadido en ámbitos: comercial, jurídico, legal, técnico

**Aspectos a mejorar**

- Que posean más músculo económico para acelerar los proyectos del programa
- Implicados pero limitados en su impulso económico

## THE FOUNDER INSTITUTE

The Founder Institute es una red global de startups y mentores que ayudan a emprendedores a lanzar compañías tecnológicas significativas y perdurables. Su programa formativo de cuatro meses incluye entrenamiento experto, feedback y apoyo de CEOs con experiencia; todo ellos sin que los emprendedores tenga que renunciar a sus puestos de trabajo. En siete años el Founder Institute ha ayudado a lanzar más de 2.000 compañías en más de 110 ciudades y seis continentes.

El Founder Institute en Zaragoza lo lidera Alex Dantart, inversor, fundador o CTO en más de 30 startups y uno de los 75 business angels más influyentes en España, con más de 130M€ en exits o inversiones de empresas participadas. Además tienen iniciativas en Madrid (liderada por José Orallo), en Barcelona (coordinada por Urs Rothmayor) y en Córdoba).

### Links

[seedrocket.com](http://seedrocket.com)  
[openfuture.org](http://openfuture.org)  
[lanzadera.es](http://lanzadera.es)  
[antaivb.com](http://antaivb.com)  
[conector.com](http://conector.com)  
[plugandplaytechcenter.com](http://plugandplaytechcenter.com)  
[demiumstartups.com](http://demiumstartups.com)  
[tetuanvalley.com](http://tetuanvalley.com)  
[impact-accelerator.com](http://impact-accelerator.com)  
[bbooster.org](http://bbooster.org)  
[climatekick-spain.org](http://climatekick-spain.org)  
[sonarventures.com](http://sonarventures.com)  
[ic.edu/entrepreneurship](http://ic.edu/entrepreneurship)  
[www.zfv.es/viagalicia](http://www.zfv.es/viagalicia)  
[innoenergy.com](http://innoenergy.com)  
[nuclio.com](http://nuclio.com)  
[mola.com](http://mola.com)  
[santaluciaimpulsa.es](http://santaluciaimpulsa.es)  
[startupbootcamp.org](http://startupbootcamp.org)  
[bstartup.bancsabadell.com](http://bstartup.bancsabadell.com)  
[innsomnia.es](http://innsomnia.es)  
[berriup.com](http://berriup.com)  
[programaminerva.es](http://programaminerva.es)

## AGRADECIMIENTOS

Este reportaje ha sido realizado gracias a la aportación de las siguientes empresas: Look I Was There, Pro Asistech, Helloumi, FrikiTrip, Triporate, Traventia Microbiotech, Tech4plus, Ciclogreen, Medicsen, Embeblue, Countercraft, Seller & Bloggers, Milingual, Deliberry, Fruitbull, Hatcook, Signaturit, HeyPlease, Mr. Noow, Sharenjoy, Lord Wilmore, Peopleitrust, Murmerapp, Pentagrom, Del Super, Friendkhana, iAhorro, Singularu, Hunterstools, Alcuzapp, EPC Tracker, Neurodigital, Graphext, Runator, Shippeer, Relendo, Waynabox, Comprar al productor, Bynse, Wenzalyze, Socialdiabetes, Foodinthebox, Gremyo, Hutoma, Datumize, Idawen, Cogomelo Games, Prefapp, Converfit, Making Genetics, Simple Agri, Kompyte, Chilikids, Petty Cash, Aplazame, Criptopay, Minderest, Smarch Team, Workmeter, Dog Vivant, White Spell, Shipnet Premium, Cubelizer, Teltoo, Videona, Beroomers, Carnovo, BePretty, CornerJob, Glovo, Gopopup, Meller, Lactapp, Brick Funding, Transfer Zero Inespay, Handbe, Cabeides&Partners, Uptimiza, Stubhub, Lanta Capital, Kibo Ventures, Idealista, Crystal Ventures, Idealista, Stackscale, Cyberclick, Ludei, Jobandtalent, Indexa Capital, Wallapop, Morell Ventures, Startcaps, Kfund, Startupxplore, Aprendemas, Seedrocket, Offerum, Medianet, Buyvip, Evolucionaria, Mercadeuda, Plug & Play, Smartbox, PlanB, Marfeel, Lean Investments, El Tenedor, Seaya Ventures, Carto, Aznar Patrimonio, Cink Emprende, Internet Advantage, The Language Business, DAD, Creaventure, Offerum, Blablacar, Danka Capital, Hello Media,, Adara Ventures, Axon Partners, Bonsai Ventures, Bullnet Capital, Caixa Capital Risc, Civeta, Demeter Partners, Emprendiza, Faraday, Inveready, JME Ventures, Kibo Ventures, Najeti Capital, Nauta Capital, Nero Ventures, Samaipata, Seaya Ventures, Seed & Click, Ship2B, Tamarix Capital SL, Tecnalia Ventures, Sitka Capital, Victoria VC, BlueBull, Onza Capital



**Seguro para Start Up  
desde 199 €**

# La seguridad que necesitas para emprender



**ADOP**

Patrocinador  
del Equipo  
Paralímpico  
Español

**Un seguro para emprendedores  
sin complicaciones.**

**Infórmate en**

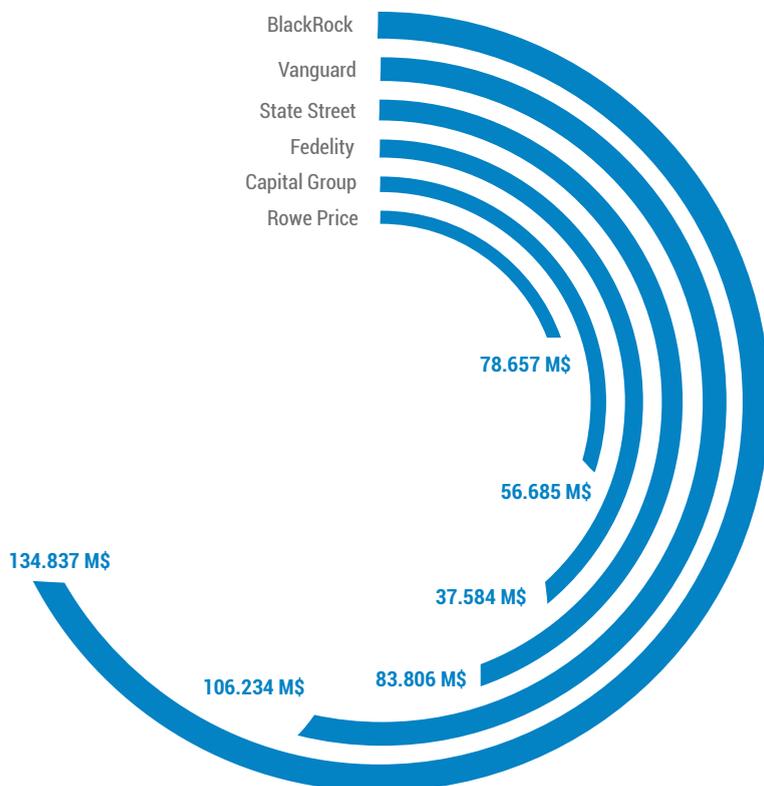
**[www.axa.es/seguros-empresas/start-up](http://www.axa.es/seguros-empresas/start-up)  
o llamando al 902 013 345**



# GIGANTES TECNOLOGICAS

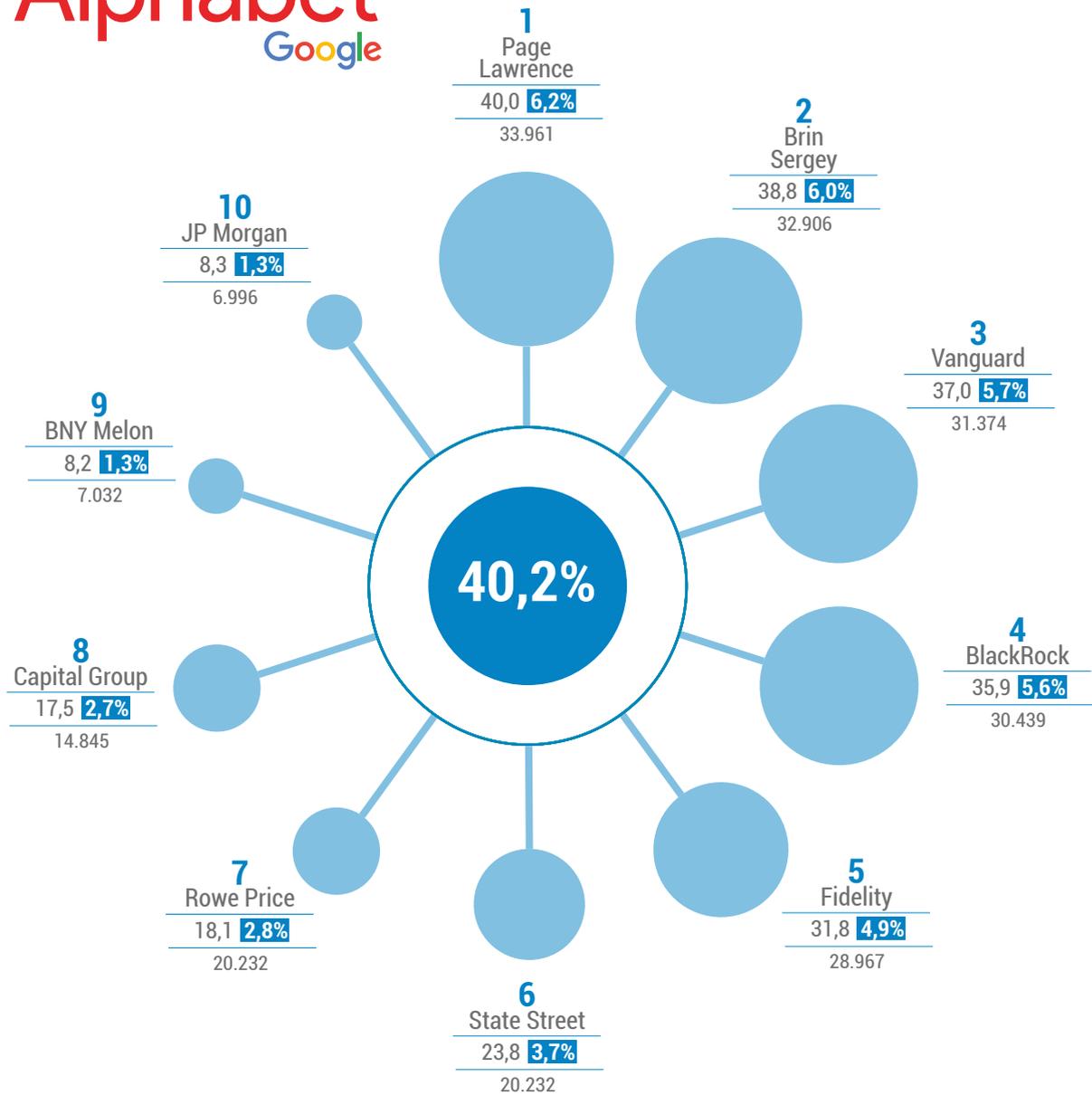
## ¿QUIÉN LAS CONTROLA?

Los seis mayores fondos en millones de dólares:



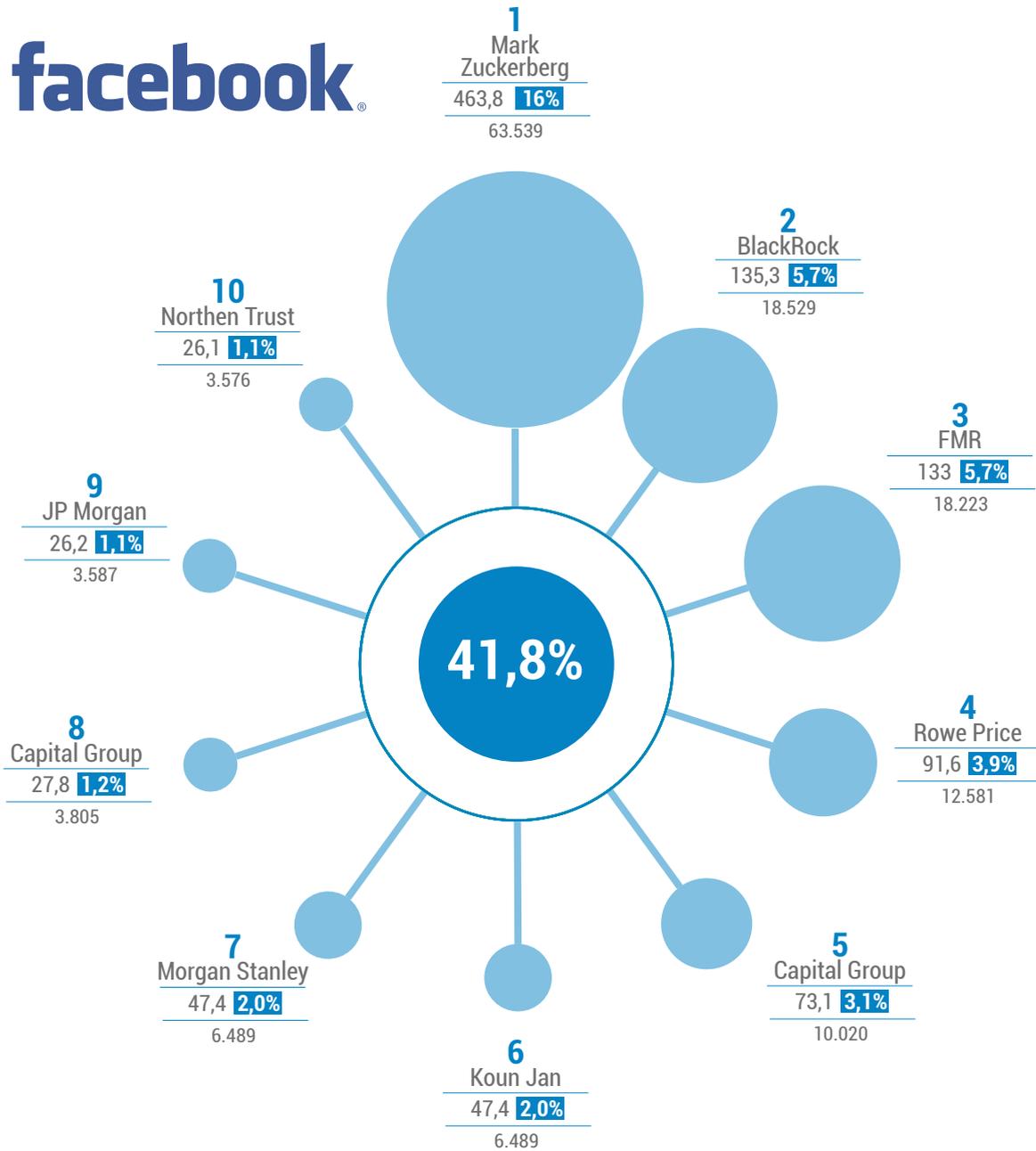
# Alphabet

Google

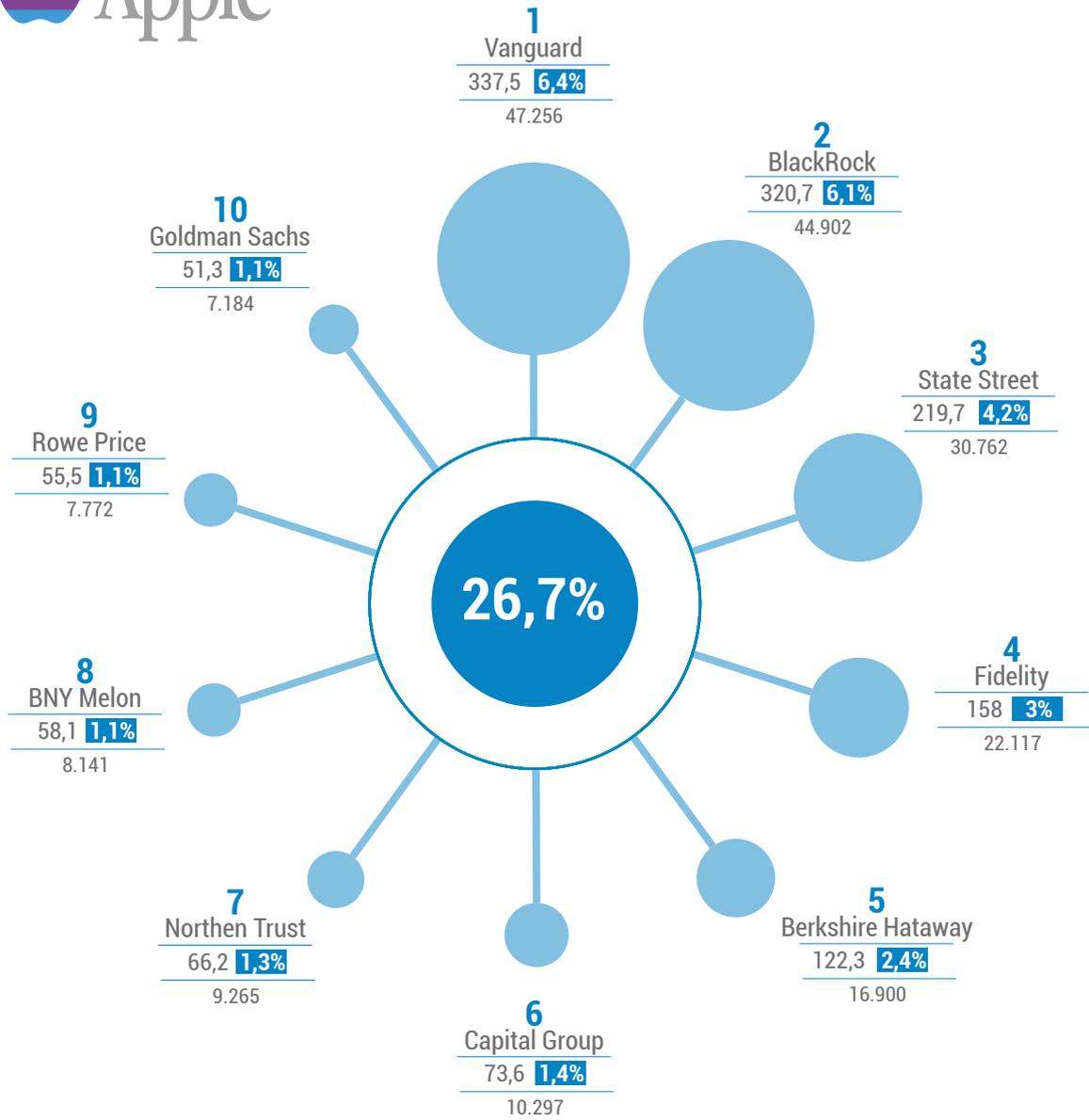


Acciones en millones **% de Participación**  
Millones de dólares

facebook®

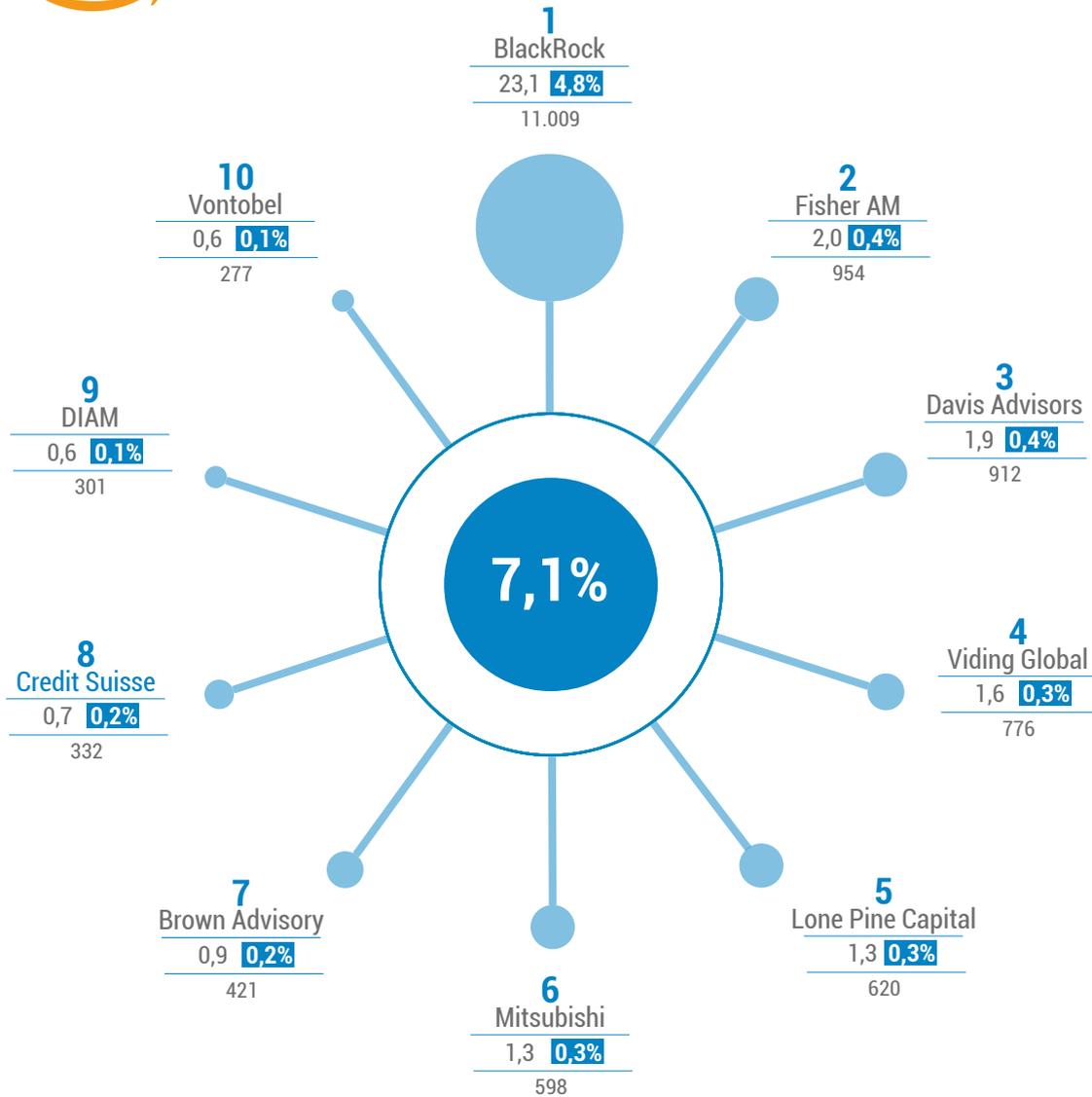


Acciones en millones % de Participación  
Millones de dólares



Acciones en millones **% de Participación**  
Millones de dólares

amazon.com®



Acciones en millones **% de Participación**  
Millones de dólares

# PEUGEOT PARTNER ELECTRIC

LA CARGA SIEMPRE ES POSITIVA



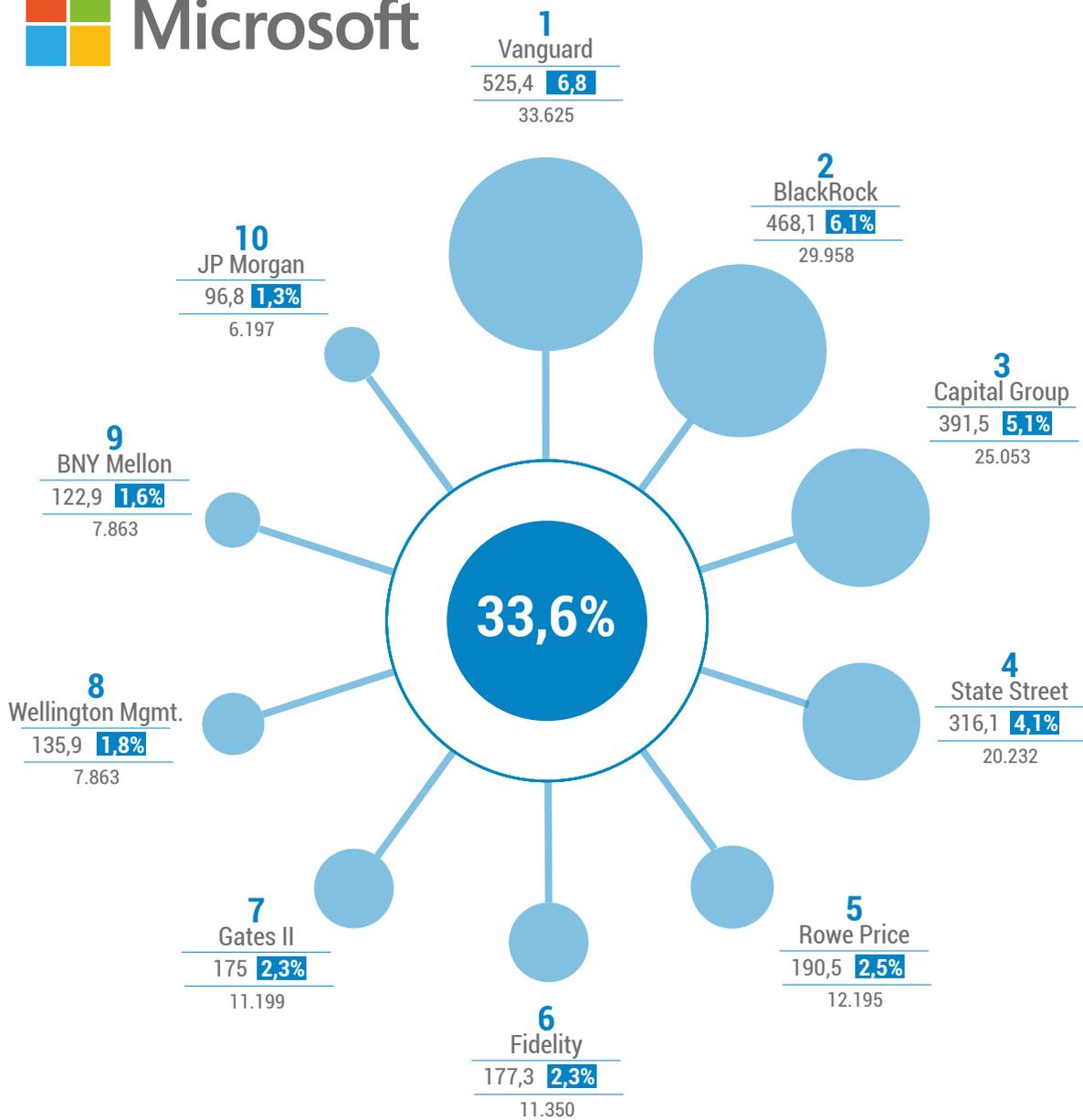
**PEUGEOT**

PEUGEOT RECOMIENDA **TOTAL** **PSA FINANCE** Atención al cliente: 902 366 247 - 91 347 22 41

PARTNER ELECTRIC TIENE TODO LO QUE NECESITAS PARA TU NEGOCIO.

Es 100% eléctrica, con una autonomía de hasta 170 km. Viene equipado con ESP y Hill Assist de serie y una asombrosa capacidad de carga de hasta 695 Kg y un volumen útil de 3,3 hasta 4,1 m<sup>3</sup> que lo hacen ser líder indiscutible en vehículos comerciales eléctricos. Con él puedes acceder a lugares restringidos para otros vehículos debido a que no emite CO<sub>2</sub> y además cuenta con la posibilidad de aparcar de forma gratuita en zonas de pago.

Peugeot Partner Electric: Consumo eléctrico (kWh/100 km): 17,7. Emisiones CO<sub>2</sub> (g/km): 0



Acciones en millones **% de Participación**  
Millones de dólares

# QUEREMOS SER TU IMPRENTA CREATIVA



IDEA



DISEÑA



EXAPRINTEA

LA IMPRENTA 100%  
ONLINE PARA PROFESIONALES



¡REGÍSTRATE  
Y PRUÉBANOS  
GRATIS!



**Calidad o reembolso**  
Nuestro lema: la calidad



**Producción española**  
Offset, Digital y Gran Formato



**Entrega gratuita**  
en España península y Baleares



**Control gratuito**  
de tus archivos



**Comercial dedicado**  
para responder a tus preguntas

Tu 1er pedido  
GRATIS

**15€**





# ¿QUIERES INVERTIR EN UNA STARTUP? SIGUE ESTOS PASOS

Andrés Romero Mateos, CEO de Legaliboo

TODA PRECAUCIÓN ES POCA  
A LA HORA DE INVERTIR EN UNA COMPAÑÍA.  
CUANTO MÁS CLAROS QUEDEN LOS TÉRMINOS  
Y SE PREVEAN LAS EVENTUALES CONTINGENCIAS,  
MEJOR PARA TODAS LAS PARTES IMPLICADAS

A la hora de plantear la adquisición de una empresa, una toma de participación significativa o una inversión (ya sea vía préstamo o como capital), se inicia un proceso que puede llegar a durar meses y que transcurre por diversos escenarios desde su inicio hasta su culminación.

A lo largo de este artículo vamos a describir algunos de los hitos a los que tanto la propia empresa objeto de la inversión, como la parte inversora y los socios actuales de la compañía, se pueden enfrentar.

No obstante, es importante señalar que no existe un proceso estándar, ni mucho menos, legalmente definido. Los siguientes pasos son habituales pero en ningún caso tasados o de cumplimiento obligatorio. Eso sí, al igual que ocurre en otras ocasiones, toda precaución es poca a la hora de invertir en una compañía. Cuanto más claros queden los términos y se prevean las eventuales contingencias, mejor para todas las partes implicadas.

También es importante destacar que tanto el proceso como el “protagonismo” de cada uno de los siguientes hitos difiere en función de la empresa o su tipología. Con esto queremos decir que no es lo mismo plantear una ampliación de capital en una primera ronda para una startup, que la entrada de un fondo de inversión en una toma de participación en una operación de capital riesgo en una empresa consolidada.

Del mismo modo, todo puede depender también de los motivos por los que se pueda plantear la operación de inversión o transmisión. Algunos de esos motivos pueden ser:

- Sucesión empresarial.
- Financiar el crecimiento de una startup.
- Toma de participación de un socio industrial.
- Transmisión en favor de directivos o trabajadores.
- Etc.

En todos los casos anteriores podemos estar hablando tanto de ventas como de ampliaciones de capital, pero los problemas que pueden surgir de cada tipo de operación serán diferentes y las cláusulas a negociar en los documentos también.

## ¿Por qué interesa conocer sobre los aspectos legales de la operación?

Más allá de la jerga legal o de los aspectos técnico-legales de una inversión o de una transmisión de una empresa, es importante para las partes conocer algunas cuestiones legales por diferentes motivos.

Veamos algunas cuestiones legales que deberían interesar a un inversor:

### ¿Asume el inversor o comprador alguna responsabilidad por las contingencias pasadas?

Depende. Partimos de la base de Sociedades de Capital en las que la responsabilidad es limitada. Por tanto, como norma general, no se asumen deudas personales ni avales previos de los socios o emprendedores.

Ahora bien, la sociedad sigue manteniendo intactas sus obligaciones anteriores. Si éstas no se conocen debidamente, y no se ha cerrado el tema correctamente en la negociación y firma, puede dar lugar a desagradables sorpresas que afectarían tanto a la rentabilidad de la operación como a la viabilidad del negocio.

Además, es importante recordar que en caso de que el inversor pase a formar parte en algún momento del órgano de administración de la compañía, en ese momento pasará a asumir las responsabilidades propias de todo administrador.

### ¿Qué estoy comprando/adquiriendo exactamente?

Parece obvio, pero a veces merece la pena detenerse en aclarar cual es el verdadero objeto de una adquisición: ¿se adquieren acciones?, ¿participaciones sociales? ¿un negocio en marcha? ¿una patente?...

### ¿Qué ocurre si hay inexactitudes o falsedades en la información que me ha sido suministrada?

Hay que diferenciar entre ambos supuestos. Una inexactitud puede no ser intencionada y no resultar esencial al objeto de la operación. Por lo tanto, sus consecuencias pueden ser desde ninguna, hasta un ajuste en el precio (valoración) o incluso la resolución de la operación en caso de que se trate de un aspecto esencial.

Una falsedad puede tener idénticas consecuencias aunque, al tratarse de algo intencional, puede conllevar responsabilidades personales de carácter incluso penal.

En todo caso, si esas falsedades o inexactitudes ocasionan daños y perjuicios al inversor (o incluso a la propia empresa), siempre se podrían reclamar judicialmente esos daños y perjuicios en términos generales.

**EN ESTE PROCESO ES ACONSEJABLE (CASI NECESARIA) LA INTERVENCIÓN DE ABOGADOS PARA TRANQUILIDAD DE AMBAS PARTES.**



## Fases de la operación

Partiendo de la base de que las fases que vamos a analizar a continuación se exponen desde un punto de vista general, podemos establecer las siguientes fases en un proceso de inversión o toma de participación en una compañía:

### 1.- Toma de contacto

Puede parecer obvio, pero es el comienzo de todo. Un inversor puede tomar contacto con una empresa potencialmente invertida por diferentes vías. Algunas de las más habituales son los foros de inversión organizados por diferentes entidades (asociaciones de businessangels, escuelas de negocio, etc.); eventos de startups; o bien por contacto directo por parte del equipo emprendedor o remisión de algún contacto compartido.

En esta fase todavía no se suscribe ningún documento, más allá de alguna cláusula de confidencialidad que en ocasiones los inversores pueden suscribir de forma genérica al entrar a formar parte de alguna asociación o colectivo de inversores.

También algunos emprendedores pretenden la firma de un acuerdo de confidencialidad antes de exponer su proyecto, pero esta práctica es cada vez menos habitual dado que normalmente un inversor no va a comprometerse sin saber nada del proyecto.

### 2.- Carta de intenciones

Suponiendo que el inversor o inversores hubiesen mostrado interés por participar en la compañía, llega el momento de avanzar en el proceso. Antes de redactar y suscribir documentos más extensos que dependerán en muchos casos de una negociación previa, puede proponerse la firma de una carta de intenciones en la que se reflejan los aspectos claves de la operación, tales como valoración (puede tratarse de una horquilla); importe a invertir, condiciones clave, plazos y otros cláusulas que puedan considerarse esenciales como la necesidad de obtener todo el importe correspondiente a la ronda –en su caso– o una determinada financiación para la empresa.

Mediante este documento, además, el equipo emprendedor también valora si el inversor va en serio o si se trata de un mero tanteo. Debemos recordar, en cualquier caso, que la firma de una carta de intenciones no garantiza el resultado de la operación, si bien ambas partes ya están adquiriendo algunos compromisos básicos.

### 3.- Acuerdo de inversión y Pacto de Socios

¿A qué se dedica exactamente la empresa? ¿Cómo está compuesto actualmente su capital social? ¿Cuál es el órgano de administración? ¿Cuál es el importe y forma de desembolso de la aportación?

Son numerosas las cuestiones que deberán recogerse en el Acuerdo de Inversión. En este contrato se fijan las obligaciones del inversor respecto del resto de socios y para con la propia empresa y también de aquellos con él.

Así, en estos contratos se estipulan cantidades, porcentajes, plazos de desembolso, etc.; y se articula la operación.

Otra de las grandes cuestiones habitualmente pactadas, cuando se trata de startups son las que hacen referencia a las futuras transmisiones de participaciones, con las conocidas cláusulas de tag-along y drag-along.

Por su parte el Pacto de Socios va a regular las relaciones entre los socios (inversores y equipo promotor) una vez llevada a cabo la inversión.

Normalmente, hay algunas materias que los inversores —que formalmente se encuentran en minoría en la junta de la sociedad— querrán que requieran de quórum reforzados o incluso que sea necesario su voto para que puedan adoptarse.

Se trata de un acuerdo crucial para el devenir de las relaciones entre todos los socios y en ocasiones los propios emprendedores no le prestan la atención que deberían.

### **UNA DE LAS GRANDES CUESTIONES HABITUALMENTE PACTADAS, CUANDO SE TRATA DE STARTUPS SON LAS QUE HACEN REFERENCIA A LAS FUTURAS TRANSMISIONES DE PARTICIPACIONES, CON LAS CONOCIDAS CLÁUSULAS DE TAG-ALONG Y DRAG-ALONG.**

#### **4.- DueDiligence**

La DueDiligence es un proceso de crucial importancia en la toma de participación. Se trata de la auditoría que todo comprador o inversor llevará a cabo como “diligencia debida” para asegurarse de que aquello en lo que está invirtiendo es realmente lo que le dicen ser y que no cuenta con contingencias ocultas.

Dependiendo del estadio de la empresa invertida esta DueDiligence (que abarca tanto aspectos jurídicos como financieros y de negocio), será más o menos exhaustiva. Evidentemente no será igual el proceso de “revisión” de una empresa recién constituida que el de una compañía con varios años en el mercado.

Desde un punto de vista jurídico, en términos generales convendrá en cada caso analizar los siguientes aspectos de la empresa objeto de inversión/transmisión por parte de los inversores:

- Aspectos societarios.
- Aspectos económicos.
- Aspectos administrativos.
- Aspectos fiscales.
- Aspectos laborales.
- Otros aspectos dependiendo de la empresa podrían ser: ambientales, urbanísticos, LOPD, propiedad industrial, propiedad intelectual, etc.

Por supuesto, además de lo anterior, el inversor deberá analizar el proyecto invertido en sí mismo y aspectos clave tan relevantes como el equipo que lo compone, su implicación, métricas de negocio, financiación, momento, etc.

Del resultado de la DueDiligence puede depender la viabilidad de la operación o, incluso, ajustes en la valoración.

#### **5.- Cumplimiento de requisitos formales de la operación**

Las partes están de acuerdo en la operación, se han suscrito los documentos que van a regular tanto la ejecución de la inversión como la relación entre los socios y llega el momento de formalizar la operación.

Recordemos que cualquier ampliación de capital conlleva una serie de requisitos formales que será preciso atender sin que baste, para la formalización de la ampliación, con el mero acuerdo entre las partes.

En particular, hablamos de requisitos societarios tales como acuerdo de junta (previa convocatoria salvo que se trate de una junta general universal), desembolso del importe de la ampliación, otorgamiento de escritura y posterior inscripción en el Registro Mercantil.

Es cierto, evidentemente, que en todo este proceso es aconsejable (casi necesaria) la intervención de abogados para tranquilidad de ambas partes.

En cualquier caso, hay algunos aspectos legales básicos —como los descritos— que es conveniente que cualquiera que pretenda invertir en una compañía, conozca de primera mano para así comprender con más detalle la naturaleza y tiempos de un proceso estándar de inversión en una startup.

trabajo cada día  
para hacer realidad  
tu futuro

Bárbara Martín. 25 años.

DNI 09063546T

consultora Randstad

tu trabajo es el nuestro.  
tus razones también.

[tutrabajoeselnuestro.com](http://tutrabajoeselnuestro.com)

randstad

human forward.





# QUÉ PUEDEN OFRECER LAS GRANDES EMPRESAS A LAS STARTUP

VISA

EL FENÓMENO STARTUP ESTÁ REVOLUCIONANDO EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL. EN OCASIONES SE CREE QUE LAS GRANDES EMPRESAS Y LAS STARTUPS NO PUEDEN ESTABLECER RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO. NO TIENE POR QUÉ SER ASÍ

El fenómeno startup está revolucionando el ecosistema empresarial. En ocasiones se cree que las grandes empresas y las startups no pueden establecer relaciones de beneficio mutuo sin que las primeras terminen por comprar las segundas. Y también que hay startups que no pueden construir una identidad propia sin hacer de la reticencia al mundo corporativo una de sus señas de identidad. No tiene por qué ser así.

La innovación es esencial para el emprendimiento y tiene un papel diferenciador fundamental que, en un mundo tan competitivo, permite a las startups sobrevivir y superarse a sí mismas.

Es necesaria para que creen productos de éxito, marcas reconocidas y bases sólidas de clientes.

**LA INNOVACIÓN ES ESENCIAL PARA EL EMPRENDIMIENTO Y TIENE UN PAPEL DIFERENCIADOR FUNDAMENTAL QUE, EN UN MUNDO TAN COMPETITIVO, PERMITE A LAS STARTUPS SOBREVIVIR Y SUPERARSE A SÍ MISMAS.**

Los consumidores y usuarios, consciente o inconscientemente, no son ajenos a esta dinámica y demandan cada vez más innovación. Buscan lo nuevo, lo mejor; lo más cómodo y lo que está más de moda. Es decir, buscan valor y se cansan de los productos mucho más rápido que antes. Es algo que ocurre en todos los mercados, desde el de la moda hasta el de los medios de pago o el turismo. Y las empresas que no sepan adaptarse a este mercado cambiante se marchitarán superadas por nuevos competidores y, al poco, desaparecerán.

**Las startups pueden verse superadas por la necesidad de innovar de forma continua o una regulación demasiado exigente**

En efecto, la capacidad de adaptación al cambio es una de las principales ventajas de emprendedores y startups. Gracias a ella pueden especializarse en nichos de negocio más especializados, tienen costes humanos y financieros más reducidos, pueden vender en cualquier parte del mundo y, lo más importante, sus fundadores sienten verdadera pasión por lo que están creando.

A pesar de que las características que se acaban de mencionar representan una ventaja indudable, los emprendedores en ocasiones se ven superados por la necesidad de innovar de forma continua, la falta de recursos económicos o una regulación demasiado exigente.

No es suficiente con tener una buena idea. Eso algo relativamente fácil y rápido, y además suele ser bastante barato ya que basta con un lápiz y un papel. Lo difícil es ejecutar, producir y vender esa idea en el momento y forma adecuados. Aquí es donde muchos emprendedores fracasan a menudo, al no tener ni el tiempo, ni el apoyo ni el presupuesto para convertir esa idea esbozada en un cuaderno en una historia de éxito.

**Cómo pueden otros agentes económicos, como las grandes empresas, colaborar con el ecosistema emprendedor**

No existe una única solución óptima, pero lo cierto es que la innovación en startups no siempre implica tener nuevas ideas.

También es escoger un producto que ya existe, mejorarlo o aplicarlo a un nuevo propósito, y hacerlo más atractivo a los clientes. Y en este ámbito las grandes empresas tienen mucho que aportar.

La mayoría de las grandes tecnologías que utilizamos en la actualidad han sido desarrolladas en laboratorios corporativos y, por ejemplo, en la actualidad la mayor parte del índice The 2017 Global Innovation 1000 study de PwC -que evidencia cómo los 1.000 principales inversores mundiales en investigación y desarrollo suman más de 702 billones de dólares- está formado por este tipo de empresas.

En este contexto, las grandes empresas pueden ofrecer a las startups la posibilidad de aprovechar tecnologías ya existentes para que puedan aplicarlas a nuevos modelos de negocio. En determinados ámbitos, como el de las fintech, las startups se tienen que enfrentar a cuantiosos obstáculos, entre ellos la necesidad de realizar elevadas inversiones o la obligación de adaptarse a un sector altamente regulado.

Sería complicado para muchas de este ámbito, por ejemplo, crear desde cero una red de pagos capaz de procesar más de 65.000 transacciones por segundo con un ratio de fiabilidad cercano al 100% y adaptar además todo el sistema a las decenas de regulaciones existentes en el mundo. Sin embargo, sí podrían beneficiarse de dicha red de pagos. Pero este ejemplo, aunque paradigmático, no es el único. También en el ámbito de los pagos, innovaciones más recientes como la tokenización abren múltiples posibilidades de colaboración entre corporaciones y emprendedores en el campo de smartphones, el comercio electrónico o el Internet de las Cosas

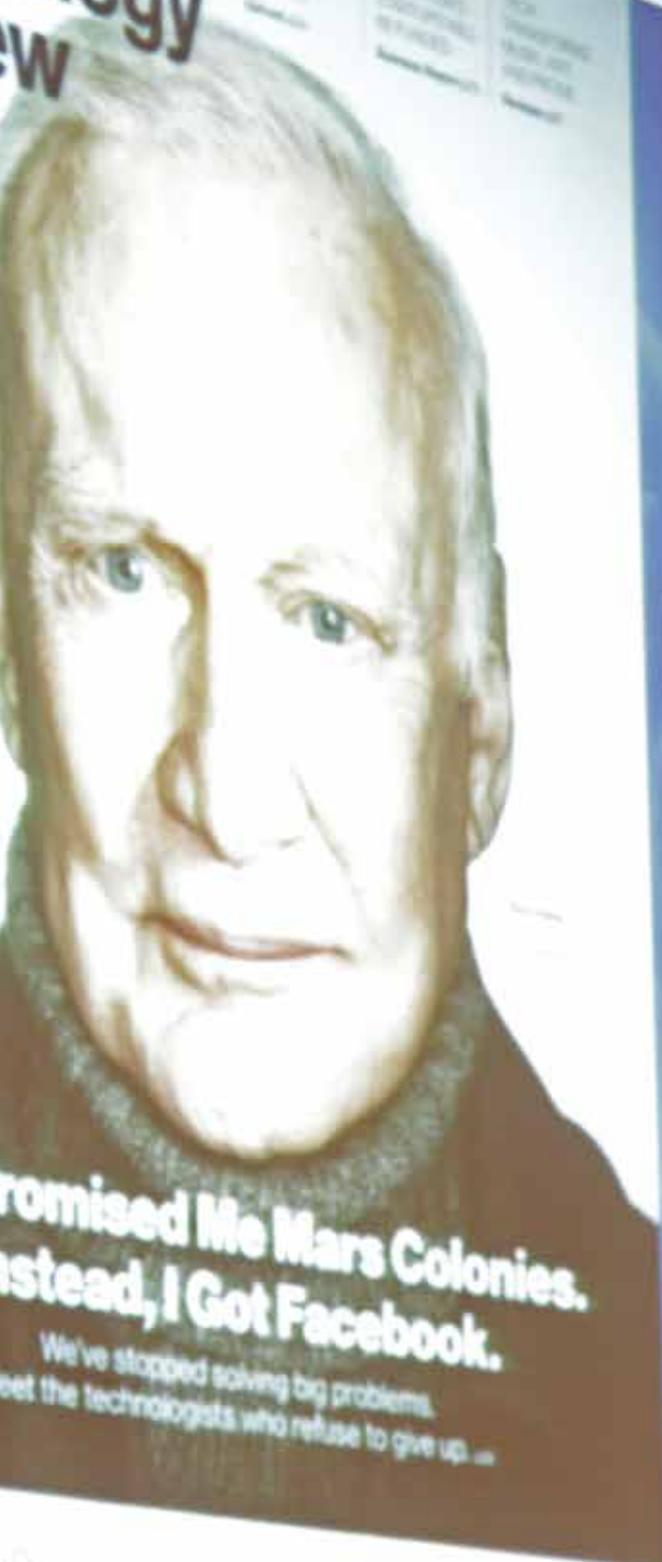
Las grandes empresas deben ser conscientes de esta oportunidad y, en el caso de Visa, una de las últimas iniciativas que se tomaron fue la de permitir a las fintech utilizar nuestra plataforma de desarrolladores para, entre todos, crear formas de pago mejores y más seguras.

Las grandes corporaciones harán bien en aprovechar el potencial disruptor del emprendimiento, y a su vez los emprendedores en apoyarse en las primeras para ofrecer sus servicios, captar clientes u obtener financiación. La colaboración entre grandes empresas y startups abre muchas ventanas de oportunidad en las que ambas partes saldrán ganando en beneficio de los consumidores y de la economía en general.

[visa.europa.eu](http://visa.europa.eu)

...nderes valientes endesa

...ology  
...w



**promised Me Mars Colonies.  
Instead, I Got Facebook.**

We've stopped solving big problems.  
Meet the technologists who refuse to give up...

TIME  
FOR  
BRAVE





# DESTRUIR PARA CONSTRUIR CORPORATE VENTURE UN-BUILDING

Tommaso Canonici | Director General Opinno Europa

¿Y SI PENSAMOS COMO DESTRUIR NUESTRO NEGOCIO?

Todas las empresas estamos dedicando muchos esfuerzos para identificar nuevos productos, nuevos mercados, o startups que puedan solucionar nuestros desafíos. La innovación abierta y el “Corporate Venturing” está al orden del día en cualquier estrategia empresarial y ya es tema de discusión en cualquier comité de dirección. Al mismo tiempo, las grandes corporaciones, siguen con mucho miedo las innovaciones que ponen en riesgo su negocio principal y que pueden hacerles perder su posición de liderazgo o incluso destruirlas.

**LA INNOVACIÓN ABIERTA Y EL “CORPORATE VENTURING” ESTÁ AL ORDEN DEL DÍA EN CUALQUIER ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y YA ES TEMA DE DISCUSIÓN EN CUALQUIER COMITÉ DE DIRECCIÓN.**

Clayton Christensen (HBS Professor & Disruptive Innovation Expert), uno de los pensadores más influyentes de nuestros tiempos a nivel de estrategia e innovación, nos explica lo que es la innovación disruptiva y como grandes corporaciones han sido desplazadas de su posición dominante por empresas que han comenzado atacando justo los segmentos de mercado que ellas han dejado de satisfacer.

Para conocer más detalles sobre el concepto de innovación disruptiva, les invito a leer el artículo que hemos publicado en [www.hbr.es](http://www.hbr.es): “¿Qué es la innovación disruptiva?” por Rory McDonald, Michael E. Raynor, Clayton M. Christensen.

Mientras el incumbente trabaja en innovación sostenida, intentando mejorar sus productos para ofrecer servicios más avanzados y que dejen mayores márgenes para los clientes más exigentes, dejan un vacío en la base de la pirámide de consumo. En este entorno, los usuarios piden productos con menos cualidades y de menor precio y que por tanto, dejan un menor margen para las empresas. Estos usuarios son una base de clientes muy insatisfechos que, obligados por el incumbente, consumen un servicio que no se adapta a sus necesidades y a un precio más alto de lo que están dispuestos en pagar: el caldo de cultivo ideal para los emprendedores y la innovación disruptiva.

No os habéis hecho nunca la pregunta ¿Porque me obligan en tener este servicio que nunca uso? ¿Porque tengo una tarifa plana, si al final lo único que quiero es un servicio mínimo?

Justamente estos clientes son el punto de partida para las grandes disrupciones que hemos visto en el mercado, a lo que en términos técnicos llamamos: “low-end disruption”.

**LA CULTURA Y LOS “ANTICUERPOS” EMPRESARIALES HACEN QUE CUALQUIER IDEA QUE PONGA EN RIESGO NUESTRO CORE-BUSINESS SEA RECHAZADA POR LA PROPIA EMPRESA.**

Las startups atacan los clientes menos interesantes para los incumbentes, que son los que piden un producto menos complejo y de menor coste. Por lo tanto, ofreciendo un servicio de baja calidad es posible satisfacer las necesidades de este nicho de mercado. En la mayoría de los casos, actúan con total impunidad por parte del incumbente del sector; ya que son segmentos de mercado que no interesan al propio líder. De todos modos, en muchos casos, esta base de mercado se transforma en el standard y el incumbente es desplazado de su posición dominante cuando ya no tiene nada que hacer.

Esto pasa habitualmente en muchos sectores, para visualizarlo es suficiente pensar en Skype y una empresa de telefonía tradicional. Al principio Skype ofrecía un servicio de baja calidad respecto a cualquier llamada internacional o de video presencia profesional, pero era más que suficiente para aquellas personas que no tenían un nivel de exigencia alto. Poco a poco, fue mejorando su servicio y al final desplazó el incumbente del mercado transformándose en un nuevo standard.

¿Quién de vosotros ahora llama al extranjero a través de la línea de teléfono tradicional? ¿Habéis contratado un servicio de telepresencia en los últimos 2 años en vuestra PYME?

Es importante notar que en el 99% de los casos, estas disrupciones son generadas por empresas externas al líder del sector. ¿Porqué?

Explorando mucha literatura encontramos un patrón común: es imposible “disrumpir-se” a sí mismo. La cultura y los “anticuerpos” empresariales hacen que cualquier idea que ponga en riesgo nuestro core-business sea rechazada por la propia empresa.

Siempre se prefiere tener una política prudente frente a la agresividad: mejor defender lo que nos da de comer hoy que poner en riesgo nuestro mercado.

¿Porque Kodak, que inventó la cámara digital en 1975 no impulsó esta innovación disruptiva? Claramente, la alta dirección de Kodak no podía poner en riesgo el gran negocio que le suponía la venta de carretes.



Esta es la realidad, muy pocas empresas han podido ser las que han sido “disruptoras” de su propio negocio y en muchos de los casos, cuando la disrupción llegó por parte de nuevos players, ya era muy tarde para actuar. La disrupción llega por el espejo retrovisor.

El incumbente es como un camión, el líder de la carretera, fuerte, pesado, poco ágil, pero muy seguro y estable. El nuevo player es como un utilitario, rápido, ágil y sin nada que perder. Cuando estamos en carreteras angostas y tortuosas, es muy difícil superar el camión, pero en un autopista de 4 carriles, con muchos clientes que buscan una alternativa, los utilitarios ofrecen mejores prestaciones. ¿Quién ganará la carrera?

**ES FUNDAMENTAL PARA UNA EMPRESA  
ADELANTARSE A LA DISRUPCIÓN Y SER PARTE  
DE ELLA.**

Es fundamental para una empresa adelantarse a la disrupción y ser parte de ella. La estructura tradicional de la empresa no puede destruirse a sí mismo, necesitamos recrear estructuras paralelas, donde poder hacer experimentos arriesgados, jugar con fuego. La bi-modalidad.

Muchas empresas están trabajando en este sentido, lanzando sus programas de innovación abierta o sus programas de intra-emprendimiento, pero estamos lejos de la “disrupción corporativa”.

Por otro lado tenemos empresas como Amazon, Facebook y Google, que siguen pensando y actuando como start ups. Otras como Tesla, han empezado por el final. Al no tener nada que defender ningún legacy, cuota de mercado o statu-quo, TESLA ha decidido apostar por fabricar el coche del futuro: conectado, eléctrico, compartido y autónomo. Nada de lo que Ford ha creado en más de 100 años, su modelo de negocio, cadena de valor, fábricas, motores de combustión fósil, red de distribuidores, etc. le va a servir para competir en el futuro próximo, sino más bien va a ser un lastre.

**¿Porque no ponemos nuestros mejores talentos en pensar como destruirnos?**

Desde hace unos años en Opinno estamos trabajando el concepto de “Venture Un-building”. Se trata de crear espacios para la innovación, directamente diseñados para destruir el actual negocio de la empresa y generar así nuevos modelos potencialmente disruptivos para su core-business.

Para este tipo de iniciativas utilizamos las metodologías propias de un “Venture builder” y el concepto de “innovación inversa”.

El “Venture Builder” es un ecosistema, en muchos casos externo a la estructura empresarial, que trata de lanzar innovaciones en el mercado siguiendo las metodologías de las “start-ups”. En gran medida, los Venture Builders Corporativos colaboran con el ecosistema emprendedor y se constituyen como equipos mixtos de la corporación con agentes externos del mundo emprendedor.

Un equipo S.W.A.T. de alto rendimiento que trabaja para lanzar compañías en el mercado, sin el legacy de la estructura empresarial tradicional, con mentalidad emprendedora y con aversión al riesgo.

**EL "VENTURE BUILDER" ES UN ECOSISTEMA, EN MUCHOS CASOS EXTERNO A LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL, QUE TRATA DE LANZAR INNOVACIONES EN EL MERCADO SIGUIENDO LAS METODOLOGÍAS DE LAS "START-UPS".**

Son estructuras que tienen su presupuesto propio y donde no se pide un retorno a corto plazo, sino crear una lanzadera de innovación radical en el sector.

La "innovación inversa" es aquel proceso que trata de crear innovaciones en mercados emergentes, con más barreras (menor poder adquisitivo de los clientes potenciales, dificultades que obligan a tener prestaciones complejas, etc.) o una regulación más blanda o diferente.

¿Porque en vez de ir a innovar a Silicon Valley no nos vamos a una aldea africana donde realmente la falta de recursos nos obliga a pensar de forma disruptiva?

Por ejemplo, GE diseñó un electrocardiógrafo portátil para los mercados de la China y la India con muchas menos prestaciones que su producto standard, pero a un 80% del precio. Aparte de reportar grandes beneficios para estos mercados, el producto se vendió también en mercados occidentales pero para otras aplicaciones. Por ejemplo, en situaciones de emergencia que requieren aparatos portables, como en accidentes de tráfico.

Para conocer más sobre este concepto les invito a leer el artículo que hemos publicado en Harvard Business Review en español ([www.hbr.es](http://www.hbr.es)): "En busca de la innovación inversa" por Amos Winter, Vijay Govindarajan, donde se explica el caso de la silla de ruedas desarrollada por MIT en Africa.

Si somos una gran corporación o una empresa establecida en el mercado, es muy probable que no podamos poner en peligro nuestro negocio en países donde somos el incumbente. Pero por otro lado, sí podemos trabajar en países donde no estamos presentes con el objetivo de aprender y experimentar realmente las ideas más "disruptivas" que ponen en riesgo nuestro negocio: **este es el concepto de Venture Un-building que hemos creado en Opinno.**

Para montar un Corporate Venture Un-building es necesario:

- 1.- Atreverte a cuestionar tu modelo de negocio: el éxito de hoy, no va a ser el modelo que funcionará mañana
- 2.- Elegir tus mejores talentos y un equipo técnico de alto rendimiento para involucrarlo en esta nueva estructura sin legacy ni protocolos
- 3.- Seleccionar un país donde no eres incumbente y donde puedes permitirte el lujo de equivocarte muchas veces en la sombra
- 4.- Decidir cuanto dinero estas dispuesto en invertir para crear el futuro de tu organización
- 5.- Tener un partner que te acompañe a nivel metodológico y en la preparación de tu equipo y que esté dispuesto a arriesgar contigo

El mercado actual nos obliga a ser agresivos, los que realmente sobrevivirán serán los que asuman más riesgos y que pongan en constante discusión su modelo de negocio actual.

**EL MERCADO ACTUAL NOS OBLIGA A SER AGRESIVOS, LOS QUE REALMENTE SOBREVIVIRÁN SERÁN LOS QUE ASUMAN MÁS RIESGOS Y QUE PONGAN EN CONSTANTE DISCUSIÓN SU MODELO DE NEGOCIO ACTUAL.**

¿Porque en vez de pensar en cómo mejorar nuestro negocio, no empezamos a pensar en cómo destruirlo y volver a crearlo?

Como nos explicaba Sun Tzu, en el "Arte de la guerra", no hay mejor forma para batir a tu enemigo que conocerle por dentro.

¡Atreverte en hacerte la pregunta más incómoda!

**Tommaso Canonici**  
 Director General Opinno Europa  
 @tcanonici  
 Tommaso.canonici@opinno.com  
 opinno.com

**SEGURO MULTIRRIESGO AUTOEMPRENDEDOR**

# AHORA EMPRENDER Y ESTAR TRANQUILO ES MUCHO MÁS FÁCIL

Con el **Seguro Multirriesgo Autoempendedor** de MAPFRE, conseguirás toda la protección que necesitas para ti y tu negocio:

- \_ Daños al patrimonio (muebles, inmuebles, maquinaria, etc.)
- \_ Daños y accidentes personales.
- \_ Responsabilidad civil.
- \_ Sustitución de maquinaria.
- \_ Defensa jurídica.
- \_ Servicios: Asistencia informática, protección digital, reformas, reparaciones, urgencias...

Infórmate en el **902 1 365 24** o en cualquiera de nuestras oficinas.

  
800 AÑOS  
UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
1218 - 2018

[mapfre.es](http://mapfre.es)



**MAPFRE**

Tu aseguradora de confianza





# PROGRAMA AGENTE PROFESIONAL MAPFRE: UN CASO DE ÉXITO PARA FOMENTAR EL AUTO-EMPLEO

Área de Captación de Red Agencial. MAPFRE ESPAÑA

LOS AUTÓNOMOS Y EMPRENDEDORES FUERON  
LOS PRIMEROS EN COMENZAR A RECUPERAR EMPLEO,  
ENCADENANDO DESDE OCTUBRE DE 2013, 44 MESES  
CONSECUTIVOS DE INCREMENTO EN LA AFILIACIÓN

Venimos de épocas en que el emprendimiento era el último recurso para el acceso al mundo laboral. Épocas en las que la inseguridad, un entorno y una legislación nada favorables, determinaban que la necesidad fuera la principal motivación del emprendedor.

Entre 2008 y 2012 se destruyeron más de 600.000 empleos de trabajadores autónomos y 220.000 empresas tuvieron que cerrar, siendo la morosidad de las Administraciones Públicas una de las primeras causas de destrucción de empleo autónomo, como se reconoce en el “Informe sobre Emprendedores y Autónomos” del Ministerio de Empleo y Seguridad Social de junio de 2017. La situación actualmente, sin embargo, está cambiando.

Se han puesto en marcha toda una serie de **medidas legislativas** para el fomento del emprendimiento, hay un fuerte **apoyo empresarial** organizado para impulsar proyectos viables de autoempleo y se promueven pluralidad de **fórmulas para apoyar las ideas de negocio** (crowdfunding, equity crowdfunding, mentoring, cloud incubator, business angel...)

Todo esto, junto a un progresivo cambio de mentalidad, ha provocado que **los autónomos y emprendedores fueran los primeros en comenzar a recuperar empleo**, encadenando desde octubre de 2013, 44 meses consecutivos de incremento en la afiliación, recuperando ya 312.000 empleos autónomos des-

truidos por la crisis (430.000 jóvenes comenzaron un proyecto por cuenta propia desde 2013), a los que hay que sumar más de 1.040.000 asalariados contratados por un autónomo, **contratación que crece a un ritmo del 5%**.

### EL EMPRENDIMIENTO ES CADA VEZ MÁS UNA OPCIÓN LABORAL MEDITADA Y CADA VEZ MENOS UN MECANISMO DE INSERCIÓN LABORAL.

A pesar de que el espíritu emprendedor en España no alcanza los niveles de otros países europeos de nuestro entorno, como pone de relieve el “Estudio Hiscox ADN del Emprendedor 2017”, es evidente que **el perfil del emprendedor está cambiando en nuestro país**.

De hecho, el informe sobre “**Mapa del Emprendimiento 2017**” presentado por el **Spain Startup-South Summit**, indica que el emprendimiento es cada vez más una opción laboral meditada y cada vez menos un mecanismo de inserción laboral.

**El emprendedor lo es cada vez más por vocación y decisión, y no por necesidad**, como lo demuestra el que, en el informe mencionado basado en una muestra de 1.585 startups, el 61% declararon que siempre habían querido emprender; un 20% se unieron a un proyecto que les convencía, un 18% quisieron cambiar su vida profesional y solo un 1,5% estaba desempleado anteriormente.

A pesar de todo, siguen siendo múltiples las dificultades a las que se enfrenta el emprendedor a la hora de poner en marcha y desarrollar un proyecto: diseño de un plan de negocio, financiación, asesoramiento legal, conocimiento del mercado, logística y distribución, marketing, formación... Por eso, sigue siendo imprescindible desarrollar fórmulas de apoyo y tutela de los proyectos de emprendimiento, sobre todo en los primeros años de mayor dificultad y consolidación.

En este sentido, MAPFRE puso en marcha ya hace 9 años el “**Programa APM (Agentes Profesionales MAPFRE)**”, con la intención de incorporar a la compañía profesionales con alta cualificación que puedan desarrollar una carrera comercial, llegando a asumir, de manera autónoma pero tutelada, la dirección de una oficina como si fuera su propia empresa, encargándose de atender las necesidades aseguradoras, financieras y de servicio, de los clientes particulares, empresas, profesionales y autónomos, ubicados en su zona de influencia.

**Este programa está implantado en todas las provincias de España**, desarrollado con el soporte de las Oficinas Directas de MAPFRE y apoyado en una completa formación continua

on-line, proporcionando además a los participantes seleccionados, prácticas tuteladas, cursos presenciales y seminarios complementarios, para una adecuada profesionalización y especialización.

**Nuestro objetivo es captar e incorporar mediadores a nuestra estructura comercial** dándoles la oportunidad de desarrollar una carrera profesional dentro del sector asegurador y financiero, para garantizar una correcta política comercial y de servicio adecuada a los estándares de calidad de MAPFRE.

Durante el tiempo que este programa lleva funcionando se ha conseguido la **creación de más de 4.000 autoempleos**, de los cuales 700 se han incorporado en el último ejercicio 2016.

Los mediadores que se incorporan al programa disponen de un **plan de carrera** que incluye un programa de formación inicial y continua desde el primer día, con una duración máxima de 8 años bajo la modalidad de contrato mercantil, para trabajar como agentes exclusivos de la compañía en su ámbito de actuación.

El desarrollo de **cada carrera profesional está tutelada por especialistas** para que en este periodo inicial el Agente asuma los conocimientos de negocio necesarios y potencie sus habilidades comerciales, adquiriendo desde el primer momento, un grado de profesionalización que les permita alcanzar la madurez económica necesaria para desarrollar su carrera con garantía de continuidad y sostenibilidad.

### SON MÚLTIPLES LAS DIFICULTADES A LAS QUE SE ENFRENTA EL EMPRENDEDOR A LA HORA DE PONER EN MARCHA Y DESARROLLAR UN PROYECTO: DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO, FINANCIACIÓN, ASESORAMIENTO LEGAL, CONOCIMIENTO DEL MERCADO, LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN, MARKETING, FORMACIÓN...

El siguiente escalón en la evolución profesional de estos Agentes es **convertirse en los futuros Delegados de MAPFRE**, pasando a dirigir una oficina, encargándose de manera autónoma de todos aquellos aspectos que le son propios: desde la gestión comercial y administrativa y el control de gastos de estructura, hasta la contratación de personal si fuera conveniente.

La relación con nuestros Agentes Profesionales MAPFRE se formaliza mediante **contrato mercantil** y tiene carácter patrimonial, lo cual **permite la transferencia de los derechos económicos generados** en su vida profesional, a sus herederos o a la propia compañía.

Con este proyecto MAPFRE consigue garantizar para su fuerza de ventas, un relevo generacional de calidad, que le permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la modernización de nuestras oficinas delegadas, con la capacidad necesaria para asumir los retos de la transformación tecnológica.

Un aspecto importante del Programa APM es que **se buscan diferentes perfiles comerciales** en función del ámbito profesional en el que desarrollarán su actividad: **Urbano, Financiero y por supuesto Rural.**

**La especialización es importante en nuestro sector**, al igual que en otros muchos, ya que las necesidades de protección son muy diferentes según el ámbito en que se desarrollen, como también lo son los conocimientos y habilidades que se necesitan para abordarlos con garantía.

En este sentido, contar con profesionales en zonas como las rurales donde el emprendimiento es una opción de empleo natural, es importante para poder garantizar a nuestros clientes del sector agropecuario y afines, una mejor protección adaptada a sus necesidades en todos los ámbitos de riesgo que les afectan (personal, familiar, patrimonio, responsabilidad frente a terceros y cuenta de resultados), en un sector donde tradicionalmente el grado de protección es inferior a la media de otras actividades empresariales.

En conclusión, con el Programa APM MAPFRE proporciona a muchos jóvenes con ganas de emprender, la **oportunidad de consolidar su futuro dotándoles de los recursos necesarios y un plan de carrera totalmente financiado**, desarrollando un plan de negocio de la mano de una empresa que es referencia en el sector asegurador y financiero de nuestro país, ofreciéndoles un presente estable y un futuro prometedor, convirtiéndoles en embajadores de nuestra marca.

**OFRECEMOS TODO NUESTRO RESPALDO Y EXPERIENCIA A CIENTOS DE JÓVENES, AYUDÁNDOLES A EMPRENDER DE MANERA ESTABLE Y RENTABLE.**

Ofrecemos todo nuestro respaldo y experiencia a cientos de jóvenes, ayudándoles a emprender de manera estable y rentable, mediante una relación a largo plazo que les proporcione los conocimientos y experiencia necesarios para convertirse en auténticos empresarios, asesorando a clientes particulares, empresas y por supuesto, a otros emprendedores, acerca del modo más adecuado para conseguir la protección que necesitan, poniendo de relieve las carencias de protección que pueden poner en peligro la continuidad de sus negocios y actividades.

**En MAPFRE creemos y confiamos en el desarrollo y talento de las personas y estamos convencidos de que es imprescindible impulsar su capacidad emprendedora.** Este ha sido uno de los pilares básicos para conseguir que en los últimos 10 años hayamos más que duplicado nuestros ingresos.

Gracias a la profesionalidad de los más de 37.000 empleados y la fortaleza emprendedora de 44.000 mediadores que tenemos actualmente en todo el mundo, somos capaces de atender a nuestros más de 37 millones de clientes.

En concreto, en España, contamos con más de 9.000 empleados y 3.000 oficinas abiertas al público, y casi 13.000 Agentes y Delegados, que constituyen **la mayor red comercial propia del sector asegurador español**, con la que contribuimos permanentemente al desarrollo, protección y seguridad de las personas, familias y empresas, y con proyectos como el Programa APM, al fomento del emprendimiento.

## DESARROLLA TU TRAYECTORIA PROFESIONAL EN MAPFRE

Consúltanos en  
[agenteprofesional@mapfre.com](mailto:agenteprofesional@mapfre.com)



**MAPFRE**

Tu aseguradora de confianza





# DIEGO DÍAZ PILAS

Responsable de Perseo, programa de StartUps de Iberdrola

PERSEO ES EL PROGRAMA DE STARTUPS  
DE IBERDROLA DOTADO DE 70 M€  
Y DEDICADO A LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍAS  
Y NEGOCIOS DISRUPTIVOS QUE ASEGUREN  
LA SOSTENIBILIDAD DEL MODELO ENERGÉTICO

### ¿Cómo definirías Perseo? ¿Cuál es el objetivo de este programa de startups?

El programa de Iberdrola Perseo es el programa desde el que Iberdrola promueve y facilita el desarrollo de las startups y PYMES tecnológicas con alto potencial de crecimiento. Está dotado con 70 millones de euros y está destinado a la inversión en tecnologías y nuevos negocios que aseguren la sostenibilidad del modelo energético. Por tanto, el objetivo de Perseo el doble, por un lado, se trata de colaborar con empresas pequeñas y con el emprendimiento y, por otro, se asegura el acceso de Iberdrola a estas tecnologías y negocios que nos permiten continuar en la vanguardia del sector. En Iberdrola tenemos muy claro que no puede haber grandes compañías si en su entorno no hay un tejido empresarial dinámico con emprendedores capaces de ofrecer productos y servicios innovadores. A través de Perseo queremos contribuir al desarrollo y consolidación de este ecosistema emprendedor.

**EN IBERDROLA TENEMOS MUY CLARO QUE NO PUEDE HABER GRANDES COMPAÑÍAS SI EN SU ENTORNO NO HAY UN TEJIDO EMPRESARIAL DINÁMICO CON EMPRENDEDORES CAPACES DE OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES.**

### ¿Cuánto dinero se ha invertido en startups desde la creación de Perseo?

Desde su creación en el año 2008, se han invertido a través del programa más de 50 millones de euros en empresas que desarrollan tecnologías y nuevos negocios en el sector energético a nivel mundial.

### Está a punto de cumplir 10 años, entonces

Si, en 2018 cumplirá su primera década en funcionamiento. Esto demuestra que para Iberdrola la inversión en innovación y el apoyo al emprendimiento son cuestiones prioritarias desde hace tiempo. Iberdrola ofrece a emprendedores, principalmente en Reino Unido, Estados Unidos y España, su apoyo inversor, su expertise, su base de 32 millones de clientes y más de 45GW de capacidad. De esta manera, contribuye a desarrollar y dinamizar un tejido empresarial innovador en el sector energético.

### ¿Cómo surgió la idea/necesidad de crear este programa? ¿Qué ventajas encontrasteis en apostar por este modelo de innovación?

En Iberdrola estamos convencidos de que una única compañía, por muy bien que haga las cosas, no puede tener respuesta a todos los retos del mundo actual: para ser competitivos es necesario

rodearse de los mejores compañeros de viaje. Por ello nuestro modelo de innovación es abierto, porque captamos las ideas vengán de donde vengán: proveedores, universidades, centros tecnológicos, startups... En el caso de las startups, hemos estado en contacto con más de 2.000 en estos años. El conocimiento generado en la relación con esas compañías sirve a Iberdrola como antena tecnológica y nos da claves muy importantes sobre hacia dónde se dirige nuestro sector.

### ¿Cómo ha evolucionado Perseo en estos diez años de vida?

En este tiempo hemos aprendido que las startups no buscan sólo financiación. No se trata únicamente de participar como accionistas aportando fondos, sino de ayudar a la organización en la definición de su producto y de su negocio. Nuestro papel es servir de nexo de unión entre la empresa y el negocio de Iberdrola. Hemos entendido que es tan importante aportar financiación como conocimiento y acceso al mercado.

### La sostenibilidad del modelo energético es el principal reto de Perseo. ¿Por qué es una prioridad para Iberdrola?

En Iberdrola tenemos la sostenibilidad en nuestro ADN y desde siempre hemos apostado por negocios que suponen no sólo una rentabilidad financiera para nuestros accionistas, sino que también aseguran un modelo energético sostenible para toda la sociedad. En este sentido, hemos anunciado recientemente nuestro compromiso de reducir nuestra intensidad de emisiones de CO2 por debajo de los 150 gramos por kWh en 2030, cifra que sería un 50% inferior a las emisiones específicas de la compañía en 2007, y ser neutros en carbono en 2050. Las inversiones de Perseo van precisamente encaminadas al desarrollo de tecnologías y negocios que nos permitan alcanzar estos objetivos tan ambiciosos.

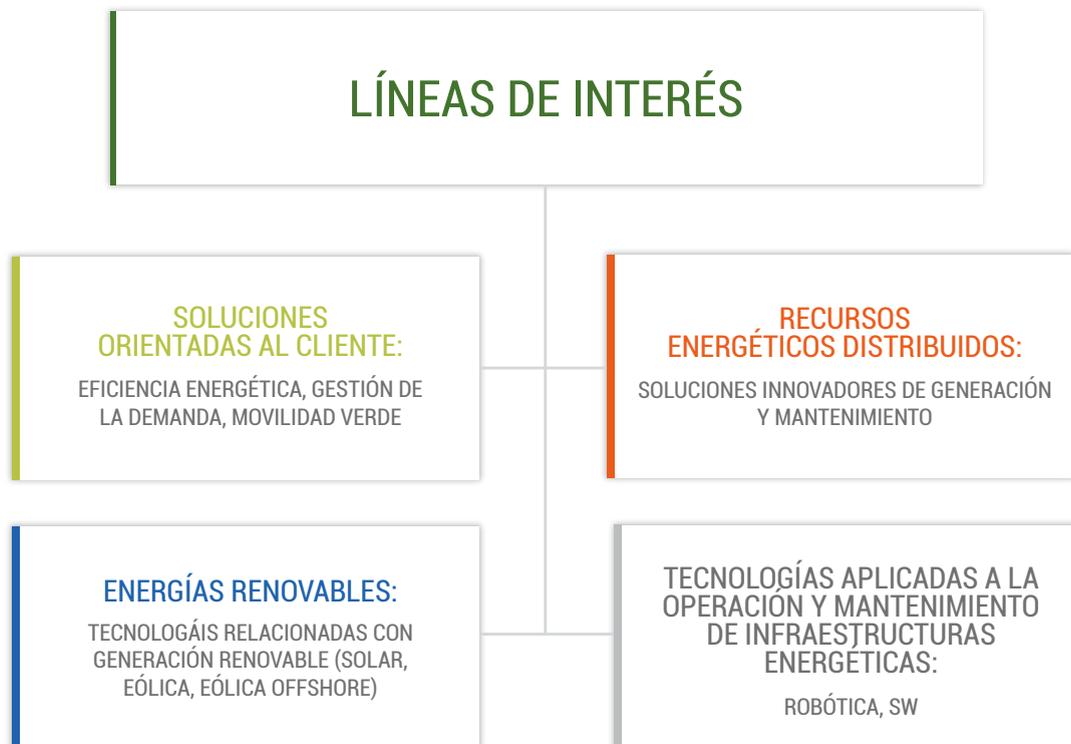
**NUESTRO PAPEL ES SERVIR DE NEXO DE UNIÓN ENTRE LA EMPRESA Y EL NEGOCIO DE IBERDROLA. HEMOS ENTENDIDO QUE ES TAN IMPORTANTE APORTAR FINANCIACIÓN COMO CONOCIMIENTO Y ACCESO AL MERCADO.**

### ¿En qué empresas invertís? ¿De qué ámbito de actividad o especialización son (eficiencia energética, movilidad, energías renovables, infraestructuras, robótica, etc.)?

Nos interesan las compañías que aportan soluciones innovadoras tanto para nuestros clientes como para la gestión de nuestros activos. Respecto a los clientes, se trata en general de soluciones que aplican el software y las tecnologías de la información al ámbito energético.



IBERDROLA VENTURES - PERSEO



**EN RELACIÓN A NUESTROS ACTIVOS, ES MUY INTERESANTE PARA NOSOTROS LA APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS INNOVADORAS COMO LA ROBÓTICA Y LA SENSÓRICA A LA OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURAS ENERGÉTICAS.**

Hablamos por ejemplo de soluciones que pueden optimizar el consumo energético de un cliente en función de la previsión meteorológica, del tiempo que vaya a estar en casa o de la actividad que realice durante ese tiempo y del coste horario de la energía. En relación a nuestros activos, es muy interesante para nosotros la aplicación de tecnologías innovadoras como la robótica y la sensórica a la operación y mantenimiento de infraestructuras energéticas; éste es otro ámbito en el que ya hemos invertido y continuamos analizando con gran interés. También nos interesan aquellas tecnologías que pueden contribuir a una mayor penetración de las energías renovables, como el almacenamiento energético en baterías.

**¿Cuántas startups en las que habéis invertido son españolas y cuántas internacionales?**

En cuanto a volumen de fondos, hemos invertido aproximadamente la mitad en España y la otra mitad en inversiones internacionales. En cuanto a compañías, hemos invertido en 5 compañías en España, 5 en Estados Unidos, una en Canadá, una en México y una en Noruega.

**¿Cuál es el tamaño medio de las startups en qué invertís? ¿En qué fase de su desarrollo se encuentran?**

Hemos invertido en compañías con distinto grado de madurez, si bien nuestra preferencia es invertir en compañías que disponen ya de un producto o servicio en fase pre-comercial y que están en proceso de llevarlo a mercado. Normalmente son primeras o segundas rondas institucionales.

**¿Cómo son las empresas españolas en las que habéis invertido?**

Hay dos compañías españolas en las que hemos invertido recientemente y que realmente creo que merecen atención porque han sido capaces de aplicar nuevas tecnologías que han supuesto un cambio sustancial a como venían haciéndose las cosas en el sector. Por un lado la compañía salmantina Arborea, que está revolucionando la inspección de infraestructuras energéticas mediante el uso de "drones", y, por otro lado, la compañía Atten2, que ha desarrollado un sistema de sensores capaz de ayudarnos de forma remota a saber cómo se encuentran nuestros activos de generación en tiempo real.

**¿Cuál es la startup en la que habéis invertido que mayor impacto ha tenido o va a tener en vuestro negocio?**

Es una pregunta complicada, pero quizás, además de las anteriores, destacaría dos compañías por el crecimiento tan rápido que están experimentando: la compañía Innowatts, con sede en Houston, que aplica Inteligencia Artificial sobre los datos de los contadores para optimizar la cadena de valor del sector eléctrico y mejorar el servicio a nuestros clientes. Y por otro lado destacaría la compañía Stem. Esta empresa tiene su sede en Silicon Valley y desarrolla soluciones de almacenamiento energético que combinan técnicas de análisis predictivo y big data junto con baterías, para mejorar la eficiencia energética en instalaciones de clientes comerciales e industriales.

**¿Cuál es el impacto de este programa en el tejido empresarial en torno al negocio energético?**

Como comentábamos, favorecer la creación de un tejido empresarial innovador en el ámbito energético es uno de los motivos por los que creamos Perseo. Medimos de forma regular el impacto de nuestra actividad en ese sentido, y creo que es importante destacar por ejemplo que las compañías en las que participamos de forma directa o indirecta a través de Perseo han generado más de 20.000 empleos.

**HEMOS INVERTIDO EN COMPAÑÍAS CON DISTINTO GRADO DE MADUREZ, SI BIEN NUESTRA PREFERENCIA ES INVERTIR EN COMPAÑÍAS QUE DISPONEN YA DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN FASE PRE-COMERCIAL Y QUE ESTÁN EN PROCESO DE LLEVARLO A MERCADO.**

**¿Estáis actualmente buscando nuevos proyectos? ¿Cuáles son vuestras prioridades con Perseo para un futuro cercano?**

Efectivamente continuamos con una búsqueda activa de oportunidades de inversión y me gustaría animar a las empresas de nuestro sector a que se pongan en contacto con nosotros a través de nuestro buzón [perseo@iberdrola.es](mailto:perseo@iberdrola.es) para ponernos a trabajar juntos en la construcción un modelo energético sostenible.

**LAS COMPAÑÍAS EN LAS QUE PARTICIPAMOS DE FORMA DIRECTA O INDIRECTA A TRAVÉS DE PERSEO HAN GENERADO MÁS DE 20.000 EMPLEOS.**



## LA VISIÓN DE LAS START-UPS

Breve entrevista a Edgar Martínez, CEO de ATTEN2, compañía participada por el programa de startups de Iberdrola.

Atten2 es una compañía que desarrolla y comercializa sensores ópticos online para la medición de características específicas de diversos fluidos (especialmente el aceite lubricante) en máquinas industriales y de generación eléctrica.

**¿Cómo ha ayudado en vuestros planes la participación en vuestra compañía del programa de start-ups de Iberdrola?**

La entrada de Iberdrola dentro del accionariado de Atten2, no sólo ha aportado un capital necesario para su despegue, sino que ha proporcionado un respaldo y solidez a la imagen de marca de la empresa.

La confianza mostrada por Iberdrola ha servido para abrir las puertas de empresas multinacionales a las que, de otra forma, hubiese sido muy difícil acceder. Al mismo tiempo, Iberdrola nos ha permitido iniciar procesos de validación dentro de sus diferentes unidades de negocio. El hecho de avanzar en estos procesos nos permitiría posicionar la marca dentro de las empresas líderes en el mercado de sensores de fluidos a nivel global. Más allá de la posibilidad de negocio, el acuerdo supone para nosotros una fuente de aprendizaje y conocimiento sobre el sector energético que ha sido clave para nuestro crecimiento.

**MÁS ALLÁ DE LA POSIBILIDAD DE NEGOCIO, EL ACUERDO SUPONE PARA NOSOTROS UNA FUENTE DE APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO SOBRE EL SECTOR ENERGÉTICO QUE HA SIDO CLAVE PARA NUESTRO CRECIMIENTO.**

**¿Qué aportan a Iberdrola las tecnologías que desarrolla Atten2?**

Los sensores de Atten2 mejoran la monitorización remota de distintos activos de generación eléctrica (aerogeneradores, turbinas) aportando datos fundamentales para optimizar la operación y el mantenimiento de los mismos. Esto permite alargar la vida de los activos y reducir los costes de mantenimiento, con el consiguiente beneficio económico asociado.

[atten2.com](http://atten2.com)





# ANA VILLANUEVA

Cofundadora & CEO Tiko

TIKO SIMPLIFICA EL PROCESO DE VENTA  
COMPRANDO LOS PISOS DIRECTAMENTE  
A LOS PROPIETARIOS, SIN INTERMEDIARIOS,  
POR LO QUE EL PAGO SE EFECTÚA  
EN CUESTIÓN DE DÍAS

#### **Bio**

[Ana Villanueva](#) es una emprendedora española, que cuenta con un MBA por el MIT. Antes de liderar Tiko, expandió Jobandtalent en México y co-fundó TapTape, además de pasar por consultoras estratégicas, como Booz & Company y Arthur D. Little, y grandes despachos como Garrigues.

**¿Qué es TIKO?**

Con solo unos meses de vida, Tiko está revolucionando la venta de casas en España. Nuestra compañía simplifica el proceso de venta comprando los pisos directamente a los propietarios, sin intermediarios, por lo que el pago se efectúa en cuestión de días. Además, nos encargamos de todo el papeleo para el traspaso de viviendas. En definitiva, hacemos que vender la casa sea algo rápido y fácil.

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

El mayor valor añadido de Tiko es que permite a los propietarios vender en pocos días. Es decir, solucionamos el problema de falta de liquidez del mercado inmobiliario, y lo hacemos aplicando tecnología a un sector que aún no ha sufrido una fuerte digitalización.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de TIKO?**

¿Quién no conoce a alguien que haya querido vender su casa y haya sido un auténtico dolor de cabeza? Tiko surge en Madrid en el 2017, precisamente para que aquellos que quieran vender su casa rápido, puedan hacerlo y seguir con su vida. El modelo de Tiko lo hemos probado anteriormente en Estambul porque es la ciudad europea con mayor número de transacciones inmobiliarias. Además es atractiva desde otros dos puntos de vista: bajos costes de transacción y un mercado inmobiliario opaco, con grandes oportunidades de mejora.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

¡No nos podemos quejar! Siempre se dice que emprender es como una montaña rusa, pero en nuestro caso ha habido muchos más avances que obstáculos. Cada día hay nuevos retos, aprendemos nuevas cosas, y ¡nos divertimos muchísimo!

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

El mejor, la gran acogida que ha tenido el lanzamiento, y los cientos de solicitudes que recibimos en los primeros días. El peor, en el inicio cuando estaba yo sola; siempre he dicho que funciono mucho mejor en equipo.

**Habéis conseguido hasta la fecha una financiación de 35 millones con el respaldo de importantes inversores como Rocket Internet y Cabiedes ¿Cómo se llega a este tipo de inversores? ¿Os supone más presión?**

Es una combinación de proyecto, industria y equipo; solucionamos un problema muy real (lo difícil y lento que es vender tu casa), en una de las industrias más importantes (real estate) y con un equipo con amplia experiencia. Obviamente, obtener una financiación así supone una gran responsabilidad con nuestros inversores, pero sobre todo, nos permite llevar este proyecto al siguiente nivel.

**¿Qué pide un inversor español a la hora de apostar por una startup?**

Lo que comentaba en la pregunta anterior: un proyecto escalable en un sector muy grande y con un equipo que pueda implementarlo.

**¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?**

Depende de la reunión y del tipo de información que se vaya a discutir. Si es información sensible (ej. Business Plan), se suele firmar.

**¿Cuál es vuestro plan de expansión?**

Tenemos previsto un plan de expansión a 10 ciudades europeas en los próximos 3 a 5 años. Milán será nuestra siguiente localización a principios de 2018. En general, seleccionamos ciudades de más de 1 millón de habitantes en las que haya un gran número de transacciones inmobiliarias, bajos costes de transacción y oportunidades de digitalización del sector.

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma TIKO? ¿Cuántos sois?**

Somos un equipo joven de aproximadamente 10 personas en Madrid, con una edad media inferior a los 30 años.

**EL MAYOR VALOR AÑADIDO DE TIKO ES QUE PERMITE A LOS PROPIETARIOS VENDER EN POCOS DÍAS**

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en TIKO? ¿Qué perfil debería tener?**

Ante todo, el equipo de Tiko está apasionado con nuestra misión: simplificar la forma en la que se venden las casas en España y en Europa.

En cuanto a posiciones, actualmente tenemos perfiles tecnológicos, de marketing y financiera y estamos buscando ampliar sobre todo los perfiles comerciales. Al margen de las necesidades actuales, nos encanta conocer gente apasionada para unirse al equipo en algún punto.

**Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente. ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Nuestra premisa es que nuestros clientes tienen un tiempo limitado por lo que tratamos de ser lo más ágiles posible, por ejemplo nuestra promesa es que, a las 24 horas de habernos proporcionado la información necesaria, el propietario tiene noticias nuestras en cuanto a la oferta por su casa.



**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

¡Que se lance! De hecho, es raro tener las tres cosas (idea, producto y equipo) desde el comienzo. Yo animaría a que todo aquel que tenga el gusanillo de emprender, que lo pruebe, no hace falta tener todas las respuestas.

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

El mejor consejo ha sido el de animarme a formarme con un MBA en MIT, donde tuve la oportunidad de probar y aprender de startups en Estados Unidos. En mi caso, el consejo vino de muy cerca, de mi propio marido (entonces novio).

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

¡Muchísima! Normalmente buscamos el consejo o la aprobación de la familia a la hora de elegir o cambiar de trabajo. De hecho, muchas veces lo hacemos instintivamente, eligiendo los mismos trabajos que hemos visto en casa.

Por eso, resulta súper importante que los jóvenes tengan role models de gente emprende, ya sea dentro o fuera del ámbito familiar.

**¿Dónde ves a TIKO dentro de dos años?**

Veo a Tiko en varias ciudades europeas y como un referente consolidado en el sector inmobiliario, dando servicio tanto a particulares como a agencias inmobiliarias.

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar TIKO?**

Como comentaba anteriormente, servir de inspiración para otras jóvenes (especialmente mujeres) que quieran tomar una posición de liderazgo en una startup.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** – Alt-J.

**Una canción** – Elephant Gun, de Beirut.

**Un libro** – “24 pasos para lanzar una 'startup' de éxito” según Bill Aulet. Es una referencia para todo aquel que quiera lanzar su startup y no sepa por dónde empezar.

**App Favorita** – Waze, ¡me salvó la vida en México varias veces!

**Ciudad favorita** – Cádiz, mi ciudad natal y el secreto mejor escondido de España

**Citas favoritas.** No sé si favoritas, pero estas citas me inspiran: “Innovation: Imagine the future and fill in the gaps” -- Brian Halligan, fundador y CEO de Hubspot, y profesor mío en el MIT. “Management is about persuading people to do things they do not want to do, while leadership is about inspiring people to do things they never thought they could” -- Steve Jobs





# RAQUEL VALERO & RAFA NAVARRO

Cofundadores PlayFilm

PLAYFILM ES LA PLATAFORMA DIGITAL  
PARA CREAR VÍDEO INTERACTIVO QUE AYUDA  
A LAS EMPRESAS A GANAR MÁS DINERO  
CON SUS VÍDEOS EN INTERNET  
HACIÉNDOLOS INTERACTIVOS  
SIN NECESIDAD DE PROGRAMADORES

#### **Bio fundadores**

Raquel Valero lleva más de 15 años en la gestión y dirección de compañías en sectores como Cultura, Audiovisual, Marketing Digital e Industria y Rafa Navarro montó su primera compañía de producción audiovisual con apenas 20 años. Ambos han trabajado innovando con la publicidad y el contenido para algunos de los principales anunciantes, como Coca-Cola, Sony Music, BMG, Microsoft, Disney o L'Oréal, entre otros.

**¿Qué es PLAYFILM?**

RV: PlayFilm es la plataforma digital para crear Vídeo Interactivo que ayuda a las empresas a ganar más dinero con sus vídeos en Internet haciéndolos interactivos sin necesidad de programadores.

Gracias a nuestras soluciones para crear vídeo interactivo, potentes y fáciles de usar, cualquier empresa puede atraer, involucrar y satisfacer a sus clientes con experiencias de vídeo marketing relevantes, útiles y únicas.

RN: Es decir, PlayFilm contribuye a la democratización de la producción de Vídeo Interactivo, puesto que algo que antes solo estaba al alcance de grandes agencias o anunciantes ahora es accesible para cualquier empresa de cualquier tamaño y en tiempo récord.

**CON PLAYFILM QUALQUIERA PUEDE CREAR UN VÍDEO INTERACTIVO EN APENAS UNOS MINUTOS.**

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

RV: PlayFilm es la tecnología más avanzada del mercado para crear, publicar y medir campañas basadas en Vídeo Interactivo, y la única all-in-one, es decir, es la única plataforma capaz de crear todo aquello que puedas imaginar cuando hablamos de aplicar interactividad al vídeo.

Pero además de reducir los tiempos y costes de producción de Vídeo Interactivo en más de un 75%, la principal clave de valor de PlayFilm y lo que lo diferencia de sus competidores es que contamos, en exclusiva, con el catálogo de soluciones de vídeo interactivo (plantillas) más atractivo del mercado para que las empresas conecten con sus clientes.

RN: Gracias a estas soluciones, nuestros clientes consiguen los mejores resultados con sus vídeos: más visualizaciones, más tráfico en la web del cliente, mayor tiempo de permanencia del usuario en el vídeo (y en el anuncio), menor tasa de abandono, más leads, más ventas, etc.

Y además tenemos soluciones específicas para cualquier tipo de negocio y sector: inmobiliarias, gimnasios, asesorías, restaurantes, tecnología, marketing, etc.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de PLAYFILM?**

RN: Formalmente, PlayFilm se constituye en junio de 2014, aunque la idea es un poco anterior.

**NUESTROS CLIENTES CONSIGUEN LOS MEJORES RESULTADOS CON SUS VÍDEOS: MÁS VISUALIZACIONES, MÁS TRÁFICO EN LA WEB DEL CLIENTE, MAYOR TIEMPO DE PERMANENCIA DEL USUARIO EN EL VÍDEO (Y EN EL ANUNCIO), MENOR TASA DE ABANDONO, MÁS LEADS, MÁS VENTAS, ETC.**

¿El cómo? Raquel proviene del mundo del Marketing Online y tenía la inquietud de innovar en ese sector, detectó lo que estábamos haciendo con mi productora de vídeo y se interesó en nuestra posible contratación. Me llamó, nos sentamos a negociar y fue un flechazo.

RV: Pero más allá de trabajar juntos, decidimos asociarnos y emprender. Dado que su background era el audiovisual y el mío el Marketing Online, era evidente que nuestros conocimientos y contactos eran complementarios.

Además estábamos totalmente alineados en nuestra visión empresarial: teníamos muy claro que hacía falta darle una vuelta a los formatos tradicionales de publicidad en Internet y éramos muy conscientes de que teníamos que apoyarnos 100% en el vídeo.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

RN: Pues como el viaje es largo, la respuesta no puede ser corta. Hay que tener muy en cuenta el contexto en el que nos encontrábamos.

La aparición de nuevos dispositivos portátiles como los smartphones o las tablets empezaba a ofrecer otras opciones de consumo de vídeo más allá de darle al play y ver. Ahora podemos tocar, mover, arrastrar, incluso agitar el dispositivo y que ocurran cosas en el vídeo.

**AHORA PODEMOS TOCAR, MOVER, ARRASTRAR, INCLUSO AGITAR EL SMARTPHONE O LA TABLET Y QUE OCURRAN COSAS EN EL VÍDEO.**

Así que empezamos a ofrecer un formato de publicidad basada en vídeo interactivo, y funcionó. Nos encontramos con que los anunciantes estaban realmente interesados y empezamos a vender el servicio integral, siguiendo un modelo de agencia: idea, desarrollo, producción del vídeo, de la tecnología, publicación y análisis. Todo.



RV: La primera experiencia piloto fue con Coca-Cola y no pudo salir mejor, pero nos encontramos con otro problema: si producir un vídeo ya es caro y costoso en tiempos (alrededor de dos meses), implementar luego la interactividad con programadores nos costaba prácticamente el doble, tanto en tiempo como en presupuesto.

Y aquí es de donde surge la idea de PlayFilm, de nuestra propia necesidad. En aquel momento pensamos: “si hubiera una tecnología que permitiera aplicar capas de interactividad fácil y rápido sobre cualquier vídeo, podríamos ser más competitivos ofreciendo este nuevo formato”. Vimos que en el mercado no había nada como lo que buscábamos, nos lanzamos a desarrollarlo y hoy es una realidad que cualquiera puede probar en PlayFilm.tv

### **EMPRENDER ES UNA MONTAÑA RUSA DE EMOCIONES Y MOMENTOS, BUENOS Y MALOS.**

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

RV: Como se suele decir, emprender es una montaña rusa de emociones y momentos, buenos y malos. Es difícil quedarse con alguno en particular...

Para mí, los mejores momentos son aquellos que coinciden con las decisiones adecuadas que hacen que la empresa de repente suba uno o varios escalones de valor. En este sentido, si me tengo que quedar con alguno, me quedo con el momento en el que conocimos a las personas clave del equipo y les convencimos para que se subieran al barco.

Al final de la partida esto se trata de poner una visión acertada en las manos adecuadas, y la verdad es que no podemos estar más tranquilos con nuestros compañeros de viaje, y me refiero tanto a nuestros trabajadores como a nuestros socios inversores que nos han ayudado mucho más allá que simplemente con dinero.

### **LOS PEORES MOMENTOS COINCIDEN CON LAS DECISIONES QUE AFECTAN NEGATIVAMENTE A LA CONTINUIDAD DEL EQUIPO.**

Por contra, los peores momentos coinciden con las decisiones que afectan negativamente a la continuidad del equipo. Por muy bueno que sea el aprendizaje, cuando el coste es despedir a alguien, hace que sea particularmente difícil encontrarle sentido.

**Supongo que, como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

RN: Como también se suele decir, el error es la antesala del acierto. Tenemos demasiado miedo a equivocarnos y la realidad es que, sobre todo cuando innovas, es imprescindible equivocarse para aprender y poder tomar la decisión correcta.

En definitiva, el éxito es una resta entre las decisiones acertadas y las equivocadas; esto no se trata de no equivocarse nunca, esto consiste en que al final las decisiones buenas sean mayores que las malas.

**EN DEFINITIVA, EL ÉXITO ES UNA RESTA ENTRE LAS DECISIONES ACERTADAS Y LAS EQUIVOCADAS; ESTO NO SE TRATA DE NO EQUIVOCARSE NUNCA, ESTO CONSISTE EN QUE AL FINAL LAS DECISIONES BUENAS SEAN MAYORES QUE LAS MALAS.**

Aunque intentas aprender de errores ajenos, cada empresa es distinta, y es difícil extrapolarlo a tu caso concreto. En el caso de PlayFilm, uno de los grandes aprendizajes ha sido precisamente no planificar el tiempo suficiente para darle más espacio al error. Somos empresarios desde hace mucho tiempo y dábamos por sentado que había procesos que ya controlábamos porque nos habían funcionado en el pasado.

Pero cuando innovas, tienes que hacerte a la idea de que prácticamente todo tiene que empezar de cero: comercialización, marketing, producto...

Si volviéramos a empezar, seguramente planificaríamos la financiación de otra manera para ganar tiempo en algunas fases clave y destensar así la creación de ciertos procesos y la consecución de ciertos hitos.

Esto es fácil de decir, pero llevarlo a cabo es siempre difícil porque cuando emprendemos a todos nos urge cumplir hitos, pero el que más prisa tiene, como es lógico, es el dinero (la caja).

**Hace 2 años obtuvisteis una inversión de 300.000 euros liderada por Angels y BigBan Angels ¿Qué ha cambiado desde entonces?**

RN: Principalmente el producto y el modelo de negocio. En dos años el producto está mucho más evolucionado tanto tecnológicamente como en cuanto a experiencia de usuario y el modelo de negocio mucho más maduro.

Ahora estamos muy cerca de ser un SaaS en todos los sentidos, desde el producto hasta el canal de venta. Y, por supuesto, el equipo. Hace dos años éramos 8 personas, ahora PlayFilm lo forman 26 personas.

**¿Cómo ha sido vuestro paso por Lanzadera? ¿Habéis contactado con más inversores? ¿Habéis cerrado alguna ronda de inversión más?**

RV: Desde su fundación en junio de 2014 PlayFilm ha recibido una inversión total de 1.450.000€ entre capital semilla (el Lead Investor es Angels Capital), financiación de fondos europeos y regionales y la aceleradora Lanzadera.

Lanzadera fue un antes y un después para PlayFilm, supuso un apoyo y monitorización fundamental para poder llevar a cabo la primera parte de nuestro plan de negocio. Tuvimos la suerte de ser uno de los proyectos elegidos de la segunda edición y aprovechamos la oportunidad que nos brindaron alcanzando el final del proceso de aceleración. Luego recibimos el apoyo de la sociedad Angels Capital, que también pertenece a Juan Roig, y de BSF15, asociación de inversores también valencianos.

Por otro lado, fuimos uno de los proyectos ganadores de la primera fase de las ayudas europeas a la innovación conocidas como Horizon 2020 y también recibimos el apoyo financiero de IVA-CE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial) en forma de préstamos en condiciones muy favorables.

**LANZADERA FUE UN ANTES Y UN DESPUÉS PARA PLAYFILM, SUPUSO UN APOYO Y MONITORIZACIÓN FUNDAMENTAL PARA PODER LLEVAR A CABO LA PRIMERA PARTE DE NUESTRO PLAN DE NEGOCIO.**

**¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?**

RN: Más allá de lo obvio: idea, tamaño de mercado, plan de negocio, diferenciación, barreras de entrada, equipo, etc., cada vez estamos escuchando con mayor asiduidad que los inversores se fijan sobre todo en los líderes.

Cierto es que ideas buenas hay muchas y que cada vez es más “fácil” emprender porque se está comoditizando el acceso a la financiación y a la tecnología, por lo que, al final, la diferenciación entre proyectos surgirá de la capacidad que tengan sus líderes de mezclar en su justa medida la resistencia, la adaptación, la creatividad, la inteligencia y el ingenio para salirse con la suya en mitad de una oferta de soluciones de todo tipo que crece de manera exponencial y, además, a nivel global.



Detectar el talento a tiempo es la clave, y esto es lo único que seguramente nunca se podrá ni automatizar ni predecir de forma científica, por suerte.

### ¿Cómo afrontáis vuestro proceso de Internacionalización?

RV: Pues con muchas ganas, pero también con mucha precaución. Tenemos un proyecto entre manos con una clarísima vocación internacional, pero somos muy conscientes, por experiencia propia y ajena, de que es un paso que hay que acometer con mucho criterio.

**SOMOS MUY CONSCIENTES, POR EXPERIENCIA PROPIA Y AJENA, QUE LA INTERNACIONALIZACIÓN ES UN PASO QUE HAY QUE ACOMETER CON MUCHO CRITERIO.**

Actualmente estamos terminando de definir la digitalización completa de los procesos comerciales y de marketing en España, un paso que consideramos crítico antes de afrontar la internacionalización. No obstante, hemos hecho un primer testeo de comercialización en LATAM y los resultados no han podido ser mejores, hemos captado casi 50 clientes en apenas dos meses, y todo vía online desde España.

El siguiente paso es hacer lo mismo con USA, para ello vamos a crear un pequeño equipo nativo americano y probaremos de nuevo a vender desde España a una pequeña muestra lo suficientemente representativa.

Una vez obtenidas las métricas adecuadas y tengamos estos procesos lo suficientemente afinados, levantaremos la financiación necesaria para afrontar la internacionalización empezando por USA con plenas garantías.

### ¿Qué perfil tiene el equipo que conforma PLAYFILM? ¿Cuántos sois?

RN: Los perfiles son muy variados. Teniendo en cuenta que PlayFilm se estructura principalmente en seis grandes áreas Tecnología, Producto, Atención al cliente, Marketing, Ventas y Financiera y Administración... los perfiles son muy diversos.

En PlayFilm hay ingenieros de software, ingenieros de sistemas, diseñadores, programadores, especialistas en inbound marketing, en desarrollo de contenidos, expertos en experiencia de usuario, comerciales...

En fin, una muy diversa familia de 26 personas ya.

### ¿Qué tendría que hacer para trabajar en PLAYFILM? ¿Qué perfil debería tener?

RV: En PlayFilm estamos siempre abiertos a encontrar e incorporar el mejor talento que pueda reforzar a nuestro gran equipo.

Justo ahora hablábamos de la diversidad del equipo, pero hay algo que todos tenemos en común. Alguien que quiera trabajar en PlayFilm debe tener lo que nosotros llamamos "ADN PlayFilm".

Es decir: ambición, entusiasmo, creatividad, humildad, honestidad, ganas de comerse el mundo, un punto friki y, cómo no, querer formar parte de un proyecto que tiene como objetivo hacer historia. ¡Ah! Y muy importante también: que posea buenas cualidades humanas.

**Una de vuestras señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

RN: Es muy sencillo, nosotros evitamos aquello del herrero y el cuchillo de palo y decimos que “PlayFilm tiene que ser el mejor cliente de PlayFilm”, por lo que a nuestros clientes debemos darles lo que nosotros nos exigimos.

Me explico, el departamento de marketing de PlayFilm utiliza contenidos online para atraer a los clientes (inbound marketing) y entre esos contenidos, el principal es el Vídeo Interactivo, por lo que nuestro departamento de marketing es el principal cliente de la plataforma PlayFilm. Por este motivo, una parte importante de nuestra filosofía se basa en nuestra propia experiencia de cara a construir el mejor producto para nuestros clientes.

Para nosotros el cliente siempre está en el centro y todo lo demás gira entorno a él. No hay escondites, somos un SaaS, el cliente se puede dar de baja cuando quiera. Es por eso que no solo trabajamos duro en ofrecerle el mejor software sino que además asignamos un account manager a cada cliente y le ofrecemos un servicio de acompañamiento al éxito en sus campañas de Vídeo Interactivo.

Nuestro éxito depende absolutamente de su éxito, no hay excusas.

**PARA NOSOTROS EL CLIENTE SIEMPRE ESTÁ EN EL CENTRO Y TODO LO DEMÁS GIRA ENTORNO A ÉL. NO HAY ESCONDITES, SOMOS UN SAAS, EL CLIENTE SE PUEDE DAR DE BAJA CUANDO QUIERA.**

Además, hemos desarrollado las Soluciones de Negocio PlayFilm que constan de plantillas que permiten a nuestros clientes crear vídeos interactivos de forma rápida, sencilla y con los que consiguen atraer más clientes y, en consecuencia, ganar más dinero. Y, por si fuera poco, nuestros clientes pueden encontrar soluciones totalmente adaptadas a su negocio y sector, da igual si eres una tienda online o estás en la calle, o si vendes productos o servicios, tenemos vídeos interactivos que se adaptan a tus necesidades y objetivos concretos.

**“AUNQUE YA TENGÁIS EXPERIENCIA COMO EMPRESARIOS, HACEOS A LA IDEA DE QUE EMPEZÁIS DE CERO. NO TENGÁIS MIEDO A EQUIVOCAROS, TODO LO CONTRARIO, PLANIFICAD BIEN LOS APRENDIZAJES, DADLE TIEMPO A LOS ERRORES Y, ESO SÍ, EQUIVOCAOS LO MÁS RÁPIDO QUE PODÁIS PORQUE ÉSE ES EL TIEMPO QUE TARDARÉIS EN LLEGAR AL ACIERTO”.**

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

RV: Pues me remito a la repuesta anterior en la que hablábamos de los errores y los aciertos. Es muy difícil extrapolar las experiencias porque cada empresa es un mundo, pero un buen consejo que nos podrían haber dado a nosotros habría sido:

“Aunque ya tengáis experiencia como empresarios, haceos a la idea de que empezáis de cero. No tengáis miedo a equivocaros, todo lo contrario, planificad bien los aprendizajes, dadle tiempo a los errores y, eso sí, equivocaos lo más rápido que podáis porque ése es el tiempo que tardaréis en llegar al acierto”.

**¿El mejor consejo que os han dado? ¿Quién?**

RN: Cuando emprenas, coge el segmento más pequeño que puedas de tu mercado y conviértete en el líder.

Es un consejo maravilloso porque una de las mayores tentaciones que tenemos los emprendedores es desenfocarnos en cuanto encontramos fricciones en el crecimiento y pensamos que la solución es diversificar y apuntar a otro segmento de cliente o a otra región más próspera.

Si realmente lo que tienes es tan bueno y tan único, tienes que ser capaz de ser el mejor en un segmento concreto y controlado. Y el consejo es nada más y nada menos que de Juan Roig, el fundador de Mercadona.

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

RV: Pues mentiríamos si no dijéramos que mucha. En algún lugar leí que el principal motivo de fracaso de las startups era precisamente la presión del entorno del emprendedor, y más concretamente se refería a las familias y a las parejas.

En este sentido nosotros nos consideramos muy afortunados, tenemos el apoyo incondicional de nuestras familias y más concretamente de nuestros padres, porque ellos también han sido emprendedores.

Ambos recordamos desde pequeños cómo peleaban para sacar adelante sus respectivos negocios con esfuerzo y mucha ilusión, e incluso siempre que hemos podido les hemos ayudado.

Mucho de lo que sabemos se lo debemos a ellos.

## VAMOS A CAMBIAR LA FORMA EN QUE LAS PERSONAS CONSUMIMOS VÍDEO EN INTERNET.

### ¿Dónde ves a PLAYFILM dentro de dos años?

RN: Bueno, vamos a ejercer un poco de videntes... En los próximos años, PlayFilm se convertirá en la plataforma de Vídeo Marketing de referencia a nivel internacional, y las soluciones de Vídeo Interactivo de PlayFilm serán las más valoradas por la audiencia en general.

El usuario final identificará las soluciones de PlayFilm como la experiencia de vídeo más enriquecedora y la forma de publicidad menos molesta y más cualitativa. Con los vídeos interactivos de PlayFilm, el usuario pasará de “simplemente ver” a convertirse en el protagonista: modificar la historia, jugar, aprender y ampliar la información o incluso comprar cualquier producto que aparece en el vídeo.

Vamos a cambiar la forma en que las personas consumimos vídeo en Internet.

Y hasta aquí los spoilers.

### ¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar PLAYFILM?

RV: Ésta es fácil: construir un proyecto “de cero a uno”, pero de forma honesta y generando valor no sólo de negocio, sino también humano. Es decir, emprender partiendo de una idea y un folio en blanco y llevar la empresa todo lo lejos que podamos, aportando en consecuencia soluciones y valor por igual a nuestros clientes, trabajadores, proveedores, socios y a la sociedad en general.

CON LOS VÍDEOS INTERACTIVOS DE PLAYFILM, EL USUARIO PASARÁ DE “SIMPLEMENTE VER” A CONVERTIRSE EN EL PROTAGONISTA: MODIFICAR LA HISTORIA, JUGAR, APRENDER Y AMPLIAR LA INFORMACIÓN O INCLUSO COMPRAR CUALQUIER PRODUCTO QUE APARECE EN EL VÍDEO.

### Personal:

#### Grupo de música favorito:

RV: Extremoduro

RN: Muse

#### Una canción:

RV: Cualquiera de Extremoduro

RN: The time is running out

#### Un libro:

RV: Instrumental, de James Rhodes

RN: Cualquiera de Saramago

#### App Favorita:

RV: TripAdvisor

RN: La de la linterna

#### Ciudad favorita:

RV: Chelva

RN: Valencia

#### Cita favorita:

RV: Si buscas resultados distintos no hagas siempre lo mismo.

RN: Déjalos que digan porque no saben más que hablar.



[playfilm.tv](http://playfilm.tv)



# PLAN







# OCTAVI ROYO

Fundador & CEO AGORA images

AGORA IMAGES ES LA PRIMERA PLATAFORMA  
EN EL MUNDO DE COMPRA-VENTA DE IMÁGENES  
EN LA QUE NO HAY INTERMEDIARIOS  
NI COMISIONES PARA LOS FOTÓGRAFOS

## Bio

Nace en Barcelona el 1981. Hijo de profesores, creador, idealista y emprendedor. Licenciado en Humanidades y Cine, ha viajado por diferentes países trabajando de documentalista, de filmógrafo y realizando proyectos sociales financiados por la Unión Europea y Organizaciones sin Ánimo de Lucro. Cuenta con una amplia experiencia en la dirección y gestión de equipos y ha dirigido varios largometrajes. Entre su variada experiencia laboral se encuentra la de profesor en cárceles de gente joven en Barcelona. Hace muchos años que practica yoga y meditación, combinando su práctica diaria con formación anual en la India. Su crecimiento personal y ganas de crear le han llevado hasta la fundación de AGORA images.

### ¿Qué es AGORA images?

AGORA images es la primera plataforma en el mundo de compra-venta de imágenes (un Marketplace) en la que NO hay intermediarios NI comisiones para los fotógrafos. Asimismo, actúa al mismo tiempo de red social de usuarios donde ellos mismos valoran y puntúan el trabajo fotográfico de los demás. Por primera vez, cualquier persona con un smartphone o cámara digital puede ganar dinero con sus mejores fotografías, algo que hasta ahora estaba reservado únicamente a fotógrafos profesionales.

Con más de 550.000 usuarios procedentes de más de 190 países y más de 1.600.000 de imágenes, AGORA images irrumpe en un mercado en crecimiento con un modelo rompedor y ofreciendo la posibilidad a cualquier persona de ganar dinero con sus mejores fotos.

### ¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?

En AGORA images somos radicalmente diferentes en varios aspectos. En primer lugar, somos el primer mercado de imágenes en el mundo que no cobra comisiones a nadie. Es decir, cualquier persona puede vender sus fotos sin que haya intermediarios entre el vendedor y el comprador. Nuestro modelo de negocio no se basa en cobrar de las transacciones entre compradores y vendedores de imágenes.

Estoy especialmente orgulloso de que nuestra plataforma sea radicalmente diferente en este aspecto. Somos radicales en la democratización de la venta de la fotografía. En AGORA images, los usuarios van subiendo de nivel como fotógrafos porque a la comunidad le gustan sus fotos. Cuanto más alto sea el nivel del usuario, más altos son los precios de sus imágenes y más importancia tiene en la comunidad.

Somos radicales en el planteamiento del marketing. Hemos creado una nueva herramienta de marketing donde cualquier empresa puede crear un concurso de fotografía (que denominamos PhotoRequest) con conceptos afines a su marca, evento o producto. El público objetivo de la marca participa con sus mejores fotos, vota y comparte el concurso. A través de las PhotoRequest la empresa se comunica con sus clientes de una manera mucho más directa y les premia por su participación mientras el usuario siente que forma parte de la campaña de la marca. Eso es bonito y radicalmente diferente de la publicidad que conocemos hoy en día.

Asimismo, estamos desarrollando más funcionalidades diferentes de lo que se conoce hasta la fecha. En el equipo somos poco conformistas y revolucionarios, así que las futuras funcionalidades, sin duda, seguirán siendo 'radicales'.

### ¿Cómo y cuándo surgió la idea de AGORA images?

Estaba en Colombia haciendo un documental con mi amiga Elisabet Sort, con quien siempre hablábamos de cómo mejorar el mundo. Una de las razones por la que hacíamos documentales y cine era precisamente por eso, para poder llegar a la gente con historias lindas, cambiando el punto de vista de ver las cosas y reflexionando sobre la felicidad, la justicia o la existencia.

### CREAR AGORA IMAGES ESTÁ SIENDO

### EL PROYECTO MÁS GRANDE DE MI VIDA

### Y ESTÁ LLENO DE EMOCIÓN.

Pues bien, poco a poco nos dimos cuenta de que nuestro punto de vista era tan interesante y diferente como el punto de vista de cada persona; y que, con la participación de los puntos de vista de los demás, se puede llegar mucho más lejos. Si todas las personas tienen una cámara en sus manos, todas pueden mostrar su punto de vista. Y otros, como nosotros, podemos pagar para usar los puntos de vista de otras personas y crear documentales, cine, publicidad o noticias. Estaríamos felices de poder pagar por eso y los usuarios estarían contentos de poder ganar dinero con sus puntos de vista.

Cada foto o vídeo es un producto único e irrepetible y puede ser interesante para cualquier creador de contenido visual (publicidad, cine, medios de información, etc.).

Ese es el concepto que dio a luz AGORA images, el primer mercado de imágenes sin intermediarios. Y nos pusimos manos a la obra.

### ¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?

Aprender, aprender y aprender. Me encanta salir de la zona de confort y enfrentarme a nuevos retos. He sido profesor en prisiones, director de cine, he viajado por Mali o Ecuador haciendo proyectos sociales, he vivido en India haciendo yoga. Mi vida ha sido emprender proyectos diferentes de forma constante. Cada proyecto te aporta mucha experiencia en diferentes campos. Crear AGORA images está siendo el proyecto más grande de mi vida y está lleno de emoción. No hay ningún proyecto que sea fácil, la gracia de todo esto está en caerse para levantarse, en chocar para aprender a esquivar.

La historia de AGORA images hasta el momento está llena de dificultades siempre superadas por la ilusión, los sueños y la actitud de disfrutar del camino. Sabemos que todo aquello que se puede imaginar, se puede crear. Aquí estamos y esto solo acaba de empezar.

# make money with your photos

The image marketplace  
made by everyone



Discover the app for free!



**LA HISTORIA DE AGORA IMAGES HASTA EL MOMENTO ESTÁ LLENA DE DIFICULTADES SIEMPRE SUPERADAS POR LA ILUSIÓN, LOS SUEÑOS Y LA ACTITUD DE DISFRUTAR DEL CAMINO. SABEMOS QUE TODO AQUELLO QUE SE PUEDE IMAGINAR, SE PUEDE CREAR. AQUÍ ESTAMOS Y ESTO SOLO ACABA DE EMPEZAR.**

¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?

El mejor momento aun no ha llegado y del peor no me acuerdo.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Sin errores no habría mejora. Equivocarse es la forma más rápida de aprender. Los errores que hemos tenido tienen que ver con creer que no podemos hacer algo y derivar la responsabilidad a terceros. Es necesario recordarse que somos responsables de lo que pasa y, si somos responsables, hay que seguir el camino de la intuición. Alejarse de la responsabilidad es una manera de escapar. Nos hemos equivocado dando responsabilidades a terceros para poder culpar a alguien del error. Y no tiene que ser así. Hemos aprendido que el error es no enfrentarse a los problemas de cara. Si asumes la responsabilidad, el camino que se sigue es mucho más homogéneo porque la intuición del responsable pocas veces falla.

**Estáis creciendo exponencialmente. Ya tenéis más de 550.000 usuarios en más de 190 países. ¿A qué crees que se debe este interés por AGORA images?**

Hasta ahora, el mercado de imágenes ha estado copado por grandes multinacionales que se quedan con un gran porcentaje de dinero obtenido del trabajo de los fotógrafos profesionales.

AGORA images irrumpe con fuerza porque democratiza la venta de la fotografía. Actualmente todo el mundo tiene una buena cámara en sus manos y muchas empresas necesitan imágenes que la gente puede tener. AGORA images pone en contacto a los que necesitan imágenes con los que las crean, que podemos ser todos nosotros, sin intermediarios ni comisiones. Este concepto en sí es revolucionario y no tenemos duda de que va a marcar un antes y un después en el mercado global de imágenes. El crecimiento exponencial es una muestra de que nuestro mensaje funciona. ¡Y esto sólo acaba de comenzar!

**Habéis cerrado una primera ronda de inversión de 625.000 euros ¿Cómo surgió esta inversión? ¿Supone más presión?**

La primera ronda de inversión surgió de la necesidad de disponer de mayores fondos para poder crecer a nivel mundial. Ya habíamos superado la primera fase de test MVP (producto mínimo viable) con muy buenas cifras e indicadores. Era el momento de apostar por la plataforma e inyectar fondos para mejorar sustancialmente la tecnología y para hacer una comunicación masiva a nivel global. Para nosotros no ha supuesto más presión el haber cerrado esta primera ronda de inversión. Todo lo contrario. Nos ha dado más fuerza, ánimo y más responsabilidad para seguir trabajando duro para que este proyecto sea un éxito.

**AGORA IMAGES PONE EN CONTACTO A LOS QUE NECESITAN IMÁGENES CON LOS QUE LAS CREAN, QUE PODEMOS SER TODOS NOSOTROS, SIN INTERMEDIARIOS NI COMISIONES.**

**¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?**

Los mejores inversores son visionarios. Entienden el concepto y analizan la escalabilidad y posibilidades de negocio.

Un primer análisis de las métricas y el entendimiento de lo que se quiere crear, dan la información necesaria para saber si un proyecto tiene posibilidades o no. En nuestro caso, cerramos la ronda en solo dos semanas porque AGORA images cumple con estos aspectos clave.

**¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?**

No. Los datos que facilitamos son datos imprescindibles para que los inversores puedan tomar una buena decisión a la hora de invertir o no en un proyecto, pero que no comprometan al mismo.

Nadie sabe lo que estamos creando en su magnitud. Actualmente, es difícil ganar un juicio en el que se juzgue la copia de funcionalidades. Por un lado, todo el mundo copia y, por el otro, en cada copia hay mejoras que hacen evolucionar las creaciones. Nada es aisladamente singular y todo lo que se hace está influenciado por los demás. En tecnología es mejor ser consciente de que te van a copiar (y que eso es síntoma de éxito).

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma AGORA images? ¿Cuántos sois?**

En el equipo hay 7 personas que forman parte de la plantilla fija (entre desarrollo de producto y marketing), pero también contamos con 9 colaboradores externos (8 de ellos part-time). Tenemos perfiles más técnicos para el desarrollo tecnológico del producto, un perfil de director de operaciones, varios de marketing y comunicación, y uno de diseño. Todos ellos luchadores, soñadores y trabajan para un mundo mejor.

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en AGORA images? ¿Qué perfil debería tener?**

Tendrías que ser inconformista con el sistema, inteligente y luchador. Con actitud de superación, de ayuda a los compañeros y con poco ego. Tendrías que amar el mundo como si fuera tu patria y a la humanidad como si fuera tu gente. AGORA se construye entre tod@s. Tendrías que ser capaz de aprender rápidamente, estar motivado, pasarlo bien con lo que haces, ser apasionado y poder ir de vacaciones con nosotros. Esto último parece una tontería, pero es importante: el mejor equipo de trabajo es el que hace que te sientas como una familia de amigos y es bueno tener ganas de pasar tiempo con ellos.

Por último, lo que también nos importa es el conocimiento y la experiencia, imprescindibles para ser un creador más en AGORA images.

Somos así de exigentes porque crear algo grande conlleva responsabilidad y, además, queremos pasarlo muy bien trabajando.

**EN DOS AÑOS NOS HABREMOS CONVERTIDO EN EL 'MERCADO DE CONTENIDO VISUAL CREADO POR TODO EL MUNDO'. EN VARIOS AÑOS MÁS, AGORA IMAGES ESTARÁ EN LOS TELÉFONOS DE TODO EL MUNDO.**

**Una de vuestras señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Efectivamente, es uno de nuestros puntos fuertes. Desde nuestros inicios hemos dado mucha importancia a este aspecto y hemos tratado de cuidar al máximo a los usuarios. Estamos muy atentos a todos los comentarios que recibimos a través de las redes sociales (tanto Facebook, Instagram, como Apple Store o Google Play store) y tratamos de responder a todos ellos de manera personalizada. Pero el secreto de este éxito es poner a Mariona Royo y a Dámaris Rey, dos seres llenos de luz y transparencia, al frente de la comunicación y marketing. Ellas tratan a todo el mundo con la misma importancia. Como ellas mismas siempre indican "damos la respuesta y trato que nos gustaría que nos dieran a nosotras".

Además, hemos mantenido una comunicación individualizada y personalizada con muchos fotógrafos profesionales de alrededor del mundo, que están entusiasmados con la plataforma. Recibimos muchos emails privados felicitándonos por el trabajo que estamos haciendo y el trato que les estamos dando. Al fin y al cabo, muchos de estos fotógrafos, que también están en otras plataformas de venta de imágenes, han visto como aquí se les cuida y se pone en valor su trabajo.

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

¿Una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado? ¡Que me aconseje a mí! Ni Mark Zuckerberg tiene el producto terminado.

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Agus Gómez, el CEO de Wallapop: "hay que echarle valor y pensar en grande".

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Para mí ha sido clave siempre. Recuerdo el día que invité a mis padres a un desayuno cerca de casa, les expliqué lo que tenía en mente y les pedí que me dijeran sinceramente si valía la pena intentarlo o si era una idea sin sentido. Me dijeron que, en el peor de los casos, sería un gran aprendizaje y que mi proyecto tenía mucho sentido, tanto por la idea como por el fondo.



Ese día decidí lanzarme, con el apoyo incondicional de mis padres y mi hermana, las personas que más quiero y admiro en este mundo.

#### ¿Dónde ves a AGORA images dentro de dos años?

En dos años nos habremos convertido en el 'mercado de contenido visual creado por todo el mundo'. En varios años más, AGORA images estará en los teléfonos de todo el mundo.

#### ¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar AGORA images?

Las personas de AGORA images no nos sentimos trabajadores al uso, sino creadores. En ese sentido me gustaría crear un mundo un poco mejor y que AGORA images contribuya a ello. No hago esto para crecer profesionalmente porque, más que nada, no siento que tenga una única profesión. Pero, sin duda, esta experiencia me hace crecer personalmente.

[agoraimages.com](http://agoraimages.com)

#### Personal:

**Grupo de música favorito** - ANGOIXA

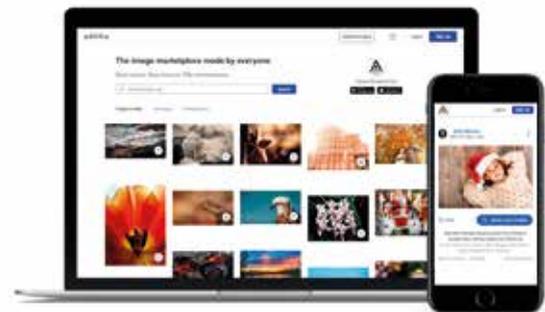
**Una canción** - Pobre muchacha, de Albert Pla.

**Un libro** - La conjura de los necios, de John Kennedy Toole

**App Favorita** - AGORA images

**Ciudad favorita** - Mysore, India.

**Cita favorita** - "En lo que piensas, te conviertes. Lo que sientes, lo atraes. Lo que imaginas, lo creas". Buddha







# IGNACIO MAÑERO

Cofundador & CEO KMINA

KMINA SON LAS PRIMERAS MULETAS  
QUE NO CAUSAN DOLOR EN MANOS Y MUÑECAS

#### **Bio fundadores**

**Ignacio Mañero**, Director General y Socio Fundador. Licenciado en Ingeniería Mecánica por el la Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ICAI) de la Universidad Pontificia de Comillas en Madrid, con experiencia en startups, en consultoría de negocio y consultoría estratégica.

**Alejandro Vañó**, Director de Operaciones y Socio Fundador. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia, con experiencia en auditoría y consultoría de negocio.

**Jaime Usabiaga**, Consejero y Socio Fundador. Especialista en Traumatología y Cirugía Ortopédica por la Universidad Complutense de Madrid. Catedrático de Universidad del País Vasco. Autor de más de 70 artículos y ponente en numerosos congresos. Pero, sobre todo, conocedor del daño que causan las muletas en los pacientes.

### ¿Qué es KMINA?

KMINA son las primeras muletas que no causan dolor en manos y muñecas. En caso de un esguince o de una lesión a corto plazo- 1/2 semanas - podemos soportar el uso de unas muletas convencionales, pero en caso de tener que usarlas por más de 2 o 3 meses, estas pueden derivar en molestias graves e incluso en lesiones.

Nosotros nos hemos encontrado desde usuarios de muletas con callosidades hasta usuarios con sobrecargas de tendones e incluso con artrosis de muñecas. Hemos visto en repetidas ocasiones que el remedio era casi peor que la enfermedad, por lo que decidimos diseñar unas muletas ergonómicas que solucionasen este problema.

Nuestra misión es mejorar la movilidad de las personas mediante los productos de ortopedia que demanda la Sociedad. Hemos empezado con las muletas KMINA, pero seguimos detectando necesidades que tienen los usuarios de otros productos de ayuda a la movilidad (andadores, bastones, sillas, etc.) y ya estamos trabajando en introducir nuevas soluciones al mercado. Creemos que este sector tiene mucho recorrido, cada vez hay más personas que dependen de estos productos en su día a día y la oferta actual es muy limitada.

### NUESTRA MISIÓN ES MEJORAR LA MOVILIDAD DE LAS PERSONAS MEDIANTE LOS PRODUCTOS DE ORTOPEDIA QUE DEMANDA LA SOCIEDAD.

### ¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?

Nuestro valor diferencial y lo que nos diferencia de las muletas convencionales es que hemos cambiado radicalmente su diseño para que no causen dolor. Los 2 cambios principales son los siguientes:

- Apoyo de antebrazo inclinado: el peso del usuario se reparte en toda la superficie del antebrazo, liberando más del 50% de la carga que suele soportar la mano y muñeca. Ya no es un palo vertical y una empuñadura que soporta el 100% del peso del usuario.
- Sistema de amortiguación patentado: hemos colocado un sistema de amortiguación justo debajo del antebrazo para liberar parte del peso del usuario y reducir el dolor que soporta la articulación del hombro.

### ¿Cómo y cuándo surgió la idea de KMINA?

La idea surgió por necesidad.

En muchas ocasiones he tenido que llevar muletas debido a lesiones deportivas y sufrí los típicos dolores en manos y muñecas, lo que me llevó a investigar sobre el tema.

En 2012 solicité una patente de invención con la idea de lo que hoy es KMINA y en 2015 me la concedieron.

Ese mismo año, mientras trabajaba como consultor estratégico para otras empresas, hice un prototipo de madera en casa los fines de semana.

### MIENTRAS TRABAJABA COMO CONSULTOR ESTRATÉGICO PARA OTRAS EMPRESAS, HICE UN PROTOTIPO DE MADERA EN CASA LOS FINES DE SEMANA.

Con ese prototipo rústico y con la misión de evolucionar las muletas fui a ver a un antiguo compañero de trabajo, Alejandro Vañó. Con Alejandro me reunía a menudo para debatir sobre oportunidades de negocio. Él también había sufrido las muletas convencionales por un accidente de moto, por lo que rápidamente se sumó al proyecto compartiendo la misma misión. Después, fuimos a ver a un doctor traumatólogo de referencia en España, al Doctor Jaime Usabiaga. Cuando le contamos la idea no dudó en sumarse al proyecto, ya que conocía de cerca la cantidad de personas que se quejaban de este producto cada día: enfermos neurológicos, personas con artrosis, lesiones medulares, amputados, operaciones de cadera, etc.

Así surgió la idea y el equipo, por lo que en 2016 montamos la empresa y empezamos con el I+D para desarrollar las muletas KMINA.

### ¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?

En 2016 hicimos el desarrollo de producto y la validación de mercado. Para el desarrollo de producto, nos centramos en ser muy ágiles sacando prototipos cada mes (mediante impresión 3D) y probarlos con distintos usuarios que nos proporcionaba el Dr. Usabiaga. De esta manera podíamos recibir feedback rápido y seguir mejorando el producto. Después de 7-8 prototipos y tras muchos cambios y mejoras, conseguimos llegar al prototipo final.

Con el prototipo validado, teníamos que validar que el mercado estaba dispuesto a pagar por él. Para ello, a finales de 2016 lanzamos una campaña de crowdfunding (financiación colectiva) de producto en Kickstarter y esto nos permitió validar que existen usuarios del día a día de muletas que estaban dispuestos a pagar por el producto meses antes de recibirlo.



En la primera parte de 2017, con el producto y el mercado validado, nuestro siguiente hito era la industrialización. Por lo tanto, los primeros 6 meses del año los dedicamos a buscar proveedores y a desarrollar los procesos necesarios para la industrialización de las muletas.

En junio de 2017 terminamos de construir todo el proceso de fabricación y ya teníamos capacidad de producción. Además, hemos conseguido montar todo el proceso de fabricación en España, sin tener que irnos a China.

En julio 2017 lanzamos las muletas KMINA a mercado en España y empezamos a servir el producto a usuarios y ortopedias.

**HEMOS CONSEGUIDO MONTAR TODO EL PROCESO DE FABRICACIÓN EN ESPAÑA, SIN TENER QUE IRNOS A CHINA.**

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

Empiezo por el malo y después con los buenos. El peor momento es la incertidumbre inicial cuando dejas un buen trabajo con un sueldo alto en un país en el que escasean los puestos de trabajo.

En ese momento todo el mundo piensa que estás loco, pero en mi cabeza tenía claro que con esa decisión estaba más cerca de lo que quería ser en 10 años, por lo que seguí mi instinto y seguí adelante con todo.

El mejor momento a nivel personal ha sido el encontrarme con personas que no podían caminar con las muletas convencionales y que gracias a las muletas KMINA han podido levantarse de la silla y empezar a andar. Nos ha pasado en España con 2 personas que habían sufrido accidentes de tráfico y nos pasó en Alemania este mes de octubre con una chica con parálisis cerebral que apenas tenía fuerza en las manos. Esta chica se levantó de la silla y al empezar a caminar con las muletas KMINA su cara transmitía pura felicidad. Ese momento fue muy emocionante y hace que merezca la pena todo el esfuerzo realizado.

El mejor momento a nivel empresarial también viene de este mes de octubre en Alemania. Expusimos las muletas en una de las ferias internacionales más relevantes del sector y las sensaciones fueron muy buenas. De hecho, hemos conseguido cerrar pedidos con los principales distribuidores de Alemania y de Taiwán, además de ofrecerlas en distintos puntos de venta de Dinamarca, Italia y Grecia. Con esto hemos conseguido validar que la ne-

cesidad que estamos solucionando es global. Da igual que estés en Madrid o en Berlín, si necesitas unas muletas para más de 2 meses, necesitas una mejor solución al dolor que causan las convencionales.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Cometimos un error estimando el tiempo que nos llevaría construir el proceso de fabricación y nos retrasamos 2 meses en sacar las muletas KMINA al mercado. Fuimos demasiado optimistas a la hora de planificar la industrialización de las muletas. Son procesos nuevos donde tienes que diseñar y construir maquinaria específica y es normal que haya errores que se tengan que ir corrigiendo y mejorando hasta llegar al nivel de calidad necesario.

Esto nos ha ayudado a planificar con más tiempo la fabricación y a tomar medidas para dar un buen servicio a nuestros clientes.

**En cuatro meses habéis conseguido 100.000 euros de facturación y ofrecéis vuestras muletas en más de 150 puntos de venta. ¿Cómo se consigue este éxito en tan poco tiempo?**

Lo hemos conseguido moviéndonos mucho, visitando muchas ortopedias y acudiendo a 2 ferias principales del sector: una a nivel nacional y otra a nivel internacional.

Además, creemos que aún hay mucho recorrido y queremos montar un canal comercial propio contratando a 3 comerciales para aumentar la penetración en el mercado nacional.

**¿Cómo está siendo vuestro paso por Lanzadera? ¿Habéis contactado con inversores? ¿Habéis cerrado alguna ronda de inversión?**

Somos parte de la 4ª Edición del Programa Lanzadera y nuestro paso por el programa ha sido muy enriquecedor, tanto a nivel de formación como a nivel de inversión. Poder aprender del modelo de gestión de una empresa de éxito como es Mercadona nos ha ayudado mucho, conseguimos financiación por parte del programa que nos ha ayudado a montar el proceso de fabricación.

Ahora estamos abriendo una ronda de inversión para montar un canal comercial propio en España y seguir con la internacionalización. Por lo tanto, estos meses estamos empezando a contactar inversores que les encaje nuestro modelo de negocio y que compartan nuestra misma misión.

**¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?**

Un inversor quiere rentabilidad a la hora de apostar por una startup. Sabe que el riesgo es alto, por lo que también pide una

rentabilidad alta. En el sector startup se suele hablar de que tiene que tener un potencial para multiplicar por 10 en 5 años para que sea invertible.

A mi parecer, una vez está validado el producto y el mercado, los dos factores clave para que un inversor se meta en el proyecto son el equipo y el modelo de negocio.

El modelo de negocio es clave para que se pueda replicar y multiplicar el valor de la inversión, pero sin un equipo potente y solido que sepa ejecutarlo bien, nada sirve.

**EL MODELO DE NEGOCIO ES CLAVE PARA QUE SE PUEDA REPLICAR Y MULTIPLICAR EL VALOR DE LA INVERSIÓN, PERO SIN UN EQUIPO POTENTE Y SOLIDO QUE SEPA EJECUTARLO BIEN, NADA SIRVE.**

**Habéis recibido pedidos de los principales distribuidores del sector en Alemania y Taiwán. ¿Cómo afrontáis vuestro proceso de Internacionalización?**

Nuestra estrategia para la internacionalización es encontrar distribuidores acudiendo a ferias internacionales que nos den visibilidad y donde podamos tener una primera toma de contacto con los principales players de cada país.

La primera feria internacional que hemos acudido ya está más que rentabilizada con pedidos de los principales distribuidores de Alemania y de Taiwán. Además, seguimos negociando con varios distribuidores que quieren introducirlos en Japón, Malasia y Australia.

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma KMINA? ¿Cuántos sois?**

Somos 3 socios fundadores con perfiles complementarios para el desarrollo del proyecto: un economista (Alejandro), un médico (Jaime) y un ingeniero (yo).

Ahora estamos 5 personas en el equipo y queremos agrandar el equipo contratando a 3 comerciales en los próximos meses.

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en KMINA? ¿Qué perfil debería tener?**

Nos fijamos mucho en las actitudes de la persona y en la experiencia profesional en las competencias a desarrollar dentro de la empresa. No le damos mucha relevancia a la formación académica ni a la experiencia en el sector concreto de la ortopedia.



**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Con todo eso y si además tienen un mercado potencial suficientemente grande y definido, les recomendaría que fueran rápidamente en busca de su 1er cliente y que aprendan de él.

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Continuamente recibo buenos consejos. Creo que es muy importante tener distintas personas de confianza que te puedan asesorar a la hora de tomar decisiones importantes para la empresa. Estas personas pueden ser tus socios, otros emprendedores o incluso tus amigos y familiares.

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Emprender es muy difícil y se pasan por momentos muy duros. El apoyo y la confianza que me da la familia desde el primer momento ha sido fundamental y estoy seguro de que seguirá siéndolo.

**¿Dónde ves a KMINA dentro de dos años?**

Nos veo muy bien posicionados en Europa, con mucha presencia en Alemania y en España principalmente.

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar KMINA?**

Que KMINA sea la empresa líder mundial en productos de ortopedia de valor añadido y de ayuda a la movilidad.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** –Red Hot Chili Peppers

**Una canción** – Under the bridge

**Un libro** –De cero a uno (Peter Thiel)

**App Favorita** –Yeti App (controlas cualquier electrodoméstico inteligente de tu casa)

**Ciudad favorita** –San Sebastián

**Citas favoritas.** –

“Después de escalar una montaña muy alta, nos damos cuenta que hay muchas otras montañas por escalar” – Nelson Mandela

“No fracasé. Sólo encontré 10 mil formas que no funcionan” - Thomas Edison

“Sólo hay algo más caro que formar a las personas y que se marchen: no formarlos y que se queden” – Henry Ford

**KMINA**  
Caminamos Contigo

[kmina.es](http://kmina.es)





# JOSÉ MARÍA OZAMIZ

Cofundador & CEO WeGow

WEGOW ES LA PLATAFORMA REFERENTE  
PARA LOS AMANTES DE LA MÚSICA EN VIVO,  
QUE ESTÁ REVOLUCIONANDO LA INDUSTRIA  
DE LA MÚSICA EN DIRECTO

## Bio fundadores

**José María Ozamiz** se graduó en Administración de Empresas en la Universidad de Lincoln y posee un máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de ESIC, así como en Negocios Online de ISDI. Ha desarrollado su carrera en empresas de base tecnológica, como la red social española Tuenti. Ozamiz es cofundador y CEO de Wegow.

**Gonzalo García-Miñaur** obtuvo su diploma de la Cámara de Comercio de Bilbao y posee un máster en Marketing de ESIC. Comenzó su carrera como consultor estratégico de negocios y se ha especializado en servicios de shipbroker. García-Miñaur es cofundador y consultor estratégico de Wegow

**¿Qué es WEGOW?**

Wegow es la plataforma referente para los amantes de la música en vivo, que está revolucionando la industria de la música en directo. Es la única del mercado que notifica a los usuarios sobre los conciertos de sus artistas favoritos según sus gustos musicales, actúa como una agenda musical personalizada, conecta a personas con gustos musicales similares, y además agrega, ordena y compara entradas. Es decir, ¡todo lo que un fan de la música en directo puede necesitar, en una app!

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

Wegow es la primera compañía de social ticketing en España. Nacimos como red social, por lo cual los usuarios nos perciben como una marca, y no como a un intermediario, ya que les acompañamos en todo el proceso de compra: desde la identificación de un concierto, recomendaciones personalizadas según sus gustos musicales y los eventos en los que están interesados sus amigos, chats integrados para hablar con otros usuarios y organizar planes, compra de entradas, hasta recibir feedback sobre el evento. Gracias a todo ello, conseguimos generar una demanda previamente inexistente en los usuarios.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de WEGOW?**

La idea de crear Wegow empezó con una experiencia personal: Mi amigo y socio Gonzalo García-Miñaur y yo, acudíamos a tantos conciertos como podíamos, pero en ocasiones nos perdíamos algunos por no tener con quien disfrutarlos. Además, los días siguientes veíamos en redes sociales publicaciones de amigos que sí habían ido y a los que podríamos habernos unido, pero el evento ya había pasado.

Fue entonces cuando decidimos crear una herramienta que conectase a personas con gustos musicales similares para que pudiesen compartir información relevante sobre sus eventos favoritos y organizar planes para disfrutarlos al máximo. En un siguiente nivel, la app y la web permitirían a los usuarios estar informados sobre los eventos musicales según sus gustos, recibir notificaciones de sus artistas favoritos, conocer a gente con gustos afines, ver a qué eventos quieren asistir sus amigos y adquirir su entrada al mejor precio disponible.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

Montar Wegow ha sido un reto y el viaje ha sido emocionante: concretar la idea, definir la estrategia a seguir, construir un equipo completo, contar con partners que compartan la misma visión...

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

No podría destacar un solo buen momento, ya que cada día su-

peramos un nuevo desafío, lo cual es motivo de gran orgullo y entusiasmo por parte de todo el equipo.

Por otro lado, los grandes retos iniciales consistieron en priorizar y gestionar eficientemente el elevado volumen de trabajo que genera la creación de una compañía nueva, para poder abarcarlo todo.

**Habéis adquirido 5gig. ¿Cómo llegasteis a tomar esta decisión? ¿Os supone más presión?**

El pasado diciembre de 2016, Wegow adquirió el 100% del capital de 5gig, conocida como Nvivo en España. Esta decisión se tomó porque suponía un paso estratégico para la internacionalización de la compañía. La fusión se ha completado en dos fases: primero con Nvivo en abril de 2017 a nivel nacional, y en noviembre 2017 con 5gig en el resto de zonas geográficas, lo cual nos ha permitido comenzar operaciones en 18 nuevos países.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

En sus inicios, Wegow nació como una red social. Sin embargo, más adelante percibimos que podíamos completar y mejorar la experiencia de los usuarios con nuevos atributos y características en nuestra plataforma: ofrecer información de calidad sobre los artistas, la posibilidad de realizar búsquedas de conciertos y festivales, un comparador de entradas... En ese sentido, más que un error, ha sido un aprendizaje de las necesidades de nuestra comunidad.

**SEGUIMOS UNA ESTRATEGIA BOTTOM-UP: INCLUIMOS TODO EL CONTENIDO DE CONCIERTOS Y FESTIVALES DE CADA PAÍS A NIVEL MUNDIAL.**

**¿Cual es vuestro plan de internacionalización? ¿En qué países operáis?**

Este noviembre nos hemos internacionalizado en 18 nuevos países y en este momento Wegow está presente en Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Irlanda, Italia, México, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza.

Seguimos una estrategia bottom-up: incluimos todo el contenido de conciertos y festivales de cada país a nivel mundial. En un segundo paso, tras analizar la respuesta de los usuarios y teniendo en cuenta la cultura musical de cada mercado, definimos países estratégicos.



### ¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?

Para que un inversor se interese por tu startup, en primer lugar, ésta debe ser atractiva para el mercado. Mostrando la tracción (facturación, usuarios, retención de clientes, referencias, advisors...) se demuestra al posible inversor los resultados reales de la compañía y lo que se puede esperar de ella en el futuro.

En segundo lugar, es imprescindible exponer que la startup tiene previsiones de un crecimiento constante y el modelo de negocio es escalable, también a nivel internacional.

Por último, para un inversor es muy importante ver que el equipo base tiene talento y que sabe hablar en su mismo idioma, para que exista una comunicación fluida y continua entre ambas partes.

### ¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?

Un inversor está interesado en escuchar la idea de tu startup para invertir en ella y no en copiarla, por lo tanto, en mi opinión no es necesario firmar un NDA con ellos en esa primera fase. Simplemente hay que utilizar la lógica y saber con quién y en qué momento no deberíamos compartir información sensible sobre la empresa.

**UN INVERSOR ESTÁ INTERESADO EN ESCUCHAR LA IDEA DE TU STARTUP PARA INVERTIR EN ELLA Y NO EN COPIÁRTELA, POR LO TANTO, EN MI OPINIÓN NO ES NECESARIO FIRMAR UN NDA CON ELLOS EN ESA PRIMERA FASE.**

Una vez que se comprometan con tu proyecto y tengan que analizar toda la información en profundidad, sí se debería solicitar un NDA.

### ¿Qué perfil tiene el equipo que conforma WEGOW? ¿Cuántos sois?

En Wegow contamos con un equipo de más de 25 perfiles profesionales especializados en desarrollo tecnológico, redes sociales, y ticketing con un amplio conocimiento sobre diferentes disciplinas dentro de la música.

### ¿Qué tendría que hacer para trabajar en WEGOW? ¿Qué perfil debería tener?

Lo más importante para formar parte del equipo Wegow, independientemente del departamento al que se esté aplicando, es ser

una persona enérgica, positiva y tener una actitud perseverante, además de ser un amante de la música en vivo.

**Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Estamos en esta aventura junto a nuestros usuarios, por lo tanto, nos encanta recibir comentarios suyos para seguir mejorando su experiencia. Por eso contamos con una atención al cliente personalizada que da una respuesta rápida a través de diferentes vías (ya sea por correo, teléfono, redes sociales, los chats integrados en la plataforma...).

**Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

En ese caso, mi consejo es que se lancen a la aventura y la disfruten al máximo durante el viaje. En este también habrá momentos complicados, pero hay que levantarse y seguir adelante.

En una startup hay que pensar a futuro y vivir el presente. Por tanto, recomendaría que no se precipitase con ninguna decisión relevante, que siga siempre una estrategia, que vaya paso a paso cumpliendo los objetivos marcados y que se rodee de un gran equipo.

**NUESTRO OBJETIVO ES QUE EN DOS AÑOS WEGOW SIGA SIENDO LA PLATAFORMA DIGITAL REFERENTE PARA LOS AMANTES DE LA MÚSICA EN VIVO EN ESPAÑA, Y UNA DE LAS LÍDERES A NIVEL INTERNACIONAL.**

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Es más importante el equipo, que la idea. Es cierto que la idea debe ser buena, pero las personas son clave para la evolución de una compañía. Es un consejo que he seguido desde el primer día de Wegow, y no puede estar más de acuerdo.

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Contar con el apoyo de familiares y amigos es fundamental. Son los que más te motivan y los que te recuerdan en los momentos más difíciles por qué empezaste.

Además, para mí no existen dos días iguales, lo cual significa que tengo que ser mucho más consciente a la hora de planificar mi agenda y sacar tiempo para disfrutar de mi círculo más íntimo.

**¿Dónde ves a WEGOW dentro de dos años?**

Wegow está en evolución constante para ofrecer la experiencia más completa a sus usuarios, así como a promotores musicales, managers y bookers alrededor de un evento de música en vivo.

En los próximos años, además, vamos a introducir nuevos servicios que beneficiarán a todos los interesados en la música en directo para complementar el resto de atributos y características de las que ya dispone la plataforma.

**ES MÁS IMPORTANTE EL EQUIPO, QUE LA IDEA. ES CIERTO QUE LA IDEA DEBE SER BUENA, PERO LAS PERSONAS SON CLAVE PARA LA EVOLUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA.**

Por lo tanto, nuestro objetivo es que en dos años Wegow siga siendo la plataforma digital referente para los amantes de la música en vivo en España, y una de las líderes a nivel internacional.

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar WEGOW?**

El hecho de haber podido crear Wegow y llegar hasta dónde estamos ahora, ya supone una satisfacción profesional indescriptible. Ahora el reto es seguir creciendo y consolidando nuestro negocio, y para mí, saber seguir liderando la compañía hasta alcanzar todos nuestros objetivos.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** – The Jayhawks

**Una canción** – My Way de Frank Sinatra

**Un libro** – Correr o morir de Kilian Jornet

**App Favorita** - Glovo

**Ciudad favorita** – Nueva York

**Citas favoritas.**

“Valor = (C + H) x A. El conocimiento y las habilidades son fundamentales, son valores que suman, pero la actitud es la que realmente añade valor, la que multiplica.” Victor Küppers

“La gente piensa que enfocarse significa decir sí a aquello en lo que te enfocas, pero no es así. Significa decir no a otras cientos de ideas buenas que hay.” Steve Jobs



# Ponemos toda nuestra energía en atenderte cómo mereces

Además por ser de CEPYME te haremos una oferta personalizada en electricidad y gas



Infórmate en:

- 900 400 999
- [empresas@iberdrola.es](mailto:empresas@iberdrola.es)





we





ina... es





# ASIER URIBEECHEBARRÍA

Cofundador & CEO FINANBEST

FINANBEST ES UNA FINTECH ESPAÑOLA QUE PONE  
A DISPOSICIÓN DE TODOS LOS AHORRADORES  
SERVICIOS FINANCIEROS QUE HASTA AHORA  
SÓLO ESTABAN DISPONIBLES PARA  
LOS GRANDES PATRIMONIOS

## Bio fundadores

**Asier Uribechevarría:** 20 años de experiencia en el sector financiero, ha sido Director de Marketing y miembro del comité de dirección de Banco Sabadell México. Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto y MBA por Manchester Business School.

**Sergio Guimón:** Cofundador en Londres de StripYourBanker, una startup de gestión de finanzas automatizadas. Previamente ocupó el cargo de Director de Estrategia de Nfoque Advisory Services y de Consultor en Accenture. Es Ingeniero Industrial por la Escuela Superior de Ingenieros de Bilbao y MBA por la London Business School.

**Frédéric Dupuy:** Ha trabajado 14 años en banca de inversión en París, Londres y Madrid en los bancos Société Générale, Deutsche Bank, BNP Paribas y BBVA. Es ingeniero por la Ecole Polytechnique (París) y por la ENSAE (París), y es MBA por el Instituto de Empresa.

**¿Qué es FINANBEST?**

Finanbest es una Fintech (unión de finanzas y tecnología) española que pone a disposición de todos los ahorradores servicios financieros (planes de inversión) que hasta ahora solo estaban disponibles para los grandes patrimonios. De esta manera, ayudamos a los ahorradores a rentabilizar sus ahorros de una forma mucho más eficiente y a un coste muy inferior al de la media de la industria.

**¿Cuál es vuestra killerapplication, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

Hemos venido a revolucionar la manera en la que se hacen las cosas en la industria de la gestión de activos. Con Finanbest, los ahorradores con 3.000 Eur a invertir tienen a su disposición unos servicios financieros que hasta ahora solo estaban disponibles para los grandes inversores: planes de fondos de inversión de las primeras gestoras mundiales, personalizados y diversificados globalmente y una vigilancia diaria de todas las inversiones que ajustamos en caso de que estén desalineadas con los objetivos iniciales de cada cliente. Todo ello, con comisiones un 70% más bajas que la media de la industria.

¿Cómo lo conseguimos? gracias a una distribución 100% digital de nuestro servicio y el uso de algoritmos financieros (reducción de costes que nos permiten ser tan competitivos en comisiones). Además, la ausencia de conflictos de interés (somos 100% independientes) nos permite tener acceso a más de 50.000 fondos y seleccionar los más beneficiosos para nuestros clientes.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de FINANBEST?**

Hace algo más de dos años se dio la confluencia de mi análisis de nuevos modelos de negocio dentro de mi proyecto de puesta en marcha de un gran banco en México con la enorme necesidad de mejora del proceso de inversión del ahorrador medio en España, que yo conocía perfectamente después de más de 15 años en banca. Por ver primera, gracias a Internet, se unía una clara necesidad con la posibilidad de satisfacerla.

**AL PRINCIPIO DEL TODO, CUANDO ESTÁS CON UNA HOJA EN BLANCO, SON MUCHAS LAS PREGUNTAS QUE TE HACES, LAS OPCIONES QUE BARAJAS Y EL ABANICO DE POSIBILIDADES ES CASI INFINITO...**

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

Pasar de una idea a una realidad ha sido complicado pero tremendamente satisfactorio. Ver hoy cómo nuestros clientes entienden los beneficios de este modelo y van aportando de forma

periódica más capital a sus inversiones iniciales es la mejor demostración de que el modelo funciona. Hay dos momentos clave, el primero fue la aprobación del proyecto por parte de la CNMV. Esta aprobación es una de las mayores barreras de entrada por las exigencias que requiere tanto de viabilidad, equipo involucrado, capital inicial etc. No hay que olvidar que somos una agencia de valores y tenemos que estar regulados por la CNMV como cualquier entidad financiera. El segundo momento fue nuestro primer cliente.

Una vez el proyecto fue aprobado por la CNMV, hubo mucho esfuerzo para montar nuestra plataforma y que todo funcionara a la perfección: con el primer cliente el proyecto había pasado de una idea a una realidad. Ya existía Finanbest!

**AYUDAMOS A LOS AHORRADORES A RENTABILIZAR SUS AHORROS DE UNA FORMA MUCHO MÁS EFICIENTE Y A UN COSTE MUY INFERIOR AL DE LA MEDIA DE LA INDUSTRIA.**

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

Ha habido muchos momentos buenos que sobrepasan a los malos por goleada. Quizá el mejor momento fue cuando arrancamos y vimos que los clientes empezaban a confiar en nuestro servicio. Es un momento muy especial, queríamos demostrarnos a nosotros mismos que habíamos sido capaces de comunicar las ventajas de un modelo tan puntero de forma correcta y que la sociedad española lo entendía. Así fue.

Ese momento también fue uno de los más tensos como cualquier comienzo de operaciones: ¡había que asegurarse que todo fluyera a la perfección, con rapidez y que todos los procesos fueran como un Ferrari! Por suerte, habíamos probado todo el sistema mil veces antes de empezar las operaciones y funcionó a la perfección, pero fue un momento decisivo y tenso.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Si volviéramos a empezar intentaría agilizar más la fase inicial del proyecto Finanbest. Al principio del todo, cuando estás con una hoja en blanco, son muchas las preguntas que te haces, las opciones que barajas y el abanico de posibilidades es casi infinito... en esta fase se cae a veces en el error de invertir mucho tiempo en el análisis de opciones. Llega un momento en el que hay que dejar de explorar en detalle ese abanico y focalizarse al 100% en una sola opción.



### ¿Habéis contactado con inversores? ¿Habéis cerrado alguna ronda de inversión?

De momento Finanbest ha sido financiado exclusivamente con fondos propios, con el capital aportado por los socios fundadores. Hemos demostrado que con recursos limitados hemos sido capaces de crear una empresa, un excelente producto y que nuestras operaciones funcionan eficientemente. Tener recursos limitados es una forma de disciplina que obliga a hacer las cosas bien y de enfocarse en lo realmente importante para la gestión y para el cliente, es también una forma de estar seguros de que eliminamos los costes y gastos innecesarios (lo que nos permite ofrecer una comisión de gestión muy baja).

Ahora que hemos logrado nuestras primeras operaciones estamos abriendo la primera ronda de financiación externa para acelerar la puesta en marcha nuestra estrategia comercial y el desarrollo de nuevos productos.

### ¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?

Un inversor busca una visión clara de cómo tu nuevo producto o tu nueva solución puede irrumpir en el mercado, ocupando un nuevo segmento o incluso transformándolo en profundidad. Quiere entender qué problema soluciona, y cómo lo soluciona.

En el caso de Finanbest, aportamos una solución a la frustración del ahorrador español frente a los bajos rendimientos ofrecidos por los productos de la banca tradicional (costes altos, comisiones altas, conflictos de interés, opacidad).

Nuestra visión se basa en cuatro bloques:

- 1.- Las nuevas tecnologías permiten democratizar el acceso a productos y servicios tradicionalmente reservados a altos patrimonios.
- 2.- Una buena gestión de los ahorros debe basarse en una visión de largo plazo, en una óptima diversificación de las inversiones en varios mercados globales de acciones y bonos, y en la selección independiente de los mejores fondos de inversión (indexados, baratos).
- 3.- Los altos costes y comisiones de la banca tradicional lastran directamente los rendimientos de sus planes de ahorros y de inversión. Nuestro modelo de distribución digital y nuestra filosofía de gestión permiten reducir los gastos y comisiones de manera radical.

4.- El cliente es dueño de su dinero: transparencia total (toda la información en su área privada digital), máxima seguridad (sus inversiones en una cuenta a su nombre, en el banco BNP Paribas), accesibilidad (puede retirar su dinero cuando quiera, sin coste).

Un inversor también pide un equipo potente capaz de aterrizar esta visión e implementar el plan de negocio de manera inteligente y ordenada.

**¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?**

No es imprescindible porque rige la confianza y la convicción de que cada uno es profesional. Además, se selecciona normalmente a quien se entrega la información. Si un inversor traiciona esta confianza, tiene los días contados como inversor. En todo caso, sí es habitual firmar un NDA.

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma FINANBEST? ¿Cuántos sois?**

Finanbest no es una empresa más. Hemos abandonado puestos directivos en banca y tecnología porque estamos totalmente convencidos de la necesidad de un cambio radical en la gestión de las inversiones. Somos ingenieros, matemáticos, economistas, profesores de finanzas y abogados que hemos trabajado en empresas como Accenture, Banco Sabadell, Open Bank, SocieteGenerale, BBVA o Fidelity Investments. Profesionales con conocimiento relevante, competencia profesional y compromiso y pasión por el proyecto.

El equipo de Finanbest combina amplia experiencia en el sector financiero, tecnológico y la experiencia de cliente en Internet. Además, nos hemos rodeado de expertos externos líderes en su mercado. Un proyecto sólido, serio y con un tiempo de desarrollo de casi dos años, en el que han participado más de 50 personas de 15 empresas.

**FINANBEST ES UN PROYECTO SÓLIDO, SERIO Y CON UN TIEMPO DE DESARROLLO DE CASI DOS AÑOS, EN EL QUE HAN PARTICIPADO MÁS DE 50 PERSONAS DE 15 EMPRESAS.**

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en FINANBEST? ¿Qué perfil debería tener?**

A medida que nuestro volumen de negocio aumenta, que impulsamos nuestra estrategia comercial y que desarrollamos nuestros productos tendremos nuevas necesidades y contrataremos gente con talento y experiencia en áreas muy específicas de tecnología,

economía & finanzas y marketing. Lo más importante a la hora de contratar a un nuevo socio es que comparta nuestra visión y nuestra pasión por nuestro producto

**Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Gestionar el dinero de un cliente es una cosa muy seria, basada en la confianza y en resultados.

La principal manera de atender bien a nuestros clientes consiste en gestionar de la mejor manera posible sus inversiones: buenos rendimiento y un riesgo controlado. Esto pasa en primer lugar por eliminar todas las comisiones y gastos innecesarios y los intermediarios que no aportan valor. En segundo lugar en automatizar lo máximo posible los procesos. Finalmente, en centrar la gestión en la optimización de la diversificación de los planes de ahorro (AssetAllocation), basándonos en un modelo cuantitativo y en la selección de los mejores fondos de inversión.

**GESTIONAR EL DINERO DE UN CLIENTE ES UNA COSA MUY SERIA, BASADA EN LA CONFIANZA Y EN RESULTADOS.**

Además, somos totalmente transparentes y detallamos a nuestros clientes el desglose de las comisiones que paga por las operaciones de gestión de su cartera de inversión. No tenemos nada que esconder, al revés: estamos orgullosos de poder ofrecer nuestro servicio a un coste total tan bajo, somos low-cost y por eso insistimos en la importancia de las comisiones. En cuanto a nuestra gestión, tenemos un modelo sencillo, sensato y eficaz, así que podemos explicarlo a nuestros clientes en todo momento con total honestidad. Por último, estamos siempre a disposición de nuestros clientes por email, por chat y por teléfono. En todo caso, los clientes tienen acceso a toda la información relativa a sus inversiones en su área privada de nuestra web, 24x7

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Le daría varios, y algunos de ellos, se señalan más adelante, como la necesidad de apoyo familiar, la resiliencia, etc. pero llegados al punto descrito en la pregunta que se cuenta con una buena idea, producto y equipo, le diría que no espere más y que se lance. Pero que sepa que los ingresos se retrasan y los gastos se adelantan por lo que la gestión de la caja es completamente clave. La financiación se debe prever con meses de antelación. Y si puede, que haga una prueba piloto de cada desarrollo, campaña de marketing, etc. antes de hacer grandes gastos



### ¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?

El mejor consejo me lo dio uno de los mayores emprendedores de España, Javier Galán, socio de Finanbest, cuando me dijo que luchara por nuestro proyecto sin desfallecer, trabajando en el día a día, sabiendo que habría grandes dificultades, porque “Si fuera fácil, lo haría cualquiera”.

### ¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?

Tiene importancia capital, ya que emprender es un camino largo y duro, que afecta a tu estabilidad personal y financiera por lo que es absolutamente clave el apoyo familiar. Toda la familia debe estar convencida y apostar por el proyecto.

### ¿Dónde ves a FINANBEST dentro de dos años?

Veo a Finanbest como uno de los actores relevantes del sector del ahorro de España, protagonista de la transformación de la industria en aras de mayor transparencia, poniendo al alcance de todos los inversores modelos de inversión avanzados, con productos de bajo coste, sin conflictos de intereses y eliminando todo lo que no te aporta valor. Pero especialmente veo a Finanbest con muchos clientes satisfechos.

### ¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar FINANBEST?

Quisiera constituir un equipo cohesionado, comprometido, y sobre todo que disfrute en la puesta de marcha de un proyecto innovador y disruptivo pero que exige lo mejor de cada uno de nosotros.

### Personal:

**Un libro** - “El pequeño libro para invertir con sentido común”, John C. Bogle

**App Favorita** - WhatsApp

**Ciudad favorita** - Nueva York

**Citas favoritas:** “Lo que no son cuentas, son cuentos”, “Si fuera fácil, lo haría cualquiera”





# GONZALO FERNÁNDEZ

Cofundador & CEO FINUTIVE

FINUTIVE ES UNA HERRAMIENTA DE SOFTWARE  
ALOJADA EN LA NUBE QUE PERMITE  
ALOS PEQUEÑOS NEGOCIOS GESTIONAR  
SU TESORERÍA Y FINANZAS  
DE MANERA SENCILLA

## **Bio fundadores**

Guillermo y Gonzalo se conocen en KPMG y comparten dos años en el área de consultoría de negocio en el sector bancario. Ahí realizan juntos varios proyectos de transformación bancaria y digitalización de procesos y empiezan a tener interés por los nuevos proyectos fintech que surgen en España. Después de estudiar el mercado ven claro el hueco y crean Finutive. Antes, Guillermo había sido gestor de banca de pymes durante varios años para después seguir su carrera como consultor. Gonzalo, por su parte se vincula al emprendimiento desde la universidad y cultiva esta pasión desde asociaciones y clubes de emprendimiento antes de dar el salto a la vida profesional en KPMG.

**¿Qué es FINUTIVE?**

Finutive es una herramienta de software alojada en la nube que permite a los pequeños negocios gestionar su tesorería y finanzas de manera sencilla. Conecta con las fuentes de información financiera de la pyme (bancos y programas de facturación), para poder dar al gestor del negocio automáticamente y en tiempo real sus posiciones bancarias, de circulante y proyecciones de caja. Queremos convertir en información útil de negocio la información financiera desestructurada en varias fuentes.

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

Ofrecer una aplicación que se centre en lo que realmente le importe a los negocios, la caja y el dinero que tienen y tendrán disponible para tomar decisiones. Además también realiza recomendaciones y asesoramiento sobre el uso de los recursos financieros. Hay muchas aplicaciones enfocadas en otras partes de la cadena de valor de las finanzas: facturación, contabilidad, nóminas, impuestos...pero no existe nada 100% centrado en la gestión de la tesorería y proyecciones de caja para los pequeños negocios

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de FINUTIVE?**

Los dos founders trabajábamos para una gran consultora en el sector de banca, especialmente enfocado en proyectos de banca retail en el mundo pyme. Siempre vimos claro la necesidad que tenían las pymes de recibir un asesoramiento financiero que les permita centrarse en lo que es importante para ellas: conseguir y retener clientes. Cada vez el gestor contable y fiscal se involucra menos en este tipo de asesoramiento porque la tendencia del sector es bajar precios y convertirse en un servicio “commodity” por la gran competencia. El gestor bancario, por otra parte, no tiene incentivos para darle nada más que los productos y servicios que a él le hagan cumplir objetivos. Era hora de crear un asesor independiente que se puedan permitir.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

Duro porque el sector de la micro-pyme y la pequeña empresa no está especialmente digitalizado y no es tan común como en otros países el uso de software cloud para la gestión del negocio. Además, el asesoramiento financiero, aunque la inmensa mayoría de los negocios reconocen tener enormes problemas en la gestión de la caja y los recursos financieros, no se es consciente de que existen soluciones como estas para solucionarlo. En definitiva, un proyecto también de evangelización para el que también intentamos sacar mucho contenido en nuestro blog de Finutive para poder hacerlo más sencillo.

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

El mejor momento cuando confirmas por primera vez que lo que

haces va a cumplir la vocación que tenía desde el principio. En nuestro caso eso se materializa en algo tan simple como que los primeros usuarios, gracias a usar Finutive, se ahorren los gastos financieros de entrar en descubierto por nuestros avisos y recomendaciones de colocación de fondos y balance de cuentas, o cuando le avisamos de una futura tensión de tesorería y gracias a eso recurre a la búsqueda de financiación o negociación con clientes con tiempo suficiente para gestionar el descubierto. Y eso es solo una pequeñísima parte de lo que hace Finutive. ¿El peor? No ha habido momentos suficientemente malos como para nombrarlos todavía

**SIEMPRE VIMOS CLARO LA NECESIDAD QUE TENÍAN LAS PYMES DE RECIBIR UN ASESORAMIENTO FINANCIERO QUE LES PERMITA CENTRARSE EN LO QUE ES IMPORTANTE PARA ELLAS: CONSEGUIR Y RETENER CLIENTES.**

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Finutive es y pretender ser un producto muy completo, desde el principio priorizar funcionalidades nos resultó complicado y creo que la primera versión no tenía absoluta consonancia con lo que debería haber sido un Mínimo Producto Viable. Metimos cosas que igual no eran necesarias y faltaron otras bastante importantes. Creo que es imprescindible entender bien cuál es la funcionalidad clave a partir de la cual se construye tu producto y salir con ello para testar eficazmente su aportación de valor a tus clientes.

**¿Habéis cerrado alguna ronda de inversión?**

Sí, una en etapa bastante inicial para poder terminar la segunda versión del producto después de sacar la primera Beta y aprender iterando con clientes.

**¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?**

Una solución a un problema real dentro de un mercado muy grande, eso lo primero. A partir de ahí, un equipo con las características, cualidades y voluntad suficiente para llevarlo a cabo en los buenos y en los malos momentos.

**CREO QUE ES IMPRESCINDIBLE ENTENDER BIEN CUÁL ES LA FUNCIONALIDAD CLAVE A PARTIR DE LA CUAL SE CONSTRUYE TU PRODUCTO Y SALIR CON ELLO PARA TESTAR EFICAZMENTE SU APORTACIÓN DE VALOR A TUS CLIENTES.**



**¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?**

Nosotros no lo hicimos porque no entramos en temas muy concretos de ejecución técnica o desarrollo de producto al detalle, esto es porque en la etapa en la que invirtieron por lo que se apuesta es por el proyecto y el equipo. La idea en sí no vale demasiado, lo que marca la diferencia y hay que proteger es la ejecución.

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma FINUTIVE? ¿Cuántos sois?**

Ahora somos 4 personas en la parte del equipo comercial y de marketing y otras tantas involucradas en producto y tecnología.

**¿Qué tendría que hacer alguien para trabajar en FINUTIVE? ¿Qué perfil debería tener?**

De perfil no puedo responder a nada en concreto porque necesitamos y vamos a necesitar todos los posibles en esta etapa de crecimiento que tenemos por delante.

Pero en general tiene que tener pasión y vocación de ayudar a los emprendedores y crear un producto con impacto social y económico que cambie la manera en la que los gestores de los pequeños negocios se tienen que relacionar con sus finanzas.

Además tiene que tener un alto compromiso con la empresa, valores personales y ganas de quedarse con nosotros

**Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Sin entrar en lo operacional creo que lo que intentamos dar es el mismo trato que querríamos recibir para poder valorar como un 10 la relación con un proveedor.

La verdad es que nos sentimos cómodos invirtiendo tiempo en la gestión de los usuarios porque no lo vemos como un gasto sino precisamente como inversión para retener y que nos recomienden

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

La misma que intento aplicarme todos los días: perseverar y creer en el proyecto en todo momento y acordarse del potencial de lo que estás creando. Va a haber muchos días duros y lo importante es tener claro hacia donde vas.



### ¿El mejor consejo que te han dado?

Como empresa vales siempre lo que vale tu segunda opción. Básicamente viene a decir que hay que tener foco pero plan B siempre para todo: inversión, proveedores, estrategia, canales...

### ¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?

Es de máxima importancia pero también el de tus amigos. Vas a pasar por una época en la que tu estándar de vida va a cambiar y tienes que estar mentalmente preparado para ello y tu familia y amigos para entenderlo y respetarlo.

### ¿Dónde ves a FINUTIVE dentro de dos años?

Siendo el asesor financiero virtual de todas las pymes españolas, en el que confíen para tomar decisiones de negocio, y ganando cuota de mercado en Europa.

### ¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar FINUTIVE?

Creo que el reto de internacionalizar el proyecto y poder escalarlo a nivel europeo es mi favorito y del que tengo más ganas.

**COMO EMPRESA VALES SIEMPRE LO QUE VALE  
TU SEGUNDA OPCIÓN. BÁSICAMENTE VIENE  
A DECIR QUE HAY QUE TENER FOCO PERO  
PLAN B SIEMPRE PARA TODO: INVERSIÓN,  
PROVEEDORES, ESTRATEGIA, CANALES...**

### Personal:

**Una canción** - Nightcall - Kavinsky

**Un libro** - "El Conde de Montecristo"

**App Favorita** - SoundCloud

**Ciudad favorita** - Berlín

**Citas favoritas:** "The man who passes the sentence should swing the sword".



[finutive.com](https://finutive.com)

**ACCEDE  
A FINANCIACIÓN PÚBLICA.**

**MÁS DE 3.500 PROYECTOS  
APROBADOS Y 500 M  
DE EUROS EN AYUDAS.**

**LLÁMANOS  
902 996 061**



MADRID - BILBAO - PARIS

[www.partners.es](http://www.partners.es)





# CRISTÓBAL VIEDMA

Cofundador & CEO LINGOKIDS

LINGOKIDS ES LA ÚNICA PLATAFORMA  
DE APRENDIZAJE DE IDIOMAS  
PARA NIÑOS DE 2 A 8 AÑOS

## Bio fundadores

### Marieta Viedma:

Educadora infantil y apasionada de la enseñanza de idiomas. En 2006 fundó Gea Educativa, una cadena de centros educativos para niños de 2 a 16 años.

### Cristóbal Viedma:

Emprendedor, enamorado de la ingeniería, la educación y la comunicación intercultural. Ha trabajado varios años en países como Suecia y Singapur en proyectos emprendedores de base tecnológica.

**¿Qué es LINGOKIDS?**

Lingokids es la única plataforma de aprendizaje de idiomas para niños de 2 a 8 años. La App integra un curso de inglés completo para niños, con múltiples actividades para satisfacer los distintos estilos de aprendizaje. La propuesta didáctica de Lingokids está basada en un método de aprendizaje auto dirigido e inmersivo. Lo que pretende Lingokids es que los niños aprendan de una forma natural y jugando, ya que es la mejor manera de captar su atención.

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

Como concepto, el hecho de dirigirnos a niños en edades tempranas. Como servicios: las clases de inglés por videoconferencia impartidas por profesores nativos a tiempo real, contenido dinámico que funciona sin conexión a internet y un algoritmo propio (Learning Gears™), diseñado por Lingokids a partir de inteligencia artificial, el cual analiza las respuestas y el nivel de cada niño y adapta, de forma dinámica, el contenido del curso a su ritmo de aprendizaje.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de LINGOKIDS?**

La idea nace a partir de un conjunto de circunstancias entre mi hermano y yo. Por un lado descubrí la facilidad que tienen los bebés para manejar tablets gracias a mi hija que por aquel entonces tenía tan sólo dos años; además llevo más de 9 años abriendo centros de estudios para la enseñanza de un segundo idioma, por lo que se la importancia y ventajas de crecer bilingües desde pequeños. Por otro lado, mi hermano Cristóbal cuenta con una amplia experiencia en el sector digital e IT por lo que sabíamos que al juntar nuestros conocimientos y capacidades para un proyecto emprendedor, la idea iba a triunfar. Fundamos Lingokids en 2016.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

Por supuesto ha habido momentos difíciles pero echando la vista atrás me quedo con la gran experiencia que estamos adquiriendo y la gratificación a nivel personal. Tras el lanzamiento de la idea fuimos seleccionados por la aceleradora “500 startups” de Silicon Valley y gracias a su inversión y supervisión pudimos terminar de desarrollar la plataforma y volver a España para comenzar con fuerza.

Desde el lanzamiento hemos ido mejorando la plataforma y los servicios propuestos y nos hemos presentado a varios concursos y hemos conseguido premios, entre ellos el “Academic’s Choice Award” – 2016. De hecho en 2016 fuimos la app de educación infantil más descargada en España. Asimismo hemos sido finalistas del South Summit 2017 como “Top 100 startups 2017 más innovadoras en la categoría B2C”, elegida entre 3.100 startups de 70 países.

El hito más relevante desde la creación ha sido la segunda ronda de financiación por 4 millones de euros el pasado mes de junio, en el que uno de los grandes inversores fue Bessemer, uno de los fondos más longevos de Estados Unidos y que ha invertido en LinkedIn, Skype o Pinterest.

La calidad del contenido de Lingokids viene respaldada por Oxford University Press, quien confió en nosotros y con quienes mantenemos un acuerdo de distribución de Lingokids junto a libros físicos, por escuelas de todo el mundo.

**ACTUALMENTE CONTAMOS CON 2,2 MILLONES DE CLIENTES ACTIVOS DE TODO EL MUNDO (AMÉRICA DEL SUR, ESPAÑA, ASIA...)**

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

Quizás los peores momentos estuvieron en el desarrollo inicial del producto cuando encuentras dificultades para crear un producto atractivo para los nuevos usuarios. En cuanto al mejor ha habido momentos muy gratificantes pero el encontrar un encaje producto-mercado después de meses iterando sobre el producto fue uno de los momentos más gratificantes

**Captasteis 3,6 millones de euros en una ronda de financiación liderada por Holtzbrinck Ventures, JME Venture Capital y Bessemer Ventures Partners. ¿Cómo llegasteis a estos inversores? ¿Os supone más presión?**

Por supuesto, que el contar con más inversores que dependen de cómo de bien Lingokids funcione añade presión pero también contamos con su experiencia y conocimientos del mercado. Llegar a este tipo de inversores top es difícil y requiere de persistencia y desde luego que tener contactos en la industria siempre ayuda.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Sí, por supuesto hemos cometido errores tanto de estrategia como de ejecución y si hay algo que nos han enseñado es que de todos ellos se aprende algo, que los vamos a seguir cometiendo y que lo importante es identificarlos y cambiar lo que hacemos o cómo lo hacemos para encontrar la mejor solución lo más rápidamente posible

**Habéis tratado con JME Venture Capital ¿Qué pide un inversor español a la hora de apostar por una startup?**

Los inversores españoles, al igual que los internacionales, están interesados en proyectos viables y escalables gestionados por equipos experimentados.



**HEMOS SIDO FINALISTAS DEL SOUTH SUMMIT 2017 COMO "TOP 100 STARTUPS 2017 MÁS INNOVADORAS EN LA CATEGORÍA B2C".**

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma LINGOKIDS?  
¿Cuántos sois?**

Somos 35 empleados, de los cuales un tercio extranjeros. El perfil se compone por profesionales en el sector TI, marketing y comunicación, ventas, educación y creativos gráficos y audiovisuales.

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en LINGOKIDS?  
¿Qué perfil debería tener?**

Solemos publicar todas nuestras ofertas de trabajo en nuestra propia página web y en otras plataformas online enfocadas a startups. El perfil depende mucho del puesto (analista, creativo, marketing...), pero todos los candidatos deben tener un buen nivel de inglés (somos un equipo bastante internacional), pasión por la educación infantil y por la innovación/nuevas tecnologías y por supuesto muchas ganas de aprender.

**Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente, en este caso padres y niños.**

La comunicación en nuestro caso es bidireccional pues utilizamos el feedback de nuestros clientes constantemente para mejorar nuestro producto y los canales de comunicación con ellos son varios: redes sociales, email, teléfono, encuestas...

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Que es el momento de escalar el negocio y para hacerlo lo más rápidamente posible contar con financiación asegura una mayor rapidez en la ejecución

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Sin duda es fundamental, no solo el familiar sino también el de mentores o amigos. Emprender es algo difícil y con malos momentos en el camino por lo que cuanto mayor apoyo tengas mayores serán las posibilidades de éxito

**¿Dónde ves a LINGOKIDS dentro de dos años?**

En cuanto a posicionamiento y expansión, queremos seguir siendo la plataforma referente en enseñanza infantil en España, Latinoamérica y sudeste asiático y contar con más de 20 millones de usuarios. en todo el mundo.

En cuanto a servicios, el desarrollo completo del idioma chino (incluyendo las clases por videoconferencia con profesores nativos chinos y un certificado que acredite el nivel obtenido), la presencia del idioma español –que es muy demandado en países extranjeros- y el desarrollo de nuevos productos y servicios, para mantenernos en liderazgo tenemos que innovar continuamente.



# PLAN







# JORDI DÍAZ

Cofundador & CEO Play&go Experience

PLAY&GO EXPERIENCE ES UNA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA, AUMENTANDO LA INTERACCIÓN CON EL ENTORNO MEDIANTE TÉCNICAS DE GAMIFICACIÓN Y REALIDAD AUMENTADA

## **Bio fundadores**

*Jordi Díaz Maiquez:*

Mi carrera profesional se divide en dos periodos. En primer lugar, como consultor de tecnología e innovación en una gran empresa multinacional durante 10 años gestionando proyectos nacionales e internacionales en los sectores de turismo, telecomunicaciones y administración pública, dirigiendo equipos multidisciplinares de hasta 50 personas. En segundo lugar, emprendedor en serie, dirigiendo startups, tanto propias como de terceros de base tecnológica en los sectores de turismo y marketing en los últimos 6 años.

**¿Qué es PLAY&GO EXPERIENCE?**

Play&go experience es una mejora de la experiencia del visitante a través de la tecnología, aumentando la interacción con el entorno mediante técnicas de gamificación y realidad aumentada. Asimismo, constituye un nuevo canal de promoción y comunicación para las organizaciones, obteniendo información geolocalizada de los visitantes, tanto sociodemográfica como psicográfica, para el diseño de estrategias hipersegmentadas de geomarketing y/o de planificación de políticas públicas.

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

En Play&go experience hemos desarrollado un framework para el desarrollo de aplicaciones móviles que nos permite ofrecer en muy poco tiempo y a un coste reducido, una potente herramienta de geomarketing que mejora el engagement de los visitantes, para que disfruten de experiencias únicas, tanto en exteriores como en interiores.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de PLAY&GO?**

A raíz del éxito del juego Pokémon GO en verano de 2016, desde No Spoon Tech Lab, startup studio especializado en desarrollar nuevas ideas de negocio y crear empresas rentables, se empezó a idear una aplicación inspirada en el juego de Niantic, para aplicarlo al sector turístico, desarrollando su primer Mínimo Producto Viable para las Fallas de Valencia 2017.

Debido al gran éxito obtenido y el importante reconocimiento a nivel regional, se decidió crear una spin-off, Play and go experience, para continuar el desarrollo de producto y potenciar su crecimiento comercial, siempre con el apoyo de la empresa matriz.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

Crecí en Cocentaina, un pequeño pueblo del interior de la provincia de Alicante, estudié telecomunicaciones en Valencia y de ahí me fui a Madrid, donde trabajé durante 10 años en una gran empresa multinacional, tras lo cual estudié un MBA y fundé mi primera startup, relacionada con el turismo gastronómico. Más tarde dirigí una startup de marketing digital y tras casarme y tener un hijo decidí volver a Valencia, donde conocí al equipo de No Spoon Tech Lab y con ello, la oportunidad de dirigir este interesante proyecto.

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

Los mejores momentos se producen cuando un cliente te felicita por haber contribuido a mejorar su experiencia gracias a nuestras aplicaciones, el reconocimiento por el cumplimiento de la misión de la compañía es una de las grandes satisfacciones de emprender. Conseguir una gran cuenta después de mucho esfuerzo

también es muy gratificante, así como ver como todo el equipo rema en una misma dirección para conseguir un determinado objetivo. El peor momento fue cuando un compañero tuvo que dejar la compañía debido a una causa ajena al proyecto.

**LANZADERA ESTÁ SUPONIENDO UN PUNTO DE INFLEXIÓN EN EL DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA, APORTÁNDONOS FORMACIÓN, ASESORAMIENTO, MENTORING, FINANCIACIÓN Y UNA RED DE CONTACTOS PARA MADURAR EL MODELO DE NEGOCIO, SENTANDO LAS BASES PARA UN RÁPIDO CRECIMIENTO FUTURO.**

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Como toda empresa, somos conscientes que hemos cometido errores de los que hemos aprendido mucho. Por mencionar algunos, a nivel de producto, hemos implementado funcionalidades que “nos gustaban” a nosotros, en vez de cubrir una necesidad de nuestro cliente. A nivel de gestión, en alguna ocasión nos hemos dejado seducir por propuestas o proyectos que nos desfocalizaban, con beneficios a corto plazo, pero no a medio y largo plazo. También el habernos precipitado en la elección de un partner de negocio con intereses desalineados con los nuestros.

**Cómo está siendo vuestro paso por Lanzadera? ¿Habéis contactado con inversores? ¿Habéis cerrado alguna ronda de inversión?**

Lanzadera está suponiendo un punto de inflexión en el desarrollo de la compañía, aportándonos formación, asesoramiento, mentoring, financiación y una red de contactos para madurar el modelo de negocio, sentando las bases para un rápido crecimiento futuro. En estos momentos tenemos el foco en el negocio (vender, vender y vender), retroalimentando el desarrollo de producto con lo que nos pide el mercado. Ya hemos tenido contactos con algunos inversores y durante el año 2018 abriremos una ronda de inversión que acelere aún más el crecimiento actual. Las fuentes de financiación de la compañía hasta el momento han venido de la inversión del equipo fundador, del préstamo de Lanzadera y de las ventas.

**LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LA COMPAÑÍA HASTA EL MOMENTO HAN VENIDO DE LA INVERSIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR, DEL PRÉSTAMO DE LANZADERA Y DE LAS VENTAS.**



### ¿Qué pide un inversor a la hora de apostar por una startup?

El principal y casi único objetivo de un inversor es conseguir rentabilidad y cuanta más mejor. Dicho esto, el equipo es fundamental, su experiencia y su capacidad de gestión y de resiliencia, la actitud con la que afrontan los desafíos y los pivotajes que son capaces de realizar para conseguir el “market-product fit”. Otro elemento importante sería la innovación y la aportación de valor de la solución desarrollada y el impacto en el mercado, y su tamaño, y esto se demuestra con métricas y tracción. En Play&go experience tenemos como prioridad en estos momentos ser viables como compañía, alcanzar el break-even, para luego crecer sobre un modelo asentado y buscando siempre “smart money”.

**EN PLAY&GO EXPERIENCE TENEMOS COMO PRIORIDAD EN ESTOS MOMENTOS SER VIABLES COMO COMPAÑÍA, ALCANZAR EL BREAK-EVEN, PARA LUEGO CRECER SOBRE UN MODELO ASENTADO Y BUSCANDO SIEMPRE “SMART MONEY”.**

### ¿Qué perfil tiene el equipo que conforma PLAY&GO EXPERIENCE? ¿Cuántos sois?

El equipo de Play&go experience es multidisciplinar y está compuesto por diversos tipos de profesionales: técnicos especializados en Unity, plataforma de desarrollo de juegos; diseñadores para la capa de presentación o front-end; especialistas a nivel de diseño de base de datos o back-end; y finalmente el área de gestión y desarrollo de negocio.

Son perfiles heterogéneos muy especializados y cuyo trabajo coordinado es fundamental para conseguir buenos resultados. En la actualidad somos 7 personas, a los que hay que sumar asesores y otros especialistas que aportan al proyecto en momentos concretos.

### ¿Qué tendría que hacer para trabajar en PLAY&GO EXPERIENCE? ¿Qué perfil debería tener?

El primer paso sería demostrar una actitud y una proactividad fuera de lo común, es poco probable que encuentres una oferta laboral de nuestra compañía en un portal generalista de empleo, mi recomendación es que los candidatos “hagan los deberes”, es decir, deben “estudiarse” la empresa, que hacemos, que clientes tenemos, damos muchas pistas en publicaciones en nuestro blog, redes sociales, publicaciones en prensa, etc.

A partir de ahí, si encaja en alguno de los perfiles que componen la compañía, descritos anteriormente, deben hacer una reflexión de que pueden aportar, en sentido amplio, conocimiento, experiencia, contactos, etc. y no hay nadie mejor que uno mismo para saber en que es realmente bueno. Finalmente, con dicha propuesta de valor personal, contactarnos, le escucharemos seguro y ya habrá empezado a crearse su “propio” puesto de trabajo.

### Una de vuestra señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?

El cliente de Play&go experience son los visitantes que utilizan nuestras aplicaciones, es un perfil muy heterogéneo, que busca vivir experiencias únicas, intentamos que toda nuestra estrategia



gire entorno a ellos, de hecho, uno de nuestros paradigmas, es que aquello que no aporta valor al cliente no se hace. Les escuchamos continuamente a través de diferentes medios y mantenemos sesiones periódicas de retrospectiva para analizar, priorizar e implementar nuevas funcionalidades que respondan a sus necesidades en un proceso de mejora continua.

**LA VISIÓN DE PLAY&GO EXPERIENCE ES CONVERTIRSE EN LA EMPRESA LÍDER REFERENTE EN "GAME DATA".**

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Ser perseverante, paciente, tenaz. Enamorarse del mercado, no del producto ni de la idea. Compartir la idea, hablar continuamente con sus clientes, con expertos, ser flexible, rodearse de gente buena y de buena gente. Equivocarse rápido, pero sobre todo que haga lo que le guste, lo que sepa hacer bien, pasión ante todo.

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Mi padre siempre nos decía, dedícate a lo que quieras, pero decidas lo que decidas, esfuerzate al máximo para ser el mejor en lo que hagas.

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Aunque suene a tópico, es fundamental el apoyo de tu familia y entorno, emprender es una montaña rusa en donde hay que tener una gran capacidad de resiliencia, un entorno estable que entienda las motivaciones y riesgos que supone intentar mejorar la vida de los demás, es clave para superar las constantes dificultades a las que uno se enfrenta.

**¿Dónde ves a PLAY&GO EXPERIENCE dentro de dos años?**

La visión de Play&go experience es convertirse en la empresa líder referente en "game data", término de creación propio, para denominar la obtención de información de valor a través de dinámicas de juego para una mejor toma de decisiones por parte de las organizaciones.

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar PLAY&GO EXPERIENCE?**

Como emprendedor en serie busco que los productos que desarrollamos tengan un impacto social de gran alcance y que mejoren el entorno en el que vivimos, y esto a través del desarrollo profesional de nuestro equipo.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** – Héroes del Silencio

**Una canción** – Imagine (Elton John)

**Un libro** – El camino (Miguel Delibes)

**App Favorita** – minube

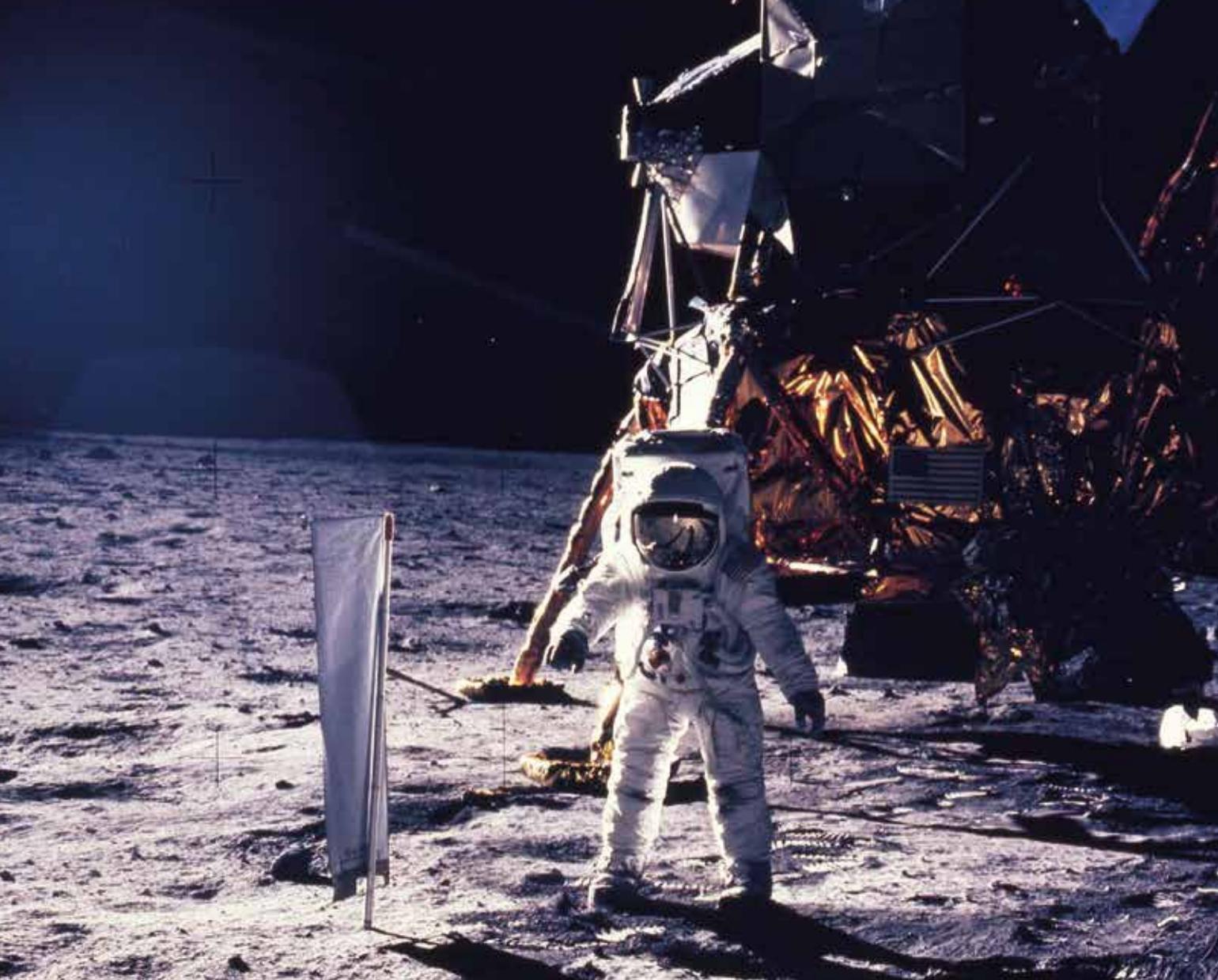
**Ciudad favorita** – Valencia

**Citas favoritas:** "No sobreviven los más fuertes, sino los que mejor se adaptan", "Caminando en línea recta uno no puede llegar muy lejos", "Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprendo"



Play&go  
experience

[playgoxp.com](http://playgoxp.com)



# HACEMOS HOY LO QUE OTROS HARÁN MAÑANA

APLICACIONES | WEBS | E-COMMERCE | INTRANETS CORPORATIVAS | REALIDAD AUMENTADA

[thebsite.com](http://thebsite.com)

**BSi** BUSINESS  
STRATEGIC  
INNOVATION





# JOSÉ PIÑERA

Fundador [Reparatucoche.com](http://Reparatucoche.com)

REPARATUCOCHE.COM ES UN TALLER ONLINE QUE OFRECE LA MEJOR SOLUCIÓN DE MOVILIDAD QUE EXISTE EN EL MERCADO DE LA REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, CONSTITUYENDO EL LUGAR DONDE ENTRAMOS EN CONTACTO CON EL CLIENTE

## Bio

Licenciado en Ciencias Políticas. Licenciado en Sociología por la Universidad de Granada.

José Piñera cuenta con un MBA en la Universidad Pontificia de Comillas –ICADE- y con el Certificado de Consejeros de ICA (Instituto de Consejeros y Administradores).

Es experto en el sector de la posventa de automoción. Su experiencia en la gestión de reparación de grandes flotas de vehículos, junto con el desarrollo de estrategias de marketing online para el sector de automoción, le llevó en 2015 a fundar [Reparatucoche.com](http://Reparatucoche.com), primera empresa de reparación de vehículos online.

**¿Qué es REPARATUCOCHE?**

Reparatucoche.com es un taller online que ofrece la mejor solución de movilidad que existe en el mercado de la reparación de vehículos, constituyendo el lugar donde entramos en contacto con el cliente. No somos un buscador de talleres, ni un comparador, ni un intermediario de leads...Somos un taller y un negocio de gestión offline con captación de conductores online y que pretende ofrecer una solución integral de reparación y mantenimiento de vehículos, garantizando que ésta se lleve a cabo con la mejor simbiosis de calidad-precio y con la finalidad de que el cliente solo se preocupe de la experiencia que supone conducir.

Nuestra plataforma altamente tecnológica estudia las necesidades concretas del cliente ofreciendo con diligencia la mejor respuesta.

El proceso es sencillo, el usuario tan solo debe indicar su matrícula y unos datos concretos de contacto y recibe un presupuesto cerrado en tiempo real, repara y aprovecha las ventajas que supone hacerlo con el taller que ya ha prestado sus servicios a más de 250.000 vehículos de las principales flotas del país. Lo anterior nos permite negociar los mejores precios de recambio y de mano de obra en todo el país. Unido a esto, se encuentra el hecho de que compramos el recambio al fabricante y lo enviamos directamente al taller, por lo que esto nos permite abaratar el coste de la reparación.

Contamos con más de 1.000 talleres repartidos por toda España seleccionados en base a una serie de criterios estrictos de calidad y rapidez con la finalidad de asegurar la efectividad del servicio ofrecido. Tratamos de evitar cualquier tipo de intervención innecesaria, abogando por la calidad en la reparación y aportando transparencia a un sector donde los conductores no conocen exactamente si lo que pagan por su reparación es el precio justo o no.

**CONTAMOS CON MÁS DE 1.000 TALLERES REPARTIDOS POR TODA ESPAÑA SELECCIONADOS EN BASE A UNA SERIE DE CRITERIOS ESTRICTOS DE CALIDAD Y RAPIDEZ CON LA FINALIDAD DE ASEGURAR LA EFECTIVIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO.**

Desde Reparatucoche.com, a partir de la tecnología y de nuestro knowhow, tratamos de mejorar la vida del usuario en lo que respecta a las reparaciones y mantenimiento de nuestros vehículos, no solamente que el conductor tenga el precio más competitivo en la reparación, un perito le ayuda y monitoriza en todo el proceso de la reparación de acuerdo a la intervención y recambios recomendados por el fabricante del vehículo y además el usuario

puede abonar la reparación en 12 meses sin intereses porque entendemos que es un gasto extra y que repare sin moverse del sofá.

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

La propuesta de valor de nuestra aplicación es que el usuario solamente con la matrícula de su coche y la reparación a realizar obtenga en tiempo real el presupuesto cerrado sin sorpresas de lo que costaría reparar su vehículo.

**EL PROCESO ES SENCILLO, EL USUARIO TAN SOLO DEBE INDICAR SU MATRÍCULA Y UNOS DATOS CONCRETOS DE CONTACTO Y RECIBE UN PRESUPUESTO CERRADO EN TIEMPO REAL, REPARA Y APROVECHA LAS VENTAJAS QUE SUPONE HACERLO CON EL TALLER QUE YA HA PRESTADO SUS SERVICIOS A MÁS DE 250.000 VEHÍCULOS DE LAS PRINCIPALES FLOTAS DEL PAÍS.**

Reparatucoche.com es un modelo de negocio disruptivo que busca incesantemente la mejora continua y la innovación de nuestros procesos. Existen muchos comparadores de talleres, buscadores que intermedian con leads o incluso marketplaces de recambios pero ninguno de los anteriores cubre el ciclo completo de la reparación. La capacidad de compra, la red de talleres basada en altos estándares de calidad y el personal altamente cualificado con el que contamos, consiguen que hayamos llegado a brindar un proceso de reparación rápido, económico y sencillo.

Unido a lo anterior, está el hecho de que no realizamos estimaciones del coste y no hay varios talleres en contacto con el usuario. El proceso se realiza sin sorpresas y en tiempo real, no dejamos nada al azar. El usuario recibe un presupuesto en firme elaborado por técnicos expertos que ya han identificado muy bien los recambios para cada modelo de vehículo, preocupándose por que las soluciones y los tiempos de reparación sean los correctos. Defendemos la eficiencia en costes que puede tener el usuario final y nos adaptamos siempre a las necesidades de cada cliente, tanto de ubicación como de tiempo y forma económica.

Otra cuestión que nos diferencia de los modelos existentes es que facturamos la reparación completa, convirtiéndonos así en los responsables legales de la reparación e intentamos ofrecer asesoramiento mecánico a nuestros clientes, ya que en muchas ocasiones desconocen el problema que presenta su vehículo.



**SOMOS CAPACES ADEMÁS DE DIAGNOSTICAR TELEFÓNICAMENTE MÁS DEL 70% DE LOS PROBLEMAS RELACIONADOS CON UN VEHÍCULO.**

Somos capaces además de diagnosticar telefónicamente más del 70% de los problemas relacionados con un vehículo porque tenemos a los técnicos más experimentados en averías mecánicas para dar un soporte gratuito a nuestros clientes cuándo no son capaces de saber lo que les ocurre a sus vehículos.

Todo lo anterior constituye factores diferenciadores del resto pero, además de esto, nos caracterizamos por contar con una potente base de datos técnicos del parque automovilístico español y una tecnología avanzada de gestión de información por la experiencia de ser la empresa líder en España con más de 250.000 reparaciones.

**LA IDEA SURGE AL PENSAR CUÁL SERÍA EL TALLER IDEAL AL QUE ME GUSTARÍA LLEVAR MI COCHE.**

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de REPARATUCOCHE?**

La idea surge al pensar cuál sería el taller ideal al que me gustaría llevar mi coche. Encontramos entonces una necesidad latente de reparar nuestro coche de una forma cómoda y rápida, reduciendo los problemas que supone a todos ir al taller pero, sobre todo, sin renunciar a un ápice de calidad.

Cuando ya hacíamos este trabajo dentro de nuestro modelo B2B y realizábamos numerosas reparaciones para las principales flotas del país, fue cuando me planteé por qué no hacer que el usuario final se beneficiara de la misma eficiencia y metodología de éxito de este modelo disruptivo. No hice más que preguntarme cómo me gustaría ser tratado cuando acudo a un taller y qué gestiones son realmente las que generan frustración en los conductores particulares.

Así, fuimos dando forma a Reparatucoche hasta llegar a lo que es hoy, permitiendo tramitar la reparación en tres pasos, con financiación gratuita e incluso con coche de sustitución o servicio de recogida.

Pretendemos básicamente que al usuario no le duela ir al taller.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

El proceso de desarrollo de nuestra propuesta de valor ha sido muy nutritiva y ha supuesto un reto y un desafío muy intenso hasta llegar a dar la solución definitiva a todos los conductores que acuden a nosotros para solucionar los problemas de su vehículo, que para mucho de ellos es un activo fundamental y la motivación de generar puestos de trabajo y que la tecnología de reparatucoche.com ayude a nuestros clientes a mejorar su calidad de vida.

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

El mejor momento sin duda es el que estamos atravesando ahora porque tenemos resueltos los embudos fundamentales del proceso de negocio. El peor en los comienzos para dar con el back y la tecnología adecuada para dar un presupuesto de reparación en tiempo real a través de la matrícula. Antes el usuario nos tenía que enviar la ficha técnica y eso dificultaba mucho la conversión, además de la selección de talleres que repararan para nosotros con la calidad que demandábamos.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

Los errores han venido en algún momento por la ingenuidad o por no ser conscientes de las dificultades que tiene captar a conductores a través de Internet y, sobre todo, por el coste que esto significa. Hemos aprendido que hay que tener muy bien solucionadas las operaciones y todos los hitos del proceso de trazabilidad de la reparación para convertirnos en la mejor alternativa de suministro para nuestros clientes y con la tranquilidad de hacer bien las cosas y al ritmo que nosotros podemos crecer cumpliendo siempre con el cliente.

Sobre todo hacer un grado de consciencia de que siempre nuestro cliente debe estar en el centro de nuestro negocio y que debemos pensar en cómo ayudarle y resolver sus problemas para que éste sea recurrente y nos elija como mejor alternativa de servicio.

**No habéis necesitado inversores para lograr un éxito rotundo, acompañado de un crecimiento constante con la reparación de más de 100.000 coches al año y la de flotas de empresas líderes en España como son Europcar, Hertz o Línea Directa, entre otros.. ¿Cómo lo habéis hecho?**

Empezamos en 2014 con un equipo que no pasaba de los 3 integrantes y con una inversión inicial mínima de 3.000€ pero, poco a poco, con mucho esfuerzo y sacrificio y rodeándonos de un equipo comprometido y altamente cualificado, en sinergia con una fuerte apuesta por las últimas tecnologías, nos han permitido conseguir el éxito en un sector altamente competitivo y garantizarnos la dependencia única de nosotros mismos por el momento.

Es cierto que nuestros proveedores nos ayudaron desde el principio, siempre creyeron en nuestro modelo de negocio y nos dieron facilidades en los pagos para crecer con nuestros fondos propios desde la libertad e independencia de la extraordinaria propuesta de valor que estamos otorgando al Sector Posventa de automoción.

**HEMOS APRENDIDO QUE HAY QUE TENER MUY BIEN SOLUCIONADAS LAS OPERACIONES Y TODOS LOS HITOS DEL PROCESO DE TRAZABILIDAD DE LA REPARACIÓN.**

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma REPARATU-COCHE? ¿Cuántos sois?**

Reparatucoche.com se caracteriza por tener un equipo multidisciplinar que trata de encontrar la mejores soluciones para nuestros clientes. Profesionales de e-commerce, desarrolladores informáticos, expertos en marketing, ventas y comunicación combinan su trabajo diario con profesionales técnicos en automoción, ingenieros mecánicos y técnicos periciales. Actualmente el equipo se sitúa en los cincuenta trabajadores, una cifra que ha aumentado exponencialmente a lo largo de este año y que preveemos seguir incrementando en los próximos años.

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en REPARATU-COCHE? ¿Qué perfil debería tener?**

Contar con ilusión y una actitud positiva y proactiva para embarcarte en una empresa que se encuentra en pleno crecimiento y en cambio constante. Ganas de aprender y revalorizarte como profesional y contar con un perfil de los indicados con anterioridad.

**Una de vuestras señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

La atención al cliente juega un papel primordial en nuestra empresa, ya que al no contar con presencia física es lo que proyecta la imagen de nuestra marca y lo que genera el buen o mal recuerdo de nuestra empresa en la mente de nuestro cliente. No olvidemos que el cliente es el mayor activo de una empresa y, por ello, tratamos de cuidar con detalle cada uno de los puntos de contacto con ellos de forma personal para garantizar en todo momento que la experiencia que vivan sea plenamente satisfactoria.

Diligencia, empatía y confiabilidad constituyen el valor de nuestro servicio al cliente. Contamos con un servicio de atención al cliente 24 horas a través de nuestros diferentes canales.



**DILIGENCIA, EMPATÍA Y CONFIABILIDAD  
CONSTITUYEN EL VALOR DE NUESTRO SERVICIO  
AL CLIENTE. CONTAMOS CON UN SERVICIO DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE 24 HORAS A TRAVÉS DE  
NUESTROS DIFERENTES CANALES.**

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Mi consejo para los emprendedores es que no desfallezcan nunca y que tengan tolerancia a la frustración y al rechazo.

Tener siempre presente que ser emprendedor es algo muy bonito por todo lo que aporta a la sociedad, al mundo que nos rodea y el grado de libertad que supone dirigir tu destino bajo tus criterios, aciertos y equivocaciones.

Que sigan persiguiendo siempre el objetivo de la idea y que realmente sean capaces de levantarse ante los sinsabores y problemas que puedan surgir a lo largo del camino y pivotar cuando sea necesario, debes soportar la presión que sufres en demasiados momentos y aprender a “pegarte a las curvas” con la velocidad y el vértigo por lo que pasas en muchas situaciones sumado a la responsabilidad de las personas que están a tu lado en tu equipo

Además de esto, es fundamental la comunicación, darse a conocer, saber qué puertas se deben tocar, el conocimiento del sector y del mercado en el que operas y cuáles son los actores que intervienen en él.

**MI CONSEJO PARA LOS EMPRENDEDORES ES  
QUE NO DESFALLEZCAN NUNCA Y QUE TENGAN  
TOLERANCIA A LA FRUSTRACIÓN Y AL RECHAZO.**

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Ser siempre el mejor en lo que hagas, independientemente de lo que realices y compórtate del mismo modo que te gustaría que se comportaran los demás contigo.

Sentirte responsable con la sociedad y devolverle a la sociedad lo que ella te ha dado (Mi padre, mi referente)

Otro consejo de mi madre a la que admiro muchísimo: “Hijo, en la vida es mejor volcar que atrancar”.

He tenido la suerte de nacer en una familia en la que los límites nos lo poníamos nosotros mismos, recibiendo de ellos una gran autoestima y siempre pensando que todo es capaz y desde la responsabilidad y la confianza en ti mismo.

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

En mi caso, el apoyo familiar ha sido fundamental para lograr lo que he conseguido a día de hoy en mi faceta de emprendedor, sin ello es posible que no hubiese llegado hasta aquí. La transmisión del sentido de lucha, la plena confianza en mi idea y el respaldo anímico son cuestiones que debo resaltar.

**¿Dónde ves a REPARATUCOCHE dentro de dos años?**

Nos gusta ser previsibles y no adelantar acontecimientos, por lo que de momento puedo decir que en 2018 tenemos previsto facturar 10 millones de euros y llegar a multiplicar por cinco el número de reparaciones gestionadas y, sobre todo, seguir evolucionando en pensar en nuestro cliente como centro de nuestro negocio para que tenga la mejor solución de movilidad existente en el mercado, habiendo conquistado o desembarcado en Francia y Alemania, países en las que estamos desarrollando el modelo de negocio para nuestro mejor cliente.

**ESTAMOS ASISTIENDO YA A LA EVOLUCIÓN DEL FUTURO DEL COCHE, TAN SOLO TENEMOS QUE FIJAR NUESTRA MIRADA EN TODA LA TECNOLOGÍA QUE SE ESTÁ IMPLEMENTANDO EN LOS VEHÍCULOS ACTUALES.**

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar REPARATUCOCHE?**

La internacionalización de nuestro modelo de negocio.

**Para terminar... ahora que está tan de moda el tema de los coches autónomos y los coches híbridos y eléctricos, ¿Cuál crees que será el futuro del coche?**

Estamos asistiendo ya a la evolución del futuro del coche, tan solo tenemos que fijar nuestra mirada en toda la tecnología que se está implementando en los vehículos actuales. Conectividad, autonomía, seguridad y entretenimiento son algunas de las armas que forman el prototipo del coche del futuro. Un coche capaz de evitar atascos, comunicar incidencias, de recordar recorridos o, lo más sorprendente, de detectar emociones al volante.

Creo que el coche del futuro será una mezcla de todo esto, ya que cada uno ofrece una serie de ventajas y no solo de movilidad. Así, las emisiones se acabarán con el coche eléctrico, los accidentes podrán alcanzar la cifra cero con el coche autónomo y, además, este no solo realizará transformaciones en el sector de la automoción, sino también en lo que a urbanismo se refiere. Me atrevería a decir que el coche autónomo modificará la forma en la que vivimos.

Además de esto, el coche del futuro podría estar en el coche compartido y no en el particular. Esta nueva alternativa mixta de propiedad y uso podría alarmar a nuestro sector, pero desde aquí quiero lanzar un mensaje de calma para todos aquellos que se dediquen al apasionante mundo de la reparación y, es que, al estar los vehículos en constante funcionamiento, estos se verán obligados a realizar revisiones y mantenimientos de una manera más habitual.

Lo que sí es claro, es que la transformación del automóvil es tal que es probable que la movilidad pierda el sentido de pertenencia que tiene actualmente.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** – Los Secretos

**Una canción** – Resistiré (del DúoDinámico)

**Un libro** – El mito de la caverna de Platón, soy amante de la filosofía.

**App Favorita** - Spotify

**Ciudad favorita** - Granada

**Citas favoritas.**

"Somos lo que hacemos repetidamente. La excelencia, entonces, no es un acto, sino un hábito". Aristóteles.

"Sólo una cosa vuelve un sueño imposible: el miedo a fracasar." Paulo Coelho

"Hagas lo que hagas, hazlo bien" Abraham Lincoln

"Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad". Albert Einstein

"Siempre da más de lo que esperan de ti" Larry Page

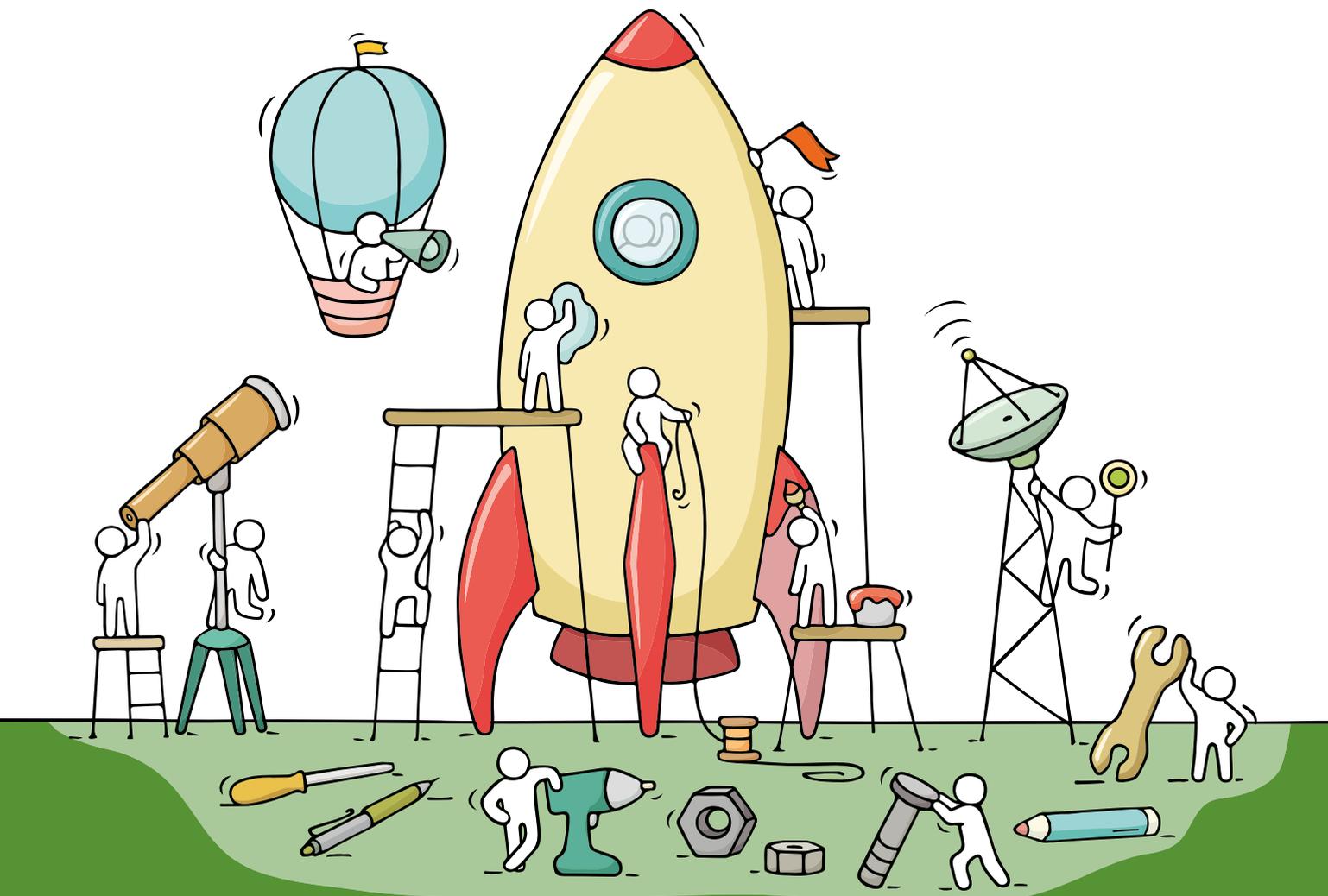
"Intenta no volverte un hombre de éxito, sino volverte un hombre de valor". Albert Einstein



[reparatucoche.com](http://reparatucoche.com)

# TODO LO QUE NECESITAS PARA EMPRENDER

[cepymeemprende.es](http://cepymeemprende.es)







# DADO DIEZ HOCHLEITNER

Cofundador & CEO Snau

SNAU ES UNA PLATAFORMA ONLINE  
DE SERVICIOS PARA PERROS

## Bio fundadores

**Dado Diez-Hochleitner Suárez** - CEO

Graduado en Dirección y Administración de Empresas y LEINN (Liderazgo emprendedor e Innovación). Cuenta con amplia experiencia en el mundo del emprendimiento y de las compañías vinculadas a Internet. Antes de crear SNAU, fundó Challengers y participó en numerosas iniciativas relacionadas con el talento y la creación de startups. Entre sus iniciativas destacan: Purple Monkey, Pic & Tag, Walkinn, y Nitehood.

**Kevin Josué Costa Rohrbach** - COO

Graduado en Liderazgo Emprendedor e Innovación (LEINN) y cuenta con experiencia como impulsor de modelos de negocio innovadores. Ha creado empresas como Walkinn, ha sido miembro de The Heroes Club y Project Manager en My travel.

**Manuel Sierra Arroyo** - CPO

Graduado en Liderazgo Emprendedor e Innovación. Al igual que Kevin, ha sido cofundador de Walkinn Cooperative y Ziter. Pero, además, también fue desarrollador de negocio en Just Japan y Change.org.

**Alejandro Andreu Sánchez** - CTO

Licenciado en Ingeniería informática. Sin embargo, además de su conocimiento técnico dispone de gran expertise en el mundo de los negocios. Anteriormente, fue profesor adjunto en el Instituto de Empresa para el Master de Startup Lab y trabajó como consultor senior para el banco digital en BBVA. Además, fue desarrollador en varias startups como Niobestudio.com o Aquamobile S.L.

**¿Qué es SNAU? ¿En qué ciudades operáis?**

Snau es una plataforma online de servicios para perros que pretende ofrecer una solución tanto a profesionales del sector interesados en prestar sus servicios, como a personas que no tienen tiempo para dedicar a sus mascotas el cuidado que merecen. Snau acerca y conecta a estas personas siguiendo un modelo de negocio englobado en la economía colaborativa.

Desde nuestros inicios hemos operado en Barcelona y Madrid por ser las ciudades más grandes de España y que cuentan con mayor número de perros. Hace poco más de un mes hemos entrado en Valencia ya que los buenos resultados en Madrid y Barcelona han generado allí una demanda significativa de nuestros servicios.

**NUESTRA DIFERENCIA PRINCIPAL Y POR LA QUE ESTAMOS ORGULLOSOS ES QUE OFRECEMOS SERVICIOS INTEGRALES CUBRIENDO LAS NECESIDADES DE ALOJAMIENTO, ADIESTRAMIENTO, PASEO Y PELUQUERÍA.**

**¿Cuál es vuestra killer application, aquello que os diferencia radicalmente del resto?**

Nuestra diferencia principal y por la que estamos orgullosos es que ofrecemos servicios integrales cubriendo las necesidades de alojamiento, adiestramiento, paseo y peluquería. Existen aplicaciones parecidas pero se enfocan en un solo servicio. En Snau los tenemos todos y así nuestros clientes no tienen que andar de un sitio para otro en función del servicio que necesiten. Además, los servicios de los “snauers” se prestan a domicilio por lo que los perros ni siquiera tienen que salir de sus hogares.

**¿Cómo y cuándo surgió la idea de SNAU?**

Snau surge de la devoción de cuatro amantes incondicionales de los perros. Nos dimos cuenta de que cada vez más personas tienen mascotas en casa a pesar de que el trabajo absorbe más tiempo a lo largo del día. En España, una de cada cuatro familias tiene perro, unos cinco millones de perros domésticos en el país que necesitan cuidados y, en algunas ocasiones, una compañía que su dueño no le puede dar. A partir de ahí nos pusimos a trabajar para ofrecer una solución y poco a poco fuimos formando Snau.

**¿Cómo ha sido el viaje hasta llegar aquí?**

¡Una montaña rusa! Klñashvulhuasgñosihavbñsjklagysgackjlbbsjlk asdh kjllhabf jasfb bsllyguñsbffihslgfls adbfjkfsfls gfjsdbfsadbua jklhafuh agaygbafaadba – ¡Así de caótico pero igual de divertido que aporrear el teclado!

**¿Cuál ha sido el mejor momento? y... ¿el peor?**

¡El primer cliente! Esa primera llamada que recibimos por teléfono de un cliente interesado en peluquería canina fue un subidón de adrenalina. Activamos las campañas en Adwords y no tardó más de 5min en sonar el teléfono.

Aguantar como titanes durante 3 meses con 5000€ en la cuenta tratando de validar el mercado y el proyecto, el 4 de diciembre de 2016 teníamos 170€ en cuenta y conseguimos cerrar una ronda de FF&F el 15 de diciembre.

**Captasteis 245.000 euros en la última ronda de inversión. ¿Cómo llegasteis a estos inversores? ¿Os supone más presión?**

Mucha búsqueda. El trabajo de conseguir financiación nunca es fácil. Es la lucha incesante del emprendedor de cumplir sus sueños contra la realidad y los tiempos del mercado. Nos llevo 8 meses cerrar la ronda.

**Supongo que como en todas las aventuras empresariales, habréis cometido errores. ¿Cuáles han sido? ¿Qué os han enseñado?**

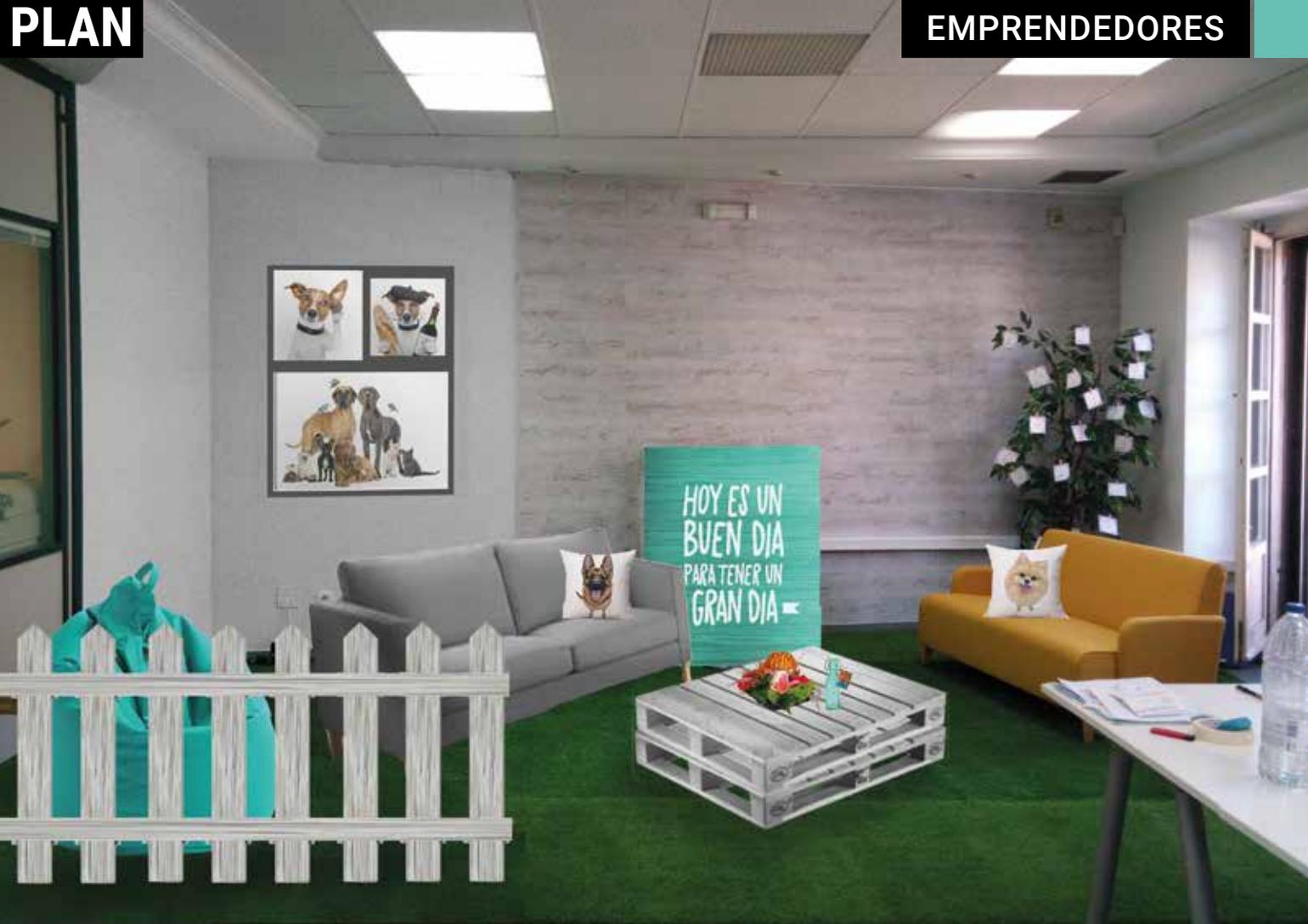
Muchos... Emprender tiene esta combinación de euforia y frustración, por que no siempre todo sale como uno espera o tienen previsto. Ha habido errores en todo: marketing, producto, IT, logística... Desde activar campañas de algún servicio que no estaba integrado... A lanzar una actualización de producto (2 semanas de desarrollo) y tener que volver atrás.

En Snau siempre decimos: de las cosas no hay que preocuparse sino ocuparse.

**EL TRABAJO DE CONSEGUIR FINANCIACIÓN NUNCA ES FÁCIL. ES LA LUCHA INCESANTE DEL EMPRENDEDOR DE CUMPLIR SUS SUEÑOS CONTRA LA REALIDAD Y LOS TIEMPOS DEL MERCADO.**

**¿Qué pide un inversor español a la hora de apostar por una startup?**

En una etapa inicial, un equipo comprometido al 100% que tenga ganas y ambición. Te tiene que avalar el mercado, esto quiere decir que el mercado sea lo suficientemente grande como para que resulte interesante. Un modelo de negocio sino innovador testado y que se sepa que funcione. Pero sobretodo, métricas. No nos olvidemos que los inversores invierten, no por amor al arte, sino por sacarle una rentabilidad “x” a ese dinero invertido.



**TE TIENE QUE AVALAR EL MERCADO, ESTO QUIERE DECIR QUE EL MERCADO SEA LO SUFICIENTEMENTE GRANDE COMO PARA QUE RESULTE INTERESANTE. UN MODELO DE NEGOCIO SINO INNOVADOR TESTADO Y QUE SE SEPA QUE FUNCIONE.**

**¿Es imprescindible solicitar un NDA cuando se trata de reunirse con inversores?**

Yo creo que ahí depende del emprendedor y de la tecnología que haya detrás del proyecto. Personalmente no lo consideré necesario, lo veo más como una barrera de entrada hacia un inversor. Yo nunca lo he pedido y no lo haré. Si fuese con un tercero es probable que sí la información que voy a compartir es sensible pudiese contemplarlo.

**¿Qué perfil tiene el equipo que conforma SNAU? ¿Cuántos sois?**

Como comentaba anteriormente, para trabajar en Snau el requisito principal es ser un apasionado por el mundo canino y poner ilusión en el trabajo diario.

Pero también pedimos profesionalidad, buena organización, buena presencia y buen trato entre otros requerimientos.

En un primer momento fuimos cuatro amigos los que empezamos con Snau: Manuel Sierra, Kevin Costa, Alejandro Andreu y yo, Dado Diez. A día de hoy el equipo lo formamos 8 personas que son clave para el desarrollo de Snau (Carolina, Ana, Dani y Jorge). Pero no nos olvidamos de nuestra comunidad que también forma parte de Snau.

**A DÍA DE HOY HAY MÁS DE 1.800 PROFESIONALES DEL SECTOR QUE COLABORAN CON SNAU.**

**¿Qué tendría que hacer para trabajar en SNAU? ¿Qué perfil debería tener?**

Depende del servicio. No es lo mismo prestar servicios de adiestramiento y peluquería, que requieren de conocimientos y habilidades técnicas específicas que prestar servicios de alojamiento o paseo. No obstante, tenemos requerimientos que afectan a todos los que quieren trabajar en Snau, como son una buena presencia de cara al cliente, buen trato y experiencia, entre otros.

**Una de vuestras señas de identidad es que cuidáis al máximo el servicio de atención al cliente ¿Qué filosofía seguís en este aspecto tan importante?**

Es vital en el contexto donde nos movemos. El amor que siente un dueño hacia su perro normalmente hace que se preocupe cuando deja a su mascota a cargo de desconocidos por muy profesionales que sean. Para nosotros es muy importante que el dueño pueda ponerse en contacto con los profesionales a cargo de su perro en el momento que sea por lo que nos comprometemos a ofrecer un servicio de atención al cliente exquisito tanto telefónicamente como a través de la web.

**¿Qué consejo darías a un emprendedor con una buena idea, un producto terminado y un buen equipo a su lado?**

Que sueñe despierto cada día. La única forma de que algo salga adelante es visualizarte en el futuro. Soñar y divertirse, emprender es una aventura y experiencia única hay que disfrutarla.

LA ÚNICA FORMA DE QUE ALGO SALGA  
ADELANTE ES VISUALIZARTE EN EL FUTURO.  
SOÑAR Y DIVERTIRSE, EMPRENDER ES UNA  
AVENTURA Y EXPERIENCIA ÚNICA HAY QUE  
DISFRUTARLA.

**¿El mejor consejo que te han dado? ¿Quién?**

Mi padre: “No te preocupes, ocúpate de las cosas”

**¿Qué importancia tiene el apoyo familiar a la hora de emprender?**

Toda. Ya sabemos que emprender es una aventura de altibajos. Tener a tu familia cerca que te motiva y te ayuda en tus “días negros” es gasolina extra en tu aventura. El apoyo de mis padres y hermanos ha sido esencial. Desde aquí si se me permite les quiero decir: ¡Gracias y gracias familia Telerin!

**¿Dónde ves a SNAU dentro de dos años?**

Aunque llevamos poco tiempo en el mercado, el crecimiento de Snau ha sido constante lo que nos ha permitido tener una buena coyuntura económica. Como mencionaba anteriormente, hace poco hemos entrado en Valencia y de aquí a dos años queremos estar presentes en muchas otras ciudades españolas.

**¿Un reto profesional que quieras cumplir al liderar SNAU?**

Quiero que Snau sea la ayuda que todo dueño de perro necesita en los cuidados de su perro. Si Coca-Cola es la felicidad servida en modo de refresco, quiero que Snau sea sinónimo de felicidad perruna a través de nuestros cuidadores y profesionales.

**Personal:**

**Grupo de música favorito** – No soy fan de ningún grupo en específico pero me gusta la música indie, rock, y un poquito de house.

**Una canción** – Pues la que estoy escuchando: Je veux - Zaz

**Un libro** - The hard thing about hard things - Horowitz

**App Favorita** – Spotify.. la vida sin música es tristeza absoluta

**Ciudad favorita** –Para ver.. Roma, para vivir retirado Maui (una isleta en Hawaina)

**Citas favoritas.**

“Lo importante no es lo que uno sabe, sino que tan rápido aprende” (Robert Kiyosaki)

“Los hombres no son presos del destino; solo son prisioneros de sus propias mentes" (Franklin Delano Roosevelt)

“There is always a move. Play long enough and you might get lucky. In the technology game, tomorrow looks nothing like today. If you survive long enough to see tomorrow, it may bring you the answer that seems so impossible today” (Ben Horowitz)



# CON FORMACIÓN, TRABAJADORES Y EMPRESAS TIENEN EL PODER DE SUPERACIÓN.



En la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo** trabajamos para que empresarios y trabajadores mejoren sus competencias profesionales y se adapten a los cambios de los sectores productivos. Porque con formación, tenemos el poder de superación.

[fundae.es](http://fundae.es)



**Fundación Estatal**

PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

**EL PODER DE SUPERACIÓN**







UNICEF	<a href="#">@unicef_es</a>	91 378 95 55	<a href="mailto:unicef@unicef.es">unicef@unicef.es</a>
Médicos sin Fronteras	<a href="#">@msf_espana</a>	902 30 30 65	<a href="mailto:oficina@barcelona.msf.org">oficina@barcelona.msf.org</a>
Cruz Roja	<a href="#">@CruzRojaEsp</a>	902 22 22 92	<a href="mailto:informa@cruzroja.es">informa@cruzroja.es</a>
ACNUR	<a href="#">@ACNURspain</a>	91 369 06 70	<a href="mailto:eacnur@eacnur.org">eacnur@eacnur.org</a>
WWF	<a href="#">@wwfspana</a>	91 354 05 78	<a href="mailto:info@wwf.es">info@wwf.es</a>
Save the Children	<a href="#">@SaveChildrenEs</a>	900 37 37 15	<a href="mailto:online@savethechildren.es">online@savethechildren.es</a>
Amnistía Internacional	<a href="#">@amnistiaespana</a>	91 310 12 77	<a href="mailto:info@es.amnesty.org">info@es.amnesty.org</a>
Greenpeace	<a href="#">@greenpeace_esp</a>	902 100 505	<a href="mailto:info.es@greenpeace.org">info.es@greenpeace.org</a>
Oxfam International	<a href="#">@OxfamIntermon</a>	902 330 331	<a href="mailto:information@oxfaminternational.org">information@oxfaminternational.org</a>
ADRA	<a href="#">@ADRAESPANA</a>	91 571 38 47	<a href="mailto:adra@adra-es.org">adra@adra-es.org</a>
Ayuda en Acción	<a href="#">@ayudaenaccion</a>	900 85 85 88	<a href="mailto:informacion@ayudaenaccion.org">informacion@ayudaenaccion.org</a>
1 kilo de Ayuda	<a href="#">@fundaltius_es</a>	91 222 40 50	<a href="mailto:info@1kilodeayuda.org">info@1kilodeayuda.org</a>
Pan y Peces	<a href="#">@FundPanyPeces</a>	91 441 51 92	<a href="mailto:info@fundacionpanypeces.org">info@fundacionpanypeces.org</a>
Odontología Solidaria	<a href="#">@odsolidaria</a>	91 534 68 29	<a href="mailto:comunicacion@odsolidaria.org">comunicacion@odsolidaria.org</a>
Paideia	<a href="#">@fpaideiagaliza</a>	981 22 39 27	<a href="mailto:paideia@paideia.es">paideia@paideia.es</a>



## ¿CÓMO PUEDE COLABORAR SU EMPRESA?

A través de la **Ley General de derechos de las personas con discapacidad (LGD)**:

- **Contratando a trabajadores** con discapacidad intelectual formados en el programa PROMENTOR de la Fundación Prodis en la Universidad Autónoma de Madrid.
- Cumpliendo **medidas alternativas a la LGD\***.

A través de sus **planes de RSC/RSE\***.

\*Financiando Programas de formación para el empleo de la Fundación Prodis o contratando productos y servicios de la Fundación CEE Prodis.

# CEPYMEnews

El portal de las Pymes, Autónomos y Emprendedores

Herramientas	Actualidad
Ayudas	Financiación
Licitaciones	Gestión
Buscador de empresas	Legal
Impresos oficiales	RRHH
Guías	Tecnología
Consejos	y mucho más

**cepymenews.es**



# El 78% españoles cree que en España no se fomenta el emprendimiento

Redacción CepymeNews | @CepymeNews

Emprender es una decisión valiente que en los últimos años ha ido ganando cada vez más adeptos dentro del territorio nacional, sobre todo como salida laboral tras la crisis.

El apoyo gubernamental es imprescindible para hacer crecer el número de este tipo de iniciativas, pero la percepción de los españoles es que en nuestro país no se apuesta lo suficiente por los nuevos negocios. De hecho, según un estudio de [Spaces](#), la nueva oferta internacional de espacios de trabajo que promueve una comunidad dinámica para emprendedores y empresas, el 78,1 % de los españoles cree que en España no se fomenta el emprendimiento.

Entre las dificultades más comunes que encuentran los emprendedores españoles, el 37,8 % señala los altos impuestos a pagar como el principal obstáculo para hacer realidad sus sueños profesionales, mientras que el 19 % señala que la Administración Pública no ofrece ayudas suficientes. Además, el 15,2 % señala que es muy complicado conseguir la financiación necesaria para llevar a cabo su idea de negocio.

El estudio de Spaces, realizado entre una muestra de más de 1.000 españoles mayores de 18 años, revela que el emprendimiento es una salida que cada vez más profesionales se plantean, como demuestra que 4 de cada 5 españoles haya pensado alguna vez en crear su propio negocio. A pesar de ello, sólo el 11,4 % se ha atrevido a dar el paso, mientras que el 40,7 % no se ha decidido emprender porque le parece demasiado complicado.

Crear un negocio propio cuenta con muchas ventajas para los profesionales que el trabajo por cuenta ajena no ofrece. Por ejemplo, para el 42,4 % de los emprendedores, emprender les permitiría ser los dueños de su destino, al tener la posibilidad de tomar sus propias decisiones de negocio. El 16 % cree que le daría la oportunidad de dar rienda suelta a su creatividad, mientras que el 15,7 % cree que gracias a crear su propio negocio tendría la posibilidad de ganar más dinero.

“El espíritu emprendedor en España cada vez es más fuerte, pero sería necesario un fuerte empuje por parte de la Administración para llegar al nivel de otros países como Estados Unidos o Alemania”, señala **Philippe Jiménez, Country Manager de Spaces en España**, que añade: “Para facilitar el camino de los nuevos emprendedores y apostar por sus ideas, además de facilidades económicas, es necesario que los emprendedores puedan contar con espacios totalmente equipados y en los que puedan encontrarse con otros profesionales, para así contar con una comunidad en la que poder aprender a través de compartir ideas y experiencias”.

**EL 37,8 % SEÑALA LOS ALTOS IMPUESTOS A PAGAR COMO EL PRINCIPAL OBSTÁCULO PARA HACER REALIDAD SUS SUEÑOS PROFESIONALES.**



## Los millennials, líderes en creación de pymes en Europa y Estados Unidos

Europa Press | @europapress

Los millennials, jóvenes nacidos entre 1980 y 2000, son los líderes en emprendimiento tanto en Europa como en Estados Unidos, según se desprende del IX estudio 'ADN del Emprendedor 2017' que ha realizado Hiscox.

Además, en el caso de España, los emprendedores están a la cabeza en innovación, ya que el 52% ha afirmado haber desarrollado un producto durante el último año y más del 58% tiene previsto lanzar al mercado nuevos productos o servicios durante los próximos doce meses.

El estudio también pone de relieve que España continúa liderando el ranking en creación de empleo, ya que el 19% de los emprendedores ha contratado a nuevos empleados y el 32% planea contratar a más en el próximo año.

Además, los ingresos de los emprendedores españoles también se han comportado de forma favorable en esta edición del informe. En concreto, España, junto con Estados Unidos, se ha situado por encima de la media en el crecimiento de ingresos.

Por otro lado, el 31% de los emprendedores españoles ha decidido incrementar su partida destinada a la inversión y un 28% tiene previsto incrementar su gasto en inversiones de cara al próximo año.

Los emprendedores españoles también se inclinan por participar en más de un negocio, según el 35% de los casos, cifra que está por encima de la media del resto de países que se engloban en el informe, que se sitúa en el 26%.

A la hora de buscar financiación alternativa a los bancos, en general, se está produciendo un mayor incremento del interés hacia fórmulas como el crowdsourcing, fondos de capital riesgo, rehipotecar la vivienda o capturar dinero de familiares o amigos.

No obstante, los españoles, al igual que los estadounidenses, están recurriendo a la tarjeta de crédito como forma de financiación. De hecho, un 11% cree que usará este método en los próximos meses.

El director general de Hiscox en España, David Heras, ha afirmado que las empresas están "ganando un protagonismo cada vez mayor en el crecimiento de la economía".

**ESPAÑA, JUNTO CON ESTADOS UNIDOS, SE HA SITUADO POR ENCIMA DE LA MEDIA EN EL CRECIMIENTO DE INGRESOS.**



## ¿De dónde saco ideas para emprender?

Tumaster | @tumaster\_com

“Emprendimiento” es la palabra de moda en el mundo de los negocios. Son muchos los que sueñan con montar una empresa y ser su propio jefe...

pero buena parte del éxito de un negocio depende de lo acertado de la idea inicial: después de todo, nadie comprará tu producto si no lo necesita. Por eso, si tu sueño es ser empresario, es normal que te preguntes dónde puedes encontrar tu idea magistral para emprender.

### ¿Qué es lo que más me gusta y se me da mejor?

Montar una empresa casi siempre implica dedicarle una buena parte de tu tiempo durante los próximos años. Si la idea no te apasiona o si el sector no se te da especialmente bien, puede convertirse en una enorme fuente de frustración y dolores de cabeza. Por eso, un primer paso importante es plantearte qué te gustaría hacer durante los próximos años, cuáles son tus capacidades y habilidades destacadas y qué crees que podrías aportar.

### ¿Qué problema puedo resolver?

Las empresas más exitosas son las que se resuelven una necesidad existente de manera sencilla. Piensa en un problema o una tarea fastidiosa y plantéate cómo podrías solucionarla de una manera más fácil. Escucha las quejas de las personas de tu alrededor. Busca en Internet críticas de productos y servicios y pregúntate cómo mejorar sus aspectos negativos.

### ¿Qué fallos tiene el mercado de mi sector?

Piensa en el sector de mercado correspondiente a tu formación o en el que te gustaría trabajar y haz un pequeño estudio. ¿Cómo funciona “por dentro”? ¿Qué fallos o ineficiencias se podrían resolver? Intenta preguntarle tanto a personas que trabajan en la industria como a consumidores de esos productos o servicios.

### ¿Cómo puedo usar las nuevas tecnologías?

Muchas de las empresas más exitosas de los últimos tiempos surgen de darle un nuevo uso a una tecnología ya existente. Este mercado es muy dinámico, por lo que aparecen nuevas oportunidades de manera constante. Si te interesa la industria de la tecnología, sigue blogs y sitios de noticias relacionados para estar al tanto de los últimos lanzamientos y haz “lluvias de ideas” para buscar usos alternativos de las nuevas tecnologías.

### ¿Cómo puedo aprovechar las nuevas leyes?

Los cambios de leyes y normativas generan nuevas demandas de mercado y alguien tiene que ser el primero en responder a ellas. No dejes pasar este tipo de oportunidades para sacar ideas para emprender.

Un último consejo: si estás empezando tu carrera, plantéate empezar trabajando para otros antes de emprender. Aunque sea tu plan a largo plazo, trabajar por cuenta ajena te ayudará a conocer mejor tu sector, adquirir todo tipo de habilidades que te resultarán útiles más adelante y empezar a establecer contactos a través del networking.

**YA SEA QUE PREFIERAS  
EMPRENDER O TRABAJAR EN  
UNA EMPRESA, RECUERDA QUE  
UNA BUENA FORMACIÓN ES UN  
PRIMER PASO ESENCIAL PARA  
ENCONTRAR EL TRABAJO DE  
TUS SUEÑOS. ¡ÁNIMO!**



# 6 factores clave para convertirte en un emprendedor triunfador

Edith Gómez | @edigombem

El clima de negocios de hoy está en constante cambio, por lo que un emprendedor puede sentirse fácilmente abrumado. Es vital, sin embargo, permanecer centrado en tus metas, teniendo siempre presente el alcanzar los objetivos para la compañía.

Incluso con un plan de ventas firme bien diseñado, todo emprendedor no debe perder la oportunidad de seguir estas 6 estrategias claves que garantizan el camino hacia el éxito:

## Estudia la competencia

Como emprendedor, necesitas saber quiénes son exactamente tus competidores. También debes comprender el producto rival o servicio que están ofreciendo.

Este conocimiento te ayudará a mejorar tu producto o servicio para destacar en el mercado, incluso utilizando las debilidades de la competencia como un factor a favor para tu empresa.

## Sé prudente y ahorra dinero

Francoamente, vive tan barato como sea posible. Los emprendedores deben ser tan conservadores con su dinero como les sea posible para poder hacer frente a cualquier momento de dificultad que se pueda presentar. La reserva de varios meses de gastos operativos en el banco te ayudará a sobrevivir la mayoría de las circunstancias imprevistas.

## Investiga nuevos productos y servicios

Es vital investigar todo lo posible acerca de los productos o servicios emergentes en el horizonte, especialmente aquellos que podrían mejorar las operaciones dentro de tu empresa.

Haz la tarea. ¿Estás aprovechando toda la tecnología disponible en la actualidad? ¿Hay una aplicación que podría ayudarte a administrar el tiempo de manera más eficiente o un servicio que te permita delegar tareas ordinarias para liberar más tiempo para proyectos prioritarios?

Invierte el tiempo necesario en esta búsqueda, para así garantizar el rendimiento de tu emprendimiento con mayor eficiencia.

## No quieras abarcar muchos mercados al principio

Evita expandirte a grandes mercados en las etapas iniciales. Pensamientos como: “si podemos capturar sólo el 1 por ciento de China” podrían convertirse en un error. La comercialización en un mercado nicho y/o específico puede ser extremadamente rentable si tienes estas tres ideas en mente:

Satisfacer las necesidades únicas del mercado ofreciendo algo nuevo y convincente. Hablar el idioma del mercado y entender la motivación e impulsos de los clientes.

El lenguaje que maneje la empresa debe estar en sincronía con el nicho del mercado al cuál se está dirigiendo, esto va desde los aspectos menores de una campaña de marketing hasta el lema de la empresa.

## Escucha la respuesta de los clientes y ten la capacidad de adaptarte

Es muy común entre los vendedores el conocido adagio “siempre se está cerrando”, al que se refiere el acrónimo ABC (Always Be Closing).

Mientras tanto, para los emprendedores el lema tiene un ligero cambio: Siempre se está adaptando, o ABA (Always Be Adapting).

Los empresarios pueden desarrollar su negocio sólo cuando están prestos a escuchar los comentarios provenientes de sus clientes. A gran escala, puede no significar mucho si solo a un cliente no le gusta el producto, pero si esta opinión se replica en muchos de ellos y están solicitando otra característica, tienes que estar listo para escuchar y adaptarte.

Ya sea que se aplique adaptando el plan de marketing, simplificando un producto o respondiendo a las nuevas tendencias, presta atención a los comentarios de los clientes. Sé todo oídos.

## Responde a los cambios

En el mundo de los negocios el cambio es inevitable y aquellos capaces de responder son flexibles y versátiles.

Un emprendedor debe estar preparado para aceptar los cambios y, en consecuencia, adaptar las operaciones comerciales. Dar muestras de flexibilidad.



# 5 errores a evitar al emprender tu pequeña empresa

@StarOfService | @StarOfService

La puesta en marcha de una empresa puede convertirse en una ardua tarea, sobre todo en el caso de enfrentarla sin experiencia empresarial. Sin embargo, a veces se corre con la ventaja de poder aprender de los errores de aquellos que han recorrido el camino antes que uno.

Te mostramos cinco desaciertos que los creadores de pequeñas empresas quisieran haber evitado en sus comienzos:

## No medir correctamente la demanda del producto o servicio que se ofrece

Muchos pequeños negocios fracasan porque el emprendedor sobreestima la demanda. Antes de lanzar tu empresa, averigua qué tan solicitado está tu producto o servicio dentro del mercado: ¿Es un producto o servicio que el público necesita o desea? ¿Tiene potencial de permanencia en el tiempo? ¿Se ajusta a las tendencias actuales? ¿Qué tan cubierta está la demanda por la competencia?

No dudes en utilizar diversas herramientas para este fin: si vendes un servicio, por ejemplo, puedes usar plataformas online como [StarOfService](#) para analizar la demanda del mismo en un área en particular y poder además medir la competencia con la que has de enfrentarte en el mercado.

## No calcular los costes

Al igual que cualquier otro proyecto de gran envergadura, el lanzamiento exitoso de un negocio requiere de un minucioso análisis contable. Antes de emprender, asegúrate de tener un presupuesto detallado que incluya no sólo los gastos de puesta en marcha sino además suficientes fondos como para mantener la empresa durante el tiempo que le lleve comenzar a generar suficientes ingresos como para ser autosuficiente.

En este aspecto, es mejor sobreestimar los costos que proyectar un escenario excesivamente optimista.

## Entrar en el mercado sin tener una clara ventaja competitiva

A menos que emprendas con una idea innovadora y totalmente original, es difícil ingresar en un mercado ya existente sin una ventaja competitiva destacable y bien definida. Para esto, has de considerar diversos factores como el precio, el estilo, la decoración, la velocidad del servicio, la publicidad, la comunicación con tu público, etc., y definir cómo se puede diferenciar tu negocio de la competencia.

## No planificar la rentabilidad

Una de los primeros pasos a seguir a la hora de emprender es formular un plan de negocio y diseñar un modelo de la estrategia a seguir: ¿Cuál será el margen bruto sobre las ventas? ¿Y el margen neto? ¿Qué número de ventas son necesarias para cubrir los gastos mínimos semanales o mensuales? ¿Qué es lo que puede suceder en el peor de los casos, y cómo enfrentarlo?

Establecer indicadores de rendimiento (llamados también KPI: Key Performance Indicator) te ayudará a medir el progreso -o involución- de tu empresa.

## No delegar

Existen muchas funciones críticas implicadas en la gestión de una empresa exitosa, y una sola persona no puede cubrir todos los aspectos. Es importante identificar cada función crítica y delegar cada tarea a una persona idónea para hacer el trabajo.

Conseguir la gente adecuada para tu equipo y asegurarte de que cada uno este en la posición correcta te facilitará el camino al éxito



# Principales dificultades a la hora de emprender en España

Redacción CepymeNews | @CepymeNews

Emprender es una aventura en la que muchos profesionales se embarcan cada año en España, pero no todos consiguen hacer que su empresa sea exitosa. ¿Cuáles son las principales limitaciones a las que se enfrentan los emprendedores de hoy en día en España?

Según un estudio de [Spaces](#) para el 37,8% de los españoles la principal dificultad a la hora de emprender son los impuestos tan elevados que existen en el país, seguido de las pocas ayudas que reciben por parte de la Administración Pública (19%) y de la dificultad para conseguir financiación (15,2%).

España valora muy positivamente el emprendimiento, pues más de la mitad de los españoles (54%) cree que los trabajadores más felices y satisfechos son los que han creado su propio negocio, mientras que el 26% de los encuestados considera que los más felices son los que trabajan por cuenta ajena en puestos intermedios, y solo el 20% señala a los grandes directivos como el colectivo más satisfecho o feliz.

El estudio de Spaces, realizado entre una muestra de más de 1.000 españoles mayores de 18 años, también revela que las claves para ser un emprendedor de éxito están en tener una buena idea y solvencia económica para llevarla a cabo. Y aunque algunos profesionales en España tienen buenas ideas, no todos consiguen materializarlas en un negocio por falta de dinero.

Por tanto, la capacidad económica es un elemento fundamental para conseguir hacer funcionar un negocio. Por esta razón, si los españoles tuvieran la oportunidad de hablar con los políticos españoles de mejoras laborales, el 42,6% pediría mayores ayudas al emprendimiento y un 20% solicitaría subidas del salario mínimo interprofesional.

Según Philippe Jiménez, Country Manager de Spaces en España: “Muchos emprendedores comienzan su negocio con una gran idea, pero con un presupuesto económico bajo. Los espacios de trabajo colaborativo son una forma de trabajo que combina comodidad, flexibilidad e innovación, en el que los profesionales pueden crear un negocio exitoso sin necesidad de tener que mantener un puesto fijo de oficina convencional mensualmente”.



**Si buscas una franquicia,** con franchseeker aplicarás una perspectiva diferente, la única válida, la que considera tu capacidad, pasión y talento.

**Si tienes un negocio,** uno que puede y debe crecer, y quieres utilizar el modelo de franquicia te aportamos una visión de 360°.

#FranquiciasConAlma  
franchseeker.com

**franchseeker®**





Guy Kawasaki

Honolulu, EEUU, 1954

Silicon-Valley based author, speaker, entrepreneur, and evangelist

«Ponte el listón bien alto y lucha por algo grande. Si vas a cambiar el mundo, no puedes hacerlo con productos y servicios aburridos o insignificantes».

«La paciencia es el arte de ocultar tu impaciencia».

«Las grandes empresas comienzan porque los fundadores quieren cambiar el mundo, no ganar dinero fácil».

«El emprendimiento no es para todos».

«Un fracaso Ambicioso, un magnífico fracaso, es una cosa muy buena».

**«CREA ALGO, VÉNDELO, HAZLO MEJOR, VENDE UN POCO MÁS Y LUEGO CREA ALGO QUE DEJE OBSOLETO A LO QUE SOLÍAS HACER».**

«Una empresa de 50 años de edad, puede innovar al igual que dos chicos en un garaje».

«Olvidate del “pienso, luego existo”: los emprendedores sólo existen si se venden».

«Las organizaciones son exitosas por la buena implementación, no por un buen plan de negocios».

«Tus clientes más descontentos son tu mayor fuente de aprendizaje».

«Las expectativas son una forma de verdad de primera clase: si la gente lo cree, es verdad».

**«EL PRIMER PASO DE TODO EMPRENDEDOR DEBE SER CONSTRUIR UN PROTOTIPO DEL PRODUCTO O DEL SERVICIO QUE TIENE EN MENTE».**

«Deberías vender siempre, no perder el tiempo elaborando estrategias para vender».

«La forma de proceder más sensata es apostar por un prototipo, lanzarlo de inmediato al mercado y perfeccionarlo rápidamente. Si esperas a que se den las circunstancias ideales y a disponer de toda la información necesaria (lo cual es imposible) el mercado se te va a adelantar».

«El posicionamiento de producto o servicio es más potente cuando es personal porque los clientes potenciales no necesitan dar el paso de pensar cómo puede satisfacer sus necesidades».

«No importa lo que vendas o a quién se lo vendas: usa palabras sencillas para describir lo que haces».

«Si quieres sacar adelante tu organización, es mejor que estés falto de personal a propósito. Puede que dejes algunas ventas sobre la mesa y puede que no alcances velocidad de despegue tan pronto como quisieras. Pero no dudes que eso es siempre mejor que despedir gente o quedarte sin dinero».

«Si tienes éxito construyendo un negocio pueden pasarte dos cosas: que los inversores hagan cola para invertir su dinero en tí o que no necesites su dinero. Ambos son problemas que no te importará tener».

**«POR LO GENERAL, LOS INVERSORES BUSCAN UN EQUIPO ACREDITADO, UNA TECNOLOGÍA ACREDITADA Y UNAS VENTAS ACREDITADAS. SUELEN CLASIFICAR ESTOS FACTORES EN DISTINTO ORDEN, PERO EL FACTOR QUE LOS SUPERA A TODOS ES EL TIRÓN DE VENTAS».**

«El arte del branding requiere crear un producto o servicio que a la gente le entusiasme y conseguir que ese entusiasmo se contagie, hacer que resulte fácil de usar, pedir ayuda para difundir sus bondades y construir una comunidad a su alrededor».



# P-COMMERCE

## BIENVENIDO A LA REVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE

COMPRA ESTOS LIBROS DIRECTAMENTE  
UTILIZANDO LA APP VIOON  
PARA ANDROID & IOS



[El arte de empezar](#)

Guy Kawasaki



[El arte de cautivar](#)

Guy Kawasaki



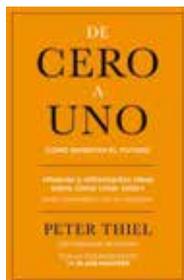
## El manual de las StartUps

David Kidder



## El ADN del innovador

Jeff H. Dyer



## De CERO a UNO

Peter Thiel

masaltos.com



+7 cm

Los **zapatos italianos** de Masaltos.com **umentan la altura** del hombre 7 cm gracias a una cuña anatómica ubicada en el interior del zapato. Esto es inapreciable exteriormente gracias a su delicado y perfecto acabado.

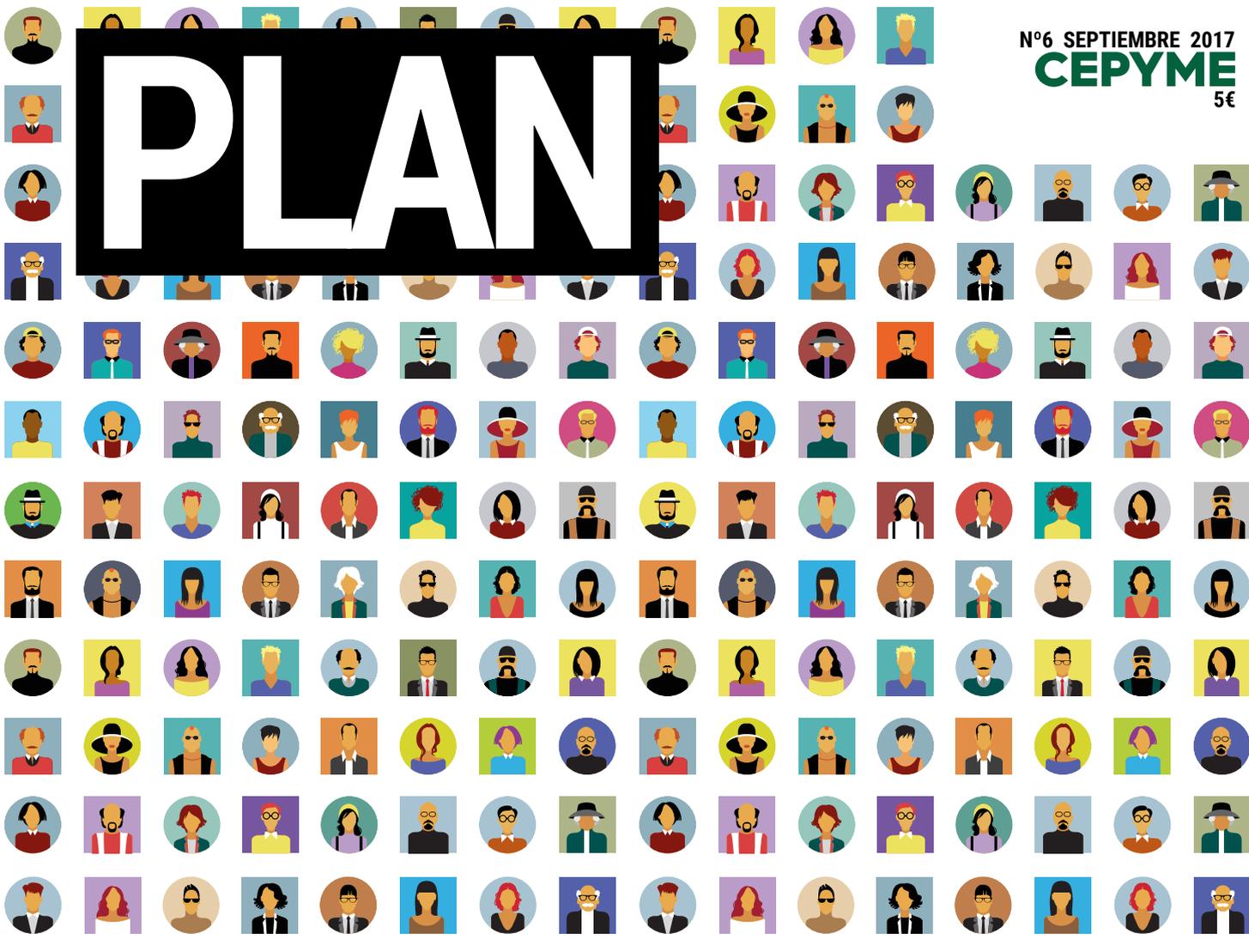
Con más de 20 años en el mercado del calzado italiano y más de 65.000 clientes que avalan nuestro buen hacer, la firma sevillana **Masaltos.com** permite que el hombre se sienta más relajado usando estos zapatos.

Masaltos.com dispone de un amplio catálogo que podrá adquirir en diferentes estilos a través de nuestra web o solicitándolo por teléfono en el 954564292. En nuestra tienda física, ubicada en Sevilla, en la calle Feria 4 y 6, un equipo de profesionales expertos en imagen y diseño le ayudarán a encontrar el zapato ideal. Garantizamos un envío discreto y entregamos de forma internacional, en la península ibérica en 24-48 horas con posibilidad de devolución o cambio.

DESCUENTO VÁLIDO 2017: **CEPYME**

www.masaltos.com Tel: (+0034) 954 564 292  
C/ Feria 4 y 6 41003. Sevilla. España.  
info@masaltos.com

# PLAN



# RELOAD



# ESPECIAL AUTÓNOMOS



**LO MÁS LEÍDO DEL ANTERIOR PLAN**



**Entrevista**  
**JUAN PABLO RIESGO**  
Secretario de Estado de Empleo

Página: 16 - 21



**Especial Autónomos**  
**AUTÓNOMOS:**  
**REPARTO HOMBRES MUJERES**

Página: 10 - 15



**Especial Autónomos**  
**PROTEGER AL AUTÓNOMO**  
**PARA PROMOVER**  
**EL EMPRENDIMIENTO**

Página: 22 - 31



**Entrevista**  
**PEDRO BARATO**  
Presidente CEAT

Página: 32 - 37



**Especial Gestión**  
**LAS 20 NUEVAS MEDIDAS**  
**DE LA LEY DE AUTÓNOMOS**

Página: 38 - 39



**Especial Autónomos**  
**REGIMEN ESPECIAL**  
**TRABAJADORES AUTÓNOMOS**

Página: 42 - 59



**Especial Autónomos**  
**EL FUTURO LABORAL**  
**DEL SECTOR TECNOLÓGICO**

Página: 136 - 149



**Versión Original**  
**JACK MA**  
Founder & Chairman of Alibaba Group

Página: 150 - 161



**Entrevista**  
**IÑIGO JUANTEGUI**  
Fundador & CEO ONTRUCK

Página: 162 - 169



**PlayList**  
**THE BEATLES**

Página: 190 - 191

# PLAN



# START UP



**ESPECIAL  
EMPREENDEDORES**



# **SUSCRÍBETE A PLAN**

**PLANMAGAZINE.ES**

**20 EUROS / 4 NÚMEROS  
+ 10 versiones de la revista en digital de regalo  
para que las envíes a quien tú quieras**



IV PREMIOS  
**CEPYME**  
2017



# PREMIOS CEPYME 2017

La ceremonia de entrega de los IV Premios CEPYME estuvo presidida por el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy.

**"NECESITAMOS CADA VEZ MÁS PYMES,  
CADA VEZ EMPRESAS MÁS GRANDES Y MÁS  
INTERNACIONALIZADAS". MARIANO RAJOY**

**Magapor**, empresa que desarrolla, produce y comercializa equipos, tecnología y materiales para la reproducción artificial porcina, ubicada en Zaragoza, obtuvo el premio **Pyme del Año** en la IV edición de los Premios CEPYME, celebrada en el Museo de Arte Reina Sofía.

La ceremonia de entrega de los IV Premios CEPYME estuvo presidida por el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, quien, tras dar la enhorabuena a todos los premiados, destacó la labor desarrollada por lo pequeños y medianos empresarios y los autónomos y su contribución a la recuperación de España. "La historia económica reciente de España es un éxito que no debemos olvidar", dijo, destacando que todo ello sería imposible sin las pymes y los autónomos. "Necesitamos cada vez más pymes, cada vez empresas más grandes y más internacionalizadas", señaló el presidente del Gobierno.

El resto de los galardonados en esta edición en cada una de las categorías han sido:

**Pyme Innovación Tecnológica: Wireless DNA.** Empresa mallorquina que desarrolla un producto especializado en la monitorización, optimización y operación automáticas de redes de telefonía móvil. Ofrece también servicios de ingeniería complementarios de diseño, optimización y project management.

**Pyme Desarrollo Internacional: Aceitunas Torrent.** Empresa cordobesa especializada en el aderezo, envasado y comercialización de aceitunas de mesa. Fundada en 1898, inició a principios del siglo XX la actividad exportadora de estos productos a Sudamérica. Actualmente vende en más de 70 países de todo el mundo.

**Pyme Creación de Empleo: Asti Technologies.** Empresa ubicada en Burgos, especializada en la robótica móvil, procesos de automatización y conectividad industrial. Ha creado 41 nuevos puestos de trabajo en 2016, lo que supone un incremento del 57%.

**Pyme Proyecto emprendedor: Wegow.** Empresa bilbaína creada en 2013. Es un plataforma para los amantes de la música en directo, especializada en conciertos y festivales de música de todos los géneros, con presencia en más de 17 países. En noviembre de 2016 adquirió Nvivo y desde entonces se ha posicionado como una completa herramienta que ha revolucionado la industria de la música en directo.



**Pyme por la inclusión laboral de las personas con discapacidad: Specialisterne, S.L.** Empresa barcelonesa, ofrece una amplia gama de servicios de consultoría centrados en las pruebas de sistemas informáticos y el tratamiento de datos y documentos. Integra laboralmente personas con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA) y síndrome de Asperger, convirtiendo estos trastornos en una ventaja para el desarrollo de sus tareas como consultores en las pruebas de software y tratamiento de datos y documentos.

**Pyme por la Igualdad: Taisi.** Empresa ubicada en Calatayud (Zaragoza), dedicada a la fabricación de frutas confitadas, en almíbar y mermeladas, que comercializa en mercados nacionales e internacionales. Desarrolla iniciativas en materia de igualdad para contribuir al arraigo firme en la empresa de la cultura de igualdad entre hombres y mujeres. Un 55% de los puestos de dirección de la empresa están ocupados por mujeres.

**Pyme Transformación Digital: Herrero Brigantina de Economía.** Ubicada en Ponferrada (León), es una entidad aseguradora especializada en el análisis de los riesgos tanto personales como patrimoniales que pueden afectar a particulares y empresas. Su apuesta por la digitalización de los procesos productivos ha servido como motor de cambio a la estructura empresarial, incentivando la fuerte expansión territorial de la compañía.

**Pyme Eficiencia Energética y Sostenibilidad: Isma 2000.** Empresa mallorquina que abarca el ciclo completo de elaboración de papel, desde la captación y tratamiento de la materia prima (reciclado), producción de bobinas de papel (eco tissue) y la elaboración de distintos productos.

**Pyme con mejores prácticas de pago: Troqueles Sánchez e Hijos.** Empresa sevillana especializada en maquinaria y suministros para la manipulación de papel y cartón, con una

trayectoria de 30 años, en los que se han mantenido unas correctas prácticas de pago.

**Autónomo del año: José Luis Sáenz, Pepe Chuletón.** Seleccionador y madurador de carnes selectas de calidad, desarrolla su actividad en Calahorra (La Rioja), donde desarrolla más de 50 tipos de hamburguesas gourmet. E 90 por ciento de las ventas son online, a países de todo el mundo.

Además de estos galardones, se hizo en esta edición un reconocimiento especial y homenaje a los empresarios víctimas del terrorismo, representados por el presidente de Confebask, Roberto Larrañaga.

Larrañaga señaló que “la sociedad sabe que hemos demostrado siempre nuestro compromiso, creando riqueza y empleo aún a pesar de que la amenaza, el secuestro, la extorsión y el asesinato planeaban sobre sus vidas y las de sus familias”

El presidente de CEPYME, Antonio Garamendi recordó que este año se cumple el 40 aniversario de la confederación, y destacó que CEPYME va a seguir trabajando, desde la lealtad y el apoyo a la Ley y a las instituciones, por la igualdad de oportunidades y el progreso, generando riqueza y empleo. En este sentido, puso en valor el diálogo social y el papel de los empresarios y los trabajadores, que han contribuido al progreso económico y social de nuestro país.

La edición de este año contó con el patrocinio de Banco Santander y la colaboración de Inserta-Fundación Once; Facebook, Randstad; Vodafone; UPS; Endea; Visa; Peugeot, Informa, Samsung, Iberia-On Business, WoltersKluber y Vocento, así como del Grupo TPI y Cuerpo8 en la organización.

Fotos: Alfonso Esteban



**CEPYME**



IV PREMIOS  
**CEPYME**  
2017





PLAN PREMIOS CE



stad

Inse

SUNG

on  
busin

# PREMIOS CEFYMI



# IV PREMIOS C



# IV PREMIOS CEPYME



# IV PREMIOS CE







# IV PREMIOS C



# IV PREMIOS C



# CEPYME

IV PREMIOS CEPYME 2017



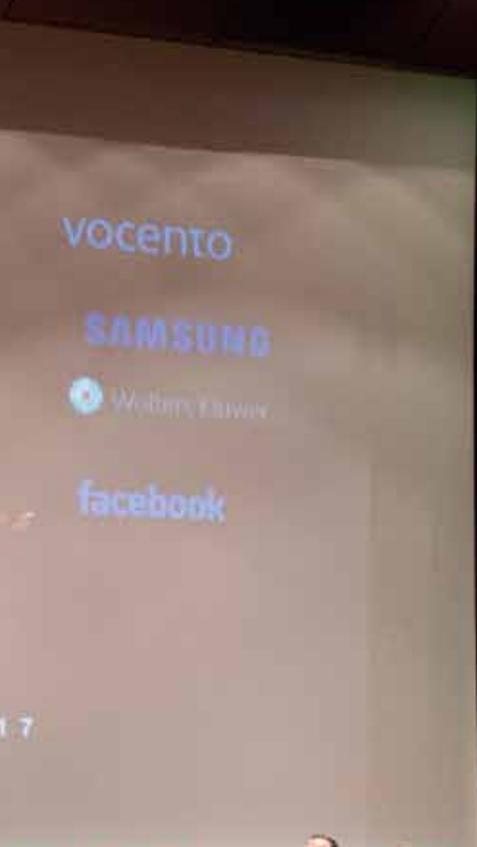
# IV PREMIOS CEPYME 2017

Acto bajo la presidencia  
de honor de SS.MM.  
los Reyes de España



## CEPYME





# CEPYME





CRECIMIENTO EMPRESARIAL





El ministro de Economía, Industria y Competitividad, Luis de Guindos, clausuró la presentación del proyecto CEPYME500, liderado por CEPYME, con el patrocinio de BME, Bankinter e Informa, en un acto celebrado en la sede de la Confederación.

En su intervención, el ministro se refirió al necesario redimensionamiento del tejido empresarial español, destacando que el crecimiento del tamaño empresarial es importante para impulsar el crecimiento económico, y, en este sentido, aplaudió la iniciativa CEPYME500, por su contribución a este objetivo.

CEPYME500 es una iniciativa de CEPYME, con la que se ha querido identificar, seleccionar y promocionar a un conjunto de 500 empresas que lideran el crecimiento empresarial, tanto por sus resultados como por su capacidad para generar valor añadido, empleo, innovación y proyección internacional.

Las empresas seleccionadas conforman un conjunto selecto de 500 empresas medianas, para cuya selección se han evaluado una serie de indicadores que miden el crecimiento, la solvencia y el potencial de innovación y de proyección internacional de la compañía.

El objetivo principal de este proyecto es otorgar a las empresas seleccionadas el reconocimiento y la proyección nacional e internacional que merecen, al tiempo que se les ofrece apoyo en áreas como la promoción; el networking; la innovación; la internacionalización o la provisión de soluciones personalizadas y exclusivas en materia de financiación, digitalización, etc. Para ello, las empresas CEPYME500 tendrán a su disposición una innovadora plataforma digital que prestará servicios de alto valor añadido y proporcionará una mayor visibilidad, lo que impulsará su crecimiento y facilitará su adaptación eficiente a las exigencias de los mercados.

De esta manera, CEPYME quiere contribuir a impulsar el crecimiento empresarial y el redimensionamiento del tejido empresarial español, integrado en su 99% por pequeñas y medianas empresas.

En el acto de presentación, el presidente de CEPYME, Antonio Garamendi, señaló que “no es casualidad que los países más prósperos y con mayor grado de bienestar social sean aquellos que más favorecen la actividad empresarial, y los más capaces de remover los obstáculos que entorpecen su labor”.



“Las empresas -añadió- necesitan un entorno favorable, un clima social y económico que permita que las iniciativas de los empresarios surjan y puedan desarrollarse, para seguir contribuyendo al bienestar social. Y desde CEPYME500 nos proponemos también contribuir a crear ese entorno que favorece el crecimiento empresarial, ofreciendo herramientas y recursos que permitan a las empresas innovar, mejorar su productividad, aumentar su eficiencia y hacer crecer sus resultados”.

Por su parte, el presidente de Bolsas y Mercados Españoles (BME), Antonio J. Zoido, señaló que “Si queremos empresas más grandes hay que diversificar y mejorar sus fuentes de financiación, hay que ofrecerles más combustible para su crecimiento. Los mercados que gestiona BME permiten emitir empréstitos y ampliar capital a empresas de todos los tamaños, pero en los últimos años -añadió-, nos hemos centrado en mercados a medida para las empresas más pequeñas, con costes y exigencias adaptados a un tipo de inversor más especializado en valores pequeños, como es el caso del MARF y del MAB”.

Para Eduardo Ozaíta Vega, director del Área de Empresas de Bankinter, las variables por las que deberían apostar las compañías “que quieran ser exitosas en los tiempos competitivos por los que pasamos son la internacionalización y la innovación”. Sobre ambas se asienta la propuesta de valor de Bankinter, la única entidad financiera -añadió- “que ha incrementado su balance de crédito a empresas desde los años 2010 a 2016 de manera constante y consistente”.

Por su parte, Juan María Sainz, consejero delegado de Informa D&B señaló que: “Una de las principales claves del proyecto CEPYME 500 está en la correcta selección de las empresas que lo conforman. Que CEPYME haya pensado en Informa D&B como fuente de información es algo que nos enorgullece y nos hemos esforzado para identificar a las 500 mejores empresas de acuerdo con los criterios establecidos”.

En el acto de presentación intervinieron también los representantes de tres de las empresas que forman parte de CEPYME500: MrWonderful; PostquamCosmetics y EuropairBroker.

Más información y relación de las empresas seleccionadas en: [www.cepyme500.com](http://www.cepyme500.com)

Accede a la publicación online: [www.epyme500.com](http://www.epyme500.com)

[Descargar APP CEPYME500 iOS](#)

[Descargar APP CEPYME500 Android](#)

Fotos: Alfonso Esteban





bankinter. bankinter.



INFORMA INFORMA

bankinter. bankinter.



CRECIMIENTO EMPRESARIAL



D. JUAN F. ...

L. ARDANZA ...



bankinter.



INFORMA







#escuchoPLAN

# THE BEACH BOYS

**SURFIN' SAFARI**  
1962

**SURFER GIRL**  
1963

**SURFIN' US**  
1964

**FUN FUN FUN**  
1964

**I GET AROUND**  
1964

**DON'T WORRY BABY**  
1964

**WENDY**  
1964

**DO YOU WANNA DANCE?**  
1965

**HELP ME RHONDA**  
1965

**CALIFORNIA GIRLS**  
1965

**BARBARA ANN**  
1965

**WOULDN'T IT BE NICE**  
1966

**GOOD VIBRATIONS**  
1966

**THAT'S NOT ME**  
1966

**GOD ONLY KNOWS**  
1966

**I KNOW THERE'S A ANSWER**  
1966

**HERE TODAY**  
1966

**I CAN HEAR MUSIC**  
1969

**KOKOMO**  
1988

**STILL CRUISIN'**  
1988



# UPtheMEDIA

SMART PUBLISHING

**Laboratorio de creatividad e innovación:  
Imaginamos, creamos y, a veces, hacemos magia**

Proporcionamos servicios únicos... soluciones llave en mano sofisticadas y experiencias memorables a "clientes que no se satisfacen nunca".

**Soluciones, oportunidades, experiencias y sueños.**

**[upthemedias.com](http://upthemedias.com)**

[info@upthemedias.com](mailto:info@upthemedias.com)

+34 91 423 09 98

+34 681 60 53 40

# Empieza a vender, o sigue vendiendo mucho más con **Comandia**, la solución eCommerce de Correos.



Regístrate y pruébalo gratis en [comandia.com](https://comandia.com)

