

Las startups llaman a la puerta de las grandes corporaciones

Los emprendedores reclaman un modelo empresarial más permeable al talento disruptivo

ROBERTO VILLAREAL / TARRAGONA

Pese a los intensos esfuerzos de la gran empresa, en Cataluña y en España, por fomentar cauces de cooperación con los nuevos emprendedores, con programas tan exitosos implantados en el Camp de Tarragona como el Fondo de Emprendedores (Repsol), Tarragona Open Future (Telefónica) o Explorer (Banco de Santander), la percepción de las startups deja entrever que el caldo de cultivo nacional sigue a años luz de la mentalidad de países como Estados Unidos, en vanguardia de la innovación tecnológica.

“Nosotros queríamos conocer Silicon Valley para comprobar sobre el terreno cómo funciona el ecosistema de emprendedores más famoso del mundo, y si realmente la fama es merecida; pues bien, poco después de llegar estábamos sentados en las oficinas centrales de Google con una reunión para darnos a conocer sus vías de apoyo a las nuevas empresas”, explica Josep Cester, CEO de la premiada *startup* ‘Place to Plug’, ideada para poner en contacto a los usuarios de vehículos eléctricos con los puntos de recarga.

La experiencia vivida por estos jóvenes empresarios en Estados Unidos pone en evidencia la notable distancia que separa el caldo de cultivo de la vanguardia emprendedora norteamericana y la realidad que se vive en Tarragona y en Cataluña. “Aquí —reflexiona Cester a su regreso—, aunque se van dando pasos hacia delante, todavía pueden tardar años cuando llamas a una puerta... Te hacen sentir en todo momento como si estuvieses pidiendo un favor; por el contrario, allí todas las grandes quieren estar presentes cuando llega un talento disruptivo, no pueden permitirse el lujo de perderlo, esa es la diferencia sustancial”.

Tomás Coca, coordinador de proyectos del Fondo de Emprendedores de la Fundación Repsol, concede en parte la razón a los creadores de ‘Place to Plug’, que en 2017 formaron parte del citado fondo de aceleración de empresas, cuya convocatoria de 2019 finaliza el 4 de marzo. “Las grandes corporaciones, incluida la nuestra, están estructuradas con muchos departamentos, y



Los participantes en el III Fòrum d'Inversió Catalunya Sud.

en ocasiones resulta muy difícil llegar a hablar con la persona adecuada”, reconoce.

El ‘muro’ del desarrollo industrial

La otra gran dificultad para las sinergias entre una compañía como Repsol y una *startup* de reciente creación nace de la propia competitividad a la que están sometidas las multinacionales líderes, que se rigen por la lógica de los beneficios: “Necesitan —añade Coca— productos muy desarrollados, con riesgo cero, y esa fiabilidad es complicada para una empresa recién creada; cuando hacemos la selección, favorecemos líneas en las que trabaja Repsol desde la perspectiva del cliente que va a testar ese producto, con la idea de que lo puedan pulir de cara a su desarrollo industrial”.

Desde su lanzamiento en 2011, el Fondo de Emprendedores ha acelerado casi medio centenar de *startups* que han registrado un centenar de patentes y han ‘levantado’ más de 20 millones de euros en inversión y financiación. La media de supervivencia de las startups apoyadas por Fundación Repsol supera el 80% y siete de las 15 que más dinero han generado en España en el sector de la energía y la movilidad han pasado por este programa.

El ‘realismo’ de la experiencia, —en forma de un equipo de mentores, formación especializada, prueba de prototipos en instalaciones industriales y acceso a potenciales inversores—, se convierte en el factor más valorado. Cristina Sáez de Pipaón, CEO de Orchestra Sci, *spin off* del ICIQ (Instituto Catalán de Investigación Química con sede en Tarragona) seleccionada en 2018 y cuyo objeto es fabricar membranas selectivas para separar el CO2 del resto de elementos, agradece la ayuda económica “si bien en nuestro caso valoramos aún más la posibilidad de trabajar en un entorno industrial real y construir un piloto para validar nuestra tecnología”.

El mercado y su tamaño

Dicho pragmatismo en la configuración del producto final no debe confundirse con la urgencia por facturar a cualquier precio para poder pechar en las rondas de captación de inversores. Según la experiencia de Josep Cester con ‘Place to Plug’ en EEUU, otra de las grandes diferencias en los *pitch* (breve presentación de síntesis para convencer a quienes van a poner el dinero) que se elaboran en España tiene que ver con los números. “Aquí se incide mucho en el negocio que has hecho ya, en lo que gastas y en lo que esperas in-

gresar; nosotros, por ejemplo, en ese caso estaríamos muertos porque no habíamos facturado nada, pero no te preguntan eso... lo que les interesa que expliques bien es cómo de grande es el mercado y cuánto vas a coger”, expone Cester, que participó recientemente en el III Fòrum de Inversió Catalunya Sud celebrado en el Palau de Congressos de Tarragona.

El referente siguen siendo los EEUU, con grandes empresas mucho más receptivas a las startups

A pesar de todos los obstáculos que se encuentran en el camino, los emprendedores del Camp de Tarragona disponen de más puertas que nunca a las que llamar. Además del mencionado Fondo de Emprendedores de la Fundación Repsol (con hasta 144.000 euros al año de financiación para proyectos, y 2.000 mensuales para desarrollo de ideas), se han desarrollado ya tres ediciones del programa de aceleración de empresas Tarragona Open Future, impulsado desde la consellería de Desarrollo

Económico del Ayuntamiento de Tarragona en colaboración con Wayra, la aceleradora de start-ups de Telefónica.

Destaca también Camp Tgn Up, el programa de acompañamiento empresarial y mentoría para favorecer su crecimiento coordinado por la Diputació de Tarragona en colaboración con los ayuntamientos de Reus (Redessa), Tarragona (Tarragona Impulsa), Valls (Vallsgenera), El Vendrell (L'Eina) y los consejos comarcales de la Conca de Barberà (Concactiva), Baix Camp, Baix Penedès, Priorat y Tarragonès, además de la Universitat Rovira i Virgili (URV Emprèn) y el apoyo de ACCIÓ (Generalitat de Catalunya).

Asimismo, se acaba de lanzar la décima edición del programa Explorer del CISE (Centro Internacional Santander Emprendimiento), patrocinado por el Banco de Santander y ejecutado en colaboración con la URV y el Ayuntamiento de Tarragona, en el que participan 24 jóvenes emprendedores seleccionados para madurar su idea de negocio durante cinco meses. Los tres mejores de Tarragona reciben un premio económico (entre 1.500 y 3.000 euros) y asesoramiento durante tres años, y los que más destaquen en toda España viajarán en otoño a Silicon Valley y optan a 30.000 euros de financiación.

Son sólo algunos ejemplos de vías abiertas en la última década que muestran el interés creciente de empresas e instituciones por no desaprovechar el ingenio y el talento y “estar ahí” en la fase germinal de proyectos con enorme futuro. Un cauce en el que cree ciegamente Almudena Moreno, head of Millennial Makers y responsable de Alianzas Públicas dentro del área de desarrollo de negocio de Telefónica Open Future —plataforma de innovación abierta que mantiene con Tarragona Impulsa uno de los más de 100 acuerdos de colaboración firmados en todo el mundo con agentes económicos públicos y privados—, quien subraya que a día de hoy “la conectividad es la base de todo y es imposible innovar en soledad; abrimos al mundo es una cuestión de negocio e incorporar *startups* mejora nuestros procesos internos y nuestra cadena de valor”. ■

INFORME

Emprendeduría

Emprendedores en busca de 1,5 millones de euros

R. V./ TARRAGONA

Empresas jóvenes e inversores de Tarragona se han dado cita la semana pasada en el Palau de Congressos de Tarragona en el III Fórum de Inversión CAT SUD para examinar posibles vías de financiación y colaboración. Un total de siete proyectos empre-

sariales vinculados al Camp de Tarragona y a las Terres de l'Ebre expusieron sus ideas de negocio delante de posibles 'mecenas'. Entre todos necesitan alrededor de 1,5 millones de euros para costear el crecimiento de proyectos que, aunque ya generan ingresos, todavía no han alcanzado su punto de equilibrio financiero.



AIRGO SOLUTIONS—Dos ex estudiantes de ESADE, Josep Orquin y Xavier Sardà, graduados en Administración y Dirección de Empresas, han creado el primer pasamontañas antipolución que, además de proteger de frío, incorpora un filtro flexible contra partículas y gases nocivos. A diferencia de las máscaras, incorpora moda y diseño para hacerlo más atractivo. En 2018, gracias a acuerdos con grandes cadenas como Decathlon, han facturado ya 20.000 euros. En 2019 confían en llegar a unos 75.000. Necesitan 150.000 euros para marketing, protección legal del producto, desarrollo de nuevos modelos y recursos humanos.

20.000 euros con 10 clientes-prueba y piden 150.000 euros para continuar creciendo.



APPORIGEN—Roger Farsac es el 'alma mater' de esta tecnológica que desarrolla aplicaciones especializadas en la nube para simplificar y unificar los procesos de gestión que "habitualmente terminan en un Excel". Con su software propio, AppOrigen —personalizable para cada empresa— integra toda la documentación relevante y la ordena en la nube. En 2018 facturó

20.000 euros con 10 clientes-prueba y piden 150.000 euros para continuar creciendo.



BALAMIS—Roger Jové es la cabeza visible del equipo de Balam Ingeniería de Sistemas, fabricante de sensores de teledetección para medir la humedad del suelo sin necesidad de entrar en contacto con el terreno. Sus equipos, que cuestan del orden de 10.000 euros por unidad, son más ligeros y fáciles de usar para empresas de geotecnia, centros de investigación o explotaciones

agrícolas de precisión. Ya han logrado sus primeras ventas en Holanda o India y han 'levantado' 720.000 euros en dos años. Quieren 250.000 euros más para generar stock de producto que puedan alquilar a las empresas y poder afrontar campañas de marketing.



BIOSFER TESLAB—Spin off de la URV y del Instituto de Investigación Sanitaria Pere Virgili, ha desarrollado un test para mejorar la predicción del riesgo cardiovascular. Según Núria Amigó, el paradigma de análisis del colesterol sufre una revolución y cada vez se requiere mayor precisión: ya no sólo se miden cantidades sino cómo se depositan esas partículas en las arterias. Su tecnología se patentó en 2013 y en 2014 iniciaron el desarrollo industrial del test de la mano de Laboratorios Rubió. Han tenido un crecimiento constante desde 2015, aunque siguen por debajo del equilibrio financiero. Buscan 100.000 euros para ganar velocidad.

2015, aunque siguen por debajo del equilibrio financiero. Buscan 100.000 euros para ganar velocidad.



HAULAP—Álex Gómez es uno de los creadores de un marketplace que opera en web y app y que pone en contacto a gente que necesita realizar un envío y otra que hace esa ruta y que está dispuesta a hacerlo llegar a su destino, de modo que abarata costes y evita emisiones de CO2 al

optimizar desplazamientos. "El sector de la mensajería crece un 25% anual y apenas ha evolucionado", explica Álex, que busca 100.000 euros para una ampliación-puente en preparación de una ronda de captación de 500.000 euros para lograr el equilibrio en 2020.



RESTAURANT A CASA—Sergi Dosaigues comenzó en 2015 en la zona de Tarragona con tres motos en el almacén familiar para dar vida a un marketplace donde distintos negocios, mercados municipales y restaurantes pueden ofrecer sus productos de forma autónoma con servicio

a domicilio. En 2018 ha facturado 900.000 euros y ha llegado al punto de equilibrio, pero quiere 250.000 euros para expandir su zona de influencia mediante nuevas herramientas tecnológicas y marketing. Pretende llegar a los 2,2 millones en ventas el 2020 y duplicar esa cifra en 2021.



RIO LONGBOARDS—Pablo López abandera Rio Carbon Work, fabricante artesanal de tablas de skateboard, longboard y snowboard con maderas de ámbito nacional y fibra de carbono, entre otras. Ofrecen producto totalmente personalizado y muy avanzado a nivel tecnológico. ...)

En 2018 han vendido producto por valor de 12.000 euros. La empresa, que ha invertido unos 100.000 euros en cuatro fases, busca otros 150.000 euros para continuar aportando valor añadido: mejora de la web, marketing e I+D de producto.

LÍDERS A CATALUNYA EN ASSEGURANÇA DE CRÈDIT
DES DE FA 25 ANYS

PROTEGO
CORREDORIA D'ASSEGURANCES

VOL AUGMENTAR

Si vostè JA TÉ pòlissa contractada li farem una auditoria.

LES VENDES I

Li garantim reducció de costos i l'aportació de millores tècniques.

EVITAR IMPAGATS?

Incrementem les classificacions de la seva cartera de clients.

LI GARANTIM LA COMPANYIA
I EL PRODUCTE MÉS ADEQUAT
PEL SEU RISC

Si NO TÉ pòlissa de crèdit
consulti'ns, l'assessorarem
dels seus avantatges



credito@protegoseguros.com



www.protegoseguros.com



977 128 872