



PROGRAMA VIAGALICIA



El carácter multisectorial de ViaGalicia la distingue de otras aceleradoras. Esa transversalidad hace que cada edición sea única y sirva para lanzar start-ups de ámbitos tan diversos como la salud, e-Health; el mercado de las mascotas; o el sector aeroespacial. Impulsada por el Consorcio de la Zona Franca de Vigo y la Xunta de Galicia, ViaGalicia apuesta por la innovación para diversificar el tejido empresarial de Galicia.

Una propuesta disruptiva e innovadora y un equipo capaz de ponerla en marcha son las características que deben reunir las iniciativas que se presentan al programa de ViaGalicia, una aceleradora con casi 10 años de vida. De esta manera, las ayuda en el arranque, poniendo la infraestructura, facilitando apoyo financiero y la tutorización, lo que permite que el emprendedor pueda llegar "al lugar que ha imaginado".

Como aceleradora pública, ViaGalicia tiene una serie de objetivos, como apoyar la creación y aceleración de empresas innovadoras, diversificar y dinamizar el tejido empresarial existente, favorecer e impulsar la transferencia de conocimiento, atraer y retener talento; y, en definitiva, identificar ideas de negocio con posibilidades de éxito.

La transversalidad que caracteriza ViaGalicia permite que pueda dar cabida a propuestas totalmente disruptivas y contribuir a la aparición de proyectos de sectores que hasta el momento no tenían presencia en el área.

ViaGalicia, la aceleradora que acompaña en el camino al éxito

Una aceleradora que cree en las personas

La aceleradora nació en 2013 para dar respuesta a una necesidad detectada en Galicia, donde existían iniciativas empresariales que empezaban a desarrollarse y que necesitaban apoyo. A lo largo de casi una década ha impulsado la creación de 78 empresas, que han recibido más de 10 millones de euros de financiación directa del programa. Estas empresas han creado 550 nuevos puestos de trabajo, facturando más de 35 millones de euros en el último año y captando 55 millones en rondas de financiación.

"Creemos en las personas y en las ideas, queremos ayudarte a hacer realidad tu proyecto bajo un modelo de negocio rentable y sostenible", indican los promotores de la aceleradora.

En cada edición se seleccionan 40 proyectos que participan en la preaceleración. En las primeras fases, profesionales de primer nivel analizan la propuesta de valor y el modelo de negocio de cada iniciativa, teniendo en cuenta su invertibilidad y escalabilidad, pero sin olvidar el equipo que la promueve. En este sentido, ViaGalicia pone el foco en su grado de compromiso, que sea equilibrado y que cubra las necesidades del proyecto; en definitiva, un equipo con capacidad para llevarlo al éxito. De este modo, se seleccionan un máxi-

mo de 15 start-ups que entran en la aceleradora y que reciben un paquete de servicios que incluye: nueve meses de asesoramiento y formación intensiva en el espacio de coworking del Centro de Negocios de Porto do Molle, en Nigrán, un tiempo en el que los acompaña un tutor individual, mentoring, participación en mesas redondas y jornadas de networking. Estas empresas aceleradas son las que podrán recibir apoyo financiero de hasta 125.000 euros.

Al finalizar la aceleración, los proyectos participan en un Investors Day, defendiendo sus propuestas ante inversores, para ayudarles a captar más financiación para seguir escalando su empresa.

La clave del éxito

Los organizadores reconocen que en estos años han observado cómo algunos proyectos no consiguieron despegar y consolidarse y otros muy sencillos multiplicaron sus ventas tras su primer año de vida.

En este sentido, apuntan que el camino al éxito pasa por crear propuestas claras y definidas, con un modelo de negocio bien diseñado. Para poder ayudar a futuros emprendedores a entender qué factores pueden hacer fracasar una idea han pedido a los promotores que sean ellos mismos los que ayuden a identificar las claves del éxito de sus compañías.



Fotos: Luis Cobas

“En ViaGalicia seleccionamos proyectos innovadores, invertibles y escalables, que sean relevantes para nuestra economía”



Teté Vilar

Responsable de Emprendimiento del Consorcio de la Zona Franca de Vigo

¿Qué balance realiza de las últimas ediciones de la aceleradora? • ViaGalicia ha contribuido a poner a Galicia en el mapa del emprendimiento de España. Cuando nace, en 2013, lo hace para dar respuesta a una necesidad detectada en nuestra comunidad. Los emprendedores necesitaban que alguien uniese y pusiera orden a todos los recursos y herramientas. Necesitaban apoyo e impulso, no solo económico, que solo encontraban fuera de Galicia, en otros programas o a través de fondos de inversión. Y así nació ViaGalicia, como aceleradora pública se propuso como objetivos apoyar la creación de empresas

innovadoras, diversificar el tejido empresarial existente, impulsar la transferencia de conocimiento y atraer y retener el talento. Los gallegos se han caracterizado desde siempre por su espíritu emprendedor, y desde ViaGalicia lo que hicimos fue dar visibilidad a muchas de sus iniciativas. Somos un país con tradición histórica de gente emprendedora y creativa, y ahora estamos aplicando conocimiento y metodología, desde ViaGalicia, para conseguir que todas estas propuestas alcancen el éxito.

¿Y cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la aceleradora?

• Nuestro reto es seguir siendo capaces de dar respuesta a las nuevas necesidades que nos planteen los emprendedores y adaptar el propio programa a las nuevas realidades; como ya hicimos en la última edición. El modelo de aceleración que implementamos sigue vigente y funciona, la metodología Lean start-up sigue siendo la mejor manera de ajustar y aproximar los modelos de negocio y las propuestas de valor a la realidad del mercado y a las

A la hora de impulsar un proyecto, es fundamental que la idea sea disruptiva e innovadora. Si además de esto, la compañía cuenta con un equipo capaz de desarrollarla, ViaGalicia es la aceleradora idónea, al brindar todo el apoyo necesario.

“El arranque es duro y el recorrido no lo es menos”, asegura Teté Vilar. “Lo importante es que si un emprendedor tiene una idea, un equipo y la ilusión para llevarla a cabo; nosotros le ayudamos con infraestructura, apoyo financiero y asesoramiento especializado para poder llegar a donde haya imaginado”, detalla.

necesidades y gustos de los clientes. Otro de los grandes retos es ayudar a los emprendedores a entender su proyecto desde la perspectiva de una empresa, a entenderlo en términos de rentabilidad. Con el cambio de sociedad y de economía están surgiendo un gran número de oportunidades de negocio y en las próximas ediciones veremos nuevas líneas de negocio que nacen de esta nueva era.

“Los gallegos siempre se han caracterizado por su espíritu emprendedor y desde ViaGalicia damos visibilidad a muchas de sus iniciativas”

¿Qué características comunes tienen las empresas seleccionadas como las más representativas?

• En ViaGalicia seleccionamos proyectos innovadores e invertibles, y que además sean escalables y de relevancia para nuestra economía, de manera que puedan contribuir a dinamizar o modernizar nuestro tejido empresarial. En general son empresas con un alto carácter innovador, capaces de crear una propuesta de valor disruptiva, y con un alto potencial de crecimiento o una elevada escalabilidad de su negocio (es un rasgo muy valorado por los inversores). Otra de las características es su carácter global y su capacidad de adaptación y flexibilidad: reaccionar a tiempo puede evitar el fracaso.

Y si hablamos de los promotores, ¿qué características comunes destacan?

• En la última edición, el 64% de los emprendedores tenían entre 30 y 45 años de edad, el 63% contaban con estudios universitarios, el 85% estaban trabajando y solo el 31% son mujeres. Más allá de este análisis objetivo, los emprendedores de las start-ups aceleradas que están obteniendo mejores resultados poseen cuatro cualidades importantes: la pasión (algunos fondos "invierten en pasión", no en proyectos); la resiliencia; la implicación (compromiso al 100%); y la proactividad.

¿Cuáles son los motivos por los que algunos proyectos tienen éxito?

• No existe una "combinación ganadora", pero hay algo que no puede faltar cuando comienzas un proyecto y quieres que funcione: estar preparado, trabajar duro y tener suerte. Hemos hablado con los CEOs de estas compañías y nos han ayudado a identificar las claves de su éxito: definir claramente cuál es la propuesta de valor; conocer bien al mercado y al cliente; el timing de producto (llegar al mercado en el momento adecuado); adaptar la idea inicial a la realidad; tener claro el foco y centrar los recursos; hacer un crecimiento ordenado y profesional de la empresa, y, sobre todo, el equipo, saber rodearte de los mejores.

¿Y por qué otros proyectos no consiguen asentarse?

• Existen varias razones recurrentes a la hora de producirse el fracaso en una start-up, que son: la falta de pasión y dedi-

cación de los fundadores, un equipo inadecuado o incompleto, la falta de liquidez y una mala comunicación.

¿Qué supone para el Consorcio que la mayoría de las empresas participantes en ViaGalicia hayan logrado cifras exitosas?

• No podemos decir que la mayoría tienen cifras exitosas, pero sí que la mayoría (casi un 75%) han conseguido construir modelos de negocio sostenibles, que funcionan y que están sobrellevando bien la crisis.

"No existe una 'combinación ganadora', pero cuando comienzas un proyecto y quieres que funcione debes estar preparado, trabajar duro y tener suerte"

¿Cuáles son los próximos objetivos de los programas de emprendimiento de la ZFV?

• Para las nuevas ediciones de ViaGalicia, nuestro objetivo es dar un paso más y apoyar a las start-ups en las siguientes fases de su desarrollo y consolidación; desde su fase seed hasta el scale up. También ofrecer una financiación más flexible más adaptada y evolucionar en la aceleración hacia nuevos modelos de "Corporate venture building", o introducir la figura del "Interim manager". También ser capaces de trazar distintas hojas de ruta o itinerarios para las start-ups, atendiendo a su grado de madurez, desarrollo y necesidades reales, poniendo el foco



SATISFECHOS CON LOS RESULTADOS

Después de seis ediciones se están cumpliendo los objetivos iniciales. ViaGalicia ha impulsado la creación de 78 nuevas empresas (de las que siguen activas casi el 75%). Lo que es un ratio muy significativo, muy por encima de la media. Las empresas que hoy permanecen activas han creado más de 550 nuevos puestos de trabajo, facturando más de 35 millones de euros en el último año y cerrando rondas de financiación por valor de 55 millones.

Estos resultados confirman que ViaGalicia llegó para consolidarse y convertirse en un instrumento imprescindible de apoyo a los emprendedores y al ecosistema de Galicia.

en los promotores de las propuestas y la valoración de los equipos. Desde la aceleradora debemos ayudar a conseguir un equipo perfectamente balanceado, analizando su experiencia profesional y emprendedora previa. Podemos afirmar que si el valor de la idea es importante, mucho más lo es el equipo.



La Responsable de Emprendimiento del Consorcio de la Zona Franca de Vigo, Teté Vilar, en la nueva sede de la ZFV, en Vigo.

La primera constelación de satélites para controlar cambios de temperatura en la Tierra

AISTECH

access to intelligent space technologies

Aistech Space S. L. es una empresa española fundada en 2015 por Carles Franquesa y Guillermo Valenzuela, con la misión de generar imágenes térmicas asequibles, recurrentes y de alta resolución del planeta para brindar una nueva perspectiva de los recursos cambiantes de la Tierra combinando sus propias imágenes térmicas capturadas desde el espacio y otras fuentes de datos para ofrecer un futuro sostenible.

Su propuesta combina la experiencia en análisis geoespacial con su propia constelación de pequeños satélites y, de este modo, aprovechar las capacidades espaciales estratégicas que han creado, las comunicaciones bidireccionales remotas, monitoreo del tráfico aéreo y detección remota de infrarrojos térmicos.

El rápido crecimiento de la empresa se constata con la presencia de dos satélites que ya están orbitando en el espacio

La investigación continua los ha llevado a desarrollar un primer telescopio comercial de infrarrojos térmicos (TIR) de alta resolución (HR) para satélites pequeños, que será capaz de monitorear grandes áreas, reducir costos y ofrecer soluciones para organizaciones de todo el mundo.

De hecho, los fundadores reconocen que la observación terrestre con grandes satélites ha sido una constante en su sector, por lo que fue necesario buscar una forma de diferenciarse, para brindar servicios de imagen con alta calidad y a un bajo coste.



Aistech apuesta por la atracción de talento y el equipo comparte una gran vocación medioambiental.

El programa ViaGalicia ayudó a Aistech a seguir consolidando su carrera de largo aliento: democratizar el espacio para brindar datos a gran escala, probar nuevos desarrollos tecnológicos y ampliar la red de clientes en cada vez más mercados. Sin embargo, su principal desafío está en la superficie terrestre: desarrollar y consolidar el equipo humano.

Actualmente, Aistech brinda servicios en dos grandes áreas: monitorización de tráfico aéreo vía satélite y observación de la Tierra, mediante imágenes de alta resolución.

El rápido crecimiento de la empresa es tangible con la presencia de dos satélites que están orbitando en el espacio, con los que ofrecen servicios únicos a sus clientes, basados en imágenes a demanda en alta resolución y en distintas bandas espectrales. A su vez, esto ha permitido que "el equipo haya crecido y hayamos madurado como empresa", afirman sus fundadores.

La empresa cuenta con filiales en Luxemburgo y Reino Unido y desarrolla actividades comerciales en América del Sur, África y el Sudeste Asiático. Para seguir con ese crecimiento estratégico en un sector altamente competitivo y especializado, abrirán, a lo largo de este año dos nuevas filiales, una en Emiratos Árabes Unidos y otra en Canadá.

Conquistando el espacio

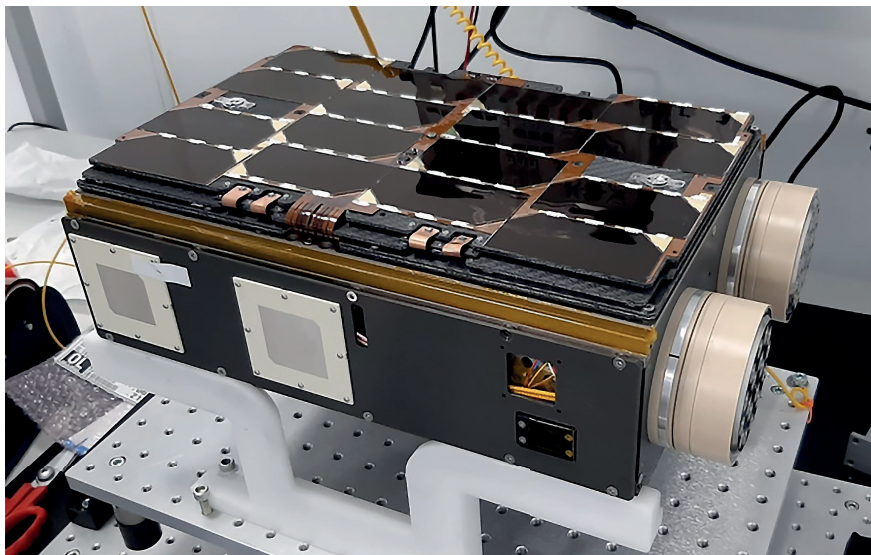
El 1 de junio de 2022 quedará registrado como un día especial para Aistech

ya que se lanzará en las instalaciones de la firma privada SpaceX, en Cabo Cañaveral, Florida (Estados Unidos), su primer satélite con telescopio multiespectral, lo que supone una gran apuesta para la diferenciación en el mercado.

Aistech es la única empresa española con dos nanosatélites operativos y su sistema de monitorización de tráfico aéreo incluye aplicaciones de IoT satelital que le permiten proporcionar una visión constante de áreas sin cobertura.

Además, en paralelo, trabajan en una constelación de satélites que llevarán al espacio un telescopio térmico multiespectral, con propiedades únicas dentro de su clase, y que se convertirá en otro de sus grandes logros.

Detrás de toda esta apuesta hay una gran motivación que comparte todo el equipo, la gran vocación medioambiental. Según sus responsables, el objetivo es "convertirse en un líder mundial en la monitorización de la Tierra desde el espacio" y, a través de la tecnología, contribuir con la "preservación de nuestro planeta y con un desarrollo y crecimiento sostenible".



En efecto, una de las contribuciones más notables de sus telescopios es la capacidad de controlar los cambios de temperatura en la Tierra, al aprovechar la inteligencia geoespacial única que ellos han creado para tener datos que ofrezcan soluciones integrales mejoradas a cualquier tipo de organización.

Tienen como objetivo convertirse en líder mundial en la monitorización de la Tierra desde el espacio y contribuir con su preservación

Próximos objetivos

Un negocio orientado a orbitar la Tierra sin duda presenta horizontes ambiciosos de negocio y su mirada bien podría estar lejos en el espacio exterior. Sin perjuicio de esto, en Aistech tienen claro que el principal componente del éxito de toda empresa es el factor humano.

Carles Franquesa y Guillermo Valenzuela, fundadores de la compañía, reconocen que la "clave es poder construir un gran equipo de gente con la que poder trabajar, motivarlos con buenos retos y poder contar con su confianza y su compromiso".

Es por esta misma razón que los principales retos futuros de Aistech parecen ir de la mano de la complejidad que supone la consolidación de equi-

pos en el mundo de hoy, siendo el principal reto la atracción de talento a nivel mundial para poder crear nueva tecnología disruptiva que oriente la estrategia futura.

Frente a grandes compañías tecnológicas en las que las jóvenes promesas pueden desarrollar su talento, Aistech aspira a ser la mejor opción de empleo.

La importancia de la capacidad de adaptación

A su vez, en un mundo cambiante y en un negocio tan dinámico como el volumen de la tecnología que maneja, la firma destaca entre sus prioridades seguir desarrollando su capacidad de adaptación, flexibilidad y rapidez de movimientos, tanto para aprovechar las oportunidades de nuevos negocios y buen posicionamiento que surjan como para considerar los planes de riesgo.

Su principal reto es la atracción de talento a nivel mundial para crear nueva tecnología disruptiva que oriente su estrategia futura

En un sector con requerimientos de inversión constante, Aistech ha logrado cerrar rondas de financiación que llegan hasta los 30 millones de euros, una cantidad que les ha permitido seguir innovando y desarrollando la



DEMOCRATIZAR EL ESPACIO EXTERIOR

La empresa nació con el objetivo de obtener datos desde el espacio de una forma ágil y diferente a la oferta disponible. Con ese espíritu, Aistech se propuso "demostrar el espacio y hacer estos datos accesibles a gran escala".

Los fundadores de la compañía encontraron un vacío de información que podían cubrir obteniendo datos muy valiosos utilizando la constelación de nanosatélites propios, un hito ya alcanzado y que, a partir de la innovación tecnológica, podrá ofrecer por primera vez imágenes de alta calidad y con costes asumibles.

Además, puede integrar sus propios datos espaciales únicos con otras fuentes y aplicaciones para brindar datos y análisis personalizados que impulsen mejores decisiones en el sector de la agricultura a gran escala, por ejemplo, así como soluciones para la gestión de agua, a nivel de seguridad, aviación o la monitorización de riesgos ambientales, entre otras aplicaciones.

Las claves del éxito

"Poder construir un gran equipo, motivarlo con nuevos retos y contar con su confianza y compromiso. Con la base de un buen equipo, puedes plantearte cualquier reto".

constelación de satélites para construir un modelo de negocio altamente escalable con gran valor añadido.

Por todos estos condicionantes, los responsables de la compañía asumen que su sector tiene unas premisas distintas a otros sectores de la tecnología y que la suya es una carrera de fondo.

Alén Space, tecnología gallega que derriba las barreras de acceso al espacio



En el año 2017 un grupo de compañeros de la Universidad de Vigo identificó una necesidad latente que el mercado no estaba satisfaciendo y que desde la universidad podían satisfacer si daban el salto al mundo de la empresa: el diseño, la fabricación y la gestión de pequeños satélites, los SmallSats.

El equipo inicial estaba formado por Guillermo Lamelas Nogueira, actual CEO y consejero delegado; Alberto González Muiño, actual director de Tecnología; Antón Vázquez, encargado del desarrollo de negocio; Diego Nodar López, actual director de Operaciones; y Bibiano Fernández-Arruti García, Aarón Nercellas Ventas y Diego Hurtado de Mendoza Pombo, con responsabilidades en el área técnica.

Fueron contratados en un proyecto de la NASA y la Agencia Espacial Europea para comprobar el desvío de la trayectoria de un asteroide

Alén Space se encarga de crear hardware y software de manera independiente a todo tipo de clientes ofreciendo todos los servicios necesarios para obtener los datos que necesitan de los satélites. En este sentido, trabajan en diferentes sectores y ofrecen soluciones para el sector marítimo, como el seguimiento y monitorización de barcos; aéreo y científico, a través de ensayos en órbita, seguridad o mediante la detección y análisis de interferencias radioeléctricas; o en el sector agrícola, entre otros.

Alén Space se diferencia de su competencia por una aproximación muy cercana al cliente en todas las fases del



Miembros del equipo de Alén Space en sus instalaciones.

Nacida como una spin-off de la Universidad de Vigo, la empresa trabaja en colaboración con agencias espaciales, empresas y universidades de todo el mundo para brindar soluciones de negocio basadas en pequeños satélites con software y hardware propio. El programa ViaGalicia les ha permitido complementar los conocimientos técnicos con fundamentos empresariales.

proyecto y la especialización en satélites de comunicaciones y en otros que aúnan capacidades ópticas y de comunicación. Desde su creación la empresa ha ido incrementando su gama de productos y servicios en relación con los pequeños satélites. Destaca el trabajo realizado en el marco de la Universidad de Vigo por el equipo fundador en el satélite Lume-1, diseñado para la lucha contra incendios y lanzado en 2018 o el satélite AlfaCrux dedicado a comunicaciones IoT y lanzado en 2022 en un cohete de SpaceX.

Referentes en el sector

Como destacan desde Alén Space, el espacio ya contaba con el primer nanosatélite español, Xatcobeo, con diseño y fabricación del equipo fundador de la start-up, como parte de un proyecto de la Agencia Espacial Europea (ESA).

Muchas empresas celebrarían ese logro como la cúspide del éxito, pero –como su nombre en gallego indica– Alén Space es una empresa que no se queda quieta y fue más allá. Un año después, el cohete ruso Dnepr-1 colocó en el espacio HUMSAT-D, considerado el primer nanosatélite lanzado por la ONU para recopilar datos con fines

humanitarios. En este caso la empresa operó el satélite durante un año.

A lo largo de los últimos años son muchos los hitos y la repercusión que han ido alcanzando, como cuando el equipo de Alén Space fue contratado por la NASA y la ESA para elaborar un estudio de viabilidad para confirmar el desvío de la trayectoria de un peligroso asteroide. Alén Space cuenta en la actualidad con su sede en el Edificio Tecnológico Aeroespacial de Nigrán.

En 2018, ante el cada vez mayor interés en las aplicaciones comerciales de los pequeños satélites, dicho equipo vio la posibilidad de convertir en una empresa el conocimiento y la tecnología en la que llevaban años trabajando. En este contexto, consiguió el apoyo del programa Ignicia de la Axencia Galega de Innovación de la Xunta de Galicia, que permitió completar el equipo con perfiles de negocio, crear las estructuras de empresa y hacer efectiva la transferencia de tecnología y conocimiento desde la Universidad de Vigo.

El programa ViaGalicia ha permitido a la empresa mejorar no solo a nivel técnico, sino también en aspectos



comerciales. De las diferentes fases, su CEO, Guillermo Lamelas, destaca "la fase de aceleradora, por el foco puesto por todos los proyectos, por el aprendizaje compartido y basado en la experiencia y por los profesionales que recibimos asesoramiento".

Alén Space busca crecer desde Galicia e impulsar su sector para construir el camino mientras lo recorre

Del mismo modo, Guillermo Lamelas incide en que participar en el programa les permitió: "entrar en contacto con compañeros que, como nosotros, estaban luchando por sus sueños y con mentores con muchísima experiencia que nos facilitaron la apertura de muchas puertas y nos ayudaron a identificar fortalezas y debilidades".

Empresa gallega, clientes internacionales

Los clientes de Alén Space pueden contratar todas las fases, que van desde la idea hasta el uso de un satélite o constelación de satélites en el espacio: el diseño, la fabricación, la verificación, la puesta en marcha una vez en órbita y la posterior operación.

Además, la empresa ofrece un software propio y brinda capacitación y manuales para que los clientes puedan autogestionar el satélite, en caso de necesitarlo. En ese sentido, la firma provee plataformas, siste-

mas de comando y gestión de datos, radio definida por software de alto rendimiento y todos los elementos necesarios para instalar una estación de seguimiento de satélites.

En su cartera de clientes, Alén Space tiene desde nuevas compañías que buscan brindar servicios tecnologías basados en nanosatélites, hasta grandes compañías que ven opciones de optimizar procesos y aprovechar oportunidades de negocio con estas tecnologías o gobiernos que buscan dotarse de capacidades espaciales.

En la actualidad, cuenta con proyectos en países como España, Noruega, Indonesia, Reino Unido, Brasil, Australia, Italia, Lituania, Ecuador, Tailandia y Dinamarca, aunque después de una intensa exploración comercial en más de 40 países prevén abrir oficinas comerciales en EE. UU., Latinoamérica y el Sudeste Asiático en los próximos años.

El programa ViaGalicia les ha permitido mejorar a nivel técnico y también en aspectos comerciales

Alén Space no olvida sus orígenes y entre sus retos se encuentra llevar a cabo su visión y crecer desde Galicia, avanzando en una industria y un mercado en formación. Así, se han marcado el objetivo de afianzar las ventas de los distintos productos, incrementar la



DEL CONOCIMIENTO TÉCNICO A LA EXPERIENCIA EMPRESARIAL

Hoy Alén Space es una empresa en la que trabajan más de 25 personas, con una estructura constituida desde 2019 y que en 2021 generó una facturación cercana al millón de euros, por lo que duplicó su facturación en apenas dos años. Cabe destacar que según Bank of America, el sector espacio va a multiplicar su valor por cuatro antes de 2030 y una buena parte de este crecimiento será gracias a los SmallSats.

Según sus responsables, al comenzar el emprendimiento tenían "fuertes carencias en diferentes aspectos de negocio" que fueron trabajando en distintas etapas. "Dentro de ese aprendizaje", afirman, "una de las claves fue mantener los números en regla". Por eso, la importancia de centrarse en los resultados económicos hizo que la compañía fuera sostenible en el corto plazo.

Las claves del éxito

"Se encuentran en el equipo, que aúna excelencia tecnológica con mucha humildad, en el sentido de preguntar sin miedos y dejarnos ayudar para avanzar con paso firme. Todo el apoyo recibido ha sido clave para llegar hasta aquí".

cartera de clientes de misiones con satélites y seguir desarrollando tecnología que mantenga y refuerce esa diferenciación, apostando por la innovación en constelaciones de satélites.

Alén Space mantiene la humildad en su forma de encarar el negocio. Tal como afirman sus responsables, "preguntamos sin miedo lo que desconecemos y nos dejamos ayudar para avanzar con paso firme", apostillan.

El éxito de una tecnología robusta para verificar la identidad de forma digital



El centro tecnológico Gradiant de Vigo llevaba más de diez años desarrollando tecnologías de reconocimiento facial y detección de fraude online. Con el paso del tiempo, el grupo implicado en su desarrollo detecta la oportunidad de mejorar los servicios de verificación de identidad online existentes.

Una vez identificada la necesidad del mercado, deciden comercializar su tecnología como producto y centrarse en crear una solución totalmente automática y segura, que además eliminase la necesidad de intervención humana durante el registro de nuevos clientes online.

Ser únicos es también un activo clave en la identidad de la empresa, que cuenta con un equipo formado por 24 personas

Así, en 2019 nace Alice Biometrics, como spin-off del centro tecnológico Gradiant, de la mano de Mikel Díaz de Otazu como CEO, y Esteban Vázquez Fernández como CTO, acompañados por el equipo inicial de Gradiant (Artur Costa-Pazo, Miguel Lorenzo, Julián Lamoso, Fran García y Adrian García).

El insight detrás del nacimiento de esta empresa tiene mucho sentido en el mundo que vivimos porque hay tres cosas que todas las personas llevamos casi siempre con nosotros: un móvil con cámara, un documento de identificación y, naturalmente, nuestro rostro. Las tecnologías de Alice Biometrics unen estos tres componentes para brindar un producto seguro, rápido e inteligente. Para identificarse, el usuario solo necesita tomar una foto a su



Mikel Díaz de Otazu, CEO de Alice Biometrics.

Las soluciones de identificación biométrica son una tecnología que llegó para quedarse: permiten a las empresas simplificar procesos, optimizar la experiencia del usuario y respetar las mejores prácticas de seguridad informática. Las empresas que deben dar de alta a un gran volumen de usuarios de forma digital tienen la solución en los servicios de Alice Biometrics.

documento, sacarse un selfie y la tecnología basada en inteligencia artificial hace el resto al relacionar ambas imágenes mediante inteligencia artificial.

En seguridad informática se sabe que las contraseñas pueden ser hackeadas de distintas maneras. Nuestro rostro, sin embargo, nos hace únicos y es, por lo tanto, uno de los mecanismos más seguros para proteger nuestra identidad digital.

Modelo de éxito

La combinación de tecnología, equipo y proyección a futuro muestran a una empresa con gran capacidad para evolucionar por haber desarrollado y ser propietarios de una tecnología muy eficaz para detección automática de suplantación de identidad.

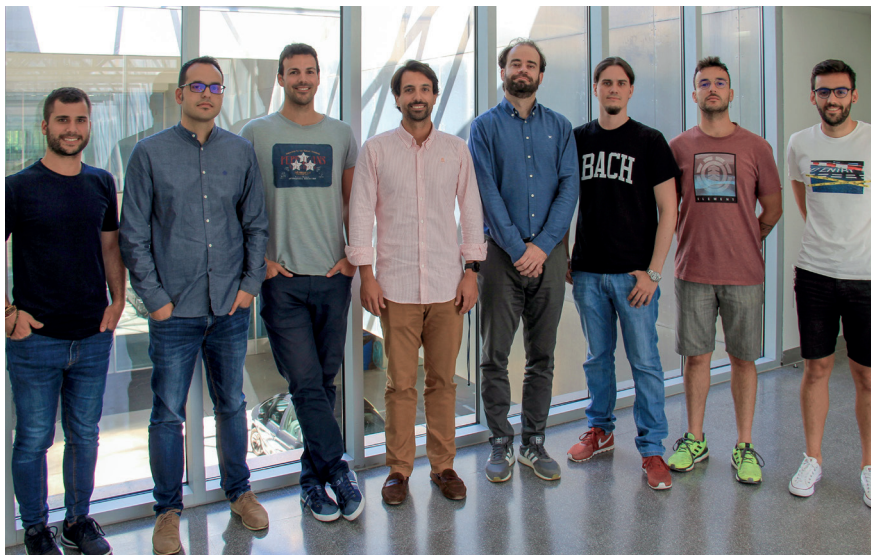
De hecho, en tres años, Alice Biometrics ha logrado triplicar su cartera de clientes y, dentro de las empresas que confían en sus sistemas de verificación de identidad, aparecen importantes colaboradores como Verse o Cooltra. A su vez, la empresa ha sido reconocida con alguno de los premios más destacados de su sector, como son los premios Spin-Off PuntoGal

2021 y Ricardo Bescansa Martínez, de la Real Academia Gallega de las Ciencias 2021.

Estos reconocimientos respaldan la propuesta de Alice Biometrics y la ampliación de soluciones para diferentes sectores. De hecho, los primeros que requieren sus servicios comenzaron siendo aquellas industrias que gestionan datos sensibles y en los que la autenticidad del usuario es clave.

De esta manera, la banca y las empresas fintech encuentran una solución que les permite cumplir con las normativas legales sin sacrificar experiencia de usuario, los sitios de apuestas pueden verificar la edad de los usuarios de manera sencilla y los hoteles pueden realizar el check-in de sus huéspedes en menos de 30 segundos.

En paralelo, también otros sectores emergentes han comenzado a confiar en la marca, como soluciones de movilidad compartida en el transporte y las plataformas sociales. En el caso del transporte, la solución pasa por gestionar un registro de conductores sin fricciones que permita la verificación de identidad de los conductores y al



mismo tiempo proteger la flota. Para las plataformas sociales, las soluciones biométricas evitan la suplantación de identidad, la creación de cuentas falsas y para las empresas de telecomunicaciones se simplifica la asignación de comisiones y la autenticación de los métodos de pago.

Cuentan con un modelo de negocio competitivo que les permite ofrecer la tecnología a empresas medianas y pequeñas

Simplificación de procesos

Uno de los atributos principales de este proyecto es la capacidad de escapar a la presencialidad al ser una solución que radica en estar “específicamente optimizada para dar de alta a clientes en remoto, lo que nos permite minimizar la fricción y adaptarnos al usuario final que utiliza la solución”.

Esa orientación al usuario final le permite revisar la tecnología en procesos de mejora continua. Según sus responsables, “hemos sabido aprender de las necesidades de nuestros clientes para solucionar problemas reales”.

Así, el 99% de los registros de Alice Biometrics se realizan en menos de 30 segundos, con una tasa de automatización del 100% y una altísima tasa de engagement que lleva a que el 95% de los usuarios realicen el registro en el primer intento.

Esto es posible, en parte, gracias a la gran amplitud de cobertura que abarca la identificación biométrica, ya que incluye reconocimiento facial, la detección de imágenes o vídeos que puedan estar buscando suplantar la identidad (prueba de vida), la lectura de documentación de identidad, la verificación de la fiabilidad de estos documentos, el inicio de sesión biométrico, la lectura de tarjetas de crédito y el cotejamiento con bases de datos para evitar blanqueo de activos y fraudes.

Una empresa que aboga por simplificar los inicios de sesión al eliminar la intervención del factor humano en el proceso de registro debe equilibrar los aspectos presenciales y en remoto también puertas para adentro. En ese sentido, la pandemia sorprendió a esta joven compañía trabajando en presencial y tuvo que pasar a un modelo remoto al 100%.

La empresa lanzará una tecnología self-service para contratación desde la web sin necesidad de soporte técnico o instalación

En la actualidad, Alice combina el trabajo online con instancias de convivencia a través de reuniones diarias, sesiones de teamworking, y dos espacios de coworking para los colaboradores que valoren trabajar en un espacio común.

El equipo de Alice Biometrics cuenta con una mezcla de experiencia y



OBJETIVO: LIDERAR EL MERCADO ESPAÑOL Y DEL SUR DE EUROPA

Su solución de verificación de la identidad es un producto muy versátil, y están centrados en industrias en las que se exige legalmente, como la banca tradicional, fintech o apuestas y juego. Es por ello que su estrategia a medio plazo pasa por la internacionalización y la contratación de nuevos perfiles adaptados a estos sectores.

Alice Biometrics cuenta con presencia en Latinoamérica, Europa, Asia y África, aunque el foco del negocio se centra en España y Portugal. Actualmente, ya ha superado el punto de break even y ha recuperado la inversión inicial. En esta evolución, ViaGalicia le ha permitido “afinar el modelo de negocio y, sobre todo, definir mejor las características clave de nuestro producto”, como conocer a otros proyectos y emprendedores con mucha proyección y formar parte de una aceleradora con mucha reputación.

Las claves del éxito

“Principalmente, la revisión de nuestra tecnología y la mejora continua, acompañando a nuestros clientes. Hemos sabido aprender de las necesidades de nuestros clientes para solucionar problemas reales”.

conocimiento muy profundo, ya que entre ellos se encuentran cuatro PhDs y cinco MBAs. Como parte de una apuesta por la democratización de la verificación de la identidad, se está preparando el lanzamiento su tecnología self-service para que los clientes puedan contratarla directamente a través de su web sin necesidad de soporte técnico o acompañamiento.

Tecnología biomédica para el diseño y fabricación a medida de prótesis veterinarias



BETA Implants es un proyecto que desarrolla una actividad única a nivel internacional y proporciona nuevos implantes y prótesis diseñados específicamente para el sector de la traumatología, ortopedia y neurocirugía veterinaria.

Se trata de una empresa que nació en 2013 como una idea emprendedora de mano de la CEO, Bibiana Rodiño y del CTO, Antón Rodríguez, que dejaron sus trabajos para crearla. Por su apuesta por la innovación y las nuevas tecnologías, compite con las grandes marcas en un mercado global desde su sede en Salvaterra de Miño (Pontevedra).

La calidad del diseño, el servicio y los materiales les ofrecen una ventaja competitiva única

Además de encontrar en el I+D+i su factor dinamizador de competitividad frente a grandes multinacionales, BETA Implants cuenta con tres características que la hacen única: una apuesta firme por la investigación y el desarrollo integral, la inversión en tecnología productiva y la apuesta por el talento científico técnico gallego con el fin de crear empleo de calidad.

Con más de 1 millón de euros facturados en el último año, el éxito de esta empresa no sólo reside en los diseños de sus implantes, sino también en la calidad del servicio, dando asesoramiento biomédico, diseñando y fabricando en menos de 24 horas.

De este modo, dan soluciones en casos de fracturas, ortopedia, recons-



Uno de los factores del éxito de esta empresa radica en el compromiso de su equipo.

Pocas son las ideas que acaban convirtiéndose en grandes proyectos, pero BETA Implants es una de ellas. Con más de 10 años de experiencia en asesoramiento biomecánico y diseño de implantes para todo tipo de animales, proporciona a los veterinarios cirujanos la seguridad de crear el implante perfecto para cada lesión, tamaño o necesidades, mediante la fabricación de productos a medida.

trucciones y neurocirugía de animales de cualquier tamaño y especie (desde perros y gatos, hasta tigres, caballos o buitres y monos).

Además, cuentan con una aplicación en la que un servicio de asesoramiento técnico compuesto por ingenieros biomédicos y cirujanos ha desarrollado una herramienta para la planificación quirúrgica virtual que requiera procedimientos de traumatología u ortopedia con implantes BETA.

Como reconoce la CEO de Grupo Tecnológico Arbinova, el hecho de participar en el programa ViaGalicia les ha impulsado en ese crecimiento, ya que ha pasado "de ser una emprendedora" a convertirse en una empresaria, "y poder sentir que contribuyo a la sociedad, más allá de lo gratificante que es lo que hacemos en BETA Implants, el crear una empresa con valores socialmente comprometidos como la igualdad y el empleo de calidad y cualificado reteniendo talento científico técnico y apostar por crear una empresa productiva y tecnológica en Galicia."

Reconocimiento en el sector

BETA Implants cuenta con numerosos reconocimientos que acreditan la dedicación y esfuerzo en materia de innovación.

Así, en los últimos años han sido galardonados con el premio Bioga 2020 como empresa biotech más innovadora; con el premio Agader 2020, como empresa gallega más relevante en innovación tecnológica; o el premio ViaGalicia 2019, como proyecto con mayor proyección, mejor empleo de calidad y mayor innovación en sus productos de las cinco ediciones.

Para entender la gran evolución y los motivos que los han llevado a convertirse en referentes en su sector hay que tener en cuenta que la idea inicial surgió de un proyecto de colaboración de I+D+i en el año 2010 entre el departamento de Ingeniería Mecánica de la Universidad de Vigo y la Xunta de Galicia calificado como un proyecto de Iniciativa de Empleo de Base Tecnológica, y que recibió en 2012 el premio Bancaja de Xoves Emprendedores de la Universidad de Vigo.



Durante estos años han invertido tiempo y esfuerzo con el objetivo de seguir creciendo y aumentando el número de miembros hasta llegar al actual, más de una treintena; la adquisición de naves y maquinaria de última generación, que les ha convertido en los primeros en Galicia en tener equipos tecnológicos de última generación, como un torno específico para la fabricación de tornillos quirúrgicos o la primera impresora de resina FormLab 3, para la impresión de guías y modelos de precisión. Además, BETA Implants es miembro del Clúster Tecnológico Empresarial de las Ciencias de la Vida desde 2018.

En pocos años se han convertido en referentes en el sector con numerosos galardones por su nivel de innovación

Uno de los factores fundamentales del éxito de esta empresa es su equipo de trabajo, ya que "es imposible que un proyecto crezca si no están implicados". Por eso cuentan con un acuerdo de flexibilidad y conciliación propio y medidas de responsabilidad empresarial, mejorando el estatuto de los trabajadores y el convenio colectivo.

Bibiana Rodiño señala que algunas de las claves que los han llevado a

donde están es "la flexibilidad y estar abierto mentalmente, no dejar de moverse nunca porque el movimiento genera movimiento e identificar las fortalezas y oportunidades, reforzándolas y aprovechándolas, y las debilidades y amenazas, para mitigar su impacto e inclusive convertirlas en una oportunidad de mejora."

Próximos objetivos

Como en BETA Implants se realiza todo el proceso, desde la planificación quirúrgica hasta la fabricación del implante perfecto para cada caso, la estrategia para los próximos años se centra en seguir innovando en el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Así, entre los próximos objetivos está el de convertirse en una mediana empresa y alcanzar los 200 empleados en 2030 en las nuevas instalaciones, que se construirán en la Plataforma Logística Industrial de Salvaterra-As Neves.

Alcanzar los 200 empleados y disponer de sus nuevas instalaciones son sus objetivos a corto plazo

Además de la implantación de los certificados ISO 9001 y 13485 y ampliar mercado, BETA Implants se ha convertido en referente en el ámbito de la traumatología, ortopedia y neurocirugía veterinaria en Europa



INNOVACIÓN PARA HACER FRENTE A GRANDES MULTINACIONALES

Asentarse y llegar a nuevos mercados internacionales es una de las claves en el crecimiento de BETA Implants, del que en la actualidad proviene el 13% de la facturación. Así, cuentan con clientes en países próximos, como Portugal, Francia, Italia, Reino Unido o Rumanía, pero también en otros, como Kuwait, Angola, Qatar, EE. UU., México o Perú.

Crear en su proyecto, tener unos valores claros, la innovación constante y el fomento del talento gallego joven les está ayudando a tener una muy buena acogida a nivel mundial, lo que significa que aportan una solución competitiva confiando en la potencialidad de Galicia.

Como explica su CEO, Bibiana Rodiño, "es emocionante ver que somos reconocidos internacionalmente, que el trabajo y el esfuerzo en tratar de hacer las cosas bien tiene sus resultados y conseguimos llegar tan lejos".

Las claves del éxito

"Ser flexibles y abiertos mentalmente; identificar las fortalezas y oportunidades, reforzándolas, y las debilidades y amenazas, para mitigar su impacto; no dejar de moverse; y el equipo: es imposible que un proyecto crezca sin un equipo unido e implicado".

y Latinoamérica. Del mismo modo, otro de los retos pasa por abrirse a nuevos nichos de productos tecnológicos para el ámbito sanitario y, sin duda, conseguir a medio plazo cerrar el proceso de certificación para dar el salto a las prótesis a medida para las personas.

La plataforma inteligente que mejora los resultados de las ventas online



Fijar un precio a un producto o a un servicio es muy importante para su éxito. Muchas empresas tienen dudas y miedos con respecto a los precios marcados por si son elevados o por si no consiguen posicionarlos en el mercado, especialmente en la venta online. De ahí que sea tan importante invertir en una buena estrategia de pricing.

Precisamente, este es un ámbito en el que son especialistas en Boardfy Pricing, una start-up creada por su actual CEO, Fernando Gómez en 2016, con sede en Vigo y que han creado Boardfy. De hecho, este proyecto fue galardonado en el año 2018 como mejor start-up de Galicia y tiene como clientes grandes e-commerce, marcas españolas y europeas.

Esta aplicación destaca por la rapidez en la toma de datos haciéndolo cada cuatro horas, cuando lo general era una vez al día

Como bien explica Fernando Gómez, el proyecto surgió como respuesta a las necesidades de controlar la competencia por parte de un e-commerce gallego. Su principal actividad era vender online a través de diferentes marketplaces y tiendas online en seis países de Europa hasta que un día descubrieron que un producto que se vendía de forma diaria dejó de hacerlo y contrataron a una empresa competidora actual y que no solucionó el problema.

En ese momento, "empezamos a montar una herramienta propia y casi sin darnos cuenta esa herramienta se



Fernando Gómez lidera el equipo de Boardfy Pricing con sede en Vigo.

Con el aumento de la venta online también surgen nuevos problemas a los que las empresas tienen que hacer frente y, para ello, cuentan con Boardfy, una herramienta digital que ayuda a las marcas a controlar los precios de sus distribuidores en internet y a los comercios electrónicos a monitorizar a sus rivales añadiendo funcionalidades muy avanzadas para su gestión de precios.

convirtió en Boardfy." Tras dicho éxito a nivel interno, el equipo decidió mostrar al mundo esa herramienta convirtiéndose en un SaaS Big Data de inteligencia de precios dirigido tanto a e-commerce como a marcas.

Se trata de una plataforma SaaS, basada en suscripción a través de un modelo en la nube, que monitoriza y rastrea más de 200 millones de precios en internet en más de 15 países ofreciendo la plataforma más rápida con seis actualizaciones diarias y en una gran cantidad de páginas web.

Con los datos que recogen ayudan a mejorar las ventas y márgenes comerciales y a conocer si sus distribuidores bajan el precio de sus productos más allá del precio mínimo publicitado. A lo largo de estos años la empresa ha crecido exponencialmente pasando de un equipo de cuatro personas a ser 16 en la actualidad y a tener un producto que aporta mucho valor a los clientes, motivo principal por el que invierten en la plataforma.

La oportunidad para e-commerce y marcas

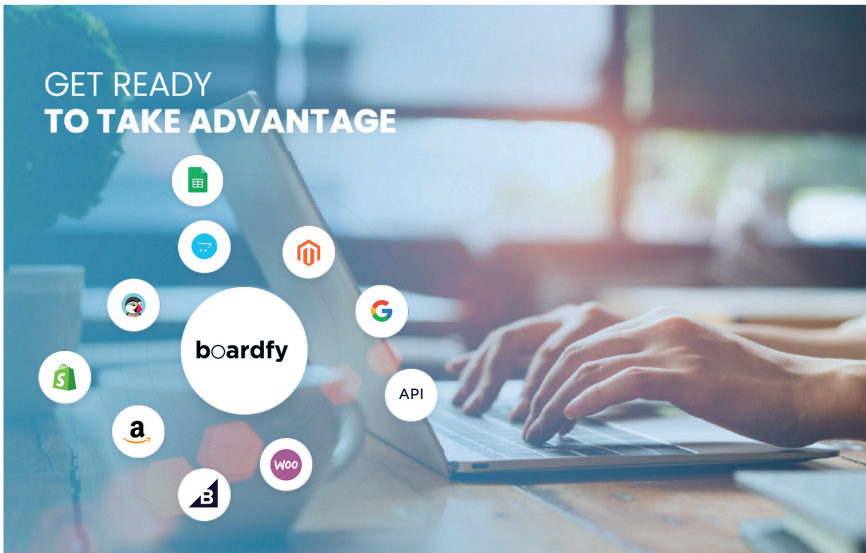
Boardfy supone una gran ventaja para

aquellas empresas cuyo ámbito de actuación está en el negocio online. Así, cuenta con una serie de características propias para las dos principales líneas de negocio, por un lado, los e-commerce y por otro las marcas.

Para los primeros, la plataforma ofrece cinco ventajas principales. La primera de ellas es la optimización del catálogo junto con la categorización de los productos y la revisión de los cambios de precios que hagan en el mismo.

Para la detección de competidores automáticamente, se informa de cuál es la competencia real en todos los marketplaces que sean necesarios o incluso se puede controlar a tiendas online concretas.

Otra de las ventajas es la integración de costes y visualización de márgenes ya que el sistema informa de en qué productos se está perdiendo dinero y en qué productos se puede igualar o mejorar el mejor precio de los competidores para seguir obteniendo beneficios. Además, "ayudamos a los e-commerce a través de una potente herramienta propia de Dynamic Pricing que permite, sin intervención



humana, bajar los precios para vender más y subir los precios para sacar más margen de beneficio o crear la estrategia que sea necesaria”, explican.

Es la alternativa que permite detectar competidores y variables de precio en un mercado competitivo como es el digital

Boardfy también resuelve uno de los principales problemas de las marcas a través del servicio First-Mover, diseñado para analizar donde se originaron las tendencias de variación de precios y así obtener una mejor comprensión de cómo está funcionando el canal online. Para ello, disponen de un panel desde el que controlar y detectar los distribuidores de sus productos de forma automática, o las alertas personalizadas.

Otra de las ventajas que tiene esta aplicación es la de llevar un control en tiempo real de qué distribuidores están vendiendo cada producto y a qué precio. A mayores tienen la posibilidad de detectar aquellas plataformas que incumplen el precio de venta recomendado para asegurar que se cumplen las condiciones establecidas y que la imagen de marca no se ve afectada.

El valor de los datos

En Boardfy tienen claro que los datos tienen un valor muy importante para

cualquier tipo de empresa, por eso su reto está orientado a conseguir un crecimiento sostenido y poder escalar su modelo de negocio. Si un SaaS consigue eso, suma clientes nuevos cada mes a la vez que renueva a los que ya lo vienen siendo desde antes.

En este sentido, inciden en su agradecimiento al programa ViaGalicia, porque “cuando llegamos nosotros, aunque ya estábamos facturando, fue un respaldo e impulso muy importante, especialmente gracias a la alta calidad de las formaciones. Nosotros le sacamos mucho partido al programa y creemos que debería haber más programas de este estilo”, aseguran.

Boardfy ofrece una única herramienta desde la que empezar a incrementar las ventas de cualquier empresa que comercialice sus productos vía online

Asimismo, han apostado por la calidad del dato, y “estamos orgullosos de que nuestros datos no contienen errores ¿imaginas cambiar el precio de un producto con la información equivocada?”, explica el CEO de Boardfy, que también señala la transparencia del proyecto y la facilidad de generar informes que no tienen que ser procesados más tarde por personas.

En la actualidad, están desarrollando una estrategia de internacionali-



EL RESPALDO DEFINITIVO: UNA ALIANZA CON PCCOMPONENTES

En los últimos años, la solución que aporta Boardfy al mercado online ha contribuido a un mejor rendimiento y productividad para sus clientes. Un hecho que no ha pasado desapercibido para grandes entidades como PcComponentes, con el que acaban de cerrar un acuerdo, para proporcionarles a los vendedores de este marketplace una herramienta que les permitirá monitorizar a sus propios competidores y la posibilidad de actualizar sus precios dinámicamente.

Fernando Gómez señala que “es un gran hito que un gigante del e-commerce haya confiado en nosotros no solo para ayudarlo con sus precios, sino para integrarnos en su ecosistema”. Para conseguir una mejor funcionalidad y conexión entre ambas plataformas, Boardfy, ha desarrollado una serie de funcionalidades específicas adaptando su plataforma en la nube a la de la empresa murciana, sin necesidad de instalaciones ni set ups complicados para sus usuarios.

Las claves del éxito

“No hay varita mágica. Los primeros inversores y el equipo han sido fundamentales por su compromiso, resiliencia, esfuerzo y trabajo, pero la clave fue dar con un producto que hace que Boardfy sea un centro de ahorro y no de coste”.

zación con la finalidad de aumentar el porcentaje de ingresos que provenga de otras áreas y que crezca la cifra del 35% al 50%, al mismo tiempo que tratan de duplicar la cifra de negocio cada año, próxima al millón de euros.

¿Es posible ahorrar gastando? Soluciones financieras por uno de los referentes fintech en España



En 2016 tres emprendedores decidieron iniciar un segundo proyecto, tras la exitosa experiencia del primero, Senseizero, un bróker digital que desarrollaron en colaboración con una gran entidad bancaria. Así, David Conde, como CEO, por su habilidad para liderar equipos y vinculación con el mundo fintech y su experiencia ejecutiva; Óscar Barba, CTO y con amplia experiencia en gestión de proyectos informáticos; y Juan Carlos López, CPO y especializado en iOS; fundaron Coinscrap Finance.

Inicialmente apostaron por un modelo de negocio B2C que ayudaba a los usuarios a mejorar su capacidad de ahorro y planificación financiera a través de soluciones tecnológicas. Tras conseguir reconocimiento con este modelo, la propuesta de una gran corporación les abrió de lleno la posibilidad de pivotar a un modelo B2B desarrollando una versión de marca blanca de Coinscrap que se adapta al diseño y experiencia de usuario del cliente.

Ofrecen una solución para la facilitar la cultura del ahorro y planificarse en materia financiera

Por su experiencia habían detectado una gran carencia social, la dificultad de ahorrar y planificarse en materia financiera. Por ello, Coinscrap ayuda a los usuarios a ahorrar de manera automática realizando el redondeo de sus compras y lanzando recomendaciones automáticas y personalizadas para mejorar las finanzas a través de un sistema de inteligencia artificial que almacena y procesa los



El equipo de Coinscrap Finance lanzó este proyecto tras el éxito de su bróker digital Senseizero.

Coinscrap Finance es una solución de planificación financiera que nació como un proyecto para ayudar a las personas a mejorar su capacidad de ahorro. Hoy se ha consolidado como una marca blanca para empresas del sector financiero que pueden integrar en sus sistemas. Las claves están en su motor de inteligencia artificial COCO, la escalabilidad de todos sus productos y la atención por los detalles.

datos que permiten ver comportamientos financieros.

Desde ese momento se han centrado en ampliar su portfolio de productos y servicios y COCO, su desarrollo de inteligencia artificial que no deja de mejorar y ampliar funcionalidades.

COCO, inteligencia artificial propia

Actualmente Coinscrap desarrolla un modelo híbrido de trabajo en que mantiene sus oficinas en el Parque Tecnológico de Galicia – Tecnópole (Ourense), un espacio de coworking en el corazón financiero de Madrid y una sala de reuniones en Pontevedra, a pesar de que la mayoría trabaja de manera remota. El crecimiento acelerado que ha llevado a duplicar la plantilla en el último año ha supuesto un gran desafío a la hora de gestionar la empresa. Según el CEO, David Conde, además de la internacionalización hacia el exterior, uno de los retos internos más importantes es "mantener la capacidad de comunicación y transmitir los valores y la cultura corporativa".

Considerando la difícil combinación entre automatización y personalización, una de las claves del éxito está en el motor de categorización que han desarrollado junto a un grupo de investigación de la Universidad de Vigo y que lleva por nombre COCO. Este motor de categorización utiliza machine learning y procesamiento de lenguaje natural para entender a los clientes con una eficacia de más del 90%. A su vez, analiza la situación financiera y realiza cálculos complejos, de modo que le permite descubrir patrones de comportamiento del cliente y recomendarle mejoras en su salud financiera.

Este producto se pone a disposición de empresas financieras del sector bancario, aseguradoras, neobancos y fintechs para que puedan fidelizar a sus clientes y ofrecerles una mejor experiencia.

Una de las principales prioridades que Coinscrap Finance se ha fijado para los próximos años es avanzar en el crecimiento y la expansión internacional. Entre los mercados más atractivos resalta México, país en el



que ya han operado y en el que están desarrollando distintas acciones para conocer con detalle el grado de interés de los productos que comercializan. Actualmente también venden sus servicios en Brasil y Francia, y próximamente Portugal. El contar con un modelo de negocio basado en clientes multinacionales permite escalar productos a diferentes sectores y traspasar fronteras.

Mediante machine learning y procesamiento de lenguaje natural, el motor de categorización COCO permite entender a los clientes con una eficacia del 90%

Del mismo modo, los socios consideran fundamental el programa ViaGalicia ya que, en sus palabras, "ha supuesto tanto para el proyecto de Coinscrap Finance que, si no hubiéramos participado, hoy es probable que no se hubiese llevado a cabo". David Conde, quien recomienda el programa a cualquier emprendedor gallego, afirma que "si tienes una idea de negocio y no sabes cómo desarrollarla, es un paso que tiene mucho sentido siempre que creas que el camino de las start-ups es para ti".

Proveedor de referencia en la planificación financiera

Coinscrap Finance aspira a consolidarse como referente en el sector fintech y convertirse en el proveedor de

referencia en la planificación financiera en España, y replicar el modelo en otros países de habla hispana. En la actualidad cuenta con 28 personas y con la vista puesta en la expansión internacional. La mitad de ese equipo se incorporó en el último año y atrás quedaron los días en que, como recuerda David, "entre los tres socios hacíamos de todo, desde producto, finanzas o marketing hasta funciones de tecnología".

En efecto, el aprendizaje constante ha estado en el camino de Coinscrap tras haber superado algunos temores iniciales de exposición y algunos desafíos de financiación. Uno de esos momentos estuvo en la primera ronda de financiación que terminó cerrándose con el respaldo de tres business angels vinculados al sector financiero. Los socios recuerdan que "en toda empresa joven e innovadora surgen incógnitas e incertidumbres sobre tu propia capacidad de desarrollo y las posibilidades de cerrar contratos con clientes".

Su objetivo es consolidarse como referente en el sector fintech y convertirse en el proveedor de referencia en la planificación financiera en España

La empresa actualmente comercializa cinco líneas de productos: soluciones de marca blanca de Personal Finance Manager (PFM) y Business Financial



GANADORES DEL RETO DE STARTUPS SANTANDER X GLOBAL CHALLENGE

Uno de los últimos hitos conseguidos es ser uno de los ganadores del reto de startups que ayudan a la inclusión financiera organizado por Banco Santander.

En este programa denominado Santander X Global Challenge y que tiene como objetivo identificar proyectos innovadores y escalables que presenten soluciones para reducir la desigualdad a través de la inclusión financiera, Coinscrap Finance fue una de las tres scaleups galardonadas consiguiendo, aparte de un premio de 30.000 euros, el reconocimiento del sector y del banco con un proyecto que permite a bancos y aseguradoras desarrollar nuevas fuentes de ingresos. Un reconocimiento significativo si además se tiene en cuenta que participaron cerca de 300 start-ups y scaleups de 11 países diferentes.

Las claves del éxito

"La escucha activa a nuestros clientes, la capacidad de adaptación y la flexibilidad ante sus necesidades, solicitudes y tiempos de entrega. El sector tecnológico exige innovación y rapidez".

Manager (BFM) para crear fácilmente servicios inteligentes e intuitivos; microservicios con herramientas de microahorros y microseguros como reglas de redondeos de las compras o reserva de un porcentaje de la nómina; plataformas de salud financiera a partir de identificar necesidades del cliente; módulos de ahorro colectivo y pagos compartidos; y, finalmente, neobancos y módulos bancarios para padres e hijos.

Councilbox, la primera legaltech que ofrece validez jurídica en reuniones y trámites telemáticos



Con la popularización de las reuniones profesionales en el mundo virtual ha surgido la necesidad de garantizar la seguridad legal tanto de las organizaciones como de las personas que formaban parte de una determinada reunión.

Es por ello por lo que Councilbox desarrolla una herramienta idónea para cumplir con la normativa legal, que permite la trazabilidad de la toma de decisiones y la generación de evidencias de prueba.

Esta empresa emergente se pone en marcha en el año 2015 en Vigo dentro del sector de la tecnología legal, por iniciativa de Agustín Tourón y Víctor López. Desde un principio, la start-up se centra en ofrecer soluciones completas para permitir la celebración en remoto de procesos de reunión que requieren validez legal, tales como reuniones societarias, plenos, juntas de gobierno o comités de dirección, entre otros.

Gracias a su capacidad tecnológica, Councilbox es capaz de realizar proyectos a medida para grandes clientes

Viendo los resultados positivos, recientemente han desarrollado una nueva solución informática para que las administraciones públicas ofrezcan dentro de su servicio de atención ciudadana una solución segura para la gestión de trámites y gestiones digitales.

La oportunidad de participar en Viag Galicia ha sido el impulso necesario, según explica Víctor López, para ser en la actualidad un proyecto consolidado con la confianza de cientos de clientes,



Councilbox se creó en 2015 por iniciativa de Agustín Tourón y Víctor López.

Con la generalización de las reuniones virtuales surgió un problema, el respaldo legal de las mismas. De este modo, Councilbox creó la primera solución con un sistema tecnológico propio basado en blockchain que permite la celebración de reuniones que requieren validez legal como los plenos, juntas de gobierno o comités de dirección y que posibilitan la atención ciudadana con seguridad jurídica.

entre los que se encuentran multinacionales y administraciones públicas tan relevantes como el "Ministerio de Justicia, distribuidores como Telefónica, con presencia internacional, y, lo más importante, se ha convertido en un proyecto con un impacto positivo en la calidad de vida de las personas".

Como indica uno de los fundadores de Councilbox, "el próximo objetivo es lograr que sea un proveedor global de seguridad jurídica digital tanto a nivel geográfico, ya que es válido para cualquier país, idioma y normativa, como global a nivel de casos de uso". Una prueba de ello es que nació para transformar las reuniones de gobierno corporativo y evolucionó rápidamente para crear un nuevo canal de atención ciudadana videopresencial en las administraciones públicas; y actualmente también se está implantando para atención al cliente en empresas privadas de sectores fuertemente regulados, como el financiero, telecomunicaciones o el energético.

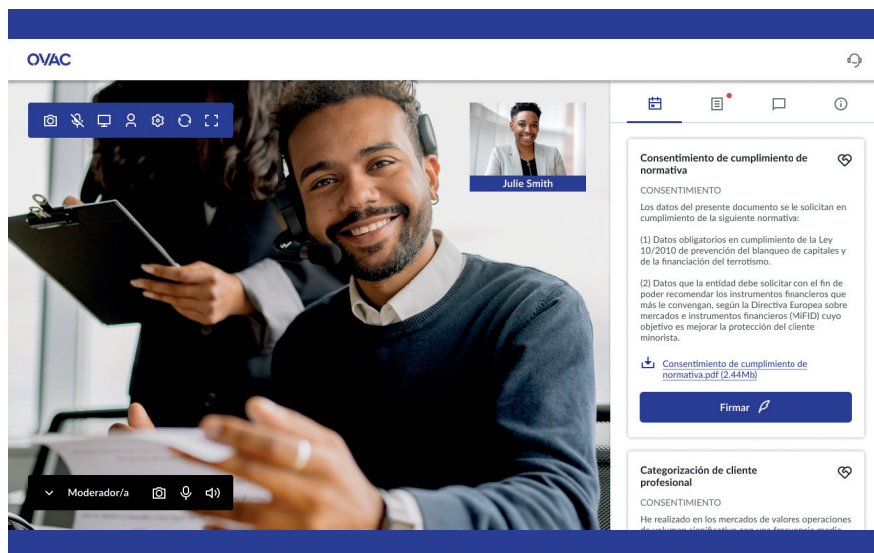
Reuniones con cobertura legal

Tras la irrupción de la pandemia en todo el mundo, las soluciones que permiten organizar reuniones virtuales

les han crecido de forma exponencial, es por ello que diferentes estudios avalan que la tendencia de las reuniones virtuales seguirá en alza llegando a suponer el 75% en el año 2024. Sin embargo, esta dinámica se ha topado con un freno, y son aquellos tipos de reuniones en las que es necesario dar respaldo jurídico a todo lo acontecido durante las mismas, desde la convocatoria hasta las votaciones.

La principal diferencia entre Councilbox y una reunión o junta realizada en cualquier otra plataforma virtual es que cuenta con respaldo legal. Esto significa que, en caso de que alguien impugne una junta, la plataforma es capaz de demostrar que todo ha ocurrido tal cual se muestra, desde la convocatoria inicial hasta el cierre del acta, y sin posibilidad de que el vídeo haya sido manipulado o se haya suplantado la identidad de los participantes.

Esta seguridad jurídica en todos los procesos se consigue gracias al almacenamiento de los datos con la tecnología blockchain. Además, ofrece la posibilidad de constituir cuórum desde cualquier ubicación y de participar



en remoto, fomentando también la conciliación personal y laboral. Además de todo esto, permite gestionar el encuentro de forma integral, de principio a fin, ofreciendo practicidad y comodidad al no requerir de ningún tipo de instalación previa, por lo que no implica trabajo adicional para la organización. En ese sentido, se estima que puede ahorrar hasta un 80% del tiempo dedicado a preparar y celebrar reuniones.

Comercializa un producto específico para facilitar asambleas o reuniones societarias virtuales con total validez jurídica

Esto garantiza la trazabilidad de la toma de decisiones y la generación de evidencias de prueba. Así, se refuerza la transparencia de este tipo de procesos, tanto en empresas privadas como en organismos públicos.

Mejora para la atención al ciudadano

La innovación y facilitación de procesos los ha llevado a crear un nuevo producto enfocado a mejorar la atención al público por parte de las administraciones públicas. Se trata de OVAC (Oficina Virtual de Atención al Ciudadano), que en la actualidad cuenta con unas 400 licencias implantadas en organismos públicos repartidos por toda la geografía nacional y que permite celebrar trámites videopresenciales entre ciudadanos y

funcionarios, respaldada por la tecnología blockchain.

Es tan personal como realizar el trámite de forma presencial, pero con la comodidad de hacerlo desde cualquier lugar y dispositivo conectado, y es posible realizar los trámites habituales de una oficina de atención al ciudadano y ser atendido por una persona de forma telemática, con una gestión que va desde el momento de la reserva de cita previa hasta el envío de información o la firma de documentos. Una herramienta que consiguió el respaldo del Ministerio de Justicia en el año 2021 para implantar el canal de atención ciudadana videopresencial EVID como la solución tecnológica para su innovador portal digital, aunque también es aplicable a otros sectores como banca, atención policial o sanitaria.

El Ministerio de Justicia dio su respaldo a esta solución digital en el 2021 por ser pionera a nivel mundial

Entre las ventajas más evidentes de esta herramienta digital está principalmente la del fomento de la sostenibilidad eliminando el papel, la reducción de tiempo y desplazamientos, la reducción de costes, una mayor productividad en los equipos de trabajo y una mayor transparencia corporativa garantizando la trazabilidad de la toma de decisiones. Además, cuenta con



SOLUCIÓN TECNOLÓGICA PARA TODAS LAS ORGANIZACIONES

La solución de Councilbox aporta firma y custodia legal a todos los procesos de una empresa o institución, aumentando el respaldo legal y la transparencia corporativa. Tanto la solución de juntas como OVAC ofrecen la máxima versatilidad al ser válidas para cualquier organización, ya que se puede configurar para todas las legislaciones y se adapta a cualquier necesidad jurídica. La compañía celebró en 2021 más de 750 reuniones con 150.000 votos emitidos durante todo el año. Entre sus clientes, destacan Acciona, Codere, Cuatrecasas, Solaria, Meliá Hoteles, Booking.com, Abanca, Sacyr, el Comité Olímpico Español o la Mutuallidad de la Abogacía, entre otros.

Además, ha obtenido numerosos premios como el premio del Salón MI Empresa, categoría SaaS en 2016; el Open Talent BBVA en 2017; finalista del South Summit, categoría B2B&B2G en 2017; el premio Open Call Innovation en Blockchain de Alastria en 2018; y el Premio Iniciativa Emprendedora del Colegio Profesional de Ingeniería en Informática de Galicia (CPEIG) en 2021.

Las claves del éxito

"Saber cuál es la propuesta de valor que nos hace únicos y desarrollar el producto maximizando ese diferencial. Establecer un diálogo con los clientes y definir una estrategia de ganar-ganar con tus potenciales distribuidores".

distribuidores activos en Países Bajos, Italia, Polonia, Portugal, Luxemburgo y Bélgica, estando en fase de negociación inicial con distribuidores en Estados Unidos, Singapur y Colombia.

El orgullo de ayudar a personas a tomar el control de sus decisiones financieras

Livetopic

Livetopic es una start-up gallega que nació en 2017 en Pontevedra para ayudar a las personas a tomar decisiones de futuro en el ámbito financiero y de seguros adaptado a sus necesidades y en las condiciones que más le favorecen. Sus creadores, Antonio Casal Rey, CEO, y Pablo Sixto Gulín, CTO, son dos emprendedores vinculados al sector de la banca y los seguros que venían ofreciendo un servicio de asesoramiento online, independiente y gratuito.

Después de años haciendo estudios de la situación de una persona o familia y un análisis de los riesgos personales, las deudas, los ahorros y el perfil inversor, deciden crear este proyecto usando las ventajas que aportan los sistemas algorítmicos y la inteligencia artificial.

Livetopic nació para que las personas tengan seguros de vida según sus necesidades y con herramientas de inteligencia

De este modo, les permite elaborar conclusiones, hacer recomendaciones y sugerir la contratación de productos destinados a proteger a los clientes ante eventualidades y asegurar el futuro de sus usuarios.

Uno de los puntos que más destacan, además de la gran apuesta tecnológica, es la empatía con el usuario final y, sobre todo, la capacidad de adaptarse a los cambios que se han ido sucediendo en el sector del seguro. La start-up pone al cliente en el centro para poder analizar sus necesidades y recomendarle lo adecuado, lo que se



Esta start-up pone al cliente en el centro para recomendarle lo más adecuado según sus necesidades.

Livetopic se propone revolucionar el seguro de vida aportando al cliente las mejores recomendaciones para su futuro. La empresa, creada en 2017 en Pontevedra, se ha adaptado a los cambios tecnológicos y sociales para lograr una combinación de automatización tecnológica y conocimiento del cliente final a partir de estudios de la situación personal o familiar, análisis de riesgos, deudas, ahorro y perfil inversor.

traduce en una página web innovadora y muy cercana.

En esta apuesta por estar en los primeros puestos de su sector, se han marcado como objetivos seguir desarrollando la venta online de productos financieros de ahorro, inversión y previsión social. Al mismo tiempo, tienen en mente alcanzar la sostenibilidad con la línea de B2C, haciéndola rentable, y empezar a escalar en este ámbito.

La revolución del sector de seguros

Los últimos estudios realizados sobre las tendencias del sector de seguros confirman que el cambio hacia lo digital ya es una realidad y que la posibilidad de acceder a toda la información de forma fácil y rápida ha impulsado el uso de herramientas tecnológicas.

Livetopic ha sido una revolución dentro del sector de seguros, ya que desde el inicio trabajan para buscar una solución que ayude primero a las personas y al sector asegurador a adaptarse a las nuevas tendencias del mercado. La compañía apuesta por

aportar el máximo valor e información al cliente. De esta forma, puede adecuar los productos en cartera a sus necesidades y mejorar el proceso de ventas tradicional que se seguía hasta ahora.

Para ello la plataforma cuenta con tres líneas de negocio claramente diferenciadas. La primera de ellas, a nivel business-to-consumer, centrada en la venta directa de seguros de vida al público generalista de manera 100% online con la recomendación del capital que cada uno necesita para asegurar su futuro.

La segunda línea ofrece soluciones B2B a corredores de seguros y agentes comerciales de productos financieros a los que les interesa seguir todas las etapas de la experiencia de cliente. Las herramientas permiten conocer mejor al cliente y ofrecerle soluciones adaptadas a sus problemáticas, necesidades y deseos reales.

En tercer lugar, la empresa también cuenta con una línea B2B2C en la que grandes empresas u organismos puedan ofrecer las recomendaciones



de Livetopic a sus integrantes, como, por ejemplo, al personal de una gran compañía que busca un asesoramiento financiero.

Ayuda a generar nuevas oportunidades de negocio para otras empresas con estadísticas e información detallada de sus clientes

Asentarse en el mercado

Livetopic cuenta con una filosofía de trabajo única en la que apuestan por un tono franco y directo con el cliente: aportando un análisis financiero y de necesidades objetivo.

Para ellos, las personas son fundamentales y, por eso, simplifican el lenguaje para disipar cualquier duda y respetan en todo momento los tiempos y espacios que el cliente necesite.

Un claro ejemplo son sus formularios para acceder a la información de prueba que se complementa en menos de un minuto.

Dentro de las características que hacen único al proyecto, destaca la capacidad del sistema algorítmico para asegurar el futuro de los usuarios, de manera simple, personalizada y completamente online, la calidad de la información que se le brinda al cliente final para la compra de sus productos financieros y también la capacidad de la empresa de

poder adaptarse a los cambios que se han ido sucediendo en el sector de los seguros.

La relación con el dinero cambia sustancialmente en períodos de crisis e incertidumbre y ese aspecto no ha pasado desapercibido en un sector con tanta competencia y tantos factores a considerar, por lo que Livetopic ha logrado desarrollar capacidades de resiliencia que le permiten ser un actor disruptivo en su industria.

Una clara ilustración de este desafío se le presentó a la empresa en marzo de 2020. Según su responsable, "nuestro momento más crítico coincidió con la llegada de la pandemia y el confinamiento, porque estábamos intentando cerrar una ronda de financiación que resultaría definitiva".

Uno de los retos futuros es implementar el Value Stream Mining, lo que permitirá cubrir toda la cadena de valor de los clientes de manera transversal

Ante esa situación, y después de cerrar rondas por importe de 1,2 millones de euros, el aprendizaje que ha quedado es que "una de las claves del emprendimiento es no parar de intentarlo, estar siempre activo porque la oportunidad llegará si nos pilla trabajando".



UNA EXPERIENCIA RESPALDADA POR NUMEROSOS RECONOCIMIENTOS

Livetopic cuenta con el reconocimiento de numerosas entidades. Así, cuando entró al programa, acababa de conseguir el primer lugar en la INSEAD Venture Competition.

A este reconocimiento se le sumaría también el Premio Abanca by Conector, el Santalucía Impulsa, el Premio Joven Emprendedor-AJE Pontevedra y un año más tarde, en el 2019, el Premio Joven Emprendedor-AJE Galicia.

Livetopic se ve como una empresa con un equipo consolidado, con una visión clara de cómo cambiar el mundo de la distribución de productos financieros y una apuesta clara a recomendarle al cliente lo que necesita.

En otras palabras, en revolucionar el seguro de vida. Y parte del éxito reside en el apoyo que les ofreció ViaGalicia, ya que la experiencia en el programa les permitió formarse "con los mejores y aprender de todos los proyectos con los que coincidimos".

Las claves del éxito

"Nuestra resiliencia y la capacidad de escuchar al mercado adaptándose a las necesidades de nuestros clientes y del sector en general".

En cuanto a su estrategia de futuro próximo, ésta pasa por asentarse en el mercado español, que cuenta con características interesantes para seguir explorando y creciendo. Así que, por el momento, la internacionalización no es la prioridad, ya que tendría que darse en un contexto similar al español para aprovechar el know how acumulado.

Help Flash, dispositivo impulsor de un cambio legislativo para salvar vidas



Uno de los mayores retos de las empresas es conseguir crear soluciones que tengan un impacto real en la sociedad, sobre todo, si de lo que se habla es de personas.

Fue en el 2016, cuando Jorge J. Costas Otero y Jorge Torre Sarmiento, fundaron Netun Solutions y lo hicieron con el objetivo de crear un proyecto único que se define en tres claves: salvar vidas en carretera; conectar personas, asfalto y máquinas; y ser pioneros en soluciones de seguridad vial y coche conectado.

La innovación en seguridad vial permite crear espacios más seguros en caso de accidente o avería

De ese ambicioso proyecto inicial, que los ha llevado a ser una empresa referente en su sector, queda la ilusión por seguir creando soluciones eficaces, ya que la fuerte evolución de los últimos años les ha permitido crecer pasando de ser tres empleados a tener un equipo de 19, de facturar 250.000 euros a casi diez millones, de fabricar en China a hacerlo en España y, por encima de todo, de ser una idea para convertirse en un producto obligatorio por ley.

Netun ha creado las Help Flash, unas balizas luminosas V16, que son la solución en España al problema de la señalización mediante la creación de un nuevo elemento inexistente hasta la fecha.

El dispositivo da solución a una demanda para hacer más seguras las se-



El éxito de Help Flash le ha permitido pasar de un equipo formado por tres personas a contar con 19 empleados.

Cuando se suma el interés por mejorar la seguridad de las personas y la aplicación de nuevas tecnologías se consigue un producto revolucionario capaz de impulsar un gran cambio legislativo a nivel europeo. Lo saben muy bien en Netun Solutions, empresa pionera de un sector, un dispositivo y una nueva manera de entender la seguridad vial que permite salvar vidas.

ñalizaciones en caso de accidente, parada o avería en carretera y ser visibles sin necesidad de bajarse del vehículo, eliminando el riesgo de atropello, especialmente en condiciones meteorológicas complicadas.

El Help Flash es líder en un nuevo mercado creado por Netun con más de 1,5 millones de unidades vendidas, disponibles en la mayoría de las grandes áreas comerciales y con acuerdos con los principales fabricantes de automoción.

Un éxito del que, sin duda, forman parte las personas que forman el equipo y el ecosistema de trabajo colaborativo y transparente que han creado asociando proveedores, bancos, clientes y administraciones, que les ha permitido cerrar acuerdos a largo plazo.

Dispositivo pionero en salvar vidas

La innovación en un sector que se quedaba anticuado y apostar por el desarrollo de una única solución, llegando a ser los primeros en desarrollar y presentar el hardware y el software, le han servido para que Help Flash sea líder en el sector.

De hecho, la participación en ViaGalicia les ha servido de primer empujón para conseguir pasar de un producto mínimo viable a testar el mercado en condiciones reales y captar los primeros clientes.

La idea de este proyecto surge al detectar que el sistema de señalización de vehículos predominante y regulado en España y Europa estaba desfasado, además de suponer un grave peligro para la seguridad del conductor. De hecho, el intento de colocación de los triángulos genera cada año personas heridas de diversa consideración, con secuelas graves y en muchos casos la muerte, especialmente entre el ocaso y el amanecer.

Para solventar este problema, Netun diseña dos opciones diferentes mucho más seguras y rápidas de lo que ya existía en el mercado. Por un lado, el Help Flash, un dispositivo que aporta seguridad en el caso de una parada inesperada en la carretera evitando bajarse del vehículo, fácil de usar y que cuenta con un intenso destello que avisará a los demás conductores, cubriendo los 360º de visibilidad y alcanzando más de 1 km de distancia.



La segunda solución es Incidence, una aplicación que mejora el proceso de solicitud de ayuda, ya sea para las personas o los vehículos, además de comunicar las incidencias al resto de actores que tienen parte en una situación en carretera. Este dispositivo es autónomo y se conectará al centro de tráfico y movilidad gracias la tecnología NB-IOT y a un plan de datos ofrecido por el partner tecnológico y comercial Vodafone.

Los fabricantes de vehículos y las aseguradoras han elegido esta marca como referencia en el sector

Tras Help Flash, en Netun volvieron a ser primeros con el lanzamiento de Help Flash Smart, la primera baliza conectada del mercado que no solo permite visibilizar el vehículo, sino que a través del emparejamiento con un móvil mediante tecnología bluetooth y con soporte de la aplicación es capaz de enviar la localización y contactar con los servicios de asistencia en carretera o emergencias.

Hito legislativo europeo

Si por algo se caracterizan en Netun es por ser pioneros, ya que con su sistema de señalización y el apoyo de diferentes instituciones y colectivos de víctimas de accidentes de tráfico han promovido y conseguido un logro importante, que haya un cambio normativo en España y Europa en

relación con la seguridad vial. Asimismo, España fue país pionero en implementar desde el pasado 1 de julio de 2021 el Real Decreto de Auxilio en Carretera, un documento con el que se pretende regular las condiciones para garantizar la seguridad de estos operarios, que efectúan cada día numerosas operaciones de rescate en carretera y suponen un alto nivel de peligrosidad, y que incluye por primera vez la luz de emergencia V16, convirtiéndose en el sustituto legal de los triángulos de emergencia.

Además, a partir del año 2026 estas balizas tendrán que disponer de conexión autónoma y comunicar su activación, desactivación y geoposicionamiento.

En esta línea de innovación y mejora constante, Netun está trabajando en un nuevo producto que será clave, el Help Flash IoT, un dispositivo en fase de homologación que cumplirá con los estándares definidos para ser un elemento obligatorio a partir de 2026, tal y como establece la ley.

La Unión Europea está interesada en este dispositivo para ampliar su uso obligatorio

Esta pionera legislación ha llamado la atención a otros países europeos que buscan también reducir el número de accidentes en carretera y muchos de ellos han visto esta nueva alternativa



PRÓXIMO RETO: REPLICAR EL MODELO EN EUROPA

Netun se ha situado en España como referente de sector con casi diez millones de euros de ingresos en el último año y, por ello, se plantean dos retos principales.

Por un lado, replicar el modelo de éxito en más países de Europa aprovechando el aumento del interés por parte de clientes multinacionales como Carglass, que ha activado una campaña en Portugal; Norauto, a través de su matriz Mobivia, que ya ha realizado los primeros pedidos de implantación para diferentes autocentros europeos; El Corte Inglés; o varios fabricantes de automóviles.

Y, por otro lado, seguir con el desarrollo de tecnologías de coche conectado para convertirse en el principal conector de información sobre tráfico mediante el nuevo Help Flash IoT, con autonomía de 2,5 horas en modo emergencia y enlazado al dispositivo móvil del conductor vía bluetooth, con el que estiman alcanzar cuota de mercado que va desde el 40 al 60%.

Las claves del éxito

"Las personas que forman el equipo y haber creado un ecosistema asociando proveedores, bancos, clientes... donde todos colaboran con todos, con Netun como punto de encuentro, trabajando con transparencia y cerrando acuerdos a largo plazo".

como una posible solución en materia de seguridad vial. De hecho, Reino Unido ya ha tomado algunas medidas y ha prohibido el uso de triángulos de emergencia en autopistas, siendo posible su uso únicamente en carreteras convencionales.

OpositaTest apuesta por convertir su método en referencia mundial en el ámbito de la educación



OpositaTest es la plataforma para el aprendizaje de oposiciones líder a nivel nacional. Nacida en A Coruña en el 2016 es el resultado de la mala experiencia de una opositora que vivió en sus propias carnes cómo los temarios editados en papel no incluían las últimas novedades ni materiales actualizados a las exigencias reales del examen.

En ese momento se plantea crear esta herramienta digital que proporcionase no solo materiales fiables, de calidad y siempre actualizados, sino también un importante ahorro de tiempo y de costes en su preparación.

Esta plataforma mejora la calidad de vida de las personas que opositan además de ahorrarles tiempo y dinero

En la actualidad supera los 820.000 usuarios que han utilizado o están utilizando sus servicios, una web y una app que permiten "aprender a aprender", gracias a los muchos beneficios que aporta la práctica del test a la memorización y a una mejor retención de los conocimientos. Además también les ayuda a conocer sus fortalezas y debilidades, su evolución y les ofrece una imagen real de su verdadero nivel al comparar sus resultados con los del resto de usuarios.

La misión del equipo de OpositaTest es ayudar a cumplir los sueños vitales y profesionales de las personas, motivo por el que creen que la mejor formación debe ser eficiente, flexible, cómoda y accesible para todas las personas independiente-



El equipo de OpositaTest apuesta por el poder de la tecnología mezclado con el mejor contenido del mercado.

El éxito de este proyecto suma el poder de la tecnología, el mejor contenido del mercado en las diferentes temáticas, un servicio de atención al cliente y un servicio posventa único, al que se añade una herramienta digital fácil de usar, intuitiva, cómoda y amena que consigue la fidelidad de los opositores.

mente de su capacidad económica, además de acompañarlos durante todo el proceso.

Como indica Jonathan García, actual CEO de la compañía, "la educación y la aplicación de la tecnología deben servir para eliminar barreras y no para crearlas", motivo por el que apostaron por esta solución que mejora la calidad de vida de las personas que opositan además de que "ahorramos tiempo y dinero a los opositores, sus dos bienes más importantes".

De este modo centran la atención del opositor en estudiar y le ahorran tiempo en tareas que no le aportan valor. Por ejemplo, en un test de 100 preguntas con el sistema OpositaTest, el opositor consigue un ahorro de 20 minutos por test realizado frente al sistema tradicional.

Un método pionero

Opositar requiere de mucha disciplina y resistencia, ya que es un proceso muy solitario que se puede demorar años y en el que influyen muchas variables. Por eso apuestan por poner la tecnología al servicio del opositor, para que se centre en lo realmente

importante: estudiar y tener las habilidades necesarias para pasar los exámenes tipo test.

Como señala su CEO, "somos el complemento ideal de toda persona que se prepara una oposición por su cuenta, acudiendo a un preparador particular o que asiste a una academia".

"El mejor contenido del mercado, actualización inmediata, máxima personalización, seguimiento adaptado a los resultados del opositor y facilidad de uso, son los valores que nos hacen diferentes". El método diseñado por OpositaTest logra retener un 78% más de la materia a largo plazo que si únicamente se practica el repaso del temario mediante la lectura.

Cuando los estudiantes tienen el material delante, creen que lo conocen mejor de lo que lo conocen de verdad, sin embargo, cuando practican el recuerdo es cuando realmente asientan el conocimiento y activan la memoria. Todo su desarrollo se basa en simplificar la preparación de los opositores, hacerla más eficiente y acortar los tiempos de preparación.



Esta práctica como método de estudio ayuda a que los conocimientos pasen al área de la memoria denominada "de largo plazo", por lo que, en el caso de personas que preparan oposiciones, cobra real importancia a la hora de conseguir el aprobado.

Numerosos estudios avalan que el uso continuado de los test como complemento al estudio tradicional mejora la memorización"

"Imaginemos que te hacen unas preguntas test acerca de un libro que no has leído, lo normal es que no sepas responderlas. Sin embargo, si justo después te indico cuál es la respuesta correcta y te la explico, tal y como hacemos en OpositaTest, estarías en perfectas condiciones para hacer un resumen del libro que no te habías leído. Esa es la magia de nuestro método".

Pulverizando récords

OpositaTest ha aportado aire fresco al sector de las oposiciones, ya que apuesta por la cercanía con el opositor y por el poder de la tecnología, mezclado con el mejor contenido del mercado, para posicionarse como actual líder a nivel nacional en el sector de las oposiciones.

Desde su creación han ido cumpliendo diferentes hitos que los han impulsado dentro del sector. Así han sido ganadores del XX Campus

de Emprendedores de SeedRocket, uno de los eventos de mayor importancia a nivel España, donde fueron nombrados start-up de referencia en el sector de la educación - EdTech.

En esta línea de reconocimientos, la iniciativa Emprendedor XXI, que lleva más de 11 años identificando, reconociendo y acompañando a las empresas con mayor potencial de crecimiento, reconoció la labor de esta empresa emergente en el ámbito de la educación otorgándoles el primer premio.

Al equipo de OpositaTest no se le da nada mal pulverizar cifras, así, después de encuestar a más de 18.000 opositores, el NPS, métrica que se utiliza para medir el nivel de satisfacción del cliente con los productos y servicios de la empresa, le da una puntuación de 56 (un excelente resultado).

El alto nivel de satisfacción de los usuarios es la mejor carta de presentación para dar a conocer el servicio

De todas formas, según Jonathan García "nada tendría sentido sin la satisfacción de los opositores que utilizaron nuestros servicios. En una encuesta realizada a más de 4.000 opositores, el 92% de ellos recomendarían OpositaTest.com". A pesar de ser un desarrollo que se ha llevado a cabo desde Galicia, sus miras están



GAMIFICACIÓN, UNA MANERA DIFERENTE DE OPOSITAR

Con OpositaTest puedes preparar la prueba tipo test de cerca de 200 oposiciones a la Administración pública estatal, autonómica y local; a Justicia; Fuerzas y Cuerpos de Seguridad; Hacienda; Interior; a diferentes universidades; o a los Servicios de Salud de España, entre otras. Además, para fomentar la voluntad del opositor, el sistema que ha diseñado incentiva la preparación y que el momento de estudio sea algo adictivo. Esto lo consiguen con diferentes acciones como son la publicación de ranking o retos.

"Estamos muy orgullosos de haber convertido el intrincado proceso de opositar en algo divertido, adictivo y con resultados. No existen límites temporales o geográficos gracias a que un opositor puede hacer tests las 24 horas del día, en cualquier sitio. Jugar es la mejor manera de aprender y asimilar los conocimientos", puntualiza Jonathan García.

Las claves del éxito

"Ofrecer el mejor contenido del mercado, actualización inmediata, máxima personalización, seguimiento adaptado a los resultados y facilidad de uso".

puestas mucho más lejos. Para ello apostarán por exportar talento gallego con la confianza de saber que tienen un método con resultados. A mayores, entre sus principales objetivos está el deseo de seguir ampliando y desarrollando las posibilidades de la herramienta para seguir cumpliendo su misión: ayudar a un mayor número de opositores a lograr la plaza que tanto desean.

Eezon, un nuevo concepto de movilidad urbana: más segura, eficiente y sostenible



La constante innovación, conocer muy bien las necesidades del mercado y ofrecer soluciones de una alta calidad y eficacia han permitido a VMS Automotive convertirse en un referente en el sector. Lo que nació en el 2016, de la mano de su CEO, Pedro Martínez Vergés, como una spin-out del Grupo Marsan para dedicarse al desarrollo de vehículos eléctricos y soluciones para la movilidad del futuro es ahora una empresa con más de 30 empleados y más de un millón de euros de facturación que sirve de ejemplo para muchos emprendedores.

En la actualidad operan desde sus instalaciones en el PTL de Valladares, con más de 2.600 m², en donde cuentan con las oficinas centrales, oficina técnica y la planta de ensamblaje dedicada a la producción de la versión "Cargo" del modelo eezon e3, dirigido principalmente a operadores de logística last mile.

Combina las ventajas de los vehículos de dos ruedas, como la movilidad, y el espacio de los de cuatro

Para ellos, la clave del éxito ha sido el tener un producto innovador y de mucha calidad que aporta un valor diferencial y ventajas tangibles a los clientes, además de la ayuda de ViaGalicia, la incorporación de nuevos inversores y acuerdos de colaboración con socios estratégicos, como Vodafone, Midas, MRW o Deelivers.

De este modo, y después de mucho esfuerzo, más de cinco años de análisis e investigación en el que se desarrollaron distintos prototipos, han



Pedro Martínez, CEO de VMS Automotive.

Si Vigo se está convirtiendo en un polo nacional e internacional del vehículo eléctrico y sostenible es porque hay muchas empresas que algo tienen que ver. Es el caso de VMS, que participa activamente en el gran cambio tecnológico, con su proyecto eezon, un nuevo concepto de vehículo que lo consolida como una empresa de referencia en el sector de la Smart Mobility.

conseguido a finales del 2021 iniciar la comercialización de eezon e3 "Cargo" a nivel nacional.

También fue un gran impulso la entrada de Sepides en el capital social a través del fondo Germina con una participación del 15%, que les permitió reforzar el plan de producción y comercialización en la península ibérica.

Otro de los hitos clave fue el de la entrega de las primeras unidades en diciembre de 2021 a dos clientes estratégicos para la compañía: MRW y Deelivers. "Tras tantos años de trabajo en el desarrollo de producto y varias rondas de financiación cerradas con éxito, a finales del año pasado pudimos ver por fin vehículos eezon en las calles".

Eezon: la apuesta por la Smart Mobility

Eezon e3 "Cargo" es el primer vehículo eléctrico de tres ruedas especialmente diseñado para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los operadores de logística last mile. Es un vehículo de carga que vino a ocupar en este mercado un nicho intermedio entre una moto y una furgoneta pequeña, permitiendo llegar a lugares urbanos donde no po-

dría acceder una furgoneta, pero con una carga cuatro veces superior a la de una moto.

Sus principales ventajas son su alta capacidad de carga, similar a la de una furgoneta pequeña transportando hasta 500 litros por viaje, y su gran estabilidad. Su factor diferencial es que cuentan con una patente propia de su sistema de balanceo del eje trasero, ofreciendo al usuario una conducción "completamente fiable, ágil, cómoda y segura", señalan sus creadores.

Además, su sistema de estabilidad vertical avanzado garantiza el equilibrio sin necesidad de apoyar el pie en el suelo sin ningún esfuerzo por parte del conductor e incluso en condiciones difíciles, como con cargas pesadas o parada en pendientes.

Otra de las ventajas que aporta al mercado es que la eezon e3 se puede conducir en todo tipo de vías, incluso autopistas, ya que alcanzan los 90 km/h y tienen una potencia de 9kw, lo que sería equivalente a una moto de 125 cc. Además, se puede estacionar en la acera y hacer el servicio sin necesidad de un espacio específico de carga y descarga.



Los triciclos eezon son vehículos inteligentes conectados con tecnología Vodafone, lo que implica que puede transmitir a su base hasta 200 datos relevantes como el estado de carga de la batería, la ubicación o si se detecta algún fallo en el sistema, lo que permite a los gestores de flotas tomar decisiones estratégicas para mejorar la eficiencia de sus rutas y aumentar su rentabilidad.

Se adapta a cualquier sector y sirve tanto para grandes flotas como para pequeños operadores centrados en entornos urbanos

Es importante señalar que los clientes actuales de VMS Automotive ya están reportando datos muy positivos, como que gracias a las características de este triciclo están multiplicando por dos las entregas realizadas en una jornada de 8 horas, con lo cual mejoran la eficiencia de los repartos con respecto a los vehículos tradicionales.

Soluciones de movilidad inteligente y sostenible

VMS Automotive trabaja para seguir posicionándose como uno de los principales fabricantes de vehículos de carga españoles y consolidando la presencia de eezon en el mercado. De este modo, ir ganando cuota progresivamente y trabajando con sus clientes

en la renovación y mejora de sus flotas, gracias a la fiabilidad de sus triciclos eléctricos fabricados en Vigo con más del 90% de componentes de origen nacional y europeo.

Se trata de una decisión tomada después de su dilatada experiencia en Grupo Marsan como proveedores de la industria automovilística, basándose en la reducción de la dependencia del mercado asiático y en el acercamiento de la cadena de valor al lugar donde se ensambla.

Para ello han desarrollado un riguroso proceso de control y trazabilidad basado en etiquetas con códigos QR e incorporan un sistema de amortiguación y balanceo patentado a nivel internacional en 2013 por el Grupo Marsan, que ofrece una conducción ágil, pero muy estable y segura.

Entre los próximos retos marcados por VMS Automotive destaca seguir desarrollando soluciones de movilidad inteligente y sostenible

Entre los próximos retos marcados por VMS Automotive destaca "seguir desarrollando soluciones de movilidad inteligente y sostenible que den respuesta a las exigencias de la movilidad urbana del futuro y contribuyan a cumplir con los objetivos



LA EFICIENCIA DE LOS EEZON SMART MOBILITY

Cuando VMS Automotive desarrolló la gama de vehículos eezon lo hizo buscando una mayor eficiencia.

Para ello diseñaron este vehículo eléctrico, conectado e inteligente, que contribuye a mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad de las flotas de reparto, ya que aumenta la eficiencia de carga en cada trayecto, reduciendo el tiempo del mismo gracias a la agilidad en la conducción y a que incluso se puede aparcar en la acera, justo delante del destino.

Por tanto, contribuye a mejorar la competitividad económica del sector de logística last mile, al mismo tiempo que reduce la contaminación atmosférica.

Las claves del éxito

"La clave del éxito ha sido tener un producto innovador y de mucha calidad que aporta un valor diferencial y ventajas tangibles a los clientes, junto a mucho esfuerzo y trabajo, así como contar con el apoyo de ViaGalicia y otros socios y embajadores de primer nivel, como Sepides, Vodafone, Midas o Deelivers".

establecidos en la Estrategia de Movilidad Segura, Sostenible y Conectada 2030", indican.

Y todo ello sin olvidarse de cumplir con los objetivos de su plan de negocio, ya que esperan cerrar el ejercicio de 2023 con una facturación cercana a los 41 millones de euros y unas ventas de más de 4.000 unidades, e iniciar la entrada en otros mercados internacionales, como Francia o Alemania.